

Description

Le réalisateur ou la réalisatrice publicitaire conçoivent, produisent et posent des inscriptions publicitaires, informatives ou signalétiques sur des vitrines de magasin, des façades, des panneaux, des luminaires, des véhicules, etc. Selon le support sur lequel est inscrite l'information (métal, plastique, verre, toile, etc.), ils recourent à des techniques particulières d'utilisation des matériaux.

Leurs principales activités consistent à :

Conception

- accueillir le client et 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 en deux ou trois dimensions à l'aide de logiciels graphiques;
- choisir un support en fonction du lieu où sera placé le produit réalisé;
- proposer plusieurs variantes (dimensions, styles, dispositions, couleurs), réaliser une maquette;
- respecter les bases légales et les normes environnementales en matière de signalétique;
- évaluer le temps de travail et la quantité de matériaux nécessaires; définir les délais d'exécution;
- établir un devis et le soumettre au client;

Réalisation numérique

- réaliser la mise en page de l'inscription à l'aide de programmes informatisés; respecter la grandeur, l'épaisseur, l'inclinaison et la couleur des lettres; intégrer les textes et les images;
- reproduire un modèle donné, scanner des photos ou des logos sur l'ordinateur;
- soumettre une épreuve au client, obtenir le bon à tirer;
- imprimer par procédé numérique sur le support retenu (banderole plastique, papier autocollant, etc);
- découper au format voulu à l'aide d'un laser ou d'un plotter (machine pilotée par ordinateur);
- archiver la documentation digitale liée au mandat;

Réalisation manuelle

- donner la forme, la taille et l'aspect demandé aux matériaux (bois, métal, plastique), découper, scier, peindre; sous-traiter au besoin certains travaux;
- appliquer des inscriptions sur différentes sortes de surfaces;
- imprimer par sérigraphie (technique d'impression à l'aide d'un pochoir en tissu);
- découper au cutter;

Montage et pose

- monter des systèmes signalétiques, les revêtir d'un film protecteur;
- demander, si nécessaire, les autorisations de pose;
- transporter et fixer les enseignes lumineuses, les pancartes publicitaires, etc;
- coller des autocollants sur une vitrine, un véhicule;
- entretenir le matériel et les outils;
- éliminer les déchets selon les normes en vigueur.

Environnement de travail

Les réalisateurs publicitaires travaillent dans de petits ateliers. Si l'ordinateur est leur outil principal, ils s'activent aussi à l'extérieur pour réaliser des signalisations sur sites ou pour poser des enseignes. Leurs tâches sont éprouvantes physiquement (travail sur échafaudages), notamment à cause du poids des supports, des conditions climatiques et des odeurs dégagées par les substances utilisées. Ils collaborent avec des graphistes et des designers qui leur fournissent les messages publicitaires.

Formation

La formation de réalisateur ou de réalisatrice publicitaire s'acquiert par un apprentissage.

Lieux

- formation pratique (3,5 jours par semaine) dans une entreprise;
- formation théorique (1,5 jour par semaine) à l'Ecole romande d'arts et communication de Lausanne (ERACOM);
- cours interentreprises (16 jours sur 3 ans).

Durée

- 4 ans.

Conditions d'admission

- scolarité obligatoire achevée;
- certaines entreprises ou écoles recourent à un examen d'admission.

Titre obtenu

- certificat fédéral de capacité (CFC) de réalisateur ou de réalisatrice publicitaire.

Possibilité d'obtenir une maturité professionnelle, pendant l'apprentissage ou après l'obtention du CFC, selon des modalités variables d'un canton à l'autre.

Contenu

Branches théoriques (sur 4 ans)	Leçons
Conception et conseil	160
Réalisation	460
Préparation du travail, technique publicitaire, montage	480
Pré-impression	300
Sécurité du travail, protection santé/environnement	40
Culture générale	480
Sport	240
Total	2160

Qualités requises

L'exercice de cette profession fait appel à des qualités comme:

- Habilité manuelle
- Créativité et imagination
- Absence de vertige
- Facilité pour le dessin
- Sens de la communication
- Précision et minutie
- Sens esthétique
- Bonne représentation spatiale

Perspectives professionnelles

Après quelques années d'expérience, le réalisateur ou la réalisatrice publicitaire peuvent obtenir un poste de responsable d'atelier dans une entreprise d'une certaine importance. Ils peuvent également se mettre à leur compte et créer leur propre atelier. Cependant, l'acquisition de la clientèle est souvent difficile car la concurrence dans ce domaine est vive.

CFC délivrés en Suisse romande en 2015:

FR: 5; GE: 13; VD: 7; VS: 3.

Perfectionnement

Les réalisateurs publicitaires peuvent envisager les perfectionnements suivants:

- apprentissage complémentaire de polydesigner 3D, de graphiste, de polygraphe;
- diplôme de technicien-ne diplômé-e ES des médias, spécialisation polygraphie, 3 ans, formation en emploi, Lausanne;
- Bachelor of Arts HES-SO en communication visuelle, 3 ans, formation à plein temps, Genève et Lausanne;
- Bachelor of Arts HES-SO en design industriel et de produits, 3 ans, formation à plein temps, Lausanne;
- Bachelor of Science HES-SO en ingénierie des médias, 3 ans, formation à plein temps, Yverdon-les-Bains;
- etc.

Pour plus de détails, consulter www.orientation.ch/perfectionnement.

Professions voisines

- Graphiste CFC/Graphiste CFC
- Peintre en décors de théâtre CFC/Peintre en décors de théâtre CFC
- Polydesigner 3D CFC/Polydesigner 3D CFC
- Polygraphe CFC/Polygraphe CFC
- Technologue en impression CFC/Technologue en impression CFC

Adresses

Association des réalisateurs publicitaires
Spitalstrasse 14
9472 Grabs
Tél.: 081 750 35 88
<http://www.verband-werbettechnik.ch>

ERACOM - Ecole romande d'arts et communication,
Lausanne
Rue de Genève 55
Case postale 6020
1004 Lausanne
Tél.: 021 316 01 00
<http://www.eracom.ch>