

Réalisateur/-trice publicitaire DF

développer, mettre en œuvre, promouvoir, diriger

Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires sont des fournisseurs professionnels de prestations de service et de produits dans le domaine de la conception, de la fabrication et du montage de produits de technique publicitaire. En tant que propriétaires d'entreprise, gérants ou chefs de service, ils fournissent à leur clientèle (par ex. entreprises, autorités ou particuliers) une communication marketing moderne et attrayante.

Les réalisateurs et réalisatrices observent le marché, développent des concepts techniques publicitaires, conçoivent et produisent des produits techniques publicitaires, les installent et les entretiennent. Il s'agit par exemple de façades, de véhicules et de vitrines, de panneaux publicitaires, de construction de foires, de

publicité lumineuse ou de signalisation. Ils gardent toujours un œil sur le budget et veillent à ce que l'équipe effectue ses travaux consciencieusement. Ils forment des apprentis et veillent à ce que les prescriptions légales en matière de sécurité au travail, de protection de la santé et de l'environnement soient respectées par les collaborateurs.

L'orientation vers la clientèle et les services est d'une importance capitale pour les réalisateurs et réalisatrices publicitaires. Ils conseillent la clientèle sur des questions stratégiques de manière systématique, en fonction des besoins et des destinataires. Ils veillent ainsi, entre autres, à ce que la clientèle s'élargisse constamment.



Quoi et pourquoi?

- ▶ Afin de pouvoir rivaliser avec la concurrence, le réalisateur publicitaire observe le marché et développe sa gamme de produits (façades, vitrines, panneaux publicitaires, construction de stands d'exposition ou enseignes lumineuses) en fonction des tendances actuelles.
- ▶ Afin que la conception de ses produits, en termes de communication visuelle, de typographie ainsi que la forme et la matérialisation correspondent aux besoins des clients, la réalisatrice publicitaire analyse le marché.
- ▶ Afin que l'entreprise soit dans les chiffres noirs, le réalisateur publicitaire acquiert des projets de clients, calcule et veille aux coûts pendant la production et effectue un calcul ultérieur si nécessaire.
- ▶ Afin de pouvoir élargir sa clientèle, la réalisatrice publicitaire communique régulièrement avec des clients potentiels, par exemple des organisations qui ont besoin de services et de produits pour leur communication marketing.

Les faits

Admission En passant l'examen:
a) Spécialiste en réalisation publicitaire BF, concepteur dans l'artisanat BF ou titre équivalent et au moins 1½ ans de responsabilité professionnelle et de direction dans le domaine de la technique publicitaire ou;
b) un autre brevet fédéral ou un titre équivalent et au moins 3 ans de responsabilité professionnelle et de direction dans le domaine de la technique publicitaire.

Formation 2 ans de formation continue en cours d'emploi sous forme de cours.
Remarque: les frais de cours sont partiellement couverts par la Confédération.

Les aspects positifs Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires contribuent de manière significative

à une expérience de marque utile (Useful Brand Experience) avec leurs produits.

Les aspects négatifs Les gens sont inondés chaque jour de plusieurs milliers de messages publicitaires. Certains développent une véritable aversion à leur égard. Cela ne facilite pas le travail des techniciens et des techniciennes.

Bon à savoir Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires travaillent dans des entreprises des secteurs de la technique publicitaire, de la sérigraphie et de la publicité lumineuse en tant que cadres supérieurs ou dirigent leur propre entreprise. Ils sont appelés à s'imposer sur le marché avec des produits et des services innovants.

Profil requis

	avantageux	important	très important
connaissances en informatique, talents organisationnels	[Barre bleue]		
conscience de la qualité	[Barre bleue]		
constitution robuste, indépendance	[Barre bleue]		
imagination, compréhension technique	[Barre bleue]		
intérêt pour le marketing	[Barre bleue]		
mode de fonctionnement rapide	[Barre bleue]		
précision dans le travail, diligence	[Barre bleue]		
qualités de dirigeant, capacité à travailler en équipe	[Barre bleue]		
sens des couleurs, sens de la forme, sens de l'esthétique	[Barre bleue]		
talents linguistiques, conscience des modes	[Barre bleue]		

Plans de carrière

↑	Designer HES en communication visuelle (Bachelor)
	Designer ES en communication visuelle (diplôme fédéral)
	Réalisateur/-trice publicitaire DF
	Spécialiste en réalisation publicitaire BF, concepteur dans l'artisanat BF ou titre équivalent (voir admission)