

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### REFERENTIELS DE LA CERTIFICATION « MANAGER DE L'INGENIERIE CULTURELLE »

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>BLOC DE COMPÉTENCES 1 : Concevoir et participer à la direction d'une politique ou d'une programmation culturelle</b>			
<p>Que ce soit dans le cadre d'une institution (centre culturel, centre d'art, musée, service culturel d'une collectivité territoriale, etc.) ou d'une entreprise culturelle (fondation d'art, salle de spectacle, etc.), avant de définir une politique culturelle ou une programmation artistique, le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> analyse le contexte dans lequel s'inscrit le projet.</p> <p><b>A1 - Réalisation d'un diagnostic du patrimoine artistique ou culturel du territoire ou du marché et d'une veille stratégique de l'écosystème culturel dans lequel s'inscrit le projet artistique</b></p>	<p><b>C1</b> : Réaliser le diagnostic du patrimoine artistique ou culturel du territoire ou du marché dans lequel s'inscrit le projet pour identifier la concurrence, les infrastructures disponibles, les partenaires potentiels, l'offre artistique et culturelle existante, etc.</p> <p><b>C2</b> : Identifier et analyser les attentes et les pratiques socio-culturelles des publics visés afin de proposer des événements ou des productions (exposition, concert, pièce de théâtre, film, EP, album, etc.) ciblés.</p> <p><b>C3</b> : Réaliser une veille permanente concernant les évolutions esthétiques et l'émergence de nouveaux talents afin de pouvoir formuler une recommandation artistique innovante.</p>	<p><b>Enquêtes de terrain et mise en situation professionnelle reconstruite.</b></p> <p><b>E1 - Réalisation d'un diagnostic du patrimoine artistique ou culturel d'un territoire ou d'un marché.</b>                      Chaque candidat dresse et analyse le panorama d'un marché (cinéma, musiques actuelles, spectacle vivant, art) sur un territoire qu'il choisit.                      Ses recommandations sont accompagnées d'un retro-planning et d'un budget détaillé.                      ⇒ Présentation orale individuelle.</p> <p><b>E2 - Enquête sociologique de terrain :</b>                      Réalisation d'une enquête de terrain visant à analyser selon les cas les pratiques culturelles d'un public, ses attentes, l'évolution des pratiques des acteurs d'un marché (professionnels, amateurs, collectionneurs).                      ⇒ Production collective d'un dossier.</p> <p><b>E3 - Atelier de journalisme culturel : réalisation d'une veille via la rédaction régulière d'articles sur la création contemporaine.</b>                      Dans le cadre de l'atelier ICART Média, les candidats rencontrent régulièrement de jeunes artistes et des professionnels de la culture (directeurs de centre d'art, responsables de label de musique, etc.) qu'ils interviewent pour identifier les évolutions et tendances actuelles.                      ⇒ Production écrite individuelle – évaluation sur la base d'un minimum de 3 articles.</p>	<p><b>E1 - Qualité du diagnostic du patrimoine artistique ou culturel d'un territoire ou d'un marché :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- diagnostic clair et exhaustif</li> <li>- analyse des cibles précise et pertinente</li> <li>- acteurs du marché correctement identifiés</li> <li>- analyse documentée de l'évolution du marché / territoire</li> <li>- sources fiables (interviews diversifiées de professionnels, questionnaires pertinents en vue de recueil de données quantitatives ou qualitatives, etc.)</li> <li>- axes de développement proposés pertinents, originaux et réalistes</li> <li>- préconisations en termes de politique de développement, de marketing et/ou de communication en cohérence avec les données fournies par l'étude</li> <li>- rétroplanning et budget proposés réalistes et cohérents par rapport au diagnostic.</li> </ul> <p><b>E2 - Pertinence de l'enquête sociologique de terrain :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilisation pertinente des outils sociologiques</li> <li>- Questionnaires pertinents en vue du recueil des données quantitatives et d'entretiens qualitatifs</li> <li>- Analyse et interprétation des données fine et juste permettant de réaliser une typologie détaillée des acteurs du marché.</li> </ul> <p><b>E3 - Pertinence de la veille.</b> Individuellement les candidats sont évalués sur les critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Choix pertinent des artistes et professionnels interviewés</li> <li>- Analyse fine et documentée des évolutions esthétiques dans les différents arts, des différents marchés, acteurs</li> <li>- Qualités rédactionnelles : clarté, concision et rythme du texte, utilisation d'un vocabulaire adapté et varié-</li> <li>- Nombre d'articles publiés montrant la régularité de la veille.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A2 - Définition de l'orientation artistique d'un projet (réel et digital) ou d'un lieu culturel</b></p> <p>Une fois le diagnostic posé et selon la structure dans laquelle il exerce, le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> élabore :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>soit un programme artistique ou un commissariat d'exposition</b> (ex. dans le cadre d'une salle de spectacle, d'un festival, un centre d'art, un tiers lieu ou d'une fondation). <i>En entreprise, il portera souvent le titre de : « chef de programmation culturelle », « programmeur », « commissaire d'exposition » etc.</i></li> <li>- <b>soit une politique culturelle</b> (ex. dans le cadre d'une collectivité territoriale, d'un centre culturel) <i>Dans ce cas, son titre sera souvent « chargé de l'action culturelle », « chargé des affaires culturelles »,</i></li> <li>- <b>soit une direction artistique pour la production d'un bien culturel</b> (ex. dans le cadre d'un label de musique en vue de la production d'un album ou d'un EP, ou d'une société de production cinéma en vue de la production d'un film). <i>Dans ce cas, on parlera souvent de « Chargé ou directeur de production », etc.</i></li> </ul>	<p><b>C4</b> : Définir et interroger le concept du projet afin d'évaluer sa pertinence et sa faisabilité, et d'élaborer des stratégies alternatives, en tenant compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- des orientations artistiques et culturelles de l'entreprise ou de l'institution culturelle</li> <li>- des contraintes budgétaires et humaines</li> <li>- des obligations juridiques</li> <li>- des capacités et équipements du lieu concerné</li> <li>- des disponibilités des œuvres et des artistes</li> <li>- des normes ISO, des enjeux RSE/RSO de l'entreprise et du projet</li> </ul> <p><b>C5</b> : Définir le choix des artistes, du lieu, des dates en fonction des autres manifestations culturelles pour obtenir un bel accueil du public et si possible une forte résonance médiatique.</p> <p><b>C6</b> : <i>Pitcher</i> avec conviction son projet pour créer l'adhésion des parties prenantes (artistes, partenaires, mécènes etc.).</p>	<p><b>Mise en situation professionnelle reconstituée.</b></p> <p><b>E4 - Réalisation d'un dossier de présentation et faisabilité du projet artistique.</b> Dans le cadre de l'« Atelier tutoré de conduite de projet artistique », les candidats conçoivent et montent en cinq mois un événement culturel (ex : une exposition, un festival, un tremplin musical, etc.). Dans ce contexte, ils doivent réaliser un dossier de présentation et de faisabilité de leur projet artistique. ⇒ Production écrite collective et soutenance orale</p>	<p><b>E4 - Qualité du dossier de présentation et de faisabilité du projet artistique :</b> Critères d'évaluation de la production écrite et de la soutenance orale :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la présentation du concept du projet est précise et argumentée.</li> <li>- le concept est original tout en intégrant les contraintes budgétaires, humaines et de temps, les obligations juridiques, les capacités et équipements du lieu concerné, les disponibilités des œuvres et des artistes, les normes ISO, les enjeux RSE, etc.</li> </ul> <p>Ces contraintes sont clairement explicitées.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la programmation, le choix des artistes sont cohérents par rapport au concept et objectifs du projet et aux publics ciblés.</li> <li>- la présentation orale est claire, argumentée et convaincante et crée l'adhésion.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Une fois le projet validé, le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> coordonne la direction artistique du projet.</p> <p><b>A3 - Direction artistique du projet</b></p> <p>Dans le cadre d'un projet artistique intégrant des artistes (concert, pièce de théâtre, etc.), le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> gère les relations avec les artistes eux-mêmes.</p>	<p><b>C7</b> : Repérer et convaincre le ou les artistes ou leur(s) agent(s) de collaborer au projet artistique et définir avec eux la nature de leur prestation pour répondre à la définition du projet.</p> <p><b>C8</b> : Organiser, dans certains cas, des appels à candidature, des castings, auditions, etc. afin de pouvoir sélectionner et recruter les artistes les plus adaptés au projet.</p> <p><b>C9</b> : Choisir les œuvres à présenter (In situ ou en virtuel) ou à produire en fonction du diagnostic établi pour répondre à la direction artistique définie.</p> <p><b>C10</b> : Conseiller, accompagner le ou les artistes, tout au long du projet, afin que leur(s) prestation(s) soi(en)t conforme(s) au projet artistique initial.</p> <p><b>C11</b> : Définir le déroulé, la mise en scène du projet artistique, et définir la scénographie la plus adaptée (dans le cadre d'une exposition réelle ou virtuelle) afin de mettre en valeur le travail du ou des artistes.</p> <p><b>C12</b> : S'assurer du bien-être du ou des artistes, avant, pendant et après leur(s) prestation(s) artistique(s) : organisation de leurs déplacements, de leur hébergement, des repas etc.</p>	<p><b>Mises en situation professionnelle reconstituées.</b></p> <p><b>E5 - Organisation d'une « Commission de sélection d'artistes »</b>                      Dans le cadre de l'«Atelier tutoré de conduite de projet artistique », les candidats lancent des appels à candidature, organisent des auditions et des castings pour sélectionner leurs artistes.                      A l'issue de ces auditions, chaque candidat doit retenir deux artistes et justifier ses choix lors d'une « Commission de sélection des artistes », en 3 minutes.                      ⇒ Prestation orale individuelle (3 minutes).</p> <p><b>E6 - Étude de cas réel : conception d'une exposition, d'un commissariat d'exposition</b>                      Mission du candidat : produire un contenu artistique répondant à un cahier des charges, réfléchir à des scénarios et à des rythmes.                      ⇒ Restitution lors d'une présentation orale.</p>	<p><b>E5 - Qualité de la prestation orale :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le choix des artistes présentés est en adéquation avec le concept global du projet et les publics ciblés.</li> <li>La qualité de l'argumentaire :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilisation par le candidat des techniques d'expression artistique adaptées à la description des œuvres choisies et au processus de création de l'artiste</li> <li>- utilisation d'un vocabulaire approprié pour exprimer un jugement critique.</li> </ul> </li> <li>- La prestation orale est rythmée, convaincante et respecte le timing.</li> </ul> <p><b>E6 - Qualité du contenu artistique produit :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le choix des artistes et des œuvres présentés est argumenté. Les candidats justifient leurs choix avec un vocabulaire et les références artistiques adaptés.</li> <li>- La sélection artistique et le scénario de l'événement sont en cohérence</li> <li>- Le commissariat d'exposition est original et respecte le cahier des charges</li> <li>- la prestation orale est rythmée, convaincante et respecte le timing.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Piloter les aspects financiers et administratifs d'un projet culturel</b>			
<p><b>A4 - Élaboration et suivi du budget du projet artistique.</b></p> <p>Le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> est responsable du budget du projet artistique qu'il dirige.</p>	<p><b>C13 :</b> Élaborer le business model, le business plan, le budget prévisionnel de production et d'exploitation du projet artistique en collaboration avec les différentes parties prenantes du projet afin de s'assurer de la viabilité de celui-ci.</p> <p><b>C14 :</b> Concevoir et développer des modèles économiques hybrides et complexes pour répondre aux besoins spécifiques du projet artistique et s'inscrire dans les nouveaux modèles économiques spécifiques au secteur culturel.</p> <p><b>C15 :</b> Identifier et convaincre de potentiels partenaires financiers, mécènes, afin que le projet artistique bénéficie des ressources financières nécessaires à sa faisabilité.</p> <p><b>C16 :</b> Suivre et analyser le budget de production et le compte d'exploitation du projet artistique afin de procéder aux arbitrages financiers qui ont un impact sur la faisabilité et la mise en œuvre du projet.</p> <p><b>C17 :</b> Animer le réseau de partenaires, mécènes, etc. identifiés, afin de les développer et les fidéliser, notamment par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'organisation d'événements dédiés (visites privées, cocktails, avant-premières, etc.)</li> <li>- le développement d'opérations et d'outils de communication spécifiques visant à les informer mais aussi à créer durablement l'adhésion au projet.</li> </ul>	<p><b>Mises en situation professionnelle reconstituées.</b></p> <p><b>E7 - Études de micro-cas comptables/de gestion financière :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Élaboration d'un business model pour la création d'un établissement culturel</li> <li>- Définition du budget prévisionnel pour un événement artistique</li> <li>- Analyse du compte d'exploitation d'un projet artistique suivie de recommandations</li> <li>- Réalisation d'un bilan comptable, etc.</li> </ul> <p>⇒ Production de documents budgétaires.</p> <p><b>E8 - Dans le cadre de l'«Atelier tutoré de conduite de projets artistiques» - développement et accompagnement de mécénat, partenariats, parrainages.</b></p> <p>Les candidats identifient des partenaires susceptibles de soutenir leur projet soit financièrement, soit par du prêt de matériel. Ils montent un dossier de partenariat et rédigent les conventions de partenariats. Ils identifient également un ou des parrains prestigieux pour faire rayonner l'événement.</p> <p>Ils assurent le suivi avant, pendant et après (jusqu'aux remerciements) des relations avec les partenaires et le ou les parrains.</p> <p>⇒ Présentation orale à l'occasion des points d'étape sur le projet : actions mises en place pour le développement et l'accompagnement des mécènes et partenaires du projet, dossier de partenariat et conventions signées.</p>	<p><b>E7- Pertinence des documents budgétaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le business model est cohérent par rapport au projet et intègre des modèles économiques hybrides : diversification des ressources, nouvelles formes de mobilisation de fonds privés, stratégie de tarifications originales</li> <li>- le budget prévisionnel d'un événement culturel est complet, précis et équilibré.</li> <li>- l'analyse du compte d'exploitation d'un projet artistique est juste et les recommandations sont adaptées à la situation et au projet artistique.</li> </ul> <p><b>E8 - Qualité de la présentation de la démarche partenariale :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La valorisation lors de la soutenance du choix des partenaires couvre l'ensemble des besoins du projet : quantité et qualité, adéquation avec le projet.</li> <li>- Le dossier et les conventions de partenariat sont présentés de façon explicite.</li> <li>- L'animation des relations avec les partenaires, mécènes et parrains, avant, pendant et après l'événement est régulière, innovante et qualitative.</li> </ul> <p>Le candidat est évalué également sur ses aptitudes commerciales et relationnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-force de proposition</li> <li>-conviction</li> <li>-négociation, etc.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> doit s'assurer que toutes les réglementations juridiques, administratives et de sécurité soient respectées.</p> <p><b>A6 - Application des réglementations juridiques et administratives spécifiques à l'organisation d'un événement culturel ou artistique</b> (règles de sécurité, d'hygiène, respect de l'heure de fermeture, de la capacité légale d'accueil, des règles de surveillance, réglementation sur le son et les nuisances sonores, limitation éventuelle du nombre des entrées, accessibilité des équipements aux personnes en situation de handicap, autorisation préfectorale, autorisation de diffuser de la musique – Sacem, etc.)</p> <p><b>A7 - Définition d'une politique RSE et de développement durable pour un projet artistique.</b></p>	<p><b>C18 :</b> Anticiper et mettre en place les actions nécessaires pour veiller à ce que l'ensemble des obligations réglementaires liées à la production d'un bien culturel ou à l'organisation d'un événement artistique soit respectée et toutes les autorisations légales obtenues.</p> <p><b>C19 :</b> Contrôler, avec l'aide si nécessaire de juristes, les contrats de travail des artistes et techniciens et l'ensemble des contrats (de cession, de droit d'exploitation de spectacles, de prestations annexes, de coproduction, de coréalisation, d'assurances...) pour s'assurer qu'ils soient conformes.</p> <p><b>C20 :</b> Superviser le transport et l'assurance des œuvres d'art afin de sécuriser les opérations logistiques.</p> <p><b>C21 :</b> Mesurer l'impact des actions RSE/RSO mises en place dans le cadre du projet artistique et identifier les points d'amélioration et les solutions à mettre en œuvre lors d'une prochaine édition afin d'estimer l'empreinte environnementale et sociétale d'un projet artistique.</p> <p><b>C22 :</b> Développer des solutions et piloter la politique RSE du projet artistique en veillant à ce que les normes environnementales ISO26000 et RSE/RSO soient respectées afin d'améliorer l'empreinte environnementale et sociétale d'un projet artistique.</p>	<p><b>Mises en situation professionnelle reconstituées.</b></p> <p><b>E9 - Études de micro-cas de droit</b> Les candidats analysent les problématiques juridiques et de réglementation rencontrées lors de la production d'un bien culturel ou pour l'organisation d'un événement artistique (en France ou à l'international), formulent leurs recommandations et rédigent les contrats nécessaires. ⇒ Production écrite individuelle.</p> <p><b>E10 - Étude de cas réel autour de la problématique RSE/RSO pour une entreprise culturelle ou un projet artistique.</b> Les candidats réalisent une enquête et formulent leurs recommandations pour réussir la transition écologique de l'entreprise ou du projet et l'inscrire dans une démarche RSE/RSO. ⇒ Restitution lors d'une présentation orale devant le client.</p>	<p><b>E9 - Qualité de l'analyse et de l'élaboration des documents et formalités réglementaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse des cas présentés est juste et exhaustive.</li> <li>- les recommandations en matière de droit, d'application des réglementations, de transport, d'assurance sont complètes et conformes aux attentes légales.</li> <li>- les contrats sont conformes à la législation dont ils relèvent.</li> </ul> <p><b>E10 - Qualité de l'audit et des recommandations :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le diagnostic RSE/RSO de l'entreprise ou du projet artistique est complet, exact, détaillé.</li> <li>- Les dispositifs RSE formulés sont pertinents, cohérents par rapport aux valeurs de l'entreprise ou du projet, innovants.</li> <li>- Les recommandations sont réalistes, applicables à moyen terme.</li> <li>- La présentation orale est claire et dynamique.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BLOC DE COMPÉTENCES 3 : Définir et mettre en œuvre les stratégies de communication, de médiation et de marketing culturel</b>			
<p>Le rôle du <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> est également d'élaborer et coordonner :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la stratégie de communication globale (print, digital...) pour accroître la visibilité et la notoriété soit de l'établissement culturel soit du projet artistique qu'il défend.</li> <li>- la médiation culturelle pour enrichir l'expérience utilisateur (UX) réelle ou digitale des visiteurs, spectateurs, festivaliers, etc. et permettre, à tous les publics (jeune public, public en situation de handicap, etc.) une meilleure accessibilité au projet artistique.</li> <li>- le marketing culturel pour développer et fidéliser les publics.</li> </ul> <p><b>A8 - Définition d'une stratégie de communication culturelle et supervision de sa mise en œuvre.</b></p>	<p><b>C23 :</b> Définir la stratégie de communication culturelle, en optimisant les moyens alloués dans le respect des normes ISO et RSE/RSO, afin d'assurer le rayonnement du projet artistique.</p> <p><b>C24 :</b> Élaborer un plan de communication adapté au secteur culturel en choisissant les actions à mettre en œuvre selon les cibles (médias artistiques, critiques, influenceurs, mécènes, partenaires, acteurs culturels, etc.) afin de permettre la plus grande visibilité possible du projet artistique.</p> <p style="text-align: center;"><i>Exemple d'actions : Organisation de projections presse, de présentations de saison, d'avant-premières, de visites privées, de pré-vernissages, d'«après-midi professionnels», de déjeuners, d'interviews, etc..</i></p> <p><b>C25 :</b> Superviser la rédaction et la réalisation des outils de communication culturelle print et numériques (communiqués de presse, newsletters, flyers, plaquettes, invitations, vidéos, etc.) afin qu'ils soient conformes à la stratégie d'image et de communication définie.</p> <p><b>C26 :</b> Veiller à l'optimisation de la fréquentation du site web (référencement naturel, Adwords, ergonomie) et superviser l'animation ainsi que le développement des communautés sur les réseaux sociaux (par la création de contenus médias spécifiques pour les sites web, les blogs, les chaînes vidéos, etc.) afin d'installer et d'accroître la visibilité du projet.</p>	<p><b>Mises en situation professionnelle reconstituées.</b></p> <p><b>E11 - Études de cas réels intégrant une problématique communicationnelle</b> Des entreprises culturelles invitent les candidats à élaborer une stratégie de communication et plan de communication détaillé répondant à une problématique réellement rencontrée. Les candidats doivent travailler en équipe, en mode agence, et après une semaine, formuler des recommandations adaptées et opérationnelles. ⇒ Restitution orale devant le client.</p> <p><b>E12 - Dans le cadre des ateliers « PAO-Design graphique », « Wordpress-Wix », « No code » et « MoJo (Mobile Journalisme) »</b> - Réalisation d'outils de communication et de médiation culturelles print et digitaux. ⇒ Production de livrables (site internet, applications, vidéos) accompagnés d'une fiche technique précisant les recommandations de déploiement.</p>	<p><b>E11 - Pertinence de la stratégie de communication et qualité de la présentation :</b> - La problématique du client est bien intégrée et reformulée de manière professionnelle. - Les recommandations communicationnelles proposées sont pertinentes, originales et répondent aux attentes du client, à son cahier des charges (contraintes budgétaires, délais, normes RSE/RSE de l'entreprise/ de l'organisation). - Le dynamisme et la clarté, en un temps limité, de la présentation orale devant le client. - La qualité des supports (Powerpoint, plaquette, animation vidéo, etc.). - dans le cas où la présentation doit se faire en langue anglaise : l'aisance orale en anglais et la maîtrise du vocabulaire spécifique.</p> <p><b>E12 – Qualité des livrables produits :</b> - Les réalisations (site internet, applications, vidéos) sont techniquement maîtrisées et en cohérence esthétiquement avec les projets artistiques. - Les contenus sont en adéquation avec les messages défendus et les publics ciblés. - Le temps de production des différents outils (site internet, développement d'application, flyer) est conforme aux délais impartis. - Les recommandations de déploiement permettent une optimisation de la diffusion auprès des publics.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A9 - Définition d'une stratégie de médiation culturelle et supervision de sa mise en œuvre</b></p>	<p><b>C27</b> : Définir la stratégie de médiation culturelle et le rétroplanning des actions à développer en fonction des budgets alloués, pour répondre à différents publics (enfants, adolescents, personnes en situation de handicaps, publics dits « empêchés », etc.).</p> <p><b>C28</b> : Concevoir et coordonner l'organisation d'opérations de médiation culturelle à destination du public afin d'enrichir l'expérience des visiteurs. <i>Exemples d'opérations : organisation de visites privées ou de groupes en plusieurs langues ou adaptées aux personnes en situation de handicap sensoriel (ex : visite tactile, dispositif d'audiodescription), organisation d'ateliers pour enfants, de rencontres avec les artistes, des metteurs en scène, etc.</i></p> <p><b>C29</b> : Superviser la réalisation des outils de médiation culturelle adaptés aux différents publics en vue d'enrichir leur « expérience utilisateur (UX) ». <i>Exemples d'outils : applications d'immersion ou de réalité augmentée, outils pédagogiques destinés aux enseignants, livrets-jeux pour les enfants, audioguides multilingues, dispositifs spécifiques pour personnes en situation de handicap sensoriel (adaptation LSF, surtitrage création de maquette tactile), etc.</i></p>	<p><b>Mise en situation professionnelle reconstituée.</b></p> <p><b>E13 - Étude de cas réel sur le développement d'une stratégie de médiation culturelle</b> Définir une stratégie de médiation culturelle globale pour différents publics dans et hors les murs. Présenter les outils et les ressources (budgétaire, humaine, etc.) nécessaires à mise en place du dispositif de médiation. ⇒ Restitution orale devant le client.</p>	<p><b>E13 - Pertinence de la stratégie de médiation et qualité de la présentation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La problématique du client est bien intégrée et reformulée de manière professionnelle</li> <li>- Les recommandations en termes de médiation culturelle sont pertinentes, originales et répondent aux attentes du client, à son cahier des charges (contraintes budgétaires, des délais, des normes RSE/RSE de l'entreprise/ de l'organisation)</li> <li>- Le dynamisme et la clarté, en un temps limité, de la présentation orale devant le client.</li> <li>- La qualité des supports (Powerpoint, plaquette, animation vidéo, etc.)</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>En cohérence avec la stratégie de communication et de médiation culturelles, le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> élabore une stratégie de marketing pour développer et fidéliser les différents publics.</p> <p><b>A10 - Définition d'une stratégie de marketing culturel visant à développer les publics et supervision de sa mise en œuvre.</b></p> <p><b>A11 - Évaluation des actions de communication, de médiation et de marketing culturels.</b></p>	<p><b>C30</b> : Identifier et analyser les publics ciblés ou à cibler pour élaborer une stratégie de conquête (opérations de marketing, politique tarifaire, etc.) en intégrant les problématiques RSE (dimensions environnementale, sociétale, éthique) et d'inclusion (publics dits empêchés ou en situation de handicap).</p> <p><b>C31</b> : Élaborer une stratégie de fidélisation (abonnés, comités d'entreprises, scolaires, etc.) en développant et supervisant la gestion d'une base de données clients (CRM - Customer Relationship Management) exploitable pour accroître les publics.</p> <p><b>C32</b> : Diagnostiquer la stratégie de communication, de médiation culturelle et de marketing appliquée et définir les indicateurs de performance (KPI - Key Performance Indicators) pour analyser la fréquentation du public et les retombées médias.</p> <p><b>C33</b> : Mesurer et analyser l'impact des actions RSE au niveau des dispositifs marketing et communicationnels du projet artistique afin d'identifier les points d'amélioration et de mettre en place les actions correctives le cas échéant.</p>	<p><b>Mises en situation professionnelle reconstituées.</b></p> <p><b>E14 - Études de cas réels intégrant une problématique de marketing culturel</b> Définition d'une stratégie de marketing culturel. ⇒ Restitution orale devant le client</p> <p><b>E15 - Dans le cadre de l'«Atelier tutoré de conduite de projets artistiques» - Rédaction d'un dossier bilan / REX du projet artistique.</b> Les candidats rédigent un dossier bilan dans lequel ils analysent notamment leur stratégie et leurs outils de communication et marketing ainsi que leurs opérations et supports de médiation culturelle, les retombées médias, les retours des influenceurs, de leurs partenaires, etc. Ils réalisent également une analyse RSE des dispositifs de communication, de marketing et de médiation culturels de leur projet et analysent leur politique RSE (inclusion, mixité, économie circulaire, etc.). ⇒ Production écrite individuelle.</p>	<p><b>E14 - Pertinence de la stratégie de marketing et qualité de la présentation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La problématique du client est bien intégrée et reformulée de manière professionnelle.</li> <li>- Les recommandations en termes de marketing culturel sont pertinentes, originales et répondent aux attentes du client, à son cahier des charges (contraintes budgétaires, des délais, des normes RSE/RSE de l'entreprise/ de l'organisation).</li> <li>- La présentation orale devant le client est dynamique et clair, dans le respect d'un temps limité.</li> <li>- Les supports utilisés sont pertinents (powerpoint, plaquette, animation vidéo, etc.).</li> </ul> <p><b>E15 - Pertinence/ Rigueur du bilan réalisé :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exactitude des données et justesse des analyses à partir des KPI choisis sur l'efficacité des stratégies et des outils de communication, de médiation et marketing déployés dans le cadre du projet artistique. (ex : étudier le trafic de son site — Google Analytics et Similarweb—, étudier le taux d'ouverture de sa newsletter, étudier les likes et les partages sur ses réseaux sociaux, étudier les statistiques de ses réseaux sociaux, etc.).</li> <li>- L'analyse du bilan RSE est fine et documentée.</li> <li>- Les points d'amélioration ont été clairement identifiés et les solutions proposées à mettre en œuvre à l'occasion d'une prochaine édition sont pertinentes.</li> <li>- La présentation du dossier bilan répond aux normes professionnelles d'usage.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BLOC DE COMPÉTENCES 4 : Gérer les équipes dédiées à un projet culturel</b>			
<p>Le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b>, dans toutes les étapes du projet artistique, encadre selon les cas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- des équipes internes à l'établissement culturel dans lequel il travaille ;</li> <li>- des équipes externes à l'établissement dans lequel il travaille (collaborateurs ponctuels, intermittents du spectacle, techniciens, bénévoles, etc.) ;</li> <li>- le travail des sociétés prestataires de service.</li> </ul> <p><b>A12 - Management des équipes internes et externes mobilisées sur le projet artistique</b></p> <p>Sur un certain nombre de projets artistiques, les managers culturels doivent avoir recours à des ressources externes à l'entreprise. Ils peuvent être notamment amenés à recruter ponctuellement pour un spectacle ou dans le cadre d'un festival des techniciens (son, lumière, etc.) qui ont souvent le statut d'intermittent du spectacle mais aussi des bénévoles. Le <b>Manager de l'ingénierie culturelle</b> doit donc adapter ses méthodes de management à ces différents « collaborateurs ».</p>	<p><b>C34</b> : Définir les rôles et responsabilités des différents acteurs mobilisés, aux profils hétérogènes et aux compétences très spécialisées, en mettant en place une méthode de management (Scrum, waterfall, etc.) et les outils collaboratifs adaptés au projet afin de faciliter l'avancée du projet.</p> <p><b>C35</b> : Organiser et animer des réunions (de brainstorming, des comités de pilotage, des séances de debriefing, de remobilisation, etc.) pour planifier les tâches à effectuer (tant sur les plans logistiques que techniques) et superviser les différentes phases de réalisation de la production du projet.</p> <p><b>C36</b> : Encourager, soutenir, valoriser le travail des collaborateurs et gérer le cas échéant les conflits pour maintenir des relations de travail permettant la bonne réalisation du projet.</p> <p><b>C37</b> : Définir les besoins spécifiques en personnels externes (CDD, intermittents du spectacle, bénévoles, etc.), et superviser leur recrutement (fiches de poste, profils des candidats, rémunérations, statuts, contrats, etc.) pour répondre aux besoins en ressources humaines engendrés par la mise en œuvre du projet artistique.</p>	<p><b>Mises en situation professionnelle reconstituées.</b></p> <p><b>E16 - Études de micro-cas en Ressources humaines spécifiques au secteur culturel</b> : analyse des besoins en personnel pour un projet artistique fictif, rédaction de fiches de poste/ de contrats/ de conventions de bénévoles, recommandation d'outils collaboratif, recommandation d'une méthode de management adaptée à la nature et à la durée du projet, etc. ⇒ Production écrite individuelle.</p> <p><b>E17 - Jeux de rôle en français et en anglais – Simulation d'entretiens de recrutement appliqués au secteur de la culture (recrutement d'artistes, d'intermittents du spectacle, de bénévoles, etc.)</b> Les candidats jouent, tour à tour, le rôle du recruteur et du recruté. ⇒ Évaluation orale individuelle.</p> <p><b>E18 - Dans le cadre de l'«Atelier tutoré de conduite de projet artistique» - Management d'équipe.</b> Les candidats sont regroupés par pôles, avec un chef à la tête de chaque pôle (artistes, partenariats, logistique, communication, etc.). Tout au long des cinq mois de la production de l'événement, chaque candidat est tour à tour « chef de pôle » :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- distribution des missions au sein de l'équipe</li> <li>- prise en compte des avis des uns et des autres</li> <li>- répartition du travail équilibrée.</li> </ul> <p>⇒ Présentation orale à l'occasion des points d'étape sur le projet. Chaque candidat présente les actions de management qu'il a mises en place, et à travers un retour d'expérience, auto-analyse sa capacité à manager.</p>	<p><b>E16 - Qualité des livrables</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exactitude du diagnostic RH.</li> <li>- Pertinence des préconisations en fonction des contraintes, du cahier des charges.</li> <li>- Précision des fiches de poste.</li> <li>- Exactitude des termes des contrats établis.</li> </ul> <p><b>E17 - Qualité de l'entretien de recrutement</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La capacité à mener un entretien de recrutement en tenant compte des spécificités des statuts des interlocuteurs (artistes, bénévoles, etc.).</li> <li>- La fluidité des échanges, aisance orale.</li> <li>- La pertinence des questions, des réponses, la qualité des argumentations.</li> <li>- La capacité du « recruteur » à synthétiser la présentation du projet artistique et à le valoriser.</li> <li>- La capacité du « recruté » à synthétiser son parcours.</li> </ul> <p><b>E18 - Pertinence des actions de management</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les modes de management mis en œuvre sont pertinents.</li> <li>- Evaluation fine de ses soft-skills : leadership, force de proposition, agilité, autonomie, aptitude à travailler en équipe, capacité à coordonner les équipes afin que les objectifs soient respectés dans les délais impartis, etc.</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A13 - Coordination des prestataires de service participant au projet artistique.</b></p>	<p><b>C38</b> : Définir le cahier des charges et identifier des prestataires de services adaptés afin de répondre aux différents besoins du projets.</p> <p><b>C39</b> : Coordonner avec les équipes, les prestataires pour s'assurer de la conformité des prestations commandées.</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée.</p> <p><b>E19 - Dans le cadre de l'«Atelier tutoré de conduite de projet artistique» - Choix et suivi des prestataires de service.</b> Les candidats rédigent un cahier des charges, identifient et sélectionnent les prestataires de service adaptés (imprimerie, location de matériel, traiteur, etc.), négocient avec eux les tarifs/ prestations, puis vérifient que les prestations réalisées correspondent au devis. ⇒ Présentation et justification des cahiers des charges réalisés dans le cadre du projet. Présentation orale et rendu d'un dossier de synthèse.</p>	<p><b>E19 - Qualité de la présentation et pertinence du dossier de synthèse :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La présentation des prestataires dans les cahiers des charges est claire et exhaustive.</li> <li>- Le choix des prestataires de service après mise en concurrence est cohérent par rapport au projet artistique et bien argumenté par les candidats</li> <li>- Le suivi de l'encadrement des prestataires de service est rigoureux permettant le respect des cahiers des charges (qualité de la prestation, timing, budget, etc.).</li> </ul>

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle.