Plan de formation

relatif à l'ordonnance du SEFRI du [date d'élaboration de la nouvelle version de l'Orfo] sur la formation professionnelle initiale de

Réalisatrice publicitaire/réalisateur publicitaire avec certificat fédéral de capacité (CFC)

du [date d'élaboration et de signature du plan de formation par l'Ortra, cf. p. 10 du présent document]

No de la profession 53109

Table des matières

1. Introduction ... 3
2. Bases de la pédagogie professionnelle ... 3
2.1er Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles ... 3
2.2e Tableau récapitulatif des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle ... 5
2.3e Niveaux taxonomiques pour les objectifs évaluateurs (selon Bloom) ... 5
2.4e Collaboration entre les lieux de formation ... 6
3. Profil de qualification ... 7
3.1er Profil de la profession ... 7
3.2e Vue d'ensemble des compétences opérationnelles ... 9
3.3e Niveau d'exigences de la profession ... 9
4. Domaines de compétences opérationnelles, compétences opérationnelles et objectifs évaluateurs par lieu de formation ... 11
Domaine de compétences opérationnelles a: Élaboration de concepts publicitaires ... 11
Domaine de compétences opérationnelles b: Réalisation de produits publicitaires ... 12
Domaine de compétences organisationnelles c: Planification et préparation de la création et du montage de produits publicitaires ... 14
Domaine de compétences opérationnelles d: Création de produits publicitaires ... 16
Domaine de compétences opérationnelles e: Montage et entretien de produits publicitaires ... 18
Élaboration ... 20
Annexe 1: Liste des instruments servant à garantir et à mettre en œuvre la formation professionnelle initiale et à en promouvoir la qualité ... 21
Annexe 2: Mesures d'accompagnement en matière de sécurité au travail et de protection de la santé ... 22
Annexe 3: Glossaire ... 27
Annexe 4: Explications complémentaires concernant les compétences opérationnelles ... 27

Liste des abréviations

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

1. Introduction

En tant qu'instrument servant à promouvoir la qualité[1] de la formation professionnelle initiale de réalisateur publicitaire sanctionnée par un certificat fédéral de capacité (CFC)[2], 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.

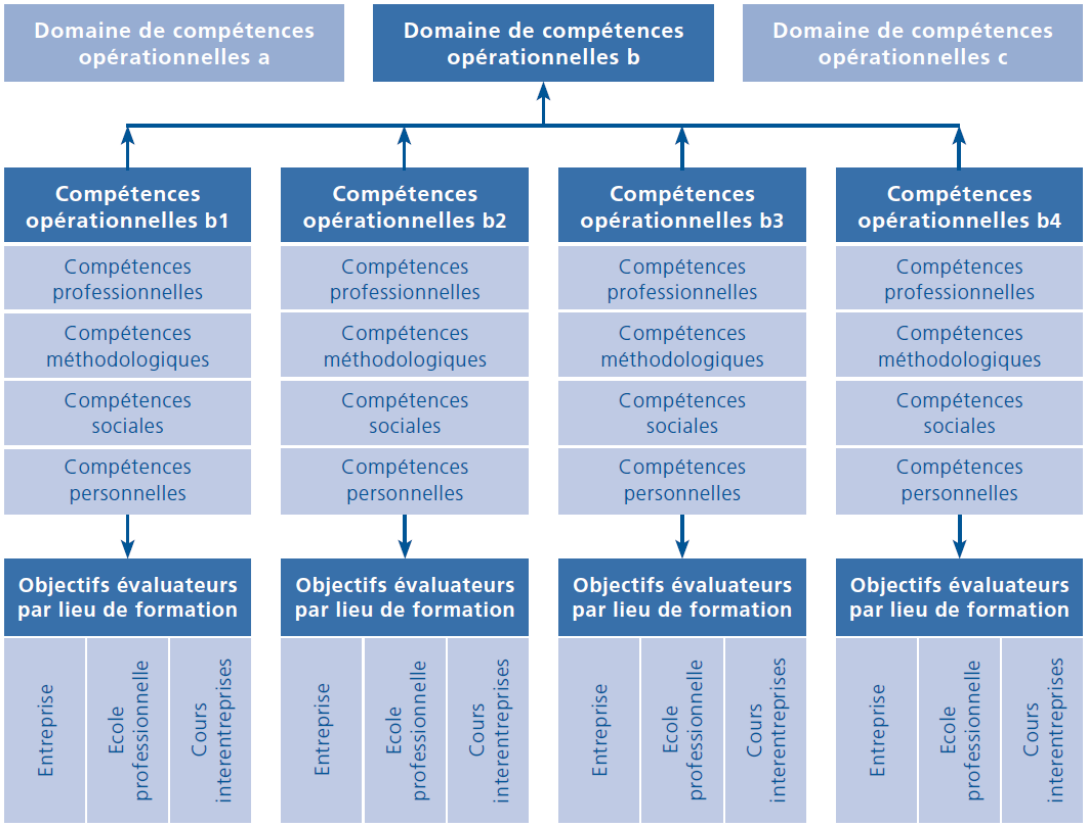
2. Bases de la pédagogie professionnelle

2.1er 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 réalisateur publicitaire 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:



[1] voir art. 12, al. 1, let. c, de l'ordonnance du 19 novembre 2003 sur la formation professionnelle (OFPr) et l'art. [numéro] de l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de réalisatrice publicitaire/réalisateur publicitaire avec CFC.

[2] Dans le cadre du présent plan de formation, nous utilisons la forme plurielle neutre «réalisateurs publicitaires avec CFC» au lieu des formes féminine et masculine (réalisatrices et réalisateurs publicitaires).

La profession de réalisateur publicitaire avec CFC comprend cinq **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: Élaboration de concepts publicitaires

Chaque domaine de compétences opérationnelles comprend un nombre défini de **compétences opérationnelles**. Le domaine de compétences a) Élaboration de concepts publicitaires regroupe par exemple 3 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. Ces objectifs sont reliés entre eux de manière cohérente afin d’instaurer une collaboration effective entre les lieux de formation (voir chap. 2.4).

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

Les compétences opérationnelles comprennent des compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles. Pour que les réalisateurs publicitaires 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 réalisateurs publicitaires 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 réalisateurs publicitaires 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 réalisateurs publicitaires CFC abordent leurs relations avec leur supérieur hiérarchique, leurs collègues et les clients de manière réfléchie, et adoptent 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 réalisateurs publicitaires 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.

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

Chaque objectif évaluateur est évalué à l'aune d'un niveau taxonomique (niveau C; C1 à C6). Le niveau C traduit la complexité de l'objectif évaluateur. Il est défini comme suit:

Niveau	Opération	Description
C 1	**Savoir**	Les réalisateurs publicitaires CFC restituent des informations mémorisées et s'y réfèrent dans des situations similaires.
C 2	**Comprendre**	Les réalisateurs publicitaires CFC expliquent ou décrivent les informations mémorisées avec leurs propres mots.
C 3	**Appliquer**	Les réalisateurs publicitaires CFC mettent en pratique les technologies/aptitudes acquises dans des situations nouvelles.
C 4	**Analyser**	Les réalisateurs publicitaires CFC analysent une situation complexe: ils la décomposent en éléments distincts, relèvent les rapports entre ces éléments et identifient les caractéristiques structurelles.
C 5	**Synthétiser**	Les réalisateurs publicitaires CFC combinent les différents éléments d'une situation et les assemblent en un tout.
C 6	**Évaluer**	Les réalisateurs publicitaires CFC évaluent une situation plus ou moins complexe en fonction de critères donnés.

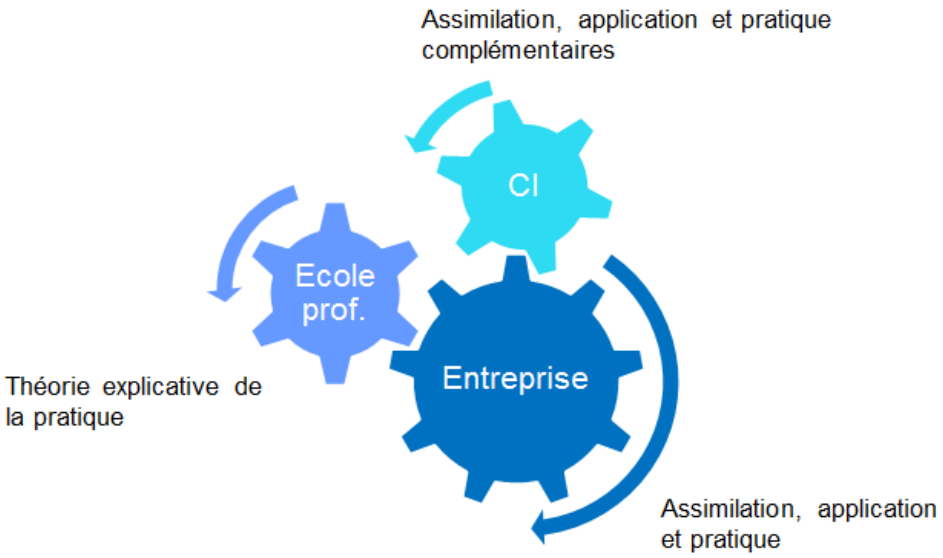
2.4e Collaboration entre les lieux de formation

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 un gage de réussite essentiel 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 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).

3. Profil de qualification

Le profil de qualification décrit le profil professionnel ainsi que les compétences opérationnelles à acquérir et le niveau d'exigences de la profession. Il indique les qualifications que les réalisateurs publicitaires CFC doivent posséder pour pouvoir exercer la profession de manière compétente et conformément au niveau requis.

En plus de décrire les compétences opérationnelles, le profil de qualification sert de base pour l'élaboration de la procédure de qualification. Il permet en outre la classification du diplôme de la formation professionnelle correspondant dans le cadre national des certifications de la Suisse (CNC formation professionnelle) et l'élaboration du supplément descriptif du certificat.

3.1er Profil de la profession

Les réalisateurs publicitaires CFC sont des spécialistes de la conception, de la réalisation, de la production et du montage de produits publicitaires pour les publicités internes comme externes. En raison de leur formation polyvalente, ils sont sollicités tout au long de la chaîne de valeur publicitaire. Ils entreprennent des travaux préparatoires de conception, créent des produits publicitaires et réalisent leur montage. Ils entretiennent les équipements d'exploitation et les moyens de fabrication, contrôlent la qualité des produits publicitaires finaux, les montent et les livrent au client. En outre, selon les besoins, ils s'occupent de l'entretien des produits publicitaires. Les réalisateurs publicitaires CFC sont créatifs, s'appuient sur des bases en arts visuels et font preuve d'habileté tant manuelle que technique.

Domaine d'activité

Les réalisateurs publicitaires CFC travaillent dans des entreprises publicitaires et reçoivent des commandes de la part d'entreprises, d'institutions ou de particuliers. Les commandes peuvent porter sur des marquages et des illustrations pour la communication visuelle, par exemple pour des façades, des vitrines, des enseignes publicitaires, des véhicules ou des stands d'exposition. Les réalisateurs publicitaires CFC travaillent sur différents matériaux, programmes informatiques et appareils. Ils réalisent des commandes spécifiques telles que de simples marquages, mais également des commandes diversifiées et complètes telles que la conception d'un stand d'exposition avec son système d'éclairage et ses affichages numériques. Dans ce cadre, ils répondent à des demandes spécifiques de clients ou développent des propositions innovantes et efficaces en termes publicitaires. Le produit final doit atteindre le groupe cible sous forme de message publicitaire. Selon les commandes, les réalisateurs publicitaires CFC collaborent avec différents spécialistes.

Exercice de la profession

Les réalisateurs publicitaires CFC assument la coresponsabilité des processus de réalisation, de fabrication et de montage. Selon le volume de la commande, ils planifient et réalisent celle-ci de manière autonome ou assument la responsabilité des différentes étapes de travail qui leur sont attribuées.
Tout au long du processus de fabrication, un mode de travail précis et méticuleux est indispensable, tant dans le travail préparatoire sur ordinateur que dans le travail manuel de traitement et de montage ultérieurs.
Les réalisateurs publicitaires CFC collaborent avec d'autres réalisateurs publicitaires CFC ou des spécialistes internes ou externes. Ils veillent à une communication et à une coordination sans accroc dans le cadre de leurs responsabilités. Ils font usage de leurs compétences en communication de manière ciblée et adéquate.
Les commandes publicitaires sont souvent soumises à des contraintes de temps. Les réalisateurs publicitaires CFC doivent donc répondre à des exigences élevées en termes de souplesse. En outre, les commandes nécessitent un degré élevé de créativité et d'orientation vers des solutions. Grâce à l'application de techniques créatives et à la prise en compte consciente de critères artistiques, des concepts publicitaires sont développés pour transmettre efficacement le message souhaité et convaincre les clients.
Afin de répondre aux exigences actuelles de la profession, les réalisateurs publicitaires CFC sont ouverts aux innovations technologiques, aux techniques de travail actuelles et à l'évolution des besoins des clients.

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

Les réalisateurs publicitaires CFC font en sorte que les informations publicitaires soient transmises à notre société de manière ciblée et efficace. Avec leurs marquages ou autres produits publicitaires, ils soutiennent les entreprises, les institutions ou les particuliers dans le placement de messages publicitaires.
Par une publicité aussi durable que possible et des informations ciblées, ils contribuent à la réussite économique de leurs clients. Les réalisateurs publicitaires CFC agissent dans l'intérêt de leur entreprise et

conformément aux principes économiques. Ils utilisent efficacement les ressources humaines et matérielles grâce à une planification ciblée.
Parallèlement au développement technique, la protection de la nature et de l’environnement a gagné en importance. Les commandes et les produits très spécifiques ne peuvent parfois être utilisés qu’une seule fois ou à peu de reprises (p. ex. stands). Les réalisateurs publicitaires CFC en ont conscience et essaient, dans la mesure du possible, de fabriquer des produits respectueux de l’environnement et des ressources, par exemple en utilisant des matériaux recyclables.

Culture générale

L’enseignement de la culture générale recouvre 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.

3.2e Vue d'ensemble des compétences opérationnelles

↓ Domaines de compétences opérationnelles			Compétences opérationnelles →				
a	Élaboration de concepts publicitaires		a1: Saisir et analyser les besoins clients pour des commandes publicitaires	a2: Élaborer un concept publicitaire	a3: Présenter et justifier un concept publicitaire auprès des décideurs		
b	Réalisation de produits publicitaires		b1: Se procurer et vérifier les informations et données pour la réalisation de produits	b2: Élaborer, optimiser et sécuriser des données pour la réalisation de produits	b3: Préparer des données en vue d'une proposition de réalisation;		
c	Planification et préparation de la création et du montage de produits publicitaires		c1: Procéder à la planification des tâches et des délais pour la création et le montage de produits	c2: Sélectionner et préparer les matériaux et moyens de fabrication et de fixation pour les travaux publicitaires	c3: Sélectionner et faire appel à des prestataires externes pour des applications publicitaires		
d	Création de produits publicitaires		d1: Utiliser des moyens de fabrication pour la production	d2: Surveiller les processus de fabrication pour la création de produits publicitaires	d3: Contrôler et entretenir les moyens de fabrication et le matériel auxiliaire	d4: Procéder au traitement ultérieur des produits publicitaires	d5: Contrôler la qualité des produits publicitaires
e	Montage et entretien de produits publicitaires		e1: Fournir des produits publicitaires ainsi que du matériel auxiliaire et de fixation pour le montage	e2: Monter et livrer les produits publicitaires	e3: Effectuer des travaux d'entretien pour les produits publicitaires		

3.3e 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 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 27 avril 2006 concernant les conditions minimales relatives à la culture générale dans la formation professionnelle initiale (RS *412.101.241*).

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 de compétences opérationnelles a: Élaboration de concepts publicitaires

Dans la publicité, chaque commande est élaborée et produite selon les besoins des clients. Les réalisateurs publicitaires avec CFC intègrent les souhaits des clients et élaborent, en s'appuyant sur des techniques créatives, un concept publicitaire qu'ils présentent aux décideurs et défendent auprès d'eux. En fonction de la faisabilité, ils acceptent les demandes de modification et adaptent le concept aux besoins des clients.

Compétence opérationnelle a1:

Saisir et analyser les besoins clients pour des commandes publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC recueillent les besoins des clients et les analysent afin d'exécuter la commande en fonction de ces besoins. À cet effet, ils s'entretiennent avec les clients et documentent les résultats de manière pertinente pour éclairer les tâches ultérieures.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
a1.1	Préparer la conversation client (C3)	Créer un guide d'entretien client (C3)	Préparer la conversation client (C3)
a1.2	Obtenir des informations sur le client et les commandes précédentes (C3)	Possibilité de rechercher des informations et de les comparer (C2)	
a1.3	Faire usage de communications verbales et non verbales (C3)	Expliquer et appliquer les principes fondamentaux de la communication verbale et non verbale (C3)	Appliquer les bases de la communication verbale et non verbale (C3)
a1.4	Sélectionner et utiliser des supports de communication correspondant aux instructions et exigences du client (C3)	Faire la différence entre les divers moyens de communication et les affecter à leurs domaines d'application (C2)	
a1.5	Passer un appel client (C3)	Mener une conversation client en s'appuyant sur des exemples (C3)	
a1.6	Comprendre les besoins des clients (C3)	Utiliser les principes fondamentaux des techniques d'esquisse et de prise de notes en s'appuyant sur des exemples (C3)	Décrire la mise à exécution des souhaits des clients (C3)
a1.7	Analyser les besoins des clients et les documenter de manière compréhensible (C4)	Expliquer les avantages et inconvénients des instruments analytiques courants (C2)	Utiliser des outils permettant d'analyser les besoins des clients (C3)

Compétence opérationnelle a2:

Élaborer un concept publicitaire.

Sur la base de l'analyse spécifique au client, les réalisateurs publicitaires avec CFC développent un concept publicitaire. Ils définissent ainsi les principes de mise à exécution de la commande. La planification, la conception, la production, le montage et l'élimination sont les principales étapes du processus. Les réalisateurs publicitaires CFC emploient des techniques créatives pour élaborer des idées et tester la faisabilité de leurs concepts.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
a2.1	Obtenir des informations pertinentes pour l'élaboration du concept publicitaire (C3)	Décrire les fondements pertinents des concepts (C2)	
a2.2	Définir la procédure d'évaluation du concept (C3)	Décrire le contenu du concept p.ex. • Position de départ	

		• Objectifs • Idées • Planification et organisation (C3)	
a2.3	Développer des idées pour élaborer un concept publicitaire dans le cadre d'un processus créatif (C3)	Expliquer les aspects d'un processus créatif et les utiliser pour rechercher des idées (C3)	
a2.4	Vérifier les idées concernant la satisfaction des besoins des clients et la faisabilité (C4)	Expliquer les méthodes d'évaluation et de hiérarchisation ainsi que la faisabilité (C3)	
a2.5	Développer des idées en tenant compte des principes d'élaboration d'un concept publicitaire (C3)	Décrire et appliquer les principes de conception (C3)	Développer des idées en tenant compte des principes d'élaboration d'un concept publicitaire (C3)
a2.6	Vérifier et améliorer le concept publicitaire en tenant compte des critères écologiques (C4)	Décrire les possibilités et mesures permettant de concevoir des concepts publicitaires de manière écologique (C3)	

Compétence opérationnelle a3:

Présenter et justifier un concept publicitaire auprès des décideurs.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC présentent le concept publicitaire de manière professionnelle et compréhensible et le justifient auprès des décideurs. Il peut s'agir de clients, de responsables ou d'employés qui décident de la marche à suivre. Ils expliquent le choix des supports, de la forme et de la couleur ainsi que leur conception et répondent de manière constructive aux questions ou objections. Ils acceptent les demandes de modification et adaptent le concept.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
A3.1	**annulé**		
a3.1	Réunir des arguments pour le choix du support, de la forme et de la couleur de la conception (C3)	Décrire les critères de sélection des supports, formes et couleurs (C2)	
a3.2	Présenter et justifier le concept publicitaire en fonction du public cible (C3)	Présenter et justifier les critères d'un concept publicitaire (C3)	Présenter et justifier le concept publicitaire en fonction du public cible (C3)
a3.3	Accepter les demandes de modification et les prendre en compte (C2)		
a3.4	Mettre en œuvre les demandes de modification en fonction du concept publicitaire (C4)		

Domaine de compétences opérationnelles b: Réalisation de produits publicitaires

Les réalisateurs publicitaires CFC développent une proposition de réalisation pour des produits publicitaires spécifiques au client tels que des marquages, des illustrations ou des produits plus complets tels que des stands d'exposition. Pour ce faire, ils se procurent, vérifient, élaborent et optimisent les données nécessaires à la réalisation du produit avant de définir la police, la couleur, la forme et les images du produit.

Compétence opérationnelle b1:

Se procurer et vérifier les informations et données pour la réalisation de produits.

Les réalisateurs publicitaires CFC se procurent toutes les données et informations nécessaires à la réalisation du produit. Ils vérifient les données fournies par les clients du point de vue de leur exactitude, de leur exhaustivité et de leur qualité. À cet effet, ils prennent en compte les exigences techniques des données numériques pour la production.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
b1.1	Se procurer les informations et données nécessaires à la réalisation du produit (C2)	Décrire les exigences techniques pour les données et la production (C2)	
b1.2	Vérifier l'exactitude, l'exhaustivité et la qualité des informations et des données (C4)	Identifier les sources potentielles d'erreur dans les exigences	Vérifier l'exactitude, l'exhaustivité et la qualité des informations et des données (C4)

		techniques en ce qui concerne les données et la production (C3)	
b1.3	Vérifier la faisabilité et le respect des exigences légales (C3)	Décrire les exigences légales d'exécution (C2)	
b1.4	Appliquer les principes des droits d'utilisation (C3)	Décrire les principes des droits d'utilisation (C2)	Mettre en œuvre les principes des droits d'utilisation (C3)

Compétence opérationnelle b2:

Élaborer, optimiser et sécuriser des données pour la réalisation de produits.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC élaborent des données qui sont nécessaires à la conception de produit mais pas encore disponibles et optimisent les données erronées. Ils stockent les données selon les spécifications de l'entreprise et les compriment.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
b2.1		Comprendre et appliquer les principes informatiques spécifiques au secteur (C3)	
b2.2	Élaborer des données manquantes pour la conception de produits à l'aide de programmes spécifiques à l'entreprise (C3)	Élaborer des données pour la conception de produits à l'aide de programmes spécifiques au secteur (C3)	Élaborer des données pour la conception de produits à l'aide de programmes spécifiques au secteur (C3)
b2.3	Optimiser les données erronées (pour la production) à l'aide de programmes spécifiques à l'entreprise (C3)	Identifier les sources d'erreur dans les données et les attribuer à différents domaines. p.ex. • typographie • résolution • format de fichier • échelle • gestion des couleurs (C4)	
b2.4	Choisir le format de fichier en fonction des exigences de traitement ultérieur (C3)	Expliquer les avantages et inconvénients des différents formats de fichiers (C2)	
b2.5	Stocker les données conformément aux spécifications de l'entreprise (C3)	Dresser la liste des avantages et inconvénients des différentes méthodes de compression (C1)	
b2.6	Comprimer correctement les données en utilisant les méthodes de compression disponibles (C3)	Expliquer les avantages et inconvénients des différentes méthodes de compression (C2)	

Compétence opérationnelle b3:

Préparer des données en vue d'une proposition de réalisation.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC élaborent les informations et les données nécessaires au développement d'une proposition de conception en s'appuyant sur leur expertise créative et en utilisant des programmes d'application spécifiques à l'entreprise. Ils vérifient leur proposition du point de vue de son effet et de sa perception.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
b3.1	Sélectionner la police adaptée au design (C3)	Attribuer une police à un groupe de polices commun et déterminer la famille de polices (C2)	
b3.2		Construire et dessiner des polices (C3)	Appliquer des techniques de base pour la forme et la police (C3)
b3.3	Choisir la couleur adéquate et vérifier son effet (C3)	Expliquer les bases de la théorie des couleurs et justifier le choix des couleurs (C6)	
b3.4	Utiliser des programmes d'application spécifiques à l'entreprise (C3)	Expliquer et appliquer les fonctions des programmes d'application spécifiques au secteur (C3)	

b3.5	Élaborer une proposition de conception avec des programmes d'application spécifiques à l'entreprise et basés sur le concept (C4)	Expliquer et appliquer les principes de conception. p.ex. • perception • théorie des couleurs • théorie des formes • communication visuelle (C3)	Proposition de conception avec des programmes d'application spécifiques au secteur basés sur le concept (C4)
b3.6		Expliquer, appliquer et justifier les principes de la typographie (C6)	Appliquer et justifier les principes de la typographie (C6)

Domaine de compétences organisationnelles c: Planification et préparation de la création et du montage de produits publicitaires

Les réalisateurs publicitaires avec CFC sont chargés de l'ensemble des tâches de planification et de préparation de la production et du montage. Ils élaborent un calendrier de travail complet, sélectionnent les matériaux, les équipements de production et les fixations nécessaires, les mettent à disposition et organisent les services externes éventuels.

Compétence opérationnelle c1:

Procéder à la planification des tâches et des délais pour la création et le montage de produits.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC mettent en œuvre les étapes de travail nécessaires à la production et au montage. Ils tiennent compte à la fois des travaux internes et externes et établissent un calendrier en tenant compte de la sécurité au travail, de la santé et de la protection de l'environnement.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
c1.1	Employer la plateforme éducative disponible dans le secteur (C3)		Employer la plateforme éducative disponible dans le secteur (C3)
c1.2	Définir les étapes nécessaires pour la production et le montage (C4)	Décrire les étapes de travail et établir planification (C3) p. ex. : • offre • confirmation de commande • facture • bon pour exécution • etc.	
c1.3	Déterminer et répartir les étapes de travail internes et externes (C3)	Décrire les prestataires de services externes et la manière dont leurs activités interagissent avec les leurs (C2)	
c1.4	Définition et application du calendrier des processus de production (C4)	Décrire et établir la planification des délais (C3)	Se conformer au calendrier défini (C4)
c1.5	Identifier les éventuels défauts lors de la préparation du travail et leurs effets sur les étapes suivantes et effectuer les rectifications requises (C5)	Nommer les principes de préparation au travail et leurs effets sur les étapes de travail suivantes (C2)	
c1.6	Tenir compte des répercussions économiques et écologiques dans les processus de travail (C4)		
c1.7	Tenir compte des dangers éventuels en matière de sécurité au travail, de santé et de protection de l'environnement lors de la planification (C4)	Nommer les dangers éventuels en matière de sécurité au travail, de santé et de protection de l'environnement (C2)	

Compétence opérationnelle c2:

Sélectionner et préparer les matériaux et moyens de fabrication et de fixations pour les travaux publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC sélectionnent les matériaux, outils de fabrication et fixations de matière professionnelle et les mettent à disposition. Pour ce faire, ils tiennent compte la protection de l'environnement et des principes logistiques et s'assurent que les matériaux nécessaires à la production et au montage sont disponibles.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
c2.1		Décrire la base chimique des matériaux et outils usuels (C2)	
c2.2		Décrire la base physique des matériaux, outils de production et fixations usuels (C2)	
c2.3		Décrire les bases électroniques et exigences légales liées aux équipements de production usuels (C2)	
c2.4	Mettre à disposition les matériaux adaptés à la production en tenant compte de critères écologiques (C3)	Décrire les matériaux usuels et leurs propriétés et applications par rapport à des critères écologiques (C2) p.ex. • plastiques • métaux • composites • verre • papier et carton (C2)	
c2.5	Appliquer les principes logistiques (C3)	Expliquer les principes logistiques (C3)	
c2.6	Fournir des fixations adéquates pour le montage (C3)	Décrire les fonctionnalités des fixations et systèmes usuels en soulignant leurs avantages et leurs inconvénients (C2)	
c2.7	Sélectionner l'équipement de production adéquat. p.ex. • technologies d'impression • techniques de revêtement • technologies de séparation (C3)	Décrire les applications possibles des équipements de production spécifiques au secteur. p.ex. • technologies d'impression • techniques de revêtement • procédés de séparation (C2)	
c2.8		Décrire les avantages et inconvénients des équipements de production spécifiques au secteur (C2)	

Compétence opérationnelle c3:

Sélectionner et faire appel à des prestataires externes pour des applications publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires avec CFC sont capables d'identifier les cas dans lesquels il n'existe pas de ressources de production pour la mise en œuvre de l'installation publicitaire au sein de l'entreprise. En fonction de la commande, ils sélectionnent des prestataires externes, énoncent les conditions de disponibilité et de livraison et organisent l'approvisionnement. Ils vérifient entre autres les prestataires externes du point de vue de la quantité, des caractéristiques, de la qualité, du délai ainsi que de la date.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
c3.1	Décrire les éventuels prestataires externes dans l'environnement de l'entreprise (C2)	Décrire les prestataires de services externes spécifiques au secteur (C2)	
c3.2	Déterminer et se procurer les services externes (C3)	Expliquer les principes de l'approvisionnement en services de tiers (C2)	

c3.3	En s'appuyant sur les documents de commande, déterminer si les services tiers répondent aux critères de mise en œuvre. p.ex. • Quantité • Propriétés • Qualité • Délai (C4)		
c3.4	Prendre des mesures adéquates en cas de défaillance des prestataires externes (C3)		

Domaine de compétences opérationnelles d: Création de produits publicitaires

Le réalisateur publicitaire CFC est responsable de l'ensemble du processus de création de produits, y compris du traitement ultérieur. Il fabrique les produits publicitaires à l'aide des matériaux fournis et des moyens de production spécifiques à l'entreprise en tenant compte de la sécurité au travail ainsi que de la protection de l'environnement et de la santé et supervise la production. Il assure l'entretien des ressources, trie et élimine les déchets et vérifie la qualité du produit fabriqué.

Compétence opérationnelle d1:

Utiliser des moyens de fabrication pour la production.

Les réalisateurs publicitaires CFC utilisent l'équipement de production sélectionné, en fonction du produit et de la commande. Lors du fonctionnement des systèmes, ils sont conscients des risques pour la santé, appliquent le concept de sécurité opérationnelle et accomplissent les démarches nécessaires en matière de sécurité au travail, de santé et de protection de l'environnement.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
d1.1	Mettre les matériaux à disposition (C2)		
d1.2	Transférer des données aux équipements de production (C3)		
d1.3	Configurer les équipements de production de manière professionnelle et sûre (C3)		
d1.4	Utiliser les équipements de production de manière professionnelle, en tenant compte de la sécurité au travail (C3)		
d1.5	Appliquer le concept de sécurité opérationnelle. p.ex. • sécurité au travail • prévention des accidents • urgence (C3)	Décrire les éléments d'un concept de sécurité (C2)	
d1.6	Identifier les risques potentiels pour la sécurité au travail, la santé et la protection de l'environnement et en tenir compte lors de la production (C3)	Expliquer les exigences concernant la sécurité au travail, la santé et la protection de l'environnement (C2)	Identifier les risques potentiels pour la sécurité au travail, la santé et la protection de l'environnement et en tenir compte lors de la production (C3)
d1.7			Rechercher et expliquer les actualités spécifiques au secteur (C2)

Compétence opérationnelle d2:

Surveiller les processus de fabrication pour la création de produits publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires CFC surveillent l'ensemble du processus de production pendant l'installation de produits publicitaires, détectent les défauts éventuels et prennent des mesures adéquates pour assurer le dépannage.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises

d2.1	Surveiller le processus de production est adéquat au regard des moyens de fabrication installés (C3)	Expliquer les facteurs ayant un impact sur le processus de production. p.ex. • physiques • chimiques (C2)	
d2.2	Détecter les défauts ayant une influence sur le processus de production (C3)		
d2.3	Rectifier les défauts rencontrés dans le cadre du processus de production ou prendre des mesures adéquates (C5)		

Compétence opérationnelle d3:

Contrôler et entretenir les moyens de fabrication et le matériel auxiliaires.

Les réalisateurs publicitaires CFC contrôlent les équipements de production et auxiliaires et réalisent de manière autonome des tâches simples de réparation et d'entretien.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
d3.1	Vérifier le bon fonctionnement des équipements de production et auxiliaires (C3)		
d3.2	Effectuer des travaux de nettoyage sur les équipements de production opérationnels et auxiliaires (C3)	Décrire différents agents de nettoyage et les affecter à un usage spécifique (C3)	
d3.3	Effectuer des travaux de maintenance sur les équipements de production opérationnels et auxiliaires (C3)		
d3.4	Trier les déchets et les éliminer comme il se doit (C3)	Expliquer les aspects environnementaux du tri, de l'élimination et du recyclage des déchets (C3)	

Compétence opérationnelle d4:

Procéder au traitement ultérieur des produits publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires CFC assurent le traitement ultérieur des produits publicitaires installés. Ce faisant, ils sont guidés par les exigences définies dans le concept.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
d4.1	Déterminer les technologies et procédures spécifiques à l'entreprise pour le traitement ultérieur des produits publicitaires (C3)	Décrire les technologies, procédures et domaines d'application du traitement ultérieur des produits publicitaires (C2)	
d4.2	Exécuter le traitement ultérieur des produits publicitaires à l'aide d'équipements de production spécifiques à l'entreprise (C3)		

Compétence opérationnelle d5:

Contrôler la qualité des produits publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires CFC contrôlent le produit publicitaire avant la livraison au client du point de vue de sa qualité et de sa quantité. Reconnaître les erreurs et les corriger de manière autonome ou les signaler à la personne responsable au sein de l'entreprise.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises

d5.1	Appliquer les normes de qualité relatives aux produits publicitaires (C3)	Expliquer les exigences de qualité typiques pour le produit publicitaire concerné (C2)	
d5.2	Vérifier les produits publicitaires du point de vue des normes de qualité opérationnelle (C4)		
d5.3	Remédier aux défauts du produit publicitaire selon les normes de qualité de l'entreprise ou avertir le responsable de l'entreprise (C4)		

Domaine de compétences opérationnelles e: Montage et entretien de produits publicitaires

Les réalisateurs publicitaires CFC montent et entretiennent les produits publicitaires installés conformément au calendrier des tâches et des délais, en tenant compte des précautions de sécurité convenues. Ils préparent le montage en contrôlant la surface et en installant les fixations adéquates. Ils déterminent la position de montage exacte et vérifient le montage à l'issue de l'exécution avant que le produit final ne puisse être livré au client pour être contrôlé. Si ceci est possible et pertinent, les réalisateurs publicitaires exécutent également les travaux d'entretien nécessaires par la suite.

Compétence opérationnelle e1:

Fournir des produits publicitaires ainsi que du matériel auxiliaire et de fixation pour le montage.

Les réalisateurs publicitaires CFC déterminent les moyens de production, outils et éléments auxiliaires à utiliser en tenant compte de la surface de montage. Ils prévoient de manière précise les opérations de pré-assemblage dans l'entreprise afin de pouvoir mettre en place un montage sûr et efficace sur le site et de préparer les produits publicitaires pour le transport.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
e1.1	Identifier les surfaces de montage et déterminer leurs propriétés et les conclusions à en tirer en ce qui concerne le montage et les fixations (C4)	Connaître les surfaces de montage et décrire leurs propriétés et les conclusions à en tirer en ce qui concerne le montage et les fixations (C2)	
e1.2	Tenir compte des bases physiques en matière de fixation (C4)	Expliquer les bases physiques de la fixation (C2)	
e1.3	Déterminer et fournir les fixations adéquates en fonction de la surface de montage (C3)	Décrire les fixations courantes et leurs domaines d'utilisation (C2)	Déterminer et fournir les fixations adéquates en fonction de la surface de montage (C3)
e1.4	Déterminer et préparer les outils et instruments de montage (C3)	Connaître les outils et instruments de montage courants et les affecter à l'usage prévu (C2)	Connaître les outils et instruments de montage et les utiliser à bon escient (C3)
e1.5	Pré-assembler le produit publicitaire et le préparer pour le transport (C3)		
e1.6	Prendre les précautions de sécurité nécessaires au transport (C3)		

Compétence opérationnelle e2:

Monter et livrer les produits publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires CFC montent professionnellement des produits publicitaires en déterminant une position de montage correcte compte tenu de la surface de montage. Ils livrent les produits publicitaires au client et réalisent une inspection finale sur ces produits.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
e2.1	Vérifier les surfaces de montage sur site (en détectant d'éventuels dommages) et les documenter conformément aux spécifications de l'entreprise (C4)		
e2.2	Déterminer la position de montage en utilisant des instruments de mesure adéquats (C3)	Expliquer les instruments de mesure spécifiques au secteur et leur fonction (C2)	Déterminer la position de montage à l'aide d'instruments de mesure adéquats (C3)

e2.3	Comparer la position de montage au plan d'exécution pour assurer la conformité (C3)		
e2.4	Installer les produits publicitaires conformément au plan d'exécution et en tenant compte de la sécurité au travail (C3)	Expliquer les techniques de montage (C2)	Installer les produits publicitaires conformément au plan d'exécution et en tenant compte de la sécurité au travail (C3)
e2.5	Contrôler les marchandises dangereuses présentes sur site conformément aux exigences légales (C3)	Expliquer les principes juridiques justifiant la présence de marchandises dangereuses (C2)	
e2.6	Inspecter le montage terminé et laisser le produit publicitaire en bon état et le lieu de travail propre (C3)		
e2.7	Remettre le produit final au client et réaliser une inspection finale (C3)		

Compétence opérationnelle e3:

Effectuer des travaux d'entretien pour les produits publicitaires.

Les réalisateurs publicitaires CFC réalisent un entretien adéquat. Ils assurent l'élimination professionnelle des objets démontés et agissent conformément aux dispositions des directives actuelles en matière de protection de la santé et de l'environnement.

N°	Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
e3.1	Maintenir et documenter les travaux de maintenance réalisés sur les produits publicitaires (C3)	Décrire les tâches de maintenance typiquement réalisées sur ces produits publicitaires (C2)	
e3.2	Éliminer les matériaux remplacés de manière respectueuse de l'environnement (C3)		

Élaboration

Le plan de formation a été élaboré par la(les) organisation(s) du monde du travail soussignée(s). Il se réfère à l’ordonnance du SEFRI du [date d’édiction de l’Orfo] sur la formation professionnelle initiale de réalisatrice publicitaire / réalisateur publicitaire avec certificat fédéral de capacité (CFC).

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

[Lieu, date]

Verband Werbetechnik+Print

Le président	la secrétaire générale
Florian Tanner, président de l’Ortra	Bea Murer, secrétaire générale de l’Ortra

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

Berne, le [date/cachet]

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

Rémy Hübschi
Vice-directeur, Chef de la division Formation professionnelle et continue

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

Documents	Source
Ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de réalisateur publicitaire CFC	Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (www.bvz.admin.ch > Professions A-Z)
Plan de formation relatif à l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de réalisateur publicitaire CFC	Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (www.bvz.admin.ch > Professions A-Z)
Dispositions d'exécution relatives à la procédure de qualification avec examen final (y compris une grille d'évaluation et éventuellement le dossier des prestations des cours interentreprises et/ou le dossier des prestations à la formation à la pratique professionnelle)	Verband Werbetechnik+Print www.verband-werbetechnik-print.ch Association Romande des Réalisateurs Publicitaires www.arrp.ch
Tableau de coordination de la formation entre les trois lieux de formation	Verband Werbetechnik+Print www.vwp.swiss Association Romande des Réalisateures Publicitaires www.arrp.ch
Dossier de formation	Modèle SDBB | CSFO www.oda.berufsbildung.ch
Rapport de formation	Modèle SDBB | CSFO www.oda.berufsbildung.ch
Documentation de la formation en entreprise	Modèle SDBB | CSFO www.oda.berufsbildung.ch
Équipement minimum dans l'entreprise formatrice	Verband Werbetechnik+Print www.verband-werbetechnik-print.ch
Programme de formation pour les cours interentreprises	Verband Werbetechnik+Print www.verband-werbetechnik-print.ch Association Romande des Réalisateurs Publicitaires www.arrp.ch
Règlement d'organisation pour les cours interentreprises	Verband Werbetechnik+Print www.verband-werbetechnik-print.ch Association Romande des Réalisateurs Publicitaires www.arrp.ch
Plan d'étude pour les écoles professionnelles	Schule für Gestaltung Zürich www.sfgz.ch Schule für Gestaltung Bern und Biel www.sfgb-b.ch Ecole romande d'arts et communication www.eracom.ch
Liste des professions apparentées	Verband Werbetechnik+Print www.verband-werbetechnik-print.ch Association Romande des Réalisateurs Publicitaires www.arrp.ch
Bases légales concernant les personnes en formation professionnelle initiale	http://www.formationprof.ch/download/am18.pdf

Annexe 2: mesures d'accompagnement en matière de sécurité et de protection de la santé au travail

L'article 4, alinéa 1, de l'ordonnance 5 relative à la Loi sur le travail du 28 septembre 2007 (ordonnance sur la protection des jeunes travailleurs, OLT 5; RS 822.115) **interdit, de manière générale, les travaux dangereux pour les jeunes**. Tout travail est considéré comme dangereux si sa nature ou les circonstances dans lesquelles il s'accomplit peuvent nuire à la santé, à l'éducation et à la sécurité des jeunes et à leur développement physique et psychologique.
En dérogation de l'article 4 alinéa 1 OLT 5, il est permis d'occuper des personnes en formation de réalisation publicitaire CFC, dès l'âge de 15 ans, en fonction de leur niveau de connaissance, aux travaux dangereux définis dans l'annexe de l'ordonnance sur l'éducation et la formation des réalisateurs publicitaires CFC, pour autant que les mesures d'accompagnement suivantes soient respectées par l'entreprise en ce qui concerne les questions de prévention.
Si un équipement non répertorié à l'annexe 2 est utilisé, l'entreprise assume la responsabilité de la mise en œuvre des mesures nécessaires.

Dérogations à l'interdiction d'effectuer des travaux dangereux (base: Liste de contrôle SECO du 01/09/2016)	
Point	**Travail dangereux** (description correspondant à la liste de contrôle du SECO)
2 2a	**Travaux qui sollicitent les jeunes de manière excessive d'un point de vue psychique** a) Travaux qui dépassent les capacités psychiques des jeunes: 1) sur le plan cognitif : Stress (travail à la tâche, pression temporelle permanente, attention soutenue, responsabilités trop élevées)
3 3a	**Travaux qui sollicitent les jeunes de manière excessive d'un point de vue corporel** Travaux qui dépassent les capacités physiques des jeunes: a) La manutention de charges de plus • 15 kg pour les jeunes hommes de moins de 16 ans, • 19 kg pour les jeunes hommes de 16 ans à 18 ans, • 11 kg pour les jeunes femmes de moins de 16 ans, • 12 kg pour les jeunes femmes de 16 à 18 ans.
5 5a	**Travaux impliquant des agents exposant à des dangers physiques** Travaux impliquant des dangers d'explosivité ou d'inflammabilité importants a) Travaux avec des substances ou préparations[3] présentant des dangers physiques tels que l'explosivité et l'inflammabilité: 4. liquides inflammables (H224, H225 –anciennement R12)
6 6A	**Travaux exposant à des agents chimiques nocifs** Travaux exposant à des risques sanitaires (par inhalation - par les voies respiratoires, par voie cutanée - par la peau, par voie orale - par la bouche) ou des risques d'accident correspondants. a) Travaux avec des substances ou préparations classées dans au moins une des catégories de danger suivantes: 4. toxicité spécifique pour certains organes cibles après une exposition répétée (H372, H373), 6. sensibilisation de la peau (H317– anciennement R43), 7. cancérogénicité (H351), 9. toxicité pour l'appareil reproductif (H360, H361d),
8 8a 8b	**Travail avec des équipements dangereux** a) Travail avec des équipements de transport ou de travail mobiles 9. Nacelles porte-personnes. b) Travail avec des équipements de travail comportant des pièces mobiles dont les zones dangereuses ne sont pas protégées ou uniquement protégées par des dispositifs de protection réglables, en particulier zones de convoyage, zones de cisaillement, zones de coupe, zones de piqûre, zones de coinçage, zones d'écrasement et points d'impact.
10 10a 10c	**Travail dans un environnement non sécurisé** a) Travail comportant un risque de chute, en particulier dans les lieux de travail surélevés. c) Travail en dehors d'un espace de travail fixe, en particulier

Dérogations à l'interdiction d'effectuer des travaux dangereux (base: Liste de contrôle SECO du 01/09/2016)	
Point	**Travail dangereux** (description correspondant à la liste de contrôle du SECO)
	2. pendant les travaux de chantier et le nettoyage des bâtiments.

Travail(aux) dangereux (découlant des compétences opérationnelles)	**Danger(s)**		**Thèmes préventifs pour la formation/la formation continue, l'orientation et le suivi**	**Mesures d'accompagnement par des travailleurs qualifiés[3] au sein de l'entreprise**						
				Formation/formation continue des apprenants			Consignes destinées aux apprenants	Surveillance des apprenants		
		Point(s)[4]		Formation dans l'entreprise	Soutien interentreprises	Soutien BFS		Constant	Régulier	Occasionnel
Manipulation de matériaux de réalisation publicitaire et équipements et périphériques spécifiques à l'exploitation Manipuler et configurer les moyens de production et périphériques spécifiques à l'exploitation Stockage intermédiaire des produits et préparation au transport Exécution des entretiens et élimination des pannes des moyens de production et périphériques spécifiques à l'exploitation Compétence opérationnelle: d1.3, d1.4, d.2.3, d3.3, e3.1	**Charges psychiques** • Surcharge/sous-charge • Rythme de travail, pression sur les délais • Événements inattendus, Pannes de courant, perturbations opérationnelles	2a	• Réglementation claire des responsabilités et des compétences • Conformité aux réglementations légales • Incorporation sur le lieu de travail ***Supports*** • *SUVA LC 67044 «Comportement sûr»* • *SUVA LC 67019 «Formation des nouveaux collaborateurs»* • *SUVA LC 67190 «Apprentissage en toute sécurité»* • *Information SUVA 88273, 88274, 88286 «10 étapes pour un apprentissage en toute sécurité»* • *Prospectus SUVA 84020 «Nouveau poste de travail - nouveaux risques»* • *Brochure SUVA 84054 «Dix règles vitales pour l'artisanat et l'industrie»* • *SUVA LC 67010 «Stress»*	1. Aa	1. Aa	1. Aa	Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation sur tous les lieux d'apprentissage. <u>Points clés du manuel d'utilisation:</u> • Reconnaître les dangers • Dire non au danger • Respecter les règles de sécurité • Utiliser et ne pas manipuler les équipements de sécurité • Utiliser les bons EPI • Utiliser des outils pour les charges lourdes • Mode de manipulation correcte des charges Toutes les mesures AS et GS sont pratiquées, vérifiées et, si nécessaire, corrigées dans des situations spécifiques pendant la formation selon les principes de «la sécurité passe avant la	1. Aa	2. Aa	3. et 4. Aa

[3] Un travailleur qualifié est une personne qui détient un certificat fédéral dans le domaine de spécialisation de l'apprenant. Certificat de compétence (certificat professionnel fédéral, si prévu dans BiVo) ou une qualification équivalente.
[4] Chiffre correspondant à la liste de contrôle SECO «Travaux dangereux dans la formation professionnelle initiale»

							productivité» et «la précision passe avant la vitesse».			
Chargement et déchargement manuels des poids lourds et des véhicules de livraison **Équipement de machines de production telles que des imprimantes grand format** Compétence opérationnelle: d1.1, e1.4, e1.5, e1.6	**Charges sur l'appareil locomoteur** • Levage et transport de charges	3a	• Consignes destinées aux apprenants: Démonstration et consignes concernant les bonnes techniques de levage et de portage. • Bases de la sécurisation des charges. ***Supports*** • *OPA art. 41 «transport et entreposage»* • *CFST, Brochure d'information 6245.d, «Transport de charges manuel»* • *Ordonnance 3 relative à la Loi sur le travail, art. 25, par.2 jeunes travailleurs* • *SUVA LC 67199 «Alléger la charge»* • *SUVA BR 44018 «Soulever et porter correctement une charge»* • *SUVA LC 67090 «Posture de travail correcte»* • *SUVA LC 67089 «Manutention de charges»* • *CFST Information 6245 «Manutention de charges»*	1. Aa			Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation sur tous les lieux d'apprentissage. <u>Points clés du manuel d'utilisation:</u> • Utiliser des outils pour les charges lourdes • Mode de manipulation correcte des charges	1. Aa	2. Aa	3. Aa 4. Aa
Transport de matériaux dans l'entreprise Conduite de camions industriels (chariots électriques à timon) Chargement et déchargement des palettes Compétence opérationnelle: c2.4, c2.6, c2.7	**Dangers mécaniques** • Déplacement des moyens de transport, déplacement des équipements de travail (Transpalette manuel, dispositifs à timon) • Chute d'objets • Risque de se faire écraser	8a 8b	• Manuels d'utilisation • Consignes d'utilisation / de travail • Formation / instruction pour conducteurs de chariots élévateurs • Sélection et utilisation des EPI nécessaires ***Supports*** • *SUVA LC 67046 «Chariots électriques à timon»* • *SUVA LC 67142 «Stockage de marchandises en piles»* • *CFST GL 6518 «Directive pour la formation et l'instruction des conducteurs de chariots de manutention»*	1. Aa à 2. Aa	1. Aa à 2. Aa		Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation sur tous les lieux d'apprentissage. <u>Points clés du manuel d'utilisation/de la formation:</u> • Consignes d'utilisation du chariot électrique à timon • Vérifier l'équipement de travail avant l'utilisation	Afa 1 Aa à 2. Aa	Afa 3. Aa	Afa 4. Aa
Contact avec divers agents de nettoyage, solvants et cartouches d'encre UV Nettoyez le matériel et l'équipement de travail à l'aide d'agents de nettoyage et de solvants et manipulez-les correctement pour une utilisation ultérieure. Changez les cartouches d'encre blanche UV.	**Substances dangereuses pour la santé** Irritation de la peau et des yeux, réactions allergiques, dermatoses de contact, lésions des voies respiratoires et lésions cellulaires causées par: • les gaz/vapeurs • les liquides/aérosols	5a 6a	• *Fiches de données de sécurité des substances / produits utilisés* • *Formation / consignes relatives à la manipulation de substances dangereuses et consignes d'utilisation/de travail* • *Sélection et utilisation des EPI nécessaires (thèmes: main, yeux, peau, respiration)* • *Détermination de la catégorie de danger des produits chimiques et des voies d'exposition (orale, cutanée, par inhalation)* • *Insister en particulier sur les dangers des substances cancérigènes et toxiques pour*	1. Aa		1. Aa	Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation dans l'entreprise et BFS. <u>Points clés du manuel d'utilisation:</u> • Consignes de travail Substances dangereuses / fiches de sécurité	1. Aa	2. Aa	3. Aa 4. Aa

Substances utilisées: • Diluant nitro • Nettoyant de surface • Dissolvant de colle • Alcool de nettoyage • Acétone • Encre blanche UV Compétence opérationnelle: d3.2, e3.1, d5.3	**Dangers d'explosivité ou d'inflammabilité** Brûlures • Liquides • Atmosphère explosive		*l'appareil reproducteur et sur les mesures de protection (encre blanche UV) (mesures de protection de la maternité).* • *Survenue et prévention d'une atmosphère explosive* ***Supports*/(interne: à titre d'aide)** • *SUVA LC 67013 «Emploi de solvants»* • *Brochure SUVA 11030 «Substances dangereuses: ce qu'il faut savoir»* • *SUVA LC 67071 «Stockage de liquides facilement inflammables»* • *SUVA LC 67091 «Équipements de protection individuelle»* • *INFO SUVA44074 «Protection de la peau au travail»* • *Napo: Protège ta peau* • *SUVA LC 67083 «Électricité statique Risques d'explosion lors de la manipulation de liquides inflammables»*				• Électricité statique • Protection de la peau • EPI - sélection, démonstration et utilisation pratique			
Travail en hauteur Travail sur des échelles, échafaudages roulants, passerelles de travail, échafaudages. Compétence opérationnelle: e2.4, e3.1	**Risques de chute** • Chute de personnes à partir de lieux de travail surélevés **Dangers mécaniques** • Causés par la chute d'objets	10a 10c	• Manuels d'utilisation • Formation / instructions sur les échelles et échafaudages roulants ***Supports*** • *SUVA DL 84070 «Qui peut répondre 12 fois «Oui»? Sécurité sur les échelles simples et doubles»* • *Suva Not. 44026 «Échelles portables. Échelles simples et échelles doubles»* • *Suva DP 84018 «Huit questions essentielles autour des échafaudages roulants»* • *Suva LC 67076 «Passerelles de travail, escaliers et plates-formes de maintenance»* • *Suva Not. 11043 «Faux - juste: Situation sur les chantiers»* • *SUVA LC 67038 «Echafaudages de façade»*	1. Aa bis 2. Aa	1. Aa bis 2. Aa		Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation dans l'entreprise <u>Points clés du manuel d'utilisation:</u> • Reconnaître les dangers • Dire non au danger • Respecter les règles de sécurité • Utiliser correctement les EPICC	Afa 1 Aa à 4. Aa		

Travail sur des nacelles porte-personnes Effectuer des travaux de montage sur les nacelles porte-personnes sans utiliser les nacelles porte-personnes Compétence opérationnelle: e2.4, e3.1	**Risques de chute** • Chute de personnes à partir de lieux de travail surélevés • Renversement de la nacelle porte-personnes **Dangers mécaniques** • Équipement de travail en mouvement (nacelle porte-personnes) • Piégeage de personnes entre la nacelle porte-personnes et les installations fixes • Blessures causées par la chute d'objets	10a 10c	• Sélection et utilisation des EPI nécessaires • Formation - cours de base sur la sécurité en hauteur / EPICC ***Supports*** • *SUVA Not. 44002 «La sécurité en s'encordant»* • *Consignes SUVA 88816 «Dépliant: Huit règles vitales pour les travaux avec protection par encordement»*	1. Aa à 2. Aa	1. Aa à 2. Aa		Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation dans l'entreprise Utilisation de la nacelle porte-personnes uniquement par un opérateur qualifié de nacelle de la catégorie utilisée. <u>Points clés du manuel d'utilisation:</u> • Respecter les règles de sécurité • Utiliser correctement les EPICC	Afa 1. Aa à 4. Aa		
Fonctionnement des machines de traitement conventionnelles: • Perceuse (perforatrices) • Fraiseuse • Scie à panneaux • Scie sauteuse • Troncatrice (Flex) • Presse à œillets Compétences opérationnelles d1.3, d1.4, d2.3, d3.3, d4.2, e2.4	**Dangers mécaniques** • Coinçage/accrochage de vêtements, parties du corps et cheveux • Blessures par coupures résultant de pièces dangereuses • Causés par des pièces incontrôlées, mobiles et volantes/tombantes. • Piégeage, écrasement et coupure de parties du corps suite à la mise en marche ou au démarrage en raison d'une manipulation incorrecte, de dysfonctionnements et de dispositifs de sécurité défectueux • Blessures oculaires dues à la poussière de meulage, aux étincelles de meulage, aux copeaux	8b	• Formation/consignes sur le fonctionnement de tous les équipements de travail utilisés • Manuels d'utilisation • Consignes d'utilisation / de travail • Sélection et utilisation des EPI nécessaires ***Supports*** • *SUVA LC 67113 «Phénomènes dangereux mécaniques liés aux machines»* • *SUVA LC 67184 «Protection oculaire dans la branche de la métallurgie»* • *SUVA LC 67183 «Protection des mains dans la métallurgie»* • *SUVA LC 67115 «Scies circulaires verticales à débiter les panneaux»* • *SUVA LC 67075 «Mesures de protection contre les démarrages intempestifs»* • *SUVA LC 67146 «STOP à la manipulation des dispositifs de protection»* • *SUVA LC 67091 «Équipements de protection individuelle»* • *SUVA LC 67092 «Machines électriques portatives»*	1. Aa à 4 Aa			Informations / instructions et conseils pratiques dès le 1er jour de formation, conformément aux objectifs fixés dans le plan de formation dans l'entreprise et BFS. <u>Points clés du manuel d'utilisation:</u> • Reconnaître les dangers • Reconnaître et utiliser les équipements de sécurité. • Sélection et utilisation sécurisée des outils et accessoires • EPI - sélection, démonstration et utilisation pratique	1. Aa 2. Aa	3. Aa	4. Aa

Légende: Ci: cours interentreprises; BFS: École professionnelle;
Abréviations éventuelles: Afa Après formation accomplie; BC: Brochure; LC: Liste de contrôle; DP: Dépliant; Not: Notice; LD: Lignes directrices; Aa Année d'apprentissage

Annexe 3: Glossaire

Termes spécifiques à la formation.

www.lex.berufsbildung.ch

Termes spécifiques à la formation.

Matériaux

Ce terme recouvre, de manière générale, les matériaux des produits semi-finis et finis. À l'issue d'un traitement différentié, ils sont transformés en nouveaux produits finis.

Équipements de production

Les équipements de production sont des outils, appareils, machines et équipements de mesure et de test. Ce concept comprend toutes les installations capables de traiter des matériaux de quelque manière que ce soit.

Fixations
Les fixations sont utilisées pour maintenir les structures en place. Il s'agit notamment des outils et éléments de raccordement comme, entre autres, les vis, clous, rivets, boulons ou chevilles.

Équipements auxiliaires
Les équipements auxiliaires sont utilisés pour faciliter le travail et pour assurer une exécution aisée des processus de travail et objectifs déterminés. Dans la publicité, il peut s'agir de dérouleurs de ruban adhésif, brosses à rivets, raclettes, aimants de retenue, etc.

L'ordonnance sur les installations électriques à basse tension La Confédération réglemente le travail avec des installations électriques à basse tension. Dans le secteur publicitaire, cela s'applique aux publicités lumineuses de toutes sortes, alimentées par l'électricité des installations domestiques. Les dispositions sont tirées de l'ordonnance sur les installations électriques à basse tension. Voir le lien Web, annexe 1. Source: Inspection fédérale des installations à courant fort (ESTI)

Annexe 4: Explications complémentaires concernant les compétences opérationnelles

Les quatre dimensions des compétences opérationnelles recouvrent différents éléments propres à chaque profession, qui se déclinent comme suit. En font partie les compétences suivantes :

1. Compétences professionnelles (CP)

Les compétences professionnelles concernent les domaines suivants:

- la connaissance des termes spécifiques (langage technique), des normes (de qualité), des éléments et des systèmes et de leur importance pour les situations de travail;
- la maîtrise des méthodes, procédures, outils et matériaux propres à la profession et leur utilisation dans les règles;
- la connaissance des dangers et des risques, des mesures de prévention et de protection qu'ils impliquent, et le sens des responsabilités qui s'impose.

2. Compétences méthodologiques (CM)

2.1 Techniques de travail

Afin de s'acquitter de leurs tâches professionnelles, les réalisateurs publicitaires CFC utilisent les méthodes, les équipements, les installations techniques et les moyens auxiliaires qui conviennent, leur but étant de travailler de manière organisée, de fixer des priorités, de mettre en place des processus de manière systématique et rationnelle, de garantir la sécurité au travail et de respecter les prescriptions en matière d'hygiène. Ils planifient leurs tâches selon différentes étapes, travaillent de manière efficace en suivant des objectifs et évaluent systématiquement leur travail.

2.2 Approche et action interdisciplinaires axées sur les processus
Les réalisateurs publicitaires avec CFC appréhendent les processus de travail dans le contexte de l'entreprise. Ils tiennent compte des différents processus situés en amont et en aval, et sont conscients des incidences de leurs activités sur les produits ainsi que sur les collaborateurs et les résultats de l'entreprise.

2.3 Stratégies d'information et de communication
Dans les entreprises de réalisations publicitaires, l'utilisation des moyens d'information et de communication est importante. Les réalisateurs publicitaires CFC en sont conscients et participent à l'optimisation de la transmission des informations au sein de l'entreprise. Ils se procurent des informations de manière autonome et en font un usage profitable pour l'entreprise et pour leur propre apprentissage.

2.4 Stratégies d'apprentissage
Différentes stratégies permettent d'apprendre plus efficacement. Les réalisateurs publicitaires CFC analysent leur manière d'apprendre et l'adaptent aux différentes tâches et problématiques. Comme les styles d'apprentissage varient d'une personne à l'autre, ils adoptent les stratégies qui leur conviennent le mieux de manière à apprendre avec plaisir et efficacement tout en approfondissant leurs compétences, tant en termes d'apprentissage tout au long de la vie qu'en termes d'apprentissage individuel.

2.5 Techniques de présentation
Les résultats d'une entreprise sont fortement influencés par la manière dont ses produits et services sont présentés aux clients. Les réalisateurs publicitaires CFC connaissent et maîtrisent les techniques et les supports de présentation, et les utilisent conformément à la situation.

2.6 Comportement écologique
Les réalisateurs publicitaires CFC sont conscients de la disponibilité limitée des ressources naturelles. Ils privilégient une utilisation économe des matières premières, de l'eau et de l'énergie, et ont recours à des technologies, à des stratégies et à des techniques de travail ménageant les ressources.

2.7 Comportement économique
Un comportement respectueux des principes de l'économie d'entreprise est la base du succès de l'entreprise. Les réalisateurs publicitaires CFC sont conscients des coûts des matières premières, des matériaux, des machines, des installations et des équipements. Ils effectuent leurs tâches de manière efficace et sûre.

3. Compétences sociales (CS)
3.1 Capacité à communiquer
La communication objective revêt une importance primordiale dans l'exercice de la profession. C'est pourquoi les réalisateurs publicitaires CFC font preuve de franchise et de spontanéité dans les situations professionnelles et qu'ils se réfèrent aux règles de base d'une discussion. Ils adaptent leur manière de s'exprimer et leur comportement en fonction des situations et des besoins de leurs interlocuteurs. Ils parlent avec respect et estime.

3.2 Capacité à gérer des conflits
Étant donné que des personnes parfois très différentes sont amenées à collaborer sur un même lieu de travail, il se peut que des situations conflictuelles surgissent. Les réalisateurs publicitaires CFC en sont conscients et réagissent de manière calme et réfléchie. Ils sont ouverts au dialogue, sont prêts à accepter d'autres points de vue, s'expriment avec pertinence et recherchent des solutions constructives.

3.3 Aptitude au travail en équipe
Les tâches professionnelles peuvent être exécutées de manière individuelle ou en groupe. Dans de nombreuses situations, une équipe est plus performante qu'un individu. Si les réalisateurs publicitaires CFC travaillent en équipe, ils appliquent les règles d'un travail efficace en équipe.

4. Compétences personnelles
4.1 Capacité à analyser sa pratique
Les réalisateurs publicitaires CFC sont capables de porter un regard critique sur leurs propres actions, de réfléchir sur leurs expériences de vie personnelles et d'intégrer les résultats de ces analyses à leur quotidien professionnel. Ils savent comment tenir compte aussi bien de leurs attentes, valeurs et normes que de celles des autres, comment les mettre en parallèle et comment composer avec elles (tolérance).

4.2 Autonomie et responsabilité
Dans leur activité professionnelle, les réalisateurs publicitaires CFC sont co-responsables du résultat de la production et des processus de travail. Dans les limites de leur responsabilité, ils prennent des décisions en toute autonomie et de manière consciencieuse et agissent en conséquence.

4.3 Résistance au stress

Les réalisateurs publicitaires CFC sont capables de faire face à des contraintes physiques et psychiques liées à leur profession. Ils connaissent leurs propres limites et demandent de l'aide pour gérer des situations complexes.

4.4 Flexibilité
Les réalisateurs publicitaires CFC sont capables de s'adapter aux changements et aux nouvelles situations tout en contribuant aux aménagements qui s'imposent.

4.5 Performance et comportement au travail
Dans un environnement compétitif, seules les entreprises ayant des employés motivés et performants sont en mesure de s'imposer. Les réalisateurs publicitaires CFC s'emploient à atteindre les objectifs de l'entreprise. Ils développent et consolident leur motivation dans l'entreprise et à l'école. Leur comportement au travail se caractérise par cinq qualités: ponctualité, concentration, rigueur, fiabilité et minutie.

4.6 Apprentissage tout au long de la vie
L'évolution des technologies et des besoins des clients exige d'être disposé à acquérir en permanence de nouvelles connaissances et aptitudes et d'apprendre tout au long de la vie. Les réalisateurs publicitaires CFC sont ouverts aux nouveautés et mettent en pratique le principe de l'apprentissage tout au long de la vie afin d'augmenter leur employabilité et d'affirmer leur personnalité.