



**Réalisateur,
réalisatrice
publicitaire**

CFC

**Assistant,
assistante en
médias imprimés**
techniques publicitaires

AFP

«N'importe quelle publicité est une bonne publicité», disait Andy Warhol. Aujourd'hui, on la retrouve presque partout: sur des véhicules, des vitrines ou encore des façades. La fabrication et la pose de ces enseignes sont confiées aux réalisateurs publicitaires.



Qualités requises

J'ai la fibre artistique et un bon sens rédactionnel

Dans ce métier, il faut savoir dessiner, apprécier les formes et les volumes, et évaluer l'aspect esthétique d'un logo. Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires doivent aussi avoir un bon sens rédactionnel, notamment pour composer des textes sans fautes.

Je travaille avec soin et précision

Découper des lettres, appliquer des autocollants sur des surfaces arrondies, peindre une inscription au chablon avec un pinceau: ces tâches demandent passablement de dextérité et de patience.

La technique et l'informatique m'intéressent

Les réalisateurs publicitaires savent se servir d'imprimantes numériques et de plotters (machines de découpe). Ils maîtrisent aussi les logiciels graphiques. Dans ce domaine, il est essentiel de se tenir au courant des évolutions technologiques.

J'aime le travail d'équipe

Ces professionnels s'entraident pour le transport ou la pose de grands panneaux publicitaires. Ils collaborent également avec des graphistes, des constructeurs métalliques, etc.

✓ Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires installent souvent des éléments en hauteur, comme ici une enseigne lumineuse.



Environnement de travail

La majorité des entreprises de réalisation publicitaire sont de petites structures, qui comptent en moyenne cinq collaborateurs. Les grosses entreprises avec plus de dix employés restent très rares; certaines sont spécialisées dans les grands formats (covering de trams, pose de bâches, etc.).

A l'atelier ou sur un chantier

Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires travaillent tantôt à l'intérieur (conception informatique au bureau et fabrication des enseignes à l'atelier), tantôt à l'extérieur (montage sur les chantiers). La pose a parfois lieu le soir ou le week-end, par exemple pour l'habillage de véhicules de transport en commun ou pour le montage de stands commerciaux. Certaines tâches, comme l'installation de lourds panneaux, peuvent être éprouvantes physiquement. Il arrive que ces professionnels travaillent en hauteur, perchés sur une échelle ou installés dans une nacelle: il ne faut donc pas avoir le vertige.

Les réalisateurs publicitaires utilisent aussi bien des machines ultramodernes (imprimantes numériques, plotters, lasers, etc.) que des outils manuels (cutters, racles, pinceaux, etc.).

Formation CFC



Conditions d'admission

Scolarité obligatoire achevée. Pour intégrer une entreprise formatrice, il faut se présenter avec un dossier (dessins, photos, collages, etc.) et avoir effectué un stage.



Durée

4 ans



Entreprise formatrice

Entreprise de réalisation publicitaire



Ecole professionnelle

Les apprentis et apprenties romands suivent, 1,5 jour par semaine en moyenne, des cours à l'ERACOM à Lausanne, dans une classe intercantonale. Les leçons portent notamment sur l'histoire et la structure de l'écriture, les matériaux, le calcul professionnel, les logiciels graphiques (Illustrator, Photoshop, etc.), l'étude des couleurs, les moyens de production, les bases de la réalisation, les techniques de fixation, le conseil aux clients et la vente, le marketing ou encore la sémiotique et la photographie. A cela s'ajoute l'enseignement de la culture générale et du sport. Il n'y a pas de cours de langues étrangères.



Cours interentreprises

Les cours interentreprises se déroulent en entreprise et à l'ERACOM. Ils permettent un approfondissement et une mise en pratique des sujets étudiés en classe, tels que marketing, gestion du stress, typographie ou compositions. Le programme prévoit 15 jours de cours interentreprises répartis sur 3 ans.



Titre délivré

Certificat fédéral de capacité (CFC) de réalisateur ou de réalisatrice publicitaire



Maturité professionnelle

En fonction des résultats scolaires, il est possible d'obtenir une maturité professionnelle pendant ou après la formation initiale. La maturité professionnelle permet d'accéder aux études dans une haute école spécialisée (HES) en principe sans examen, selon la filière choisie.



◀ Luc Rothenbühler règle les paramètres d'un plotter pour la découpe des rouleaux autocollants.

«J'ai très vite pu réaliser seul certains projets»

Une vaste halle remplie de rouleaux autocollants multicolores et de machines qui ronronnent en continu: voilà où travaillent Luc Rothenbühler ainsi qu'une vingtaine d'autres employés. Leurs tâches sont très variées: fabrication de panneaux indicateurs, marquage d'autocars, etc.

En ce moment, Luc Rothenbühler prépare des autocollants pour habiller des cars postaux. Il pilote un plotter: cette machine fait de la découpe, grâce à une fine lame qui incise les lettres dans l'autocollant. L'apprenti doit régler avec précision les paramètres: si l'entaille est trop profonde, le scotch sera endommagé; si elle est trop superficielle, les lettres ne pourront pas se détacher correctement. Muni d'un cutter, Luc Rothenbühler ôte ensuite minutieusement les petits triangles contenus dans les A ou les ronds à l'intérieur des O. A la fin, le jeune homme n'a plus qu'à recouvrir l'auto-

collant d'une couche de papier de transfert, qui facilitera la pose des lettres sur le support.

Ni bulle d'air ni pli

Luc Rothenbühler réalise aussi de plus petites inscriptions, comme celles qui figurent sur des panneaux indicateurs. Ces dernières sont souvent collées sur leurs supports directement à l'atelier. «Pour cela, j'applique délicatement l'autocollant sur la surface, en me servant d'une racle», explique l'apprenti. «Il faut veiller à ce qu'il n'y ait ni bulle d'air ni pli!»

Plus tard dans son apprentissage, le jeune homme pourra manipuler les grandes imprimantes numériques qui permettent de reproduire des images sur les rouleaux autocollants. «Je me réjouis aussi beaucoup de pouvoir participer au montage», relève Luc Rothenbühler. «Je devrai me déplacer pour poser des enseignes dans des halls d'immeubles, installer de grands panneaux de signalisation ou encore habiller des voitures et des trams. Il m'arrive déjà d'accompagner mes collègues sur des chantiers lorsqu'il y a un manque de personnel.»

✓ La mise en forme des textes et des images se fait à l'ordinateur, au moyen de différents logiciels.



Luc Rothenbühler

16 ans, réalisateur publicitaire CFC en 1^{re} année de formation, employé dans un grand atelier



Respecter les instructions du client

Luc Rothenbühler passe une bonne partie de son temps de travail à l'ordinateur. A l'aide de logiciels, il donne la forme et la taille voulues aux logos, vérifie les réglages couleurs et envoie ensuite les fichiers au plotter et à l'imprimante. «Il ne s'agit pas vraiment d'une tâche créative. Le plus important ici, c'est de respecter scrupuleusement les instructions du client», souligne-t-il. L'apprenti apprécie aussi bien les aspects techniques du travail à l'ordinateur et au plotter que le côté manuel du montage. Autre avantage de son métier: l'autonomie. «J'ai très vite pu réaliser seul certains projets, de la conception informatique jusqu'à l'application de l'autocollant sur le support», précise Luc Rothenbühler.

Création graphique et travail manuel

«Passionnée de peinture et de dessin, j'ai très tôt été attirée par les arts graphiques», explique Emilie Rapin. «J'ai mis du temps à trouver ma voie, jusqu'à ce que je découvre ce métier au travers d'un stage: ça a été pour moi une révélation!»

Emilie Rapin travaille depuis peu à Cheseaux-sur-Lausanne (VD), dans une entreprise qui ne compte qu'elle et son patron. Marquage de véhicules, signalétique, décoration de vitrines, etc.: la petite société propose toutes sortes de réalisations.

Habillage d'une camionnette

En ce moment, Emilie Rapin s'occupe du marquage d'une camionnette pour une entreprise de nettoyage et de déménagement. «Le client m'a demandé de créer un visuel avec les éléments de sa carte de visite: logo, liste des services proposés, numéro de téléphone, etc.», explique-t-elle. La jeune femme a d'abord pris des photos du véhicule et mesuré ses dimensions. Après avoir redessiné à l'ordinateur le logo – une rose bleue – elle est passée à la mise en forme numérique des textes et de l'image. «Le client m'a laissé une grande liberté dans la présentation», souligne-t-elle. «Je lui ai soumis plusieurs variantes pour qu'il choisisse le résultat qui lui plaît le plus.»

Une fois le projet validé, la production est lancée. Les fichiers sont préparés puis envoyés au plotter: les pétales de

la rose sont alors découpés dans un rouleau de scotch bleu, les textes dans un rouleau de scotch noir. «Là, je m'occupe du dépouillage au cutter, autrement dit je retire le surplus de matière autour du logo et des lettres», explique Emilie Rapin. «Ensuite, je fixerai sur les différentes pièces un papier de transfert afin de maintenir leur agencement en prévision de la pose.»

Enfin, la jeune femme ira chez un garagiste pour appliquer l'autocollant sur la camionnette. «Notre atelier n'est pas assez grand pour accueillir un tel véhicule», précise-t-elle. «Il faut aussi que je puisse travailler dans un endroit où il n'y a pas de poussière et où il fait chaud, afin que la colle adhère bien. Je nettoie également toujours la carrosserie avant de poser un autocollant.»



➤ Le dépouillage consiste à retirer le surplus de matière autour des lettres ou d'un logo.

Plotter ou imprimante numérique?

«J'ai opté ici pour la découpe au plotter, car le visuel ne présentait pas de couleurs ni de motifs superposés», relève Emilie Rapin. «Lorsqu'on a affaire à une photo ou à une image avec des dégradés, des ombres, etc., on utilise plutôt l'imprimante numérique. Dernièrement, j'ai réalisé par ce procédé un panneau pour une agence immobilière. Le cadre en alu sur lequel



➤ Après la découpe de l'autocollant au plotter, Emilie Rapin contrôle la qualité du résultat.

Emilie Rapin
28 ans,
réalisatrice
publicitaire CFC,
employée dans
une petite
entreprise

j'ai posé l'autocollant a été fabriqué par un constructeur métallique.» Il arrive aussi que la jeune femme collabore avec des électriciens pour le branchement des enseignes lumineuses ou encore avec des menuisiers pour la fabrication de supports en bois.



Assistant, assistante en médias imprimés AFP
(domaine spécifique techniques publicitaires):
la formation professionnelle initiale en 2 ans

«Je dois aussi assurer au niveau manuel»

Pol Fürst

19 ans, assistant en
médias imprimés
AFP (domaine
spécifique techni-
ques publicitaires)
en 2^e année
de formation,
employé dans une
petite entreprise

Quelles sont vos tâches principales?

Je mesure les objets sur lesquels les inscriptions seront apposées. Je réalise ensuite un modèle numérique dans lequel j'intègre ces données et je positionne les inscriptions prévues. L'ordinateur mesure la taille des feuilles auto-collantes, puis je lance l'impression ou la découpe au plotter.

Sur quoi travaillez-vous actuellement?

J'applique un logo et des inscriptions sur une voiture d'auto-école. Après ça, je réaliserai un panneau d'information pour un bâtiment commercial et j'irai le fixer sur place. Hier, j'étais en déplacement pour décorer les portes d'un immeuble.

Vous êtes donc autant sur les routes qu'au bureau?

Absolument, et cette alternance me plaît beaucoup. Je ne travaille pas qu'à l'ordinateur, je dois aussi assurer au niveau manuel. Par exemple, pour le panneau d'information dont j'ai parlé, je devrai percer un mur en béton pour l'accrocher; ce ne sera pas facile, j'aurai besoin de l'aide d'une collègue.

Pourquoi avoir choisi la formation AFP?

Je voulais un métier créatif. Mes notes à l'école n'étant pas assez bonnes pour accéder au CFC, l'apprentissage d'assistant en médias imprimés représentait une alternative idéale pour moi. Je suis très satisfait de mon choix.



^ Les réalisateurs publicitaires et les assistants en médias imprimés travaillent souvent en équipe, par exemple lorsqu'il s'agit d'installer de grands panneaux signalétiques.

L'AFP, c'est quoi?

La formation professionnelle initiale en deux ans d'assistant ou d'assistante en médias imprimés (domaine spécifique techniques publicitaires) s'adresse à des personnes qui ont des difficultés d'apprentissage ou dont les connaissances scolaires ne leur permettent pas de commencer un CFC. Les exigences au niveau de la pratique sont à peu près les mêmes que pour le CFC, mais les cours professionnels sont plus simples. L'attestation fédérale de formation professionnelle (AFP) permet d'entrer dans le monde du travail ou de poursuivre sa formation pour obtenir le CFC de réalisateur ou de réalisatrice publicitaire, moyennant en principe trois années de formation supplémentaires.

Assistant-e en médias imprimés AFP

 **Durée** 2 ans

 **Entreprise formatrice**

Les tâches pratiques correspondent dans l'ensemble à celles des réalisateur-trice-s publicitaires CFC.

 **Ecole professionnelle**

- 1 jour par semaine en moyenne
- Accent sur les branches pratiques: fabrication de produits imprimés, sécurité au travail, protection de la santé et de l'environnement
- Pas de langues étrangères
- Lieu: en Suisse romande, à Lausanne

 **Cours interentreprises**

- Journées spécifiques organisées par l'école professionnelle
- Thèmes: sécurité au travail, protection de la santé et de l'environnement, fabrication de produits imprimés, assurance qualité

Réalisateur-trice publicitaire CFC

 **Durée** 4 ans

 **Entreprise formatrice**

Responsabilité plus importante, p. ex. dans l'élaboration et la réalisation d'un projet ou dans les contacts avec les clients

 **Ecole professionnelle**

- 1,5 jour par semaine en moyenne
- Branches pratiques, mais aussi théoriques, p. ex. calcul professionnel, marketing, sémiotique
- Pas de langues étrangères
- Lieu: en Suisse romande, à Lausanne

 **Cours interentreprises**

- Journées spécifiques organisées par l'école professionnelle
- Thèmes: technologies d'impression et sécurité au travail, conseil client et vente, maîtrise du stress, innovation, conception et réalisation



^ **Analyse de la demande des clients** En amont, les réalisateurs et réalisatrices publicitaires discutent du projet avec les clients, et prennent en compte leurs besoins, le budget et les délais.



> **Imprimantes numériques et plotters** Les grands formats sont imprimés par procédé numérique ou découpés au plotter, voire au laser. Le pilotage de ces installations se fait par ordinateur.

^ **A l'ordinateur** Ces professionnels mettent en forme les textes et les images, et calculent les dimensions à fournir aux machines de découpe ou d'impression.



^ **Ciseaux et cutters** Pour certaines tâches, les réalisateurs publicitaires se servent aussi de ciseaux et de cutters. Ils doivent travailler avec une grande précision.



> **Montage sur les chantiers** Ces professionnels vont sur les chantiers pour installer les enseignes ou les panneaux indicateurs. Ceux-ci doivent être bien fixés pour des questions de sécurité.



< **Travaux préparatoires** Les travaux de pose et de montage sont préparés à l'atelier, comme la découpe des cadres en alu qui serviront de supports aux autocollants.



> **Covering de véhicules** Les réalisateurs et réalisatrices publicitaires s'occupent de l'habillage de voitures et parfois même d'autocars, de bus et de trams.



^ **Pose d'autocollants** Racle, fœhn, décapant, etc.: divers instruments et produits sont utilisés pour l'application d'autocollants sur les différents types de surfaces.



Marché du travail

Quelque 150 jeunes entament chaque année un apprentissage de réalisateur ou de réalisatrice publicitaire, dont une trentaine en Suisse romande. On y recense une cinquantaine d'entreprises formatrices.

Peu de places de travail

Chaque année, seul un tiers des diplômés romands parvient à trouver un emploi. Les perspectives d'embauche dépendent du canton: il y a par exemple plus de places en région lémanique que dans l'Arc jurassien. De nombreux diplômés doivent réorienter leur activité (dans le textile, la sérigraphie, etc.), voire changer de métier. Se mettre à son compte est plus compliqué qu'autrefois en raison des investissements importants (locaux, machines, etc.). De plus en plus de professionnels ont le statut de free-lance et travaillent sur mandat.

Endosser des responsabilités

Dans les entreprises, les réalisateurs publicitaires ont la possibilité de devenir chef-fe d'atelier ou de projet. Dans les grandes structures, ils peuvent occuper des postes de chef-fe d'équipe ou de département. Par ailleurs, beaucoup d'entreprises cherchent des repreneurs. Cela peut être une bonne option pour devenir son propre patron ou sa propre patronne.

✓ Locaux, machines, matières premières: d'importants investissements sont nécessaires pour pouvoir se mettre à son compte.



Formation continue

Quelques possibilités après le CFC:

Cours: offres proposées par les institutions de formation, les associations professionnelles et les fournisseurs

Apprentissage complémentaire: polydesigner 3D, graphiste ou polygraphe

Brevet fédéral (BF): concepteur-trice dans l'artisanat ou coloriste (en Suisse alémanique)

Diplôme fédéral (DF): réalisateur-trice publicitaire ou expert-e concepteur-trice dans l'artisanat (en Suisse alémanique)

Ecole supérieure (ES): designer en communication visuelle, en design de produit ou en arts visuels

Haute école spécialisée (HES): bachelor en communication visuelle, en design industriel et de produits, en arts visuels ou en ingénierie des médias



Designer HES en communication visuelle

Avec une maturité professionnelle, il est possible de suivre une formation en haute école spécialisée, par exemple pour devenir designer en communication visuelle. Ces professionnels élaborent des solutions visuelles permettant de transcrire un message en signes ou en images. Pour cela, ils combinent différents moyens d'expression graphique (photo, vidéo, typographie, etc.) et choisissent les médias et les supports de communication appropriés.

Chef, cheffe d'atelier

La fonction de chef-fe d'atelier représente une évolution professionnelle courante et intéressante pour les réalisateurs et réalisatrices publicitaires. Les chefs d'atelier coordonnent les tâches et veillent au bon déroulement de la production. Ils assument aussi la gestion de l'équipe et du budget. Cette fonction requiert de l'expérience, mais pas de formation supplémentaire.



Adresses utiles

www.orientation.ch, pour toutes les questions concernant les places d'apprentissage, les professions et les formations

www.arrp.ch, Association romande des réalisateurs publicitaires (ARRP)

www.orientation.ch/salaire, informations sur les salaires

Impressum

1^{re} édition 2018. © 2018 CSFO, Berne.
Tous droits réservés.

Edition:

Centre suisse de services Formation professionnelle |
orientation professionnelle, universitaire et
de carrière CSFO
CSFO Editions, www.csfo.ch, editions@csfo.ch
Le CSFO est une institution de la CDIP.

Enquête et rédaction: Jean-Noël Cornaz, Peter Kraft,
CSFO; Daniel Fleischmann **Traduction:** Catherine
Natalizia **Relecture:** Claude-Alain Wälti, ARRP;
Marianne Gattiker **Photos:** Thierry Parel; Maurice
Grünig; Rainer Wälder **Graphisme:** Eclipse Studios
Réalisation: Roland Müller, CSFO **Impression:**
Haller + Jenzer

Diffusion, service client:

CSFO Distribution, Industriestrasse 1, 3052 Zollikofen
Tél. 0848 999 002, distribution@csfo.ch,
www.shop.csfo.ch

N° d'article: FE2-3076 (1 exemplaire), FB2-3076
(paquet de 50 exemplaires). Ce dépliant est égale-
ment disponible en allemand.

Nous remercions toutes les personnes et les
entreprises qui ont participé à l'élaboration de ce
document. Produit avec le soutien du SEFRI.