

ICT Berufsbildung
Formation professionnelle
Formazione professionale

PROFIL DE QUALIFICATION POUR LA PROFESSION DE

Médiamaticienne / Médiamaticien

avec certificat fédéral de capacité (CFC)

Version du 27.11.2025

N° de la profession **xxxxx**

1 Introduction

Le profil de qualification décrit le profil de la profession ainsi que les compétences opérationnelles à acquérir et le niveau d'exigence de la profession. Il indique les qualifications que les médiamaticiens CFC[1] doivent posséder pour pouvoir exercer la profession de manière compétente et conformément au niveau requis.

En outre, le profil de qualification sert de base à la composition des procédures de qualification, à la classification du CFC dans le cadre national des certifications pour les diplômes de la formation professionnelle (CNC formation professionnelle) et à l'élaboration du supplément descriptif du certificat.

2 Profil de la profession

Les médiamaticiens CFC sont des spécialistes polyvalents dans le domaine de la production médiatique. Ils développent et produisent des produits médiatiques, conçoivent des mesures de marketing et de communication et combinent pour cela des compétences créatives, techniques et communicatives. Dans leur quotidien professionnel, ils font preuve d'un fort esprit d'équipe et conseillent les clients avec compétence tout au long du projet.

2.1 Domaine d'activité

Médiamaticien/médiamaticienne CFC est un métier du secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC). Les médiamaticiens CFC travaillent dans des entreprises de différentes tailles et de différents secteurs. Dans les grandes entreprises, ils travaillent généralement dans les services marketing et communication, tandis que dans les petites entreprises, ils couvrent un éventail de tâches plus large et peuvent être amenés à intervenir dans l'ensemble des activités de marketing et de communication. Les médiamaticiens CFC sont recherchés dans toutes les organisations ayant des besoins permanents en communication, des administrations aux entreprises de production en passant par les entreprises de services. Afin de tenir compte de l'hétérogénéité des entreprises, un certain nombre de compétences opérationnelles sont choisies de manière flexible dans le cadre de la formation.

Les groupes cibles de leur travail sont variés: les médiamaticiens CFC collaborent avec des clients externes dans le cadre de la communication publique ou de la vente de produits. En interne, ils sont intégrés à leurs équipes et coopèrent avec des spécialistes d'autres départements tels que l'informatique, le marketing ou la communication. Les produits médiatiques typiques comprennent les médias numériques tels que les vidéos, les photos, les sites web, les éléments graphiques ou les contenus des réseaux sociaux, mais aussi les produits imprimés tels que les affiches, les flyers et les catalogues.

2.2 Principales compétences opérationnelles

La compétence principale des médiamaticiens CFC réside dans la conception et la mise en œuvre de contenus multimédias destinés à différents groupes cibles et canaux de communication. Pour ce faire, ils mettent à profit leur sens aigu du design et leur compréhension des exigences des groupes cibles.

Les médiamaticiens CFC veillent à ce que les produits médiatiques soient publiés ou communiqués efficacement. Pour ce faire, ils développent et mettent en œuvre des mesures de communication et de marketing. Ils parviennent à formuler des messages adaptés aux groupes cibles et à les préparer pour les canaux prévus. Ils maîtrisent les outils TIC, tels que les programmes de conception. Ils utilisent par exemple les fonctionnalités des systèmes de gestion de contenu (CMS) pour gérer des sites web ou des applications.

[1] Les termes désignant des personnes s'appliquent également aux femmes et aux hommes.

Les médiamaticiens CFC mènent à bien des projets, du premier contact avec les clients jusqu'à leur achèvement. Leurs compétences en communication jouent ici un rôle central. Ils clarifient les besoins, présentent les résultats, répondent aux questions en suspens et livrent enfin le produit fini.

2.3 Exercice de la profession

Les médiamaticiens CFC travaillent de manière très autonome. Ils travaillent aussi bien en équipe que de manière indépendante. À la croisée de la technique, du design et de la communication, ils font le lien entre les différents acteurs impliqués et veillent à ce que les informations techniques complexes soient traduites dans un langage adapté au client.

Les médiamaticiens CFC travaillent principalement au bureau, mais peuvent également être amenés à se déplacer pour des tournages ou des prises de vue. Leur quotidien professionnel est marqué par des échanges réguliers avec les clients et d'autres services spécialisés. Ils utilisent de manière ciblée les outils de communication et de collaboration afin d'optimiser le travail en équipe. Ce faisant, ils sont conscients de la diversité des personnes impliquées.

Les médiamaticiens CFC doivent faire preuve d'une grande flexibilité pour répondre aux différents besoins des clients, respecter les délais et gérer plusieurs projets simultanément. Ils sont habitués à recevoir des commentaires critiques et à concevoir des processus itératifs.

Les médiamaticiens CFC sont les esprits créatifs de leurs équipes et de leurs entreprises. Ils utilisent diverses méthodes et techniques pour développer des idées. Qu'il s'agisse d'une vidéo explicative, d'un podcast ou d'un flyer imprimé, chaque produit médiatique raconte une histoire passionnante.

Le monde numérique évolue rapidement et sans cesse. Curieux et ouverts d'esprit, les médiamaticiens CFC s'intéressent en permanence aux tendances et aux innovations dans leur domaine d'activité. Parallèlement, ils sont conscients des aspects critiques des nouvelles technologies et réfléchissent soigneusement à leur utilisation et à leur utilité.

2.4 Importance de la profession pour la société, l’économie, la nature et la culture

Les médiamaticiens CFC apportent une contribution importante à la transformation numérique dans l'économie et la société. Grâce à la conception et à la production professionnelles de contenus multimédias, ils contribuent à la diffusion des connaissances et favorisent la participation sociale. Ils renforcent la compétitivité des entreprises en les aidant à communiquer et à présenter leurs produits et services de manière durable. Grâce aux médias numériques et à des méthodes de production respectueuses de l'environnement (green production), ils contribuent à la préservation des ressources et à la durabilité. Sur le plan culturel, ils enrichissent la transmission de contenus et les rendent plus accessibles grâce aux formats numériques. Leur profession allie savoir-faire technique et compétences créatives et est indispensable dans le monde du travail et la vie quotidienne numérisés.

2.5 Culture générale

L’enseignement de la culture générale vise à transmettre des compétences fondamentales permettant aux personnes en formation de s'orienter sur les plans personnel et social et de relever des défis tant privés que professionnels.

3 Vue d'ensemble des compétences opérationnelles

↓ Domaine de compétences opérationnelles		compétence opérationnelle →				
a	**Réalisation de produits médiatiques**	**a1** développer et concevoir des univers visuels pour des produits médiatiques	**a2** produire des contenus vidéo	**a3** concevoir des interfaces utilisateur numériques pour des sites Web ou des applications	**a4** concevoir des produits graphiques et les préparer pour la production	**a5** créer des éléments graphiques animés et les intégrer dans des produits multimédias
b	**Développement et mise en œuvre de mesures de marketing ou de communication**	**b1** définir et coordonner les mesures de marketing ou de communication	**b2** gérer les canaux de marketing ou de communication	**b3** analyser et interpréter les données d'utilisation	**b4** créer et animer des comptes sur les réseaux sociaux	
c	**Utilisation des moyens informatiques**	**c1** configurer des moyens informatiques pour son propre environnement de travail	**c2** tester et introduire des moyens informatiques innovants	**c3** archiver les données relatives aux médias et aux commandes tout en respectant les exigences en matière de protection et de sécurité des données	**c4** gérer les systèmes de gestion de contenu	**c5** aider les utilisateurs dans l'utilisation des moyens informatiques
d	**Réalisation de projets médiatiques**	**d1** clarifier les besoins des clients pour le projet médiamatique	**d2** planifier des projets médiatiques	**d3** vérifier l'avancement des projets médiatiques	**d4** présenter les résultats intermédiaires des projets médiatiques aux clients et adapter la planification si nécessaire	**d5** remettre les produits médiatiques au mandant et clôturer le projet

Le développement des compétences opérationnelles b1-b3, c1-c3 et du domaine de compétence opérationnelle d est obligatoire pour tous les apprenants.

Le développement de 5 compétences opérationnelles issues des domaines de compétences opérationnelles a, b4, c4 et c5 est obligatoire.