RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Directeur / Directrice de création

Valoriser l'image d'une entreprise, manager une équipe de créatifs, développer la créativité : Telles sont les activités quotidiennes du directeur ou de la directrice de création, en agence de publicité ou de communication. Un poste polyvalent qui demande de l'expertise.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 3**

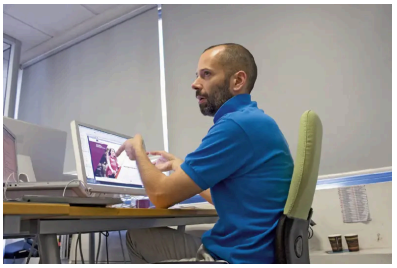
Salaire débutant : **3164 €**

Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Chef / cheffe de création artistique, Responsable de conception

Secteurs professionnels : Communication, Marketing, publicité

Centres d'intérêt : J'aime diriger, J'aime communiquer, convaincre, J'aime organiser, planifier



© Laurence Prat/Onisep

Le métier

À la tête de la création

Le directeur ou la directrice de création (DC) représente le potentiel créatif d'une agence de communication ou de publicité. Il ou elle supervise l'équipe de création : directeurs ou directrices artistiques, concepteurs-rédacteurs et conceptrices-rédactrices etc. Il ou elle élabore un plan d'action après analyse de la demande (*brief cahier des charges*) de l'entreprise cliente et donne des axes de réflexion à leur équipe. Il ou elle veille aussi à développer son expertise : analyse de la concurrence, veille technique, recherche de nouveaux talents.

Orientation clients

Le ou la DC définit les besoins de l'entreprise cliente avec le directeur ou la directrice de clientèle (positionnement, offre, cible), analyse la concurrence et reprend l'historique des opérations de communication menées. Le ou la DC retranscrit ces informations à son équipe, valide (ou non) les choix des personnes créatives puis présente des maquettes et argumente devant les clients.

Travail d'équipe

En charge de la gestion et de l'encadrement d'une équipe pluridisciplinaire, le ou la DC répartit les tâches, suit l'évolution des projets, formule des critiques pour les améliorer et stimule ses équipes. Il ou elle organise des séances de réflexion, anime des réunions, optimise les méthodes de travail, suit la réalisation et le respect des délais et budgets. Le but : proposer le meilleur projet pour remporter le budget.

Compétences requises

Écoute et diplomatie

Le directeur ou la directrice de création doit faire preuve d'écoute pour conseiller ses clients et les accompagner tout au long de la réalisation de leur projet de communication. Pour établir une relation de confiance et les convaincre, il faut savoir justifier les choix artistiques de son équipe, et parfois solliciter toute sa force de persuasion et ses talents de diplomate !

Imagination et technique

Le ou la DC est une personne créative, curieuse, à l'imagination débordante. Il ou elle dispose en outre d'une solide culture générale et artistique, d'excellentes compétences en rédaction et graphisme. Il ou elle connait les chaînes graphiques et éditoriales ainsi que les logiciels de PAO (publication assistée par ordinateur) et outils de conception multimédias. Il lui faut aussi de bonnes notions en marketing et communication, et bien connaitre les médias.

Audace et qualités managériales

Le ou la DC porte les projets de son équipe. Charismatique et force de propositions, son esprit innovant et son intuition lui permet de trouver des idées originales et de donner des pistes de réflexion à son équipe. Ses capacités de management et son sens critique l'aident en outre à l'encadrer et l'animer. Sa rigueur lui permettent de gérer son service au mieux.

Où l'exercer ?

En agence

Le directeur ou la directrice artistique (DC) travaille souvent dans une agence de communication ou de publicité ; parfois dans un studio de création ou de design, dans l'édition ou une grande entreprise. On trouve des agences généralistes ou spécialisées sur un média (TV, presse, Internet). Le ou la DC représente l'agence auprès des clients.

Projets variés

Dans une grande structure, le ou la DC se spécialise souvent dans un secteur d'activité (politique, environnement, culture, économie, sport, cinéma) ou un type de média (presse, TV, Internet). Dans une petite structure, au contraire, il faut faire preuve de polyvalence et d'autonomie, et superviser tous les projets : sites Internet, publicité TV ou radio, plaquettes d'entreprises, vidéos, affiches. Le directeur ou la directrice de création doit s'adapter à chaque client et budget.

Avec des prestataires

Imprimeurs, aménageurs d'espace, réalisateurs, cadreurs-monteurs : le directeur ou la directrice de création s'entoure de prestataires, afin de pouvoir répondre efficacement à tous les besoins de ses clients. Il est parfois nécessaire de faire appel à des indépendants pour renforcer l'équipe en cas de surcharge d'activité. Soumis au stress, le directeur ou la directrice de création doit assurer le suivi administratif et budgétaire de son service et des projets.

Les études

Après le bac

3 ans pour un DNA design ou communication, un DN MADE mentions graphisme, numérique, événement ou livre. 5 ans pour le DSAA ou un diplôme d'écoles d'art, de commerce, un master en communication et publicité.

bac + 3

→ Diplôme de premier cycle de l'École nationale supérieure des arts décoratifs (ENSAD)

→ DN MADE mention événement

→ DN MADE mention graphisme

→ DN MADE mention livre

→ DN MADE mention numérique

→ DNA option communication

→ DNA option design

bac + 5

→ Diplôme de deuxième cycle supérieur de l'École nationale supérieure des arts décoratifs

→ Diplôme national supérieur d'arts plastiques

→ Directeur artistique (LISAA)

→ Directeur artistique (Penninghen)

→ Directeur artistique plurimédia

→ Directeur de création mode et industries créatives

→ DNSEP option art

→ DNSEP option communication

→ DNSEP option design

→ DSAA diplôme supérieur d'arts appliqués

→ Master mention culture et communication

→ Master mention information, communication

Emploi et secteur

L'essor des nouvelles technologies

Depuis l'avènement du tout digital, le directeur ou la directrice de création a réinventé sa façon de concevoir un projet : il faut désormais proposer des projets « en ligne » (sites Internet, référencement, applications pour smartphones, *podcasts (audios à la demande)*, etc.) et des projets « hors ligne » (campagnes d'affichage, cartes de visite, etc.). Aujourd'hui, les deux sont complémentaires et interagissent ensemble : c'est ce qu'on appelle le *crossmedia (transmédia)* qui s'accompagne aussi d'interactions avec le public.

Un secteur qui évolue

L'essor des activités culturelles, l'arrivée de nouveaux médias, le développement de la diffusion de l'information et de la communication publicitaire ont dynamisé le secteur. Le directeur ou la directrice de création a vu ses missions évoluer avec le développement du marketing digital et des données. Il ou elle se doit aussi de respecter la responsabilité sociale des entreprises (RSE) clientes.

Au sommet d'une carrière

Avec son expertise, le directeur ou la directrice de création dépend généralement de la direction générale (DG) ou de la direction de la communication. Il ou elle peut évoluer en devenant DG d'une agence de communication ou de publicité, ou en créant sa propre agence par exemple.

Secteur

Communication

Marketing, publicité

Salaire du débutant *

Entre 3164 et 4142 euros brut par mois.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Sur le web

Site de l'Association des agences conseils en communication

Librairie



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



PARCOURS

Design

Paru le 17/02/2025
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centres d'intérêt

Autres métiers à découvrir

- Directeur artistique
- Rédacteur de mode
- Designer d'interaction
- Webdesigner
- Designer graphique