



# Graphiste

CFC



Sites Internet, logos, affiches, emballages ou campagnes publicitaires: les réalisations des graphistes sont très diverses. S'appuyant sur leur créativité et des logiciels performants, ces professionnels conçoivent aussi bien des médias imprimés que des médias électroniques. Ils soignent l'aspect visuel de leurs productions, qui transmettent des émotions mais qui communiquent aussi le message que veulent faire passer les entreprises ou les particuliers.

# Qualités requises

## J'aime créer et j'ai un esprit curieux

Les mandats des graphistes portent sur des domaines et des sujets variés. Ceux-ci ont sans cesse affaire à de nouvelles entreprises et à de nouvelles personnes. Une grande ouverture d'esprit est nécessaire pour comprendre les produits et les messages des clients et pour pouvoir les mettre en scène efficacement. Les graphistes doivent aussi se tenir au courant des dernières tendances et des avancées technologiques.

## J'ai le sens des formes et des couleurs

Les graphistes travaillent principalement avec des formes et des couleurs, mais également avec du texte. Ces professionnels connaissent donc bien la typographie.

## J'ai de l'imagination

Les graphistes utilisent rarement des modèles et créent la plupart du temps quelque chose d'innovant. Ils font appel à leurs idées afin de concevoir un message graphique convaincant.

## Je fais preuve de persévérance

Lors du processus de création, les graphistes ont plusieurs idées, qu'ils examinent et remettent en question jusqu'à ce qu'ils trouvent la proposition la plus pertinente et la plus adaptée. Cela exige ténacité, patience et confiance en soi.

## J'aime communiquer et je suis flexible

Lorsqu'ils présentent le projet à leurs clients, les graphistes doivent savoir défendre leurs idées, mais aussi accepter les critiques et procéder aux changements nécessaires. Tout au long du mandat, de bonnes capacités de communication sont donc requises.

✓ Quelle typographie utiliser pour obtenir l'effet voulu? Arriver au résultat souhaité demande autant d'intuition que de patience.



# Environnement de travail

## A l'aise dans les branches les plus diverses

Les graphistes peuvent s'installer à leur compte et exercer leur activité dans leur propre bureau ou dans des ateliers communautaires. Mais ils peuvent aussi être employés et travailler pour des agences de communication, des maisons d'édition, des imprimeries ou pour le département Communication de grandes entreprises. Ils exécutent des mandats dans les branches les plus diverses, allant de l'industrie à la culture. Leur activité leur donne l'occasion de se familiariser sans cesse avec de nouveaux domaines.

## Pas seulement des réalisations à l'écran

Ces professionnels travaillent souvent à l'ordinateur, mais pas seulement. Ils dessinent généralement les premières esquisses à la main. Il n'est pas rare non plus que les graphistes se rendent chez leurs clients ou à l'imprimerie pour vérifier que les couleurs du produit imprimé correspondent parfaitement à celles du projet. Les graphistes sont constamment sous la pression des délais. Avant la date butoir, les heures supplémentaires peuvent être fréquentes.

# Formation



## Conditions d'admission

Scolarité obligatoire achevée



## Titre délivré

Certificat fédéral de capacité (CFC) de graphiste



## Durée

4 ans



## Maturité professionnelle

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



## Entreprise formatrice

Principalement de grandes agences de communication, mais parfois aussi de petits ateliers



## Ecole professionnelle

Formation théorique un à deux jours par semaine. L'enseignement porte sur les branches suivantes: démarchage, analyse, planification, présentation, réalisation, administration des projets; idée; concept; projet; conception détaillée. A cela s'ajoute l'enseignement de la culture générale et du sport.



## Formation en école de métiers

Près des trois quarts des apprentis et apprenties graphistes effectuent leur formation en école à plein temps. Lieux: La Chaux-de-Fonds, Lausanne, Genève, Sierre, Bienne, Bâle, Lucerne, Saint-Gall, Zurich et Lugano. Certaines de ces écoles proposent la maturité professionnelle intégrée. Le nombre de places de formation est limité par une procédure d'admission.



## Cours interentreprises

Les cours interentreprises consistent en cours-blocs d'une semaine par année pendant les trois premières années de formation (en Suisse romande, dans une classe intercantonale à l'ERACOM à Lausanne). Thèmes abordés: informatique (matériel et logiciel), techniques de production, idée et concept.



◀ Arthur Chauvin finalise les éléments graphiques à l'ordinateur.

# L'art de réinventer les codes

**Autodidacte, passionné depuis toujours par l'image et la vidéo, Arthur Chauvin effectue actuellement sa dernière année d'apprentissage dans une agence qui compte dix personnes.**

L'agence qui emploie Arthur Chauvin est spécialisée en branding et design. La création d'identités visuelles et la réalisation de campagnes de communication digitale représentent une partie importante du travail du jeune graphiste. «Mon rôle est de trouver une idée ou une façon de communiquer et de la décliner ensuite dans des formes différentes et sur toutes sortes de supports», résume-t-il.

## Sauter du coq à l'âne

Les mandats, et les clients, sont variés. «Nous passons sans cesse du coq à l'âne. Nous pouvons nous occuper aussi bien de l'identité visuelle d'un nouveau restaurant que de la communication d'un théâtre, d'une campagne

✓ Les esquisses sont souvent réalisées à la main.



de recrutement ou encore de la signalétique de bâtiments.»

Un premier entretien avec le client permet de comprendre ses besoins, ses valeurs et ses goûts, ce qu'il souhaite, et souvent aussi ce qu'il ne veut pas. «Quelques jours après ce briefing, je fournis une première ébauche de mes idées, que nous discutons à l'interne. Le visuel de ce logo fonctionne-t-il? Ce symbole est-il trop connoté? Cette typographie produit-elle l'effet souhaité? Dans l'univers du graphisme, il existe de nombreux codes et autres tendances, au sein desquels nous naviguons.»

## Suivre différentes pistes

Dans le processus de recherche, deux idées – parfois trois – sont retenues puis développées sur ordinateur. Ce travail s'effectue généralement en équipe et chacun apporte sa touche au projet final.

«Nous préparons ensuite une présentation pour le client. Souvent, celui-ci a une préférence pour l'une des propositions. Je peaufine alors le logo choisi, je vérifie l'interlettrage (espace entre les caractères) et je définis le bon rapport entre les éléments visuels pour que le tout soit harmonieux. Une fois le travail terminé, nous remettons tous les documents nécessaires au client.»

**Arthur Chauvin**  
26 ans, graphiste CFC  
en 4<sup>e</sup> année de  
formation, employé  
dans une agence  
de taille moyenne



## Toujours plus de digital

L'identité visuelle peut, par la suite, être déclinée sur une carte de visite, du papier à lettres, des flyers, des affiches, un site web ou encore sur les réseaux sociaux. «Pour ces derniers, je réalise aussi de courtes animations: cartes de vœux, présentation d'un spectacle, etc. La communication passe de plus en plus par le numérique, qui permet d'atteindre un public cible défini, tout en réduisant les coûts. Les façons de communiquer changent, mais notre travail reste en grande partie le même. Nous nous adaptons chaque fois au format et aux contraintes techniques.»

# Trouver un langage de formes et de couleurs

En tant que graphiste indépendante, Loana Boppart travaille sur des projets variés et jouit d'une grande liberté. Le plus important pour elle? Satisfaire la clientèle en concevant des solutions graphiques appropriées.

Après avoir obtenu son CFC de graphiste en école de métiers, Loana Boppart a effectué des stages en Suisse et à Berlin. Dans le cadre de l'un d'eux, elle a conçu et réalisé un livre d'art avec une collègue. Les deux jeunes femmes ont ensuite décidé de se mettre à leur compte. Elles gèrent aujourd'hui un petit atelier de graphisme et s'occupent de mandats très variés.

## L'identité d'une radio

«Nous concevons et réalisons des projets de livres mais aussi des flyers et des affiches. Pour le moment, nous nous concentrons principalement sur l'imprimé mais nous accepterions aussi des projets digitaux.»

Les deux graphistes travaillent actuellement sur l'identité visuelle d'une radio alternative. Affiche, flyer, rapport annuel ou encore animation: il s'agit de trouver un langage, fait de formes et de couleurs, qui convienne à la fois au support de communication et à l'entreprise. «Nous avons toute liberté pour ce mandat et nous pouvons nous faire plaisir. Ce n'est pas toujours le cas. La plupart de nos clients ont une idée précise de ce qu'ils veulent, et si

nous avons d'autres propositions, nous devons bien les argumenter.»

## Un livre d'art complexe

Les étapes du travail sont bien définies: établissement de l'offre et du calendrier, recherches et élaboration du projet, présentation au client, modifications éventuelles puis supervision de la production. «Je vais généralement vérifier à l'imprimerie que les couleurs du produit imprimé correspondent parfaitement à celles du projet.» C'est là un contrôle indispensable, comme l'explique la graphiste: «Dernièrement, nous avons réalisé un livre d'art pour une artiste qui fait essentiellement des dessins au crayon. Afin que le rendu soit parfait, nous n'avons pas uniquement utilisé le noir et le blanc, mais aussi l'argenté. C'est un travail qui prend du temps et qui est difficile. La moindre différence de couleur, à l'impression, peut réduire tous nos efforts à néant.»

## Cumuler les postes

La charge de travail de la graphiste indépendante varie: «Parfois, j'ai beaucoup de travail, d'autres fois pas assez. Je dois composer avec cela.»



^ A côté de la technologie, le travail artisanal a aussi sa place – comme ici pour l'assemblage d'une brochure.

Pour le moment, Loana Boppart ne peut pas vivre uniquement de ses mandats. Elle travaille donc à temps partiel comme enseignante dans une classe préparatoire. Sa collègue, elle, cumule un deuxième emploi dans un grand atelier de graphisme. «Mais je suis optimiste, relève la jeune femme, et je suis sûre qu'un jour, nous arriverons à travailler uniquement dans notre atelier!»



**Loana Boppart**  
23 ans, graphiste  
CFC, indépendante  
dans un petit atelier



^ Les échanges entre professionnels font pleinement partie du processus de création.

**> S'entretenir avec les clients** Avant de s'attaquer au travail, les graphistes doivent comprendre les attentes du client. Ils discutent également avec lui des pistes proposées.



**< Collecter des idées** Ces professionnels cherchent des idées dans leurs propres travaux ou ceux de collègues, dans des ouvrages spécialisés ainsi que dans leur imaginaire.



**> Réaliser des esquisses** Souvent, les graphistes consignent leurs premières idées dans un calepin – un moyen rapide et pratique de garder une trace de leurs inspirations.



**^ Rassembler du matériel photographique** Les graphistes travaillent aussi avec des images. Ils consultent des banques de données ou réalisent leurs propres prises de vues.

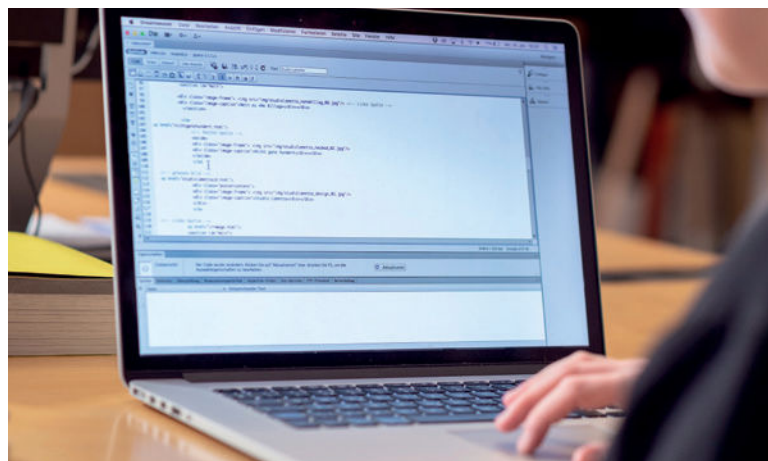


**< Travailler en équipe** Une idée n'est jamais «juste» ou «fausse». Pouvoir échanger avec des collègues ou d'autres professionnels est important durant le processus de création.

**^ Développer le projet à l'ordinateur** Ces professionnels utilisent des logiciels de design graphique pour produire les concepts et les projets qui seront présentés à la clientèle.



**> Contrôler la qualité et les couleurs** Les graphistes vérifient la qualité du produit fini, par exemple avec la loupe, et contrôlent le rendu des couleurs directement à l'imprimerie.



**^ Créer des applications et des sites web** Les médias électroniques prennent toujours plus d'importance. Leur conception exige de bonnes connaissances informatiques, en HTML notamment.



## Marché du travail

Chaque année, quelque 250 jeunes obtiennent un CFC de graphiste. La demande de places de formation, tant en entreprise qu'en école de métiers, est bien plus élevée que l'offre. Les places sont donc très convoitées.

### Des emplois recherchés

Trouver un emploi après le CFC n'est pas simple. Même si de nombreuses agences de graphisme proposent des postes, la concurrence est importante. En faisant preuve de souplesse quant à l'employeur et au lieu de travail, les chances de décrocher un poste sont plus grandes. CFC en poche, de nombreux graphistes s'installent à leur compte en tant qu'indépendants. D'autres obtiennent une maturité professionnelle et poursuivent leur formation, par exemple dans une haute école spécialisée dans le domaine du design.

Comme l'identité visuelle des entreprises prend de plus en plus d'importance, le travail ne manque pas pour les graphistes. La numérisation génère aussi de nouveaux mandats, notamment dans la création d'applications et de sites Internet. Il existe également de bonnes possibilités d'emploi et de formation à l'étranger.



## Formation continue

Quelques possibilités après le CFC:

**Cours:** offres de cours proposées par les écoles et les associations professionnelles, par exemple en illustration, animation, infographie, etc.

**Diplôme fédéral (DF):** designer graphique

**Ecole supérieure (ES):** designer en communication visuelle

**Haute école spécialisée (HES):** filières dans le domaine du design, par exemple bachelor en communication visuelle, etc.



## Métiers apparentés

**Polygraphe CFC:** les polygraphes traitent des images et des textes de façon à obtenir un layout soigné et attrayant. Ils préparent les données sous une forme qui pourra ensuite être imprimée ou reproduite.

**Interactive Media Designer CFC:** ces professionnels créent et développent des applications et des sites Internet. Ils travaillent souvent avec des images animées et des vidéos.

**Réalisateur-trice publicitaire CFC:** ils conçoivent, produisent et posent des inscriptions publicitaires ou signalétiques sur des façades, des véhicules, des vitrines de magasins ou des panneaux d'information.

### Designer graphique DF

Après trois ans d'expérience professionnelle, il est possible de préparer l'examen professionnel supérieur menant au diplôme fédéral de designer graphique. En collaboration avec des professionnels du marketing et des relations publiques, les designers graphiques DF s'occupent de questions de communication complexes et développent des concepts visuels appropriés. Ils dirigent souvent le département graphique d'une agence ou d'une grande entreprise. Ils peuvent aussi s'installer à leur compte: les connaissances acquises en gestion d'entreprise leur seront très utiles.

### Designer ES en communication visuelle

Les designers ES en communication visuelle élaborent des solutions visuelles permettant de transcrire un message en signes ou en images. Leur travail porte aussi bien sur des médias imprimés ou numériques que sur des produits ou des emballages. Ils conçoivent également des expositions, créent des stands, réalisent des spots publicitaires. Les designers en communication visuelle travaillent souvent à leur compte ou dirigent le département Design d'une agence ou d'une entreprise.



## Adresses utiles

[www.orientation.ch](http://www.orientation.ch), pour toutes les questions concernant les places d'apprentissage, les professions et les formations

[www.sgd.ch](http://www.sgd.ch), Swiss Graphic Designers

[www.sgv.ch](http://www.sgv.ch), Union suisse des graphistes

[www.orientation.ch/salaire](http://www.orientation.ch/salaire), informations sur les salaires

### Impressum

1<sup>re</sup> édition 2019. © 2019 CSFO, Berne.  
Tous droits réservés.

#### Edition:

Centre suisse de services Formation professionnelle | orientation professionnelle, universitaire et de carrière CSFO  
CSFO Editions, [www.csfo.ch](http://www.csfo.ch), [editions@csfo.ch](mailto:editions@csfo.ch)  
Le CSFO est une institution de la CDIP.

**Enquête et rédaction:** Peter Kraft, Coralia Gentile, CSFO **Traduction:** Marianne Gattiker, Saint-Aubin-Sauges **Relecture:** Catherine Vallat, Moutier; Anne Hogge Duc, ERACOM Lausanne **Photos:** Frederic Meyer, Zurich; Francesca Palazzi, Lausanne; Reto Klink, Zurich; Dominic Büttner, Zurich **Graphisme:** Eclipse

Studios, Schaffhouse **Réalisation:** Roland Müller, CSFO **Impression:** Haller + Jenzer, Berthoud

#### Diffusion, service client:

CSFO Distribution, Industriestrasse 1, 3052 Zollikofen  
Tél. 0848 999 002, [distribution@csfo.ch](mailto:distribution@csfo.ch), [www.shop.csfo.ch](http://www.shop.csfo.ch)

**N° d'article:** FE2-3134 (1 exemplaire), FB2-3134 (paquet de 50 exemplaires). Ce dépliant est également disponible en allemand.

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