

ICT Berufsbildung
Formation professionnelle
Formazione professionale

PLAN DE FORMATION

relatif à l'ordonnance du SEFRI du date sur la formation professionnelle initiale de

Médiamaticienne / Médiamaticien

avec certificat fédéral de capacité (CFC)

PROJET DU 19.10.2026

N° de la profession **xxxxx**

La version actuelle est disponible à l'adresse suivante:
https://www.ict-berufsbildung.ch > Services > Centre de téléchargement

Table des matières

1. Introduction ... 3

2. Bases de la pédagogie professionnelle ... 4
2.1. Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles ... 4
2.2. Tableau récapitulatif des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle ... 5
2.3. Niveaux taxonomiques pour les objectifs évaluateurs (selon Bloom) ... 6
2.4. Collaboration entre les lieux de formation ... 7

3. Profil de qualification ... 8
3.1. Profil de la profession ... 8
3.2. Vue d'ensemble des compétences opérationnelles ... 10
3.3. Niveau d'exigences de la profession ... 11

4. Domaines de compétences opérationnelles, compétences opérationnelles et objectifs évaluateurs par lieu de formation ... 12

0BDomaine CO a: Réalisation des produits médiatiques ... 12

1BDomaine CO b: Développement et mise en œuvre de mesures de marketing ou de communication ... 20

2BDomaine CO c: Utilisation des outils informatiques ... 23

3BDomaine CO d: Réalisation des projets médiamatiques ... 27

5. Aperçu des modules pour l'enseignement dispensé à l'école professionnelle et dans les cours interentreprises ... 32

6. Élaboration ... 33

Annexe 1: Liste des instruments servant à garantir et à mettre en œuvre la formation professionnelle initiale et à en promouvoir la qualité ... 34

Liste des abréviations

AFP	Attestation fédérale de formation professionnelle
CFC	Certificat fédéral de capacité
CI	Cours interentreprises
CO	Compétence opérationnelle
CSFO	Centre suisse de services Formation professionnelle | orientation professionnelle, universitaire et de carrière
CSFP	Conférence suisse des offices de la formation professionnelle
EP	École professionnelle
LFPr	Loi fédérale sur la formation professionnelle, 2004
OFEV	Office fédéral de l'environnement
OFPr	Ordonnance sur la formation professionnelle, 2004
OFSP	Office fédéral de la santé publique
Orfo	Ordonnance sur la formation professionnelle initiale (ordonnance sur la formation)
Ortra	Organisation du monde du travail (association professionnelle)
SECO	Secrétariat d'État à l'économie
SEFRI	Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation
Suva	Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents

Les termes spécifiques à la profession et leur signification peuvent être consultés sur

PROJET

www.plan-modulaire.ch > Glossaire.

1. Introduction

En tant qu'instrument servant à promouvoir la qualité[1] de la formation professionnelle initiale de médiamaticien sanctionnée par un certificat fédéral de capacité (CFC), le plan de formation décrit les compétences opérationnelles que les personnes doivent avoir acquises à la fin de leur formation. Dans le même temps, il sert de base aux responsables de la formation professionnelle dans les entreprises formatrices, les écoles professionnelles et les cours interentreprises pour la planification et l'organisation de la formation.

Le plan de formation est aussi un guide auquel les personnes en formation peuvent se reporter.

Les termes désignant des personnes s'appliquent à tous sans distinction de genre.

PROJET

[1] voir art. 12, al. 1, let. c, de l'ordonnance du 19 novembre 2003 sur la formation professionnelle (OFPr) et l'art. 9 de l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de médiamaticienne/médiamaticien CFC.

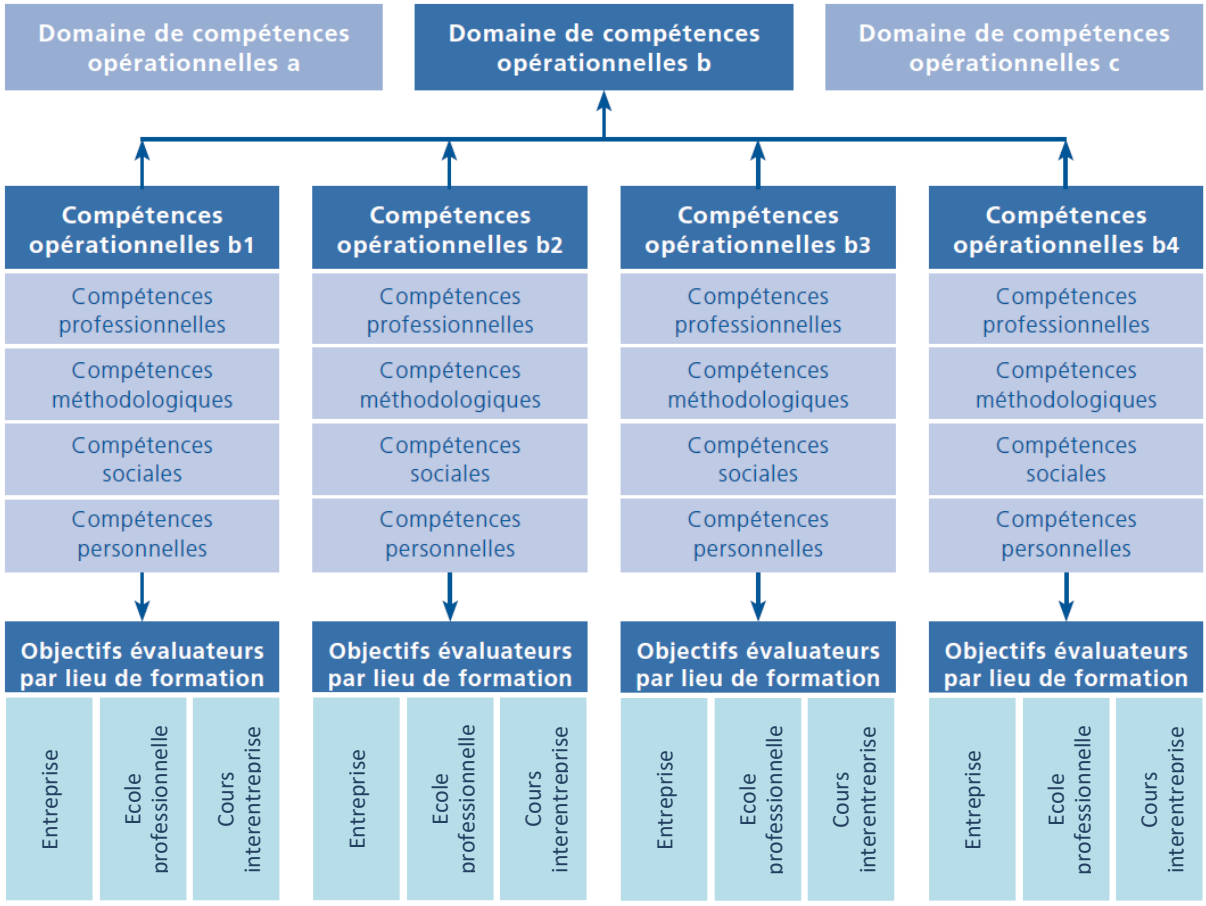
2. Bases de la pédagogie professionnelle

2.1. Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles

Le présent plan de formation constitue la base en matière de pédagogie professionnelle pour la formation professionnelle initiale de médiamaticienne/médiamaticien CFC. Le but de la formation professionnelle initiale est l'acquisition de compétences permettant de gérer des situations professionnelles courantes. Pour ce faire, les personnes en formation développent les compétences opérationnelles décrites dans ce plan de formation tout au long de leur apprentissage. Ces compétences ont valeur d'exigences minimales pour la formation. Elles délimitent ce qui peut être évalué lors des procédures de qualification.

Le plan de formation précise les compétences opérationnelles à acquérir. Ces compétences sont présentées sous la forme de domaines de compétences opérationnelles, de compétences opérationnelles et d'objectifs évaluateurs.

Représentation schématique des domaines de compétences opérationnelles, des compétences opérationnelles et des objectifs évaluateurs par lieu de formation:



La profession de médiamaticienne/médiamaticien CFC comprend quatre **domaines de compétences opérationnelles**. Ces domaines définissent et justifient les champs d'action de la profession tout en les délimitant les uns par rapport aux autres (exemple DCO a: Réalisation de produits médiatiques).

Chaque domaine de compétences opérationnelles comprend un nombre défini de **compétences opérationnelles**. Le domaine a: Réalisation de produits médiatiques regroupe par exemple cinq compétences opérationnelles. Ces dernières correspondent à des situations professionnelles courantes. Elles décrivent le comportement que les personnes en formation doivent adopter lorsqu'elles se trouvent dans ces situations.

Chaque compétence opérationnelle recouvre quatre dimensions: les compétences professionnelles, les compétences méthodologiques, les compétences personnelles et les compétences sociales (voir chap. 2.2.). Ces quatre dimensions sont intégrées aux objectifs évaluateurs.
Les compétences opérationnelles sont traduites en **objectifs évaluateurs par lieu de formation**, garantissant ainsi la contribution de l'entreprise formatrice, de l'école professionnelle et des cours interentreprises à l'acquisition des différentes compétences opérationnelles.

L'organisation de l'enseignement à l'école professionnelle et dans les cours interentreprises repose sur les modules d'ICT-Formation professionnelle Suisse. Les modules sont accessibles dans le plan modulaire à l'adresse https://www.ict-berufsbildung.ch/fr. Pour chaque module, les compétences opérationnelles spécifiques et les objectifs opérationnels sont définis. Ces objectifs et modules sont reliés entre eux de manière cohérente afin d'instaurer une collaboration effective entre les lieux de formation (voir chap. 2.4.).

2.2. Tableau récapitulatif des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle

Les compétences opérationnelles comprennent des compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles. Pour que les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC aient d'excellents débouchés sur le marché du travail, il faut qu'ils acquièrent l'ensemble de ces compétences tout au long de leur formation professionnelle initiale sur les trois lieux de formation, c'est-à-dire aussi bien au sein de l'entreprise formatrice qu'à l'école professionnelle ou dans le cadre des cours interentreprises. Le tableau ci-après présente le contenu des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle et les interactions entre ces quatre dimensions.

Compétence opérationnelle

Compétences professionnelles Les personnes en formation maîtrisent des situations professionnelles courantes de manière ciblée, adéquate et autonome et sont capables d'en évaluer le résultat.	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC utilisent les termes techniques, les outils de travail et les matériaux de manière appropriée et appliquent les normes (de qualité), les méthodes et les procédures qui conviennent. Concrètement, ils sont capables d'exécuter seuls des tâches propres à leur domaine professionnel et de réagir de façon adéquate aux exigences inhérentes à la profession.
Compétences méthodologiques Les personnes en formation planifient l'exécution de tâches et d'activités professionnelles et privilégient une manière de procéder ciblée, structurée et efficace.	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC organisent leur travail avec soin et dans le souci de la qualité. Ils tiennent compte des aspects économiques et écologiques, et appliquent les techniques de travail, de même que les stratégies d'apprentissage, d'information et de communication inhérentes à la profession en fonction des objectifs fixés. Ils ont par ailleurs un mode de pensée et d'action systémique et axé sur les processus.
Compétences sociales Les personnes en formation abordent de manière réfléchie et constructive leurs relations sociales et la communication que ces dernières impliquent dans le contexte professionnel.	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC abordent leurs relations avec leur supérieur hiérarchique, leurs collègues et les clients de manière réfléchie, et ont une attitude constructive face aux défis liés aux contextes de communication et aux situations conflictuelles. Ils travaillent dans ou avec des groupes et appliquent les règles garantissant un travail en équipe fructueux.
Compétences personnelles Les personnes en formation mettent leur personnalité et leurs comportements au service de leur activité professionnelle.	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC analysent leurs approches et leurs actions de manière responsable. Ils s'adaptent aux changements, tirent d'utiles enseignements de leurs limites face au stress et agissent dans une optique de développement personnel. Ils se distinguent par leur motivation, leur comportement au travail exemplaire et leur volonté de se former tout au long de la vie.

2.3. Niveaux taxonomiques pour les objectifs évaluateurs (selon Bloom)

Chaque objectif évaluateur est évalué à l'aune d'un niveau taxonomique (6 niveaux de complexité: C1 à C6). Ces niveaux traduisent la complexité des objectifs évaluateurs. Ils sont définis comme suit:

Niveau	Opération	Description
C1	**Savoir**	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC restituent des informations mémorisées et s'y réfèrent dans des situations similaires.
C2	**Comprendre**	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC expliquent ou décrivent les informations mémorisées avec leurs propres mots.
C3	**Appliquer**	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC mettent en pratique les technologies/aptitudes acquises dans des situations nouvelles.
C4	**Analyser**	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC analysent une situation complexe: ils la décomposent en éléments distincts, relèvent les rapports entre ces éléments et identifient les caractéristiques structurelles.
C5	**Synthétiser**	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC combinent les différents éléments d'une situation et les assemblent en un tout.
C6	**Évaluer**	Les médiamaticiennes/médiamaticiens CFC évaluent une situation plus ou moins complexe en fonction de critères donnés.

PROJET

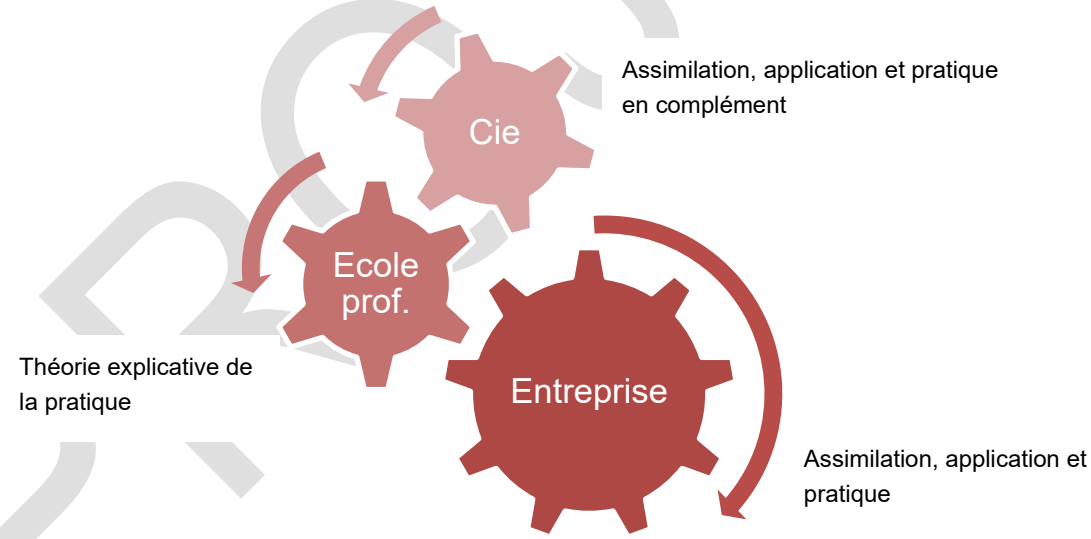
2.4. Collaboration entre les lieux de formation

La coordination et la coopération entre les lieux de formation (concernant les contenus, les méthodes de travail, la planification, les usages de la profession) sont deux gages de réussite essentiels pour la formation professionnelle initiale. Les personnes en formation ont besoin d'être soutenues pendant toute la durée de leur apprentissage afin de parvenir à faire le lien entre la théorie et la pratique. D'où l'importance de la collaboration entre les lieux de formation et de la responsabilité qui incombe aux trois lieux de formation dans la transmission des compétences opérationnelles. Chaque lieu de formation participe à cette tâche commune en tenant compte de la contribution des autres lieux de formation. Ce principe de collaboration permet à chaque lieu de formation de faire en permanence le point sur sa propre contribution et de l'optimiser en conséquence. C'est là un moyen d'améliorer la qualité de la formation professionnelle initiale.

Le rôle de chaque lieu de formation peut être résumé comme suit:

- Entreprise formatrice: dans le système dual, la formation à la pratique professionnelle a lieu dans l'entreprise formatrice, au sein d'un réseau d'entreprises formatrices, dans une école de métiers ou de commerce, ou dans toute autre institution reconnue compétente en la matière et permettant aux personnes en formation d'acquérir les aptitudes pratiques liées à la profession choisie.
- École professionnelle: elle dispense la formation scolaire, qui comprend l'enseignement des connaissances professionnelles, de la culture générale et de l'éducation physique.
- Cours interentreprises: ils visent l'acquisition d'aptitudes de base et complètent la formation à la pratique professionnelle et la formation scolaire lorsque cela s'avère nécessaire dans la profession choisie.

Les interactions entre les lieux de formation peuvent être représentées comme suit:



La mise en place d'une coopération réussie entre les lieux de formation repose sur les instruments servant à promouvoir la qualité de la formation professionnelle initiale (voir annexe).

PROJET

3. Profil de qualification

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 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.

3.1. Profil de la profession

Les médiamaticiennes et médiamaticiens sont des spécialistes polyvalents dans le domaine de la production médiatique. Ils créent et réalisent des produits médiatiques, conçoivent des mesures de marketing et de communication en combinant compétences créatives, techniques et communicatives. Dans leur activité quotidienne, ils démontrent un solide esprit d'équipe et conseillent les clients avec compétence tout au long du projet.

Domaine d'activité

Le métier de médiamaticienne/médiamaticien CFC relève du domaine des technologies de l'information et de la communication. Les médiamaticiennes et médiamaticiens exercent leur activité dans des entreprises de tailles et de secteurs variés. Dans les grandes entreprises, ils travaillent généralement dans les services marketing et communication, tandis que dans les structures plus petites, ils assument un éventail de tâches plus large et peuvent intervenir sur l'ensemble des activités de marketing et de communication. Les médiamaticiennes et médiamaticiens 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. Pour répondre à l'hétérogénéité des entreprises, un certain nombre de compétences opérationnelles est choisi de manière flexible dans le cadre de la formation.

Les groupes cibles de leur activité sont variés: les médiamaticiennes et médiamaticiens collaborent avec des mandants 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 (informatique, marketing ou communication). Les produits médiatiques typiques comprennent des médias numériques tels que vidéos, photos, sites web, éléments graphiques ou contenus des réseaux sociaux ainsi que des produits imprimés comme des affiches, flyers et catalogues.

Principales compétences opérationnelles

La compétence principale des médiamaticiennes et médiamaticiens réside dans la conception et la réalisation de contenus multimédias adaptés à différents groupes cibles et canaux de communication. Pour ce faire, ils mettent à profit leur sens aigu du design et leur compréhension des besoins des publics cibles.

Les médiamaticiennes et médiamaticiens s'assurent que les produits médiatiques sont publiés ou communiqués efficacement. À cet effet, ils conçoivent et mettent en œuvre des actions de communication et de marketing. Ils formulent des messages adaptés aux groupes cibles et les préparent pour les canaux prévus. Ils maîtrisent les outils informatiques, tels que les logiciels de design. Ils utilisent par exemple les fonctionnalités des systèmes de gestion de contenu (CMS) pour gérer des sites web ou des applications.

Les médiamaticiennes et médiamaticiens mènent à bien les projets, du premier contact avec le mandant jusqu'à l'aboutissement de ceux-ci. Leurs compétences en communication jouent ici un rôle central: ils clarifient les besoins, présentent les résultats, répondent aux questions et remettent enfin le produit final.

Exercice de la profession

Les médiamaticiennes et médiamaticiens travaillent de manière très autonome tout en collaborant efficacement au sein d'équipes. À la croisée de la technique, du design et de la communication, ils assurent la liaison

PROJET

entre les différents acteurs impliqués et veillent à traduire les informations techniques complexes dans un langage compréhensible par le client.

Les médiamaticiennes et médiamaticiens travaillent principalement au bureau, tout en se déplaçant ponctuellement pour des tournages ou des prises de vue. Les échanges réguliers avec les mandants et d'autres départements rythment leur quotidien professionnel. Ils utilisent de manière ciblée les outils de communication et de collaboration afin d'optimiser le travail. Ce faisant, ils restent attentifs à la diversité des personnes impliquées.

Les médiamaticiennes et médiamaticiens doivent faire preuve d'une grande flexibilité pour répondre aux besoins variés des clients, respecter les délais et gérer plusieurs projets en parallèle. Ils sont habitués à recevoir des retours critiques et à ajuster les processus de manière itérative.

Les médiamaticiennes et médiamaticiens sont les esprits créatifs au sein de leur équipe et de leur entreprise. Ils utilisent une grande variété de méthodes et de 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 captivante.

Le monde numérique évolue constamment et très rapidement. Aussi, les médiamaticiennes et médiamaticiens, curieux et ouverts d'esprits, s'intéressent en permanence aux tendances et aux innovations relevant de leur domaine d'activité. Ils restent toutefois conscients des aspects critiques des nouvelles technologies et réfléchissent attentivement à leur utilisation et à leur pertinence.

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

Les médiamaticiennes et médiamaticiens participent activement à la transformation numérique de l'économie et de la société. Par leur conception et leur production professionnelles de contenus multimédias, ils facilitent la diffusion des connaissances et encouragent 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 promotion du développement durable. Sur le plan culturel, ils enrichissent la diffusion de contenus et les rendent plus accessibles grâce aux formats numériques. Leur profession allie savoir-faire technique et compétences créatives et s'avère indispensable tant dans le monde professionnel que dans la vie quotidienne numérisée.

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.

PROJET

3.2. Vue d'ensemble des compétences opérationnelles

↓ Domaine de compétences opérationnelles		Compétences opérationnelles →				
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 Internet ou des applications	**a4** Concevoir des produits graphiques et les préparer pour la production	**a5** Créer des éléments graphiques animés et les intégrer à des produits médiatiques
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** Développer et animer des canaux de réseaux sociaux	
c	**Utilisation des outils informatiques**	**c1** Installer et configurer des outils informatiques sur son propre poste de travail	**c2** Tester et introduire des outils informatiques innovants	**c3** Archiver les données médias et les données de commande dans le respect des règles de protection et de sécurité des données	**c4** Gérer des systèmes de gestion de contenu	**c5** Assister les utilisateurs dans l'utilisation des outils informatiques
d	**Réalisation de projets médiamatiques**	**d1** Clarifier les besoins des mandants concernant des projets médiamatiques	**d2** Planifier des projets médiamatiques	**d3** Vérifier l'avancement des projets médiamatiques	**d4** Présenter les résultats intermédiaires des projets médiamatiques aux mandants et adapter la planification si nécessaire	**d5** Remettre des produits médiatiques aux mandants et clôturer les projets

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.*

3.3. Niveau d’exigences de la profession

Le niveau d’exigence de la profession est défini de manière détaillée dans le plan de formation à l’aide des objectifs évaluateurs et des modules déterminés à partir des compétences opérationnelles pour les trois lieux de formation. Outre les compétences opérationnelles, la formation professionnelle initiale englobe également l’enseignement de la culture générale conformément à l’ordonnance du SEFRI du 9 avril 2025 concernant les conditions minimales relatives à la culture générale dans la formation professionnelle initiale (RS 412.101.241).

PROJET

4. Domaines de compétences opérationnelles, compétences opérationnelles et objectifs évaluateurs par lieu de formation

Ce chapitre décrit les compétences opérationnelles, regroupées en domaines de compétences opérationnelles, et les objectifs évaluateurs par lieu de formation. Les instruments servant à promouvoir la qualité, qui sont répertoriés dans l'annexe, viennent soutenir la mise en œuvre de la formation professionnelle initiale et encourager la coopération entre les trois lieux de formation.

Domaine CO a: Réalisation de produits médiatiques

Compétence opérationnelle a1: Développer et concevoir des univers visuels pour des produits médiatiques

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC développent et conçoivent des univers visuels pour des produits médiatiques afin de soutenir les objectifs de communication et de transmettre des messages adaptés aux groupes cibles.

Ils recherchent des tendances visuelles et des sources d'inspiration, élaborent un concept visuel cohérent à partir du briefing et l'ajustent en concertation avec le mandant. À partir de ce concept, ils planifient la mise en œuvre photographique et réalisent les prises de vue dans le respect de toutes les exigences légales. Ils optimisent les images pour une utilisation efficace sur différents canaux. Tout au long du processus, ils communiquent clairement avec l'ensemble des parties prenantes et répondent à leurs demandes avec professionnalisme, ouverture d'esprit et empathie.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
a1.1 Ils recherchent des tendances visuelles et des sources d'inspiration (p. ex. sur les réseaux sociaux, portails spécialisés ou auprès de la concurrence) et en analysent la pertinence par rapport au public cible et à l'usage prévu. (C4)	**800** Appliquer les principes de conception de manière ciblée	**269** Réaliser un projet de photographies
a1.2 Ils développent des concepts visuels (p. ex. moodboard, schéma d'éclairage) conformes au briefing et adaptés aux objectifs de communication, au style recherché, à l'usage prévu ainsi qu'à l'identité et à la charte graphique de l'entreprise (CI/CD). (C5)	**801** Appliquer les principes fondamentaux de la théorie des couleurs sur les plans technique et graphique	**806** Créer une story à l'aide de médias animés
a1.3 Ils planifient la production photographique, choisissent des motifs, situations de prise de vue et sources lumineuses appropriés et conformes au concept, tout en préparant les aspects techniques et organisationnels.	**802** Utiliser la typographie de manière ciblée	**276** Établir des médias pour une action de marketing
	264 Préparer des productions de médias numériques	
	265 Produire des photographies numériques	

PROJET

	Lors de la planification, ils tiennent compte des aspects écologiques, utilisent les ressources de manière efficace et prennent des mesures visant à réduire leur empreinte carbone. (C4)	**807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling) **805** Concevoir des contenus vidéo à l'aide du storytelling **275** Élaborer et présenter des projets de maquettes	
a1.4	Ils installent et règlent l'appareil photo, aménagent le lieu de prise de vue et appliquent les principes fondamentaux de la photographie (p. ex. perspective, composition, direction de la lumière) adaptés à la situation. (C4)		
a1.5	Ils réalisent les prises de vue en studio ou sur site en respectant le concept visuel ainsi que les exigences créatives et techniques. (C4)		
a1.6	Ils traitent les images à l'aide d'un logiciel approprié en effectuant les ajustements nécessaires (p. ex. exposition, correction colorimétrique, optimisations, retouches) en fonction de l'usage prévu et des standards de qualité. (C3)		
a1.7	Ils s'assurent que les images produites ou utilisées respectent les exigences légales et éthiques, notamment en ce qui concerne les droits d'auteur, droits à l'image, licences et droits d'utilisation. (C4)		
a1.8	Ils intègrent de manière pertinente les images prises ou retouchées dans un produit médiatique existant (p. ex. site web, réseaux sociaux, brochure) en tenant compte du format, du canal de diffusion et du public cible. (C3)		
a1.9	Ils exportent, documentent et transmettent le matériel photo dans des résolutions et formats appropriés à des services internes ou externes afin d'en permettre une utilisation ultérieure. (C3)		

Compétence opérationnelle a2: Produire des contenus vidéo

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC produisent des contenus vidéo pour différents médias. Ce faisant, ils veillent à transmettre des messages adaptés au public cible et contribuent ainsi à atteindre les objectifs de communication de l'entreprise.

À partir des recherches effectuées et du briefing reçu, ils développent un concept vidéo complet. Ils planifient le tournage en détail et établissent un planning, en tenant compte des aspects techniques, légaux et écologiques. Sur le lieu du tournage, ils installent la caméra, règlent l'éclairage et le son et enregistrent les images. En cas d'imprévus, ils improvisent avec professionnalisme en trouvant des solutions appropriées. En post-production, ils réalisent le montage, ajoutent des éléments tels que graphiques ou musique, et effectuent le post-traitement technique. Enfin, ils préparent le matériel vidéo pour différents formats et canaux et le transmettent pour publication. Tout au long du processus, ils opèrent de manière responsable, notamment en matière de production durable et de gestion rigoureuse des données.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
a2.1 Ils recherchent les tendances visuelles et de contenu dans le domaine de la vidéo et de l'image animée, analysent leur impact et en déduisent des approches appropriées applicables à leur propre production. (C5) **a2.2** Ils interprètent ou élaborent un concept vidéo à partir du briefing (p. ex. exposé, script, traitement séquentiel, storyboard) en tenant compte des objectifs, du storytelling, du langage visuel, de l'orientation stylistique, de l'usage prévu, de la plateforme ainsi que de l'identité visuelle et de la charge graphique existantes (CI/CD). (C5) **a2.3** Ils clarifient le lieu de tournage, la charge temporelle, la configuration technique et les ressources nécessaires, et établissent une feuille de disposition (p. ex. liste des plans, plan de tournage). Ils tiennent compte des aspects écologiques lors de la planification, utilisent les ressources avec efficience et prennent des mesures visant à réduire l'empreinte carbone. (C3) **a2.4** Ils clarifient les bases légales, sollicitent si nécessaire les autorisations de tournage (p. ex. pour l'utilisation de drones ou les lieux publics) et préparent les documents nécessaires (p. ex. déclarations de consentement). (C3) **a2.5** Ils préparent le lieu de tournage sur les plans technique et artistique en mettant en place l'éclairage, le décor, l'installation sonore et les équipements de sorte à obtenir l'effet visuel souhaité. (C4) **a2.6** Ils configurent correctement la caméra et la technique de prise de vue selon le plateau ou le site (p. ex. balance des blancs, ouverture, ISO, vitesse d'obturation, focale, microphone) en adaptant les réglages aux conditions lumineuses, au lieu de tournage et aux exigences de conception. (C3) **a2.7** Ils enregistrent les images et le son (p. ex. interviews, scènes, plans de coupe/B-roll) en respectant les exigences de conception, techniques et légales. (C3) **a2.8** Ils effectuent sur place un contrôle qualité des données brutes et les sauvegardent. (C4)	**800** Appliquer les principes de conception de manière ciblée **801** Appliquer les principes fondamentaux de la théorie des couleurs sur les plans technique et graphique **802** Utiliser la typographie de manière ciblée **264** Préparer des productions de médias numériques **267** Produire des enregistrements audio numériques **804** Postproduire des séquences vidéo **807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling) **268** Réaliser des prises de vue vidéo **805** Concevoir des contenus vidéo à l'aide du storytelling **275** Élaborer et présenter des projets de maquettes	**808** Créer du contenu simple via des outils de production mobile **806** Créer une story à l'aide de médias animés **276** Établir des médias pour une action de marketing

PRO

a2.9 Ils visionnent le matériel image et le son enregistré, effectuent une sélection et réalisent le montage et l'assemblage. (C3) **a2.10** Ils intègrent des éléments visuels (p. ex images générées par l'IA, animations) et complètent le matériel par des textes, des graphiques, de la musique, des effets sonores ou une voix off. (C3) **a2.11** Ils effectuent la post-production technique (p. ex. étalonnage des couleurs, mixage sonore, mastering) et adaptent les contenus aux différents formats des plateformes (p. ex. versions raccourcies/cutdown, versions linguistiques). (C3) **a2.12** Ils exportent, archivent et documentent le matériel vidéo final dans des formats appropriés (p. ex. MP4, Apple ProRes, le cas échéant avec des fichiers de sous-titres SRT) et le transmettent à des services internes ou externes à des fins de publication ou de traitement ultérieur. (C3)		

Compétence opérationnelle a3: Concevoir des interfaces utilisateur numériques pour des sites Internet ou des applications

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC conçoivent des interfaces utilisateur numériques pour des sites web et des applications en veillant à garantir une navigation intuitive et une expérience utilisateur (user experience) positive.

Ils analysent le public cible et le contexte d'utilisation, recherchent des solutions et développent des structures de navigation et de contenu adaptées. Ce faisant, ils prennent systématiquement en compte l'utilisabilité, les besoins des utilisateurs et l'accessibilité. Ils conçoivent l'interface utilisateur, créent des prototypes interactifs et réalisent ensuite des tests utilisateur. Ils apportent des optimisations et préparent le prototype tant sur le plan technique que sur le plan de la conception en vue de sa mise en œuvre. À chaque étape du processus, ils veillent au respect des exigences légales et éthiques et font office d'interface de communication entre la conception et le développement. Lors de la conception, ils accordent de l'importance à l'efficience numérique en vue d'optimiser de manière ciblée les temps de chargement et de réduire ainsi la consommation énergétique de l'application.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
a3.1 Ils analysent le public cible et le contexte d'utilisation de l'interface utilisateur numérique (p. ex. site, web, appli, interface) à partir du briefing et en déduisent les exigences principales. (C5) **a3.2** Ils recherchent des solutions web et UI existantes, en évaluent le guidage de l'utilisateur, la conception visuelle et les fonctionnalités afin de s'en inspirer et d'en tirer des recommandations. (C5)	**800** Appliquer les principes de conception de manière ciblée **801** Appliquer les principes fondamentaux de la théorie des couleurs sur les plans technique et graphique	**812** Refondre le design d'un site web **276** Établir des médias pour une action de marketing

a3.3 Ils développent des structures de navigation et de contenu, y c. des mises en pages de base (p. ex. wireframes) en tenant compte de l'utilisabilité, de l'accessibilité et des besoins des utilisateurs. (C4) **a3.4** Ils conçoivent les interfaces utilisateur (UI) en appliquant les principes de conception (p. ex. ambiance chromatique, typographie, hiérarchie visuelle) et en respectant les systèmes de design ou guides de style existants. (C3) **a3.5** Ils créent des prototypes interactifs avec les outils appropriés et les préparent pour des tests internes ou externes. (C4) **a3.6** Ils réalisent des tests utilisateur simples, analysent les retours et en déduisent des optimisations de conception. (C4) **a3.7** Lors de la conception, ils intègrent les exigences d'accessibilité ainsi que les standards actuels pour l'utilisation mobile et l'affichage responsive. (C3) **a3.8** Ils recherchent et examinent si les éléments UI utilisés ou conçus (p. ex. icônes, images, illustrations, polices) sont conformes aux exigences légales et éthiques, notamment en ce qui concerne les droits d'auteur, les licences et les droits d'utilisation. (C3) **a3.9** Ils documentent et préparent le prototype sur les plans de la technique et de la conception afin que celui-ci puisse être remis à des spécialistes externes (p. ex. développeurs, agences) pour sa mise en œuvre. (C3) **a3.10** Ils accompagnent la mise en œuvre en tant que point de jonction entre la conception et le développement, donnent des retours sur les étapes intermédiaires et participent à l'assurance qualité jusqu'à la publication. (C4) **a3.11** Ils appliquent des exigences d'efficacité numérique lors de la conception, de manière à réduire les temps de chargement et la taille des fichiers des sites web, des applications et des animations, ainsi que la consommation d'énergie associée. (C3)	**802** Utiliser la typographie de manière ciblée **803** Créer et modifier des données vectorielles **810** Représenter un design UX/UI centré sur l'utilisateur **811** Concevoir des interfaces utilisateur **807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling) **398** Créer des prototypes interactifs **275** Élaborer et présenter des projets de maquettes	

PRO

Compétence opérationnelle a4: Concevoir des produits graphiques et les préparer pour la production

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC conçoivent des produits graphiques, tels que flyers, affiches, brochures, bannières, infographies, logos, icônes ou encore pictogrammes en vue de représenter les messages de communication de manière visuellement attrayante et adaptée au public cible.

Ils analysent les critères à satisfaire par le produit de design graphique, recherchent les tendances visuelles et en déduisent de premières idées de conception. Ils réalisent ensuite le produit graphique en appliquant les principes typographiques et de design. Ils conçoivent également des éléments graphiques simples, tels que logos et icônes, de façon à ce que ceux-ci puissent être réutilisés de manière cohérente et efficace dans différents supports. Ils veillent en permanence au respect des directives internes, légales et éthiques. Enfin, ils retravaillent le design de façon itérative sur la base des retours, préparent les données finales de manière techniquement correcte pour la production et transmettent celles-ci aux services compétents. Grâce à la préparation minutieuse des données d'impression, ils garantissent une production irréprochable et contribuent à réduire les déchets de matériaux. Lors de la production de produits graphiques, ils appliquent les principes de la production verte (Green Production).

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
a4.1 Ils analysent les critères à satisfaire par le produit de design graphique (p. ex. flyer, affiche, brochure, logo), clarifient le public cible, les objectifs de communication et le média de diffusion, puis définissent les exigences de conception à partir du briefing. (C5) **a4.2** Ils recherchent les tendances visuelles, comparent des produits médiatiques et développent des idées créatives pour le produit planifié. À cet effet, ils appliquent des techniques créatives appropriées (p. ex. moodboard, mindmap, esquisse). (C5) **a4.3** Ils choisissent les logiciels et les paramètres techniques adaptés au type de produit et au procédé de production (p. ex. format, fond perdu, profil colorimétrique, résolution, polices, grille de mise en page). (C4) **a4.4** Ils conçoivent le produit graphique en respectant les principes de design et de typographie (p. ex. hiérarchie visuelle, espaces blancs, ambiance colorimétrique, rapport texte/image). (C3) **a4.5** Ils sélectionnent, génèrent ou créent eux-mêmes des éléments graphiques simples (p. ex. logos, icônes, illustrations, infographies) et les intègrent correctement dans le produit médiatique concerné selon la tâche de conception assignée. (C4)	**800** Appliquer les principes de conception de manière ciblée **801** Appliquer les principes fondamentaux de la théorie des couleurs sur les plans technique et graphique **802** Utiliser la typographie de manière ciblée **803** Créer et modifier des données vectorielles **272** Développer et mettre en œuvre des produits d'impression **807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling) **275** Élaborer et présenter des projets de maquettes	**276** Établir des médias pour une action de marketing

PRO

a4.6	Ils appliquent les directives de conception existantes, p. ex. design d'entreprise, guides de style ou règles de mise en page spécifiques à la marque. (C3)		
a4.7	Ils vérifient que le matériel graphique utilisé ou créé est conforme aux exigences légales et éthiques, notamment en ce qui concerne les droits d'auteur, les licences et les droits à l'image. (C3)		
a4.8	Lors de la réalisation de produits graphiques, ils identifient et appliquent des procédés de production et d'impression durables et économes en ressources. (C3)		
a4.9	Ils utilisent les éléments graphiques existants (p. ex. logos, icônes, infographies) de manière ciblée et conforme au support et les adaptent si nécessaire au format, au média ou à la mise en page choisis. (C3)		
a4.10	Ils vérifient la cohérence de leur design, son adéquation au public cible et sa lisibilité et le retravaillent de façon itérative sur la base des retours. (C4)		
a4.11	Ils préparent les données finales de manière techniquement correcte, y c. tous les paramètres nécessaires à la production (p. ex. profils colorimétriques, repères d'impression, fond perdu, résolution de l'image). (C3)		
a4.12	Ils transmettent les données finales à des services internes ou externes (p. ex. partenaires de production, agences ou clientèle) et vérifient la conformité du produit final aux exigences posées. (C4)		

Compétence opérationnelle a5: Créer des éléments graphiques animés et les intégrer à des produits médiatiques

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC créent et intègrent des éléments graphiques animés pour renforcer la communication visuelle et améliorer l'interaction des utilisateurs dans les médias numériques.

Ils analysent les exigences de conception de l'animation prévue et élaborent un concept adapté à l'aide d'un storyboard ou d'une esquisse. Ils préparent les éléments graphiques pour l'animation, tels que logos ou icônes. Ils créent ensuite des animations 2D simples en mettant en mouvement les éléments graphiques avec un timing et des effets appropriés. Si nécessaire, ils intègrent des pistes sonores, préparent l'animation et la transmettent pour un traitement ultérieur en concertation avec les spécialistes concernés. Ils vérifient en permanence le respect des directives d'entreprise, légales et éthiques. Enfin, ils optimisent les animations sur le plan technique afin de réduire la taille des fichiers et de diminuer la consommation de ressources.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
a5.1 Ils analysent les objectifs, le public cible et le contexte d'utilisation de l'animation prévue (p. ex. vidéo, interface web ou publication sur les réseaux sociaux) et en déduisent les exigences de conception. (C5)	**800** Appliquer les principes de conception de manière ciblée	**806** Créer une story à l'aide de médias animés
a5.2 À partir du briefing, ils élaborent un concept d'animation incluant un storyboard ou une esquisse en tenant compte des exigences communicatives et techniques. (C5)	**801** Appliquer les principes fondamentaux de la théorie des couleurs sur les plans technique et graphique	**276** Établir des médias pour une action de marketing
a5.3 Ils préparent les éléments graphiques (p. ex. icônes, logos, illustrations) de manière à les rendre aptes à une animation ultérieure, notamment par le nommage des claques, l'optimisation des tracés et l'exportation des fichiers dans le format approprié. (C3)	**802** Utiliser la typographie de manière ciblée	
a5.4 Ils créent ou génèrent des animations 2D simples (p. ex. icônes, logos, textes ou illustrations) à l'aide d'outils numériques appropriés et mettent en mouvement des éléments graphiques en tenant compte de la plateforme, du contexte d'utilisation et du public cible. (C3)	**264** Préparer des productions de médias numériques	
a5.5 Ils vérifient la conformité des ressources utilisées ou créées aux exigences légales et éthiques, notamment en matière de droits d'auteur et de droits à l'image. (C3)	**803** Créer et modifier des données vectorielles	
a5.6 Ils conçoivent des séquences de mouvement avec des keyframes, des transitions, des effets et un timing adapté, p. ex. ease-in (accélération progressive), looping (bouclage) et pacing (gestion du rythme) dans un logiciel d'animation standard. (C3)	**267** Produire des enregistrements audio numériques	
a5.7 Si nécessaire, ils intègrent des pistes sonores (p. ex. musique, effets sonores) et en adaptent le volume, le rythme et l'ambiance au rendu visuel. (C3)	**296** Animer des contenus pour des vidéos, le web et le motion design	
a5.8 Ils préparent les animations sur le plan technique en tenant compte de la performance, de la taille des fichiers, de la compatibilité et de l'intégration sur différentes plateformes médiatiques (p. ex. web, vidéo, interface utilisateur). (C3)	**807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling)	
a5.9 Ils préparent techniquement l'animation pour son traitement ultérieur et concertent les spécialistes concernés (p. ex. développeurs, motion designers, équipe UI/UX, producteurs vidéo) en vue de l'intégration et de l'utilisation de l'animation. (C3)	**805** Concevoir des contenus vidéo à l'aide du storytelling	
	266 Réaliser des projets d'animation	
	275 Élaborer et présenter des projets de maquettes	

PRO

Domaine CO b: Développement et mise en œuvre de mesures de marketing ou de communication

Compétence opérationnelle b1: Définir et coordonner les mesures de marketing ou de communication

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC définissent et coordonnent les mesures de marketing ou de communication afin de mettre en œuvre opérationnellement les stratégies marketing.

Ils interprètent les concepts marketing existants et en déduisent les mesures de communication et de planification appropriées. Ils coordonnent de manière précise les mesures avec tous les spécialistes concernés et présentent leurs propositions de manière professionnelle et convaincante, également en anglais. Ils accueillent les retours de manière constructive afin d'optimiser ensuite les mesures. Ils planifient les mesures en veillant à utiliser le budget de manière ciblée et à atteindre le public visé.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
b1.1 Ils interprètent les concepts marketing existants et choisissent une stratégie de communication adaptée au public cible et aux objectifs. (C4) **b1.2** Ils définissent des mesures appropriées de marketing, de communication et de planification (p. ex. campagne sur les réseaux sociaux, newsletter, événement, flyer, landing page, publicités en ligne) conformément aux objectifs fixés. (C4) **b1.3** Ils coordonnent les mesures avec les spécialistes et les mandants (p. ex. dans le cadre d'un briefing). (C3) **b1.4** Ils présentent aux mandants les propositions de mesures de marketing et de communication de manière convaincante, en utilisant des outils de présentation appropriés. (C3) **b1.5** Ils accueillent les retours de manière constructive pour optimiser les mesures. (C3) **b1.6** Ils présentent les mesures de marketing ou de communication en anglais. (C3)	**278** Analyser le marché et en déduire les objectifs **279** Développer et présenter un concept de marketing **272** Développer et mettre en œuvre des produits d'impression **807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling) **280** Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	

PRO

Compétence opérationnelle b2: Gérer les canaux de marketing ou de communication

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC gèrent les canaux de marketing ou de communication afin de publier les contenus prévus de manière adaptée au public cible et de garantir leur qualité.

Ils rédigent des textes adaptés au public cible pour un canal de communication et les publient. Ils diffusent également des produits médiatiques tels que des images ou des vidéos. Ils apportent des réponses claires et linguistiquement correctes aux retours, au besoin en anglais. Grâce à une communication ciblée et bien planifiée, ils assurent la forte pertinence des contenus.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
b2.1 Ils rédigent des textes et/ou des réponses clairs et linguistiquement corrects pour un canal de communication (p. ex. site web, blog). (C4) **b2.2** Ils publient différents produits médiatiques (texte, image, animation, vidéo) sur un canal de communication (p. ex. réseaux sociaux, site web, affichage extérieur). (C3) **b2.3** Ils rédigent également en anglais des textes et/ou des réponses clairs et linguistiquement corrects. (C4)	**370** Communiquer avec diverses parties prenantes dans une langue étrangère **373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère **268** Réaliser des prises de vue vidéo **281** Constituer et administrer des canaux de médias sociaux **282** Évaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	

Compétence opérationnelle b3: Analyser et interpréter les données d'utilisation

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC analysent et interprètent les données d'utilisation afin d'évaluer l'efficacité des mesures de marketing et d'en déduire des optimisations basées sur des données.

Ils surveillent la performance des publications à l'aide d'outils d'analyse appropriés et collectent les données d'utilisation pertinentes. Ils présentent ensuite les résultats aux mandants de manière claire et identifient des pistes concrètes d'optimisation. Grâce à leurs analyses basées sur les données, ils veillent à ce que les budgets marketing soient investis dans les canaux et contenus les plus efficaces.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
b3.1 Ils surveillent la performance des publications à l'aide d'outils d'analyse appropriés (p. ex. analyses des réseaux sociaux, statistiques web). (C4) **b3.2** Ils préparent pour les mandants des analyses des produits de communication et de marketing (p. ex. tableau de bord, KPI). (C3) **b3.3** Ils déduisent de ces analyses des pistes d'optimisation des mesures de communication et/ou des produits médiatiques. (C5)	**280** Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing **281** Constituer et administrer des canaux de médias sociaux **282** Évaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	

Compétence opérationnelle b4: Développer et animer des canaux de réseaux sociaux

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC développent les canaux de réseaux sociaux de manière ciblée et les utilisent pour communiquer efficacement avec différentes parties prenantes.

Ils définissent, conformément au mandat confié, les canaux appropriés, les mettent en place de manière professionnelle et publient des contenus tels que textes, images, animations ou vidéos. Ils gèrent les canaux de façon structurée, planifient les publications, clarifient les responsabilités et animent les commentaires ainsi que les discussions de manière constructive. La publication et l'animation des contenus se font également en anglais. Dans ce cadre, ils agissent de manière responsable, communicative et réfléchie, maintiennent un ton professionnel et respectent le cadre légal. Ils réagissent avec assurance et efficacité aux retours critiques et aux exigences changeantes.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
b4.1 Ils définissent, conformément au mandat confié, les canaux de réseaux sociaux appropriés. (C3) **b4.2** Ils développent un canal de réseaux sociaux. (C5) **b4.3** Ils publient divers contenus sur un canal de réseaux sociaux (p. ex. texte, image, animation, vidéo). (C3) **b4.4** Ils gèrent un canal de réseaux sociaux en ce qui concerne les contenus, les responsabilités et les publications. (C3)	**370** Communiquer avec diverses parties prenantes dans une langue étrangère **229** Pratiquer une communication et une animation efficaces **281** Constituer et administrer des canaux de médias sociaux	

PRO

b4.5	Ils animent les publications et accompagnent les discussions de manière constructive. (C4) **b4.6** Ils publient et animent les publications également en anglais. (C4)	**282**	Évaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	

Domaine CO c: Utilisation des outils informatiques

Compétence opérationnelle c1: Installer et configurer des outils informatiques sur son propre poste de travail

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC installent et configurent leurs propres outils informatiques*et les utilisent afin de garantir un environnement de travail personnel, efficace et sécurisé.*

Ils installent correctement sur le plan technique les logiciels nécessaires et configurent ces derniers ou les connexions aux services cloud/plateformes web selon leurs besoins individuels. Ils créent une structure logique de stockage pour leurs données afin de garantir une méthode de travail structurée et précise. Ils utilisent leurs outils de manière appropriée et responsable tout au long du processus de travail. Une configuration correcte et une organisation structurée des données leur permettent d'améliorer leur efficacité personnelle. De plus, ils veillent à une utilisation économe des ressources de leurs appareils en les éteignant correctement lorsqu'ils ne sont pas utilisés et en réduisant activement leur consommation d'électricité.

Objectifs évaluateurs entreprise		Modules école professionnelle		Modules cours interentreprises
c1.1	Ils utilisent de manière pratique et professionnelle les outils informatiquesemployés dans l'entreprise. (C3)	**286**	Installer et utiliser ses propres instruments de travail informatiques	
c1.2	Ils installent correctement les logiciels applicatifs (ou les connexions aux plateformes web/services cloud) et les configurent selon leurs besoins individuels. (C3)			
c1.3	Ils créent une structure logique de classement pour leurs données. (C3)			
c1.4	Ils définissent les exigences concernant leurs propres équipements et outils de travail. (C4)			
c1.5	Ils mettent en œuvre des mesures adaptées pour un fonctionnement économe en énergie et respectueux des ressources de leurs outils de travail. (C3)			

PRO

Compétence opérationnelle c2: Tester et introduire des outils informatiques innovants

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC évaluent et initient le recours à des outils informatiques*innovants afin d'optimiser leurs propres processus de travail et d'améliorer la qualité des produits médiatiques.*

Ils suivent les tendances technologiques actuelles, testent de nouveaux outils et plateformes et en évaluent les avantages et les inconvénients pour leur domaine de travail. Sur cette base, ils proposent à l'équipe des outils informatiquesappropriés, en tenant compte des aspects écologiques tels que la consommation de ressources et la réutilisabilité. Ils utilisent les outils (y compris ceux basés sur l'IA) de manière consciente et adaptée à la situation, et vérifient de manière critique l'exactitude et la qualité des contenus générés. Le cas échéant, ils définissent des mesures ciblées d'optimisation.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
c2.1 Ils suivent les tendances technologiques actuelles, les testent et évaluent leurs avantages et inconvénients pour leur domaine de travail. (C4) **c2.2** Ils proposent à l'équipe, si nécessaire, de nouveaux outils et plateformes dans leur domaine de travail, en tenant compte des aspects écologiques relatifs à la consommation de ressources et à la réutilisabilité. (C3) **c2.3** Ils utilisent les outils (y compris ceux basés sur l'IA) de manière consciente et adaptée à la situation. (C3) **c2.4** Ils vérifient de manière critique l'exactitude et la qualité des contenus générés (p. ex. via l'IA) et définissent, si nécessaire, des mesures d'optimisation. (C4)	**317** Intégrer des outils informatiquesinnovants dans de petits projets	**812** Refondre le design d'un site web

Compétence opérationnelle c3: Archiver les données médias et les données de commande dans le respect des règles de protection et de sécurité des données

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC gèrent les données médias et commandes en tenant compte des règles de protection et de sécurité. Ils préviennent ainsi toute perte de données et garantissent le respect des obligations légales.

Ils évaluent les données selon leur niveau de protection ou de sensibilité, les sauvegardent et les archivent de manière responsable conformément aux directives propres à l'entreprise. Ils clarifient systématiquement les droits d'utilisation de tout le matériel, comme les images ou la musique, et obtiennent les autorisations nécessaires pour respecter les droits à l'image. De plus, ils conseillent leurs collègues sur l'utilisation des outils d'archivage appropriés. Le respect strict de ces directives

leur permet de réduire les risques juridiques et financiers pour l'entreprise. Ils contribuent également à diminuer les besoins en stockage et à éviter les redondances grâce à un archivage structuré et efficace.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
c3.1 Ils évaluent les données selon leur niveau de protection et leur sensibilité, et proposent, si nécessaire, des mesures appropriées. (C4) **c3.2** Ils sauvegardent et archivent les données de manière complète et efficace, conformément aux directives propres à l'entreprise, en tenant compte de leur type et du volume. (C3) **c3.3** Ils conseillent et assistent les autres collaborateurs dans l'utilisation d'outils d'archivage appropriés. (C3) **c3.4** Ils clarifient les droits d'utilisation avec les titulaires de licences (p. ex. images de stock, musique, archives, logiciels, polices, achats de droits complets [buyouts]). (C3) **c3.5** Ils recueillent les consentements pour assurer le respect des droits à l'image (p. ex. formulaire de consentement). (C3)	**264** Préparer des productions de médias numériques **803** Créer et modifier des données vectorielles **265** Produire des photographies numériques **267** Produire des enregistrements audio numériques **804** Postproduire des séquences vidéo **296** Animer des contenus pour des vidéos, le web et le motion design **231** Appliquer la protection et la sécurité des données **268** Réaliser des prises de vue vidéo	**808** Créer du contenu simple via des outils de production mobile **269** Réaliser un projet de photographies

Compétence opérationnelle c4: Gérer des systèmes de gestion de contenu

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC gèrent des systèmes de gestion de contenu (CMS) afin de maintenir les sites web à jour et d'en améliorer la fonctionnalité ainsi que la visibilité.

Ils analysent la structure et la navigation existantes, intègrent de nouveaux contenus tels que textes, images ou vidéos et implémentent des fonctionnalités supplémentaires, par exemple des formulaires de contact. Ils évaluent et testent les plugins disponibles ou effectuent des ajustements via HTML et CSS, en adoptant une approche analytique et en recherchant systématiquement des solutions aux problèmes techniques. De plus, ils mettent en œuvre des mesures ciblées d'optimisation pour les moteurs de recherche. Grâce à la réalisation autonome des ajustements et optimisations, ils garantissent le fonctionnement continu du site web de manière rentable.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
c4.1 Ils analysent la navigation et la structure existantes et les adaptent selon les besoins. (C4) **c4.2** Ils intègrent des contenus (p. ex. textes, images ou vidéos) dans un système de gestion de contenu. (C3) **c4.3** Ils implémentent des fonctionnalités supplémentaires (p. ex. nouveau point de menu ou formulaire de contact). (C3) **c4.4** Ils effectuent des ajustements visuels et structurels dans un CMS existant via HTML et CSS (p. ex. modification de la couleur ou de la taille du texte). (C3) **c4.5** Ils évaluent les plugins possibles et testent leur mise en œuvre. (C3) **c4.6** Ils mettent en œuvre des mesures d'optimisation pour les moteurs de recherche. (C3)	**810** Représenter un design UX/UI centré sur l'utilisateur **811** Concevoir des interfaces utilisateur	

Compétence opérationnelle c5: Assister les utilisateurs dans l'utilisation des outils informatiques

Les médiamaticiennes et médiamaticiens CFC assistent les utilisateurs dans l'utilisation des outils informatiques*afin de résoudre les problèmes et de garantir un processus de travail fluide et durable.*

Ils prennent en charge les demandes via différents canaux et analysent la situation de manière structurée. Pour trouver des solutions, ils effectuent des recherches dans des sources d'information appropriées et répondent aux requêtes de façon compréhensible et adaptée au destinataire. Si nécessaire, ils redirigent les utilisateurs vers les services compétents, donnent des conseils sur l'utilisation écoénergétique des applications et documentent les solutions dans des formats adaptés, tels que des FAQ. L'assistance peut également être fournie en anglais. Ils agissent toujours de manière orientée service, avec patience et en se concentrant sur la résolution des problèmes.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
c5.1 Ils prennent en charge les demandes des utilisateurs via les canaux disponibles (p. ex. e-mail, téléphone, plateforme dédiée, helpdesk) et clarifient le problème de manière structurée. (C3)	**370** Communiquer avec diverses parties prenantes dans une langue étrangère	

c5.2 Ils recherchent la solution (p. ex. dans une médiathèque, l'intranet, une base de connaissances, des tutoriels, des procédures, un chatbot) et répondent à la demande de manière compréhensible. (C4) **c5.3** Ils redirigent les utilisateurs vers le service compétent si nécessaire. (C3) **c5.4** Ils conseillent les utilisateurs sur l'utilisation d'applications économes en énergie. (C3) **c5.5** Ils documentent les solutions et assistent les utilisateurs à l'aide d'outils appropriés (p. ex. FAQ, tutoriels, workflow, infographies). (C3) **c5.6** Ils apportent également leur assistance en anglais. (C3)	**373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère	

Domaine CO d: Réalisation de projets médiamatiques

Compétence opérationnelle d1: Clarifier les besoins des mandants concernant des projets médiamatiques

Les médiamaticiennes et les médiamaticiens CFC clarifient systématiquement les besoins des mandants afin de planifier les projets médiamatiques de manière ciblée et réalisable.

Ils réceptionnent les demandes et clarifient les attentes des mandants oralement et/ou par écrit, par exemple sous forme de procès-verbaux. Sur cette base, ils analysent les besoins, structurent les exigences pertinentes et les consignent de manière compréhensible. En tenant compte des conditions cadres de l'entreprise, ils proposent des procédures appropriées et créent ainsi une base contraignante pour la suite du travail de projet. Ils recherchent toujours les meilleures solutions et abordent les défis qui se présentent (attentes floues, intérêts divergents ou ressources limitées) de manière structurée et prévoyante.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
d1.1 Ils réceptionnent les demandes des mandants. (C3) **d1.2** Ils clarifient oralement et/ou par écrit (p. ex. sous forme de procès-verbal) les demandes des mandants. (C3) **d1.3** Ils analysent les besoins des mandants et les consignent de manière structurée. (C4)	**134** Favoriser le développement de projets à l'aide de méthodes agiles **370** Communiquer avec diverses parties prenantes dans une langue étrangère	**269** Réaliser un projet de photographies **806** Créer une story à l'aide de médias animés

d1.4 Ils proposent aux mandants des procédures possibles en tenant compte du cadre opérationnel ainsi que des aspects liés au développement durable. (C4)	**810** Représenter un design UX/UI centré sur l'utilisateur **811** Concevoir des interfaces utilisateur **338** Développer des solutions de manière créative et innovante **373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère **805** Concevoir des contenus vidéo à l'aide du storytelling **398** Créer des prototypes interactifs **266** Réaliser des projets d'animation	

Compétence opérationnelle d2: Planifier des projets médiamatiques

Les médiamaticiennes et les médiamaticiens CFC planifient des projets médiamatiques de manière structurée et créent ainsi une base fiable pour une mise en œuvre efficace.

Ils définissent des objectifs concrets, déterminent les ressources, le calendrier et le budget, puis élaborent un plan de projet détaillé sur la base de ces éléments. Ce faisant, ils identifient les tâches critiques ainsi que les dépendances et consignent toutes les données pertinentes de manière claire. En fonction des exigences du projet, ils choisissent et utilisent des méthodes de projet et des outils appropriés, par exemple des approches agiles ou classiques. Ils gèrent les défis tels que les conflits d'objectifs, les contraintes de temps ou les ressources limitées en se concentrant sur la recherche de solutions.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
d2.1 Ils établissent un plan détaillé contenant des données sur les ressources, le temps nécessaire et le budget, et identifient les tâches critiques et les dépendances d'un projet. (C4) **d2.2** Ils définissent des objectifs concrets pour le mandat (p. ex. SMART), les ressources requises, le cadre temporel et le budget correspondant. (C3)	**134** Favoriser le développement de projets à l'aide de méthodes agiles **338** Développer des solutions de manière créative et innovante	**269** Réaliser un projet de photographies **806** Créer une story à l'aide de médias animés

d2.3 Ils consignent toutes les données relatives au mandat par écrit et de manière claire. (C3) **d2.4** Ils choisissent et/ou utilisent des méthodes de projet et/ou des outils appropriés (p. ex. agiles ou classiques). (C4)	**805** Concevoir des contenus vidéo à l'aide du storytelling **398** Créer des prototypes interactifs **266** Réaliser des projets d'animation	

Compétence opérationnelle d3: Vérifier l'avancement des projets médiamatiques

Les médiamaticiennes et les médiamaticiens CFC vérifient en permanence l'avancement des projets afin de les piloter activement et de garantir le respect des objectifs, des délais et des coûts.

Ils comparent régulièrement et de manière structurée les valeurs théoriques et réelles du mandat par rapport aux objectifs, aux délais, aux coûts et à la qualité. En cas d'écart, ils prennent des mesures appropriées, documentent les modifications et informent toutes les personnes concernées. En outre, ils mènent une réflexion permanente sur leurs processus de travail personnels afin de les rendre plus efficaces. Grâce à cette surveillance continue, ils réduisent au minimum le risque de dépassement des coûts.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
d3.1 Ils comparent régulièrement les valeurs théoriques et réelles du mandat par rapport aux objectifs, aux délais, aux coûts et à la qualité. (C4) **d3.2** Ils prennent des mesures appropriées pour garantir le respect des objectifs, des délais, des coûts et de la qualité des produits. (C4) **d3.3** Ils consignent les modifications et/ou les écarts (rapport de travail, journal de bord) survenant dans la planification du projet et en informent toutes les personnes concernées. (C3) **d3.4** Ils mènent une réflexion sur leurs processus de travail et en optimisent le déroulement. (C5)	**134** Favoriser le développement de projets à l'aide de méthodes agiles **373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère **266** Réaliser des projets d'animation	**269** Réaliser un projet de photographies

PRO

Compétence opérationnelle d4: Présenter les résultats intermédiaires des projets médiamatiques aux mandants et adapter la planification si nécessaire

Les médiamaticiennes et les médiamaticiens CFC présentent les résultats intermédiaires et demandent des retours afin de coordonner l'orientation du projet avec les mandants et de poursuivre les travaux de manière ciblée.

Ils organisent des réunions de projet, dressent les procès-verbaux correspondants et créent à cet effet un matériel de présentation attrayant. Ils y présentent l'état d'avancement du projet ainsi que des ébauches de manière claire et convaincante. Ils acceptent les retours des mandants de manière ouverte et constructive et en déduisent les ajustements à opérer pour la suite de la planification du mandat. Grâce à cette concertation régulière, ils apportent les corrections nécessaires à un stade précoce, évitant ainsi des développements erronés et coûteux.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
d4.1 Ils organisent des réunions de projet (p. ex. invitations, ordre du jour, stewardship) et rédigent les procès-verbaux correspondants. (C3)	**134** Favoriser le développement de projets à l'aide de méthodes agiles	**269** Réaliser un projet de photographies
d4.2 Ils créent un matériel de présentation attrayant pour les mandants. (C3)	**370** Communiquer avec diverses parties prenantes dans une langue étrangère	
d4.3 Ils présentent aux mandants l'état de planification du projet en cours et, le cas échéant, les mesures de correction nécessaires. (C3)	**371** Faire une présentation dans une langue étrangère	
d4.4 Ils présentent aux mandants les ébauches/versions (p. ex. maquettes, mockups, variantes, prototypes, synopsis, storyboard) du projet de manière convaincante et compréhensible. (C3)	**279** Développer et présenter un concept de marketing	
d4.5 Ils expliquent aux mandants l'état d'avancement actuel du projet et leur soumettent, le cas échéant, les mesures de correction nécessaires. (C3)	**338** Développer des solutions de manière créative et innovante	
d4.6 Ils proposent aux mandants des solutions ou des alternatives en fonction de leurs demandes de modification. (C3)	**373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère	
d4.7 Ils recueillent les retours des mandants avec des outils appropriés (p. ex. sondages). (C3)	**229** Pratiquer une communication et une animation efficaces	
d4.8 Ils adaptent si nécessaire la planification du mandat. (C3)	**266** Réaliser des projets d'animation	
	275 Élaborer et présenter des projets de maquettes	

PRO

Compétence opérationnelle d5: Remettre des produits médiamatiques aux mandants et clôturer les projets

Les médiamaticiennes et les médiamaticiens CFC remettent les produits médiamatiques créés et clôturent les projets de manière professionnelle et compréhensible.

Ils vérifient soigneusement la qualité du produit final conformément aux exigences définies. Ils remettent ensuite la version finale aux mandants et les soutiennent dans le cadre de son utilisation. Ils évaluent le mandat, réfléchissent à leur propre contribution et clôturent le projet par une documentation et un archivage complets.

Objectifs évaluateurs entreprise	Modules école professionnelle	Modules cours interentreprises
d5.1 Ils vérifient la qualité du produit conformément aux exigences définies (p. ex. format, rédaction, résolution). (C4) **d5.2** Ils remettent la version finale aux mandants. (C3) **d5.3** Ils soutiennent les mandants lors de l'utilisation des produits créés (p. ex. au moyen de tutoriels). (C3) **d5.4** Ils évaluent le mandat à l'aide de méthodes appropriées et réfléchissent à leur propre contribution au mandat global. (C4) **d5.5** Ils clôturent le projet et l'archivent (p. ex. documentation, débriefing, administration). (C3)	**134** Favoriser le développement de projets à l'aide de méthodes agiles **371** Faire une présentation dans une langue étrangère **279** Développer et présenter un concept de marketing **373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère **229** Pratiquer une communication et une animation efficaces **266** Réaliser des projets d'animation **275** Élaborer et présenter des projets de maquettes	**269** Réaliser un projet de photographies

PRO

5. Aperçu des modules pour l'enseignement dispensé à l'école professionnelle et dans les cours interentreprises

1re année d'apprentissage*	2e année d'apprentissage*	3e année d'apprentissage*	4e année d'apprentissage*
800 Appliquer les principes de conception de manière ciblée *réf. a1 - a5*	**265** Produire des photographies numériques *réf. a1, c3*	**267** Produire des enregistrements audio numériques *réf. a2, a5, c3*	**296** Animer des contenus pour des vidéos, le web et le motion design *réf. a5, c3*
801 Appliquer les principes fondamentaux de la théorie des couleurs sur les plans technique et graphique *réf. a1 - a5*	**278** Analyser le marché et en déduire les objectifs *réf. b1*	**810** Représenter un design UX/UI centré sur l'utilisateur *réf. a3, c4, d1*	**231** Appliquer la protection et la sécurité des données *réf. c3*
802 Utiliser la typographie de manière ciblée *réf. a1 - a5*	**286** Installer et utiliser ses propres instruments de travail informatiques *réf. c1*	**811** Concevoir des interfaces utilisateur *réf. a3, c4, d1*	**338** Développer des solutions de manière créative et innovante *réf. d1, d2, d4*
134 Favoriser le développement de projets à l'aide de méthodes agiles *réf. d1 - d5*	**370** Communiquer avec diverses parties prenantes dans une langue étrangère *réf. b2, b4, c5, d1, d4*	**279** Développer et présenter un concept de marketing *réf. b1, d4, d5*	**373** Communiquer avec les parties prenantes dans une langue étrangère *réf. b2, c5, d1, d3 - d5*
264 Préparer des productions de médias numériques *réf. a1, a2, a5, c3*	**371** Faire une présentation dans une langue étrangère *réf. d4, d5*	**804** Postproduire des séquences vidéo *réf. a2, c3*	**807** Concevoir des messages et des récits narratifs (storytelling) *réf. a1 - a5, b1*
803 Créer et modifier des données vectorielles *réf. a3 - a5, c3*	**808** Créer du contenu simple via des outils de production mobile *réf. a2, c3*	**272** Développer et mettre en œuvre des produits d'impression *réf. a4, b1*	**812** Refondre le design d'un site web *réf. a3, c2*
269 Réaliser un projet de photographies *réf. a1, c3, d1 - d5*			

3e année d'apprentissage*	4e année d'apprentissage*
268 Réaliser des prises de vue vidéo *réf. a2, b2, c3*	**280** Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing *réf. b1, b3*
805 Concevoir des contenus vidéo à l'aide du storytelling *réf. a1, a2, a5, d1, d2*	**229** Pratiquer une communication et une animation efficaces *réf. b4, d4, d5*
398 Créer des prototypes interactifs *réf. a3, d1, d2*	**276** Établir des médias pour une action de marketing *réf. a1 - a5*
806 Créer une story à l'aide de médias animés *réf. a1, a2, a5, d1, d2*	

4e année d'apprentissage*	
266 Réaliser des projets d'animation *réf. a5, d1 - d5*	**317** Intégrer des outils informatiques innovants dans de petits projets *réf. c2*
281 Constituer et administrer des canaux de médias sociaux *réf. b2 - b4*	**282** Évaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle *réf. b2 - b4*
275 Élaborer et présenter des projets de maquettes *réf. a1 - a5, d4, d5*	

32 modules EP à 40 périodes → 5 modules de langue (anglais)

5 modules CI à 5 jours

** La répartition des modules par année d'apprentissage est obligatoire.*

réf.: référence à la compétence opérationnelle (cf. chapitre 4)

Vue numérique des modules sur: https://www.modulbaukasten.ch/

6. Élaboration

Le plan de formation a été élaboré par l'organisation du monde du travail signataire. Il se réfère à l'ordonnance du SEFRI du date sur la formation professionnelle initiale de médiamaticienne/médiamaticien CFC.

Le plan de formation se base sur les dispositions transitoires de l'ordonnance sur la formation.

Berne

ICT-Formation professionnelle Suisse

Le président	Le directeur
Dr. Alain Gut	Marc Marthaler

Après examen du plan de formation, le SEFRI donne son accord.

Berne, date

Secrétariat d'État à la formation,
à la recherche et à l'innovation

Rémy Hübschi
Directeur suppléant
Chef de la division Formation professionnelle et continue

PROJET

Annexe 1: Liste des instruments servant à garantir et à mettre en œuvre la formation professionnelle initiale et à en promouvoir la qualité

Documents	Sources
Ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de médiamaticienne/médiamaticien CFC	*Version électronique* Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (www.bvz.admin.ch > Professions A-Z) *Version papier* Office fédéral des constructions et de la logistique (www.bundespublikationen.admin.ch/fr)
Plan de formation relatif à l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de médiamaticienne / médiamaticien CFC	ICT-Formation professionnelle Suisse
Dispositions d'exécution relatives à la procédure de qualification avec examen final, y c. catalogue des critères	ICT-Formation professionnelle Suisse
Guide pour la mise en œuvre du modèle modulaire pour les formations professionnelles initiales ICT	ICT-Formation professionnelle Suisse SBBK | CSFP
Dossier de formation	Modèle SDBB | CSFO www.formationprof.ch/fr
Rapport de formation	Modèle SDBB | CSFO www.formationprof.ch/fr
Documentation de la formation en entreprise	Modèle SDBB | CSFO www.formationprof.ch/fr
Règlement d'organisation des cours interentreprises	ICT-Formation professionnelle Suisse

PROJET