

DIRECTEUR ARTISTIQUE

Autre appellation

DA ou AD

Présent dans les secteurs

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

RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

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

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

Savoir-faire du métier

Identifier une idée créative et créer l'aspect visuel

- appréhender sa connaissance de la marque : la segmentation et l'histoire de la marque de son client
- participer à l'élaboration du concept créatif et du brief, en approfondissant sa connaissance de la cible d'une campagne

Instaurer et assurer une veille créative et concurrentielle

- effectuer une veille permanente des campagnes concurrentes et des tendances
- participer à la veille des nouvelles tendances technologiques et nouvelles formes de communication, des nouvelles tendances artistiques

Participation à l'élaboration et au respect des budgets

- estimer les budgets nécessaires à la réalisation d'une campagne en lien avec le directeur de la création et vérifier la faisabilité du projet en fonction de la réalité budgétaire d'un client et d'une agence
- respecter le budget de réalisation
- coordination de la création après le pré-test
- ajuster le concept créatif
- planifier les étapes de la réalisation et de la production et assurer le respect des délais
- choisir les ressources qui participeront à la création en en lien avec le directeur de la création et le concepteur-rédacteur
- lancer des appels d'offres aux prestataires extérieures et suivre leur réalisation
- étudier les propositions d'une équipe de réalisation, apprécier leur pertinence, leur faisabilité et capacité à être déclinées sur plusieurs médias et le respect du cahier des charges

Coordonner et animer des équipes créatives d'une agence

- superviser, motiver et accompagner des équipes de réalisation

Prospecter et gérer des relations clients

- participer à des réponses à appel d'offres
- rédiger des briefs et soutenir une stratégie choisie
- assister à la présentation des campagnes de communication et participer à l'argumentation des choix artistiques avec le directeur de création et le concepteur-rédacteur

Connaissances 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

FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES

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