

## REFERENTIELS – CERTIFICATION D'ILLUSTRATEUR CONCEPTEUR MULTIMEDIA

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BC 01 : Se constituer un réseau de clients</b>			
<p>A1.1 – Prospecter le marché</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prospecter les éditeurs, la presse, les agences de publicité et les studios de production pour réalimenter son réseau de clients et entretenir ses contacts en vue de développer un carnet de commandes</li> </ul> <p>A1.2 – Cibler la clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser le marché et suivre de près son évolution pour cibler ses clients et les démarcher avec une offre qui répond à leurs besoins</li> </ul>	<p>C1.1 – Démarcher sur les salons professionnels pour se faire connaître et avoir une bonne connaissance de l'organigramme des maisons d'édition et des studios de production pour mieux cibler les personnes à contacter</p> <p>C1.2 – Se faire connaître sur les réseaux professionnels et les réseaux sociaux en publiant régulièrement de nouvelles productions visuelles</p> <p>C1.3 – Analyser le marché pour se positionner et cibler sa clientèle afin de proposer une offre qui répond aux tendances et au goût des éditeurs et des studios de production et satisfait leurs besoins</p> <p>C1.4 – Produire des travaux variés avec des techniques différentes et de qualité constante pour un large public et une clientèle ciblée</p>	<p>E1.1 – Etude de marché : compte-rendu et analyse des tendances et des secteurs du marché ciblé (édition, audiovisuel...) en vue de définir le projet personnel pour cibler les clients à contacter</p> <p>E1.2 – Conception d'un CV de présentation et d'une carte de visite illustrés, avec un lien vers un portfolio</p> <p>E1.3 – Book de travaux personnels : compilation de réalisations graphiques attestant des compétences</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'étude de marché relève au moins 5 thématiques et tendances actuelles pour la cible visée</li> <li>- Un synopsis définit clairement le sujet du projet personnel</li> <li>- La thématique du projet s'inscrit dans une des tendances actuelles listées</li> <li>- La cible du public est bien identifiée: tranche d'âge, catégorie...</li> <li>- Le concept du projet correspond à la cible du public visé</li> </ul>

<p>A1.3 – Démarcher les clients et présenter un book</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualiser son offre pour l’adapter aux tendances et au goût des éditeurs et des studios de production</li> </ul> <p>A1.4 – Argumenter son offre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer une offre de haute qualité graphique et la diversifier en variant les styles et les formats pour s’adresser à différents publics en vue d’élargir sa clientèle</li> </ul>		<p>techniques et artistiques du candidat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plusieurs clients potentiels sont identifiés (au moins 5)</li> <li>- Le CV illustré est clair et lisible</li> <li>- La carte de visite est personnalisée</li> <li>- Le book est organisé avec une logique de lecture</li> <li>- Les compétences techniques de base sont assimilées (composition et mise en page, dessin, perspective, décor, anatomie, couleur, outil informatique)</li> <li>- Les techniques employées sont maîtrisées</li> <li>- Unité de style pour un même projet et harmonie graphique générale</li> </ul>
--	--	--	--

**BC 02 : Amener le client à concrétiser la commande**

<p>A2.1 – Identifier la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clarifier les objectifs et les contraintes techniques et de délai auprès de l’interlocuteur</li> </ul> <p>A2.2 – Négocier le contrat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estimer la durée de son travail</li> <li>- Définir le nombre d’échanges et le mode de validation des différentes phases avec le client</li> <li>- Connaître les prix pratiqués pour proposer un devis en fonction du cadre légal d’utilisation de son travail (diffusion, cession de droit...) en vue d’obtenir un bon de commande ou un contrat</li> </ul>	<p>C2.1 – Identifier la demande et créer de façon ciblée par rapport à la demande</p> <p>C2.2 – S’organiser pour traiter plusieurs commandes en parallèle dans un délai convenu</p> <p>C2.3 – Mobiliser ses compétences (narration, découpage, cadrage, composition, dessin, perspective, anatomie, couleur, outil informatique) pour servir chaque commande en respectant le cahier des charges</p> <p>C2.4 – Estimer la durée et le prix de son travail par rapport à la complexité de la commande et au cadre légal de son utilisation (diffusion, durée d’exploitation, droits)</p>	<p>E2.1 – Epreuves commandées : mise en situation professionnelle reconstituée avec des contraintes strictes de commandes simultanées en temps limité comprenant pour chaque projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les recherches</li> <li>- Le rendu final maqueté : illustrations, bandes dessinées, concepts</li> </ul> <p>E2.2 - Facturation : rédaction d’un bon de commande et d’une facture client</p> <p>E2.3 – Epreuve écrite sur la législation et le droit d’auteur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat n’est pas hors-sujet</li> <li>- La technique utilisée est adaptée au thème et au délai</li> <li>- Le style correspond à la cible visée</li> <li>- Le concept est immédiatement perçu</li> <li>- L’image est lisible</li> <li>- Les travaux sont terminés dans les délais</li> <li>- Le candidat peut chiffrer son travail en tenant compte du temps passé et de son utilisation par le client</li> </ul>
--	---	--	---

**BC 03 : Concevoir, réaliser et livrer un projet**

<p>A3.1 – Apporter une personnalité graphique qui répond aux attentes du client et qui correspond à la cible du public visé</p> <p>A3.2 – Effectuer tous les travaux préparatoires nécessaires : recherches documentaires, roughs, character design, storyboard...</p> <p>A3.3 – Concevoir et réaliser tous les éléments graphiques du projet : visuels, illustrations, concepts de personnages, de décors et d’ambiances colorées, planches de présentation</p> <p>A3.4 – Livrer les fichiers en pré-production (éditeur, studio de production, imprimeur)</p>	<p>C3.1 - Proposer un univers graphique original et personnel adapté au marché</p> <p>C3.2 – Créer un concept de projet multimédia : livre illustré, album de bande dessinée, concept de jeux vidéo, parc à thème, escape game, animation, publicité...</p> <p>C3.3 – Concevoir et réaliser tous les documents graphiques permettant au client de visualiser le projet dans sa globalité : illustrations, planches, concepts</p> <p>C3.4 – Réaliser une maquette du projet : maquette en volume, modélisation en 3D, film d’animation, vidéo, teaser....</p>	<p>E3.1 – Présentation du projet devant le jury : présentation du concept à l’oral et argumentation des choix</p> <p>E3.2 – Présentation des visuels devant le jury : explicitation des choix graphiques et techniques, argumentation et défense du projet</p> <p>Présentation des visuels :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherches</li> <li>- Character design</li> <li>- Décors</li> <li>- Ambiances couleurs</li> <li>- Illustrations</li> <li>- Planches</li> <li>- Maquette</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le synopsis ou concept est clair et compréhensible</li> <li>- Le concept est original</li> <li>- Le projet correspond à la cible du public visé dans l’étude de marché</li> <li>- La présentation graphique est soignée et lisible</li> <li>- Le candidat argumente ses choix en tenant compte des remarques du jury dans un dialogue ouvert et constructif</li> <li>- Un style et une personnalité graphique affirmée se dégagent du projet</li> </ul>
---	--	--	--