



Le·La réalisateur·trice publicitaire conçoit, produit et pose des inscriptions publicitaires, informatives ou signalétiques sur des vitrines de magasin, des façades, des panneaux, des luminaires, des véhicules et autres supports.

Selon le support sur lequel est inscrite l'information (métal, plastique, verre, toile, etc.), il·elle recourt à des techniques particulières d'utilisation des matériaux.



3M
Professional Tape
SCPS-100
www.3m.com

Aptitudes requises

Absence de vertige, aptitude pour le dessin, autonomie et sens de l'organisation, bonne acuité visuelle, bonne santé physique, bonne représentation spatiale, intérêt pour l'informatique, perception correcte des couleurs, rigueur et précision, sens de l'esthétique.

Principales tâches

Conception

Accueillir le client, examiner sa demande ; étudier la faisabilité du projet ; tenir compte de l'image de marque de l'entreprise, du public cible, des goûts et du budget du client. Créer des ébauches, choisir un support. Proposer plusieurs variantes et réaliser des maquettes ; respecter les bases légales et les normes environnementales. Définir les délais d'exécution, établir un devis et le soumettre au client.

Réalisation numérique

Réaliser la mise en page, intégrer les textes et les images. Reproduire un modèle, numériser des photos ou des logos, soumettre une épreuve au client, obtenir le bon à tirer. Imprimer par procédé numérique sur le support retenu, découper au format voulu. Archiver la documentation digitale.

Réalisation manuelle

Donner la forme, la taille et l'aspect demandé aux matériaux, découper, scier, peindre ; appliquer des inscriptions sur différents types de surfaces.

Montage et pose

Monter des systèmes signalétiques ; transporter et fixer les enseignes lumineuses, les panneaux d'exposition, les pancartes publicitaires. Percer, visser, clouer, riveter, coller des autocollants sur tous supports. Entretien du matériel et les outils ; éliminer les déchets selon les normes en vigueur.

Environnement de travail

Le·La réalisateur·trice publicitaire travaille dans de petites à moyennes structures. Si l'ordinateur est leur outil principal, il·elle s'active aussi à l'extérieur. Leurs tâches sont éprouvantes physiquement (travail sur échafaudages), notamment à cause du poids des supports, des conditions climatiques et des délais imposés par certains projets. Il·Elle collabore avec des graphistes et des designers qui leur fournissent les messages publicitaires.



800-28-200

Durée et lieu

- Quatre ans (formation duale).
- Formation pratique (3 – 4 jours par semaine) dans une entreprise de réalisation publicitaire.
- Formation théorique (1 – 2 jours par semaine) à l'École romande d'arts et communication (eracom) à Lausanne.

Conditions d'admission

- Scolarité obligatoire achevée.
- Signature d'un contrat d'apprentissage dans une entreprise formatrice.
- Certaines entreprises recourent à un examen d'admission.

Titre obtenu

- Certificat fédéral de capacité (CFC) de réalisateur-trice publicitaire.
- La possibilité de suivre une maturité professionnelle intégrée est offerte si l'entreprise formatrice donne son accord et si le/la candidat-e satisfait aux conditions d'admission.

Perspectives

Travail en qualité de salarié ou d'indépendant-e dans le domaine de la réalisation publicitaire.

Perfectionnements

- Maturité professionnelle post-CFC
- Brevet
- École supérieure ES
- Hautes écoles spécialisées HES (maturité professionnelle requise)

Contenus de cours

- Typographie/lettre
- Couleur
- Communication/marketing
- Informatique spécifique à la profession
- Sécurité au travail
- Technologies
- Gestion d'entreprise
- Branches de culture générale

Formations continues et connexes

orientation.ch

Doyenne responsable

anne.hogge-duc@vd.ch