

## FICHE MÉTIER

# DIRECTEUR ARTISTIQUE

### Autres appellations

DA

AD

### Segments d'entreprises

Agences Conseils en communication

Régies publicitaires médias

Régies publicité extérieure

## MISSIONS

Proposer des concepts, décliner des identités visuelles et sonores des marques pour les campagnes de communication.

---

## PRINCIPALES ACTIVITÉS

### Activités communes à tous les segments de la branche

#### Participation à l'émergence d'idées créatives

- Participation à l'analyse de la stratégie marketing d'un client avec le directeur de la création et des équipes planning et commerciales

#### Conception de l'aspect visuel et sonore

- Traduction de l'orientation artistique du directeur de la création ou d'une équipe commerciale (mode, support) afin de répondre aux besoins du client
- Conception de l'aspect visuel ou sonore du mode de communication en fonction du support
- Élaboration de l'identité visuelle et sonore en adéquation avec le positionnement de la marque et des objectifs
- Élaboration des différentes étapes de la conception des campagnes présentées aux clients
- Élaboration du projet en vue de sa présentation au client
- Mise en œuvre d'une campagne : suivi de la réalisation de toutes étapes de production assister aux séances photos, aux tournages, aux choix de décors, d'ambiance, d'univers...

#### Respect des budgets et des délais

- Veille au respect du budget et des délais

#### Coordination du travail des intervenants créatifs

- Coordination avec le concepteur-rédacteur
- Supervision et contrôle des travaux de réalisation



### Vente et prospection

- Présentation aux clients des projets/pistes de campagnes de communication, explications et argumentations de ses choix
- Participation à la réalisation des réponses à appels d'offres

---

## COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

### → Conception, création

- Elaborer l'identité visuelle et sonore d'une marque et des éléments d'un brief, en vue d'une campagne de communication, à partir des caractéristiques du client, de sa stratégie marketing, de la cible de la campagne de communication, des indications du directeur de la création

### → Développement commercial

- Elaborer la totalité d'une offre commerciale ou d'une réponse à un appel d'offres ou la partie relevant de son champ d'action (devis, brief, argumentation...) et en assurer la soutenance orale devant le client le cas échéant, à partir de la demande du client ou du cahier des charges, de la stratégie, de l'offre et des moyens de son entreprise



- **Pilotage de projet**
  - Coordonner les actions des équipes internes ou externes intervenant dans un même projet en optimisant les synergies, la communication et les processus, le cas échéant en organisant des réunions
  - Réaliser la présentation orale et écrite de sa production devant son équipe, ses collègues ou un client pour convaincre et susciter l'adhésion
  - Estimer le nombre et le profil des personnes nécessaires à la réalisation du projet, vérifier la disponibilité des personnes en interne pour prévoir l'implication éventuelle des personnels externes
  - Piloter un appel d'offres en rédigeant le cahier des charges, en lançant l'appel d'offres, en analysant les offres, en négociant avec les partenaires, prestataires ou fournisseurs retenus
  - Vérifier la faisabilité d'un projet en fonction de la réalité budgétaire d'un client et d'une agence
  - Définir le budget nécessaire à un objectif à atteindre dans son champ d'action, éventuellement en comparant des bases de prix
  - Développer un réseau de prestataires externes en repérant, en rencontrant et en entretenant un lien avec des profils correspondant aux besoins de son activité (suivi de l'actualité, participation à des salons et réunions professionnelles, consultation des réseaux sociaux...)
  - Planifier les étapes du projet ou de la production en prenant en compte les délais impartis, les exigences du client interne ou externe, le cas échéant les budgets attribués
  - Suivre et gérer un budget dans le respect des objectifs du client et du budget alloué
- **Management et organisation d'équipe**
  - Motiver et animer une équipe en créant les conditions de collaboration par la fédération autour d'objectifs, la coordination, le conseil, le dialogue, la supervision, le recadrage en cas de besoin, la gestion des conflits
- **Veille et documentation**
  - Réaliser une veille dans son champ d'action (marché, concurrence, tendances, nouveautés techniques...) par la recherche de l'information auprès de sources pertinentes et l'analyse individuelle ou collaborative de l'information collectée

---

## CONNAISSANCE ET MAÎTRISE DES OUTILS

- Connaissance du marketing
- Connaissances des technologies de création



- Maîtrise de logiciels spécifiques liés à la création
- Connaissance de gestion
- Connaissance de l'animation d'une équipe
- Bonne culture générale
- Langues étrangères

---

## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL ET INTERLOCUTEURS

### Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Stratégie, études et analyses marché
- Production

### Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (annonceurs)
- Prestataires externes

---

## PROFIL SOUHAITÉ

### Formation recommandée

Bac +2 à Bac+5 : écoles d'art ou de communication, beaux-arts, arts appliqués, universités

### Expérience recommandée

Minimum 5 ans d'expérience (agences médias, annonceurs, régies publicitaires) en tant que directeur artistique ou concepteur-rédacteur