

Manager des industries audiovisuelles

RNCP39105 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	323
Formacode(s)	46244, 44527, 46212
Code(s) ROME	L1302
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	31/05/2024
Date d'échéance	31/05/2027

Certificateur(s)

EMIC FORMATION · SIRET : 82072035700053

Partenaires habilités

4 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 4 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
LYON EICAR CAMPUS	50473969900040	Former et organiser l'évaluation
MEDIASCHOOL PARIS	49032361500149	Former et organiser l'évaluation
MEDIASCHOOL PARIS - IEJ PARIS	49032361500057	Former et organiser l'évaluation
PARIS EICAR CAMPUS	40278987900051	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager des industries audiovisuelles est un professionnel ayant une expertise stratégique de l'audiovisuel. Il a pour mission de superviser la gestion des entreprises ou des départements liés à l'audiovisuel et, pour cela, peut concevoir des stratégies visant à optimiser la rentabilité et la croissance.

Ce professionnel est responsable de la supervision de la production de contenus, qu'il s'agisse de films, de séries, d'émissions de télévision ou de vidéos en ligne. Son objectif est de garantir que les projets respectent les délais et les budgets alloués. Il s'occupe également de la négociation de contrats avec les partenaires et reste informé des évolutions de l'industrie.

Concernant le secteur de l'industrie audiovisuelle en France, c'est une industrie culturelle multiple et selon les données observatoire des métiers de l'audiovisuel :

La production audiovisuelle, cinéma et animation rassemble à elle seule 70% des entreprises, ce qui en fait le secteur le plus conséquent en nombre d'entreprises. Elles sont très nombreuses et de tailles réduites. C'est à la fois un marqueur de la diversité culturelle française en matière de production de contenus, mais aussi le témoin d'une dissémination en microstructures, car souvent, un nouveau projet est porté par une nouvelle structure.

Le secteur de la prestation technique image et son représente 23% des entreprises. Il connaît une dynamique récente avec le développement des besoins en informatique audiovisuelle pour les tournages, les réseaux audiovisuels et la postproduction, notamment dans les effets visuels et le film d'animation.

La radiodiffusion compte 6% des entreprises. Le nombre de structures a explosé dans les années 1980 avec la

libéralisation de la bande FM et l'émergence des radios associatives à côté des radios publiques et généralistes. A la différence des autres secteurs, les radios sont implantées sur l'ensemble des régions françaises et également sur le web.

La télédiffusion est le plus petit secteur avec 147 entreprises, soit seulement 1% de l'ensemble du champ, mais elle emploie un nombre conséquent de salariés et regroupe les plus grands groupes audiovisuels. La télédiffusion est essentielle dans la chaîne de valeur de l'audiovisuel car elle acquiert les programmes audiovisuels et contribue au financement des films.

La certification répond aux besoins de ce secteur.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse globale du marché de l'audiovisuel et de ses acteurs

Analyse du cadre réglementaire et juridique en lien avec le secteur de l'audiovisuel

Veille stratégique du marché de l'audiovisuel

Recherche des financements et dispositifs d'aide de projet audiovisuel

Elaboration de la stratégie d'entreprise audiovisuelle

Détection et lancement de projets de création de contenus audiovisuels

Préparation et planification de la création de contenus audiovisuels

Accompagnement du processus de création d'un contenu audiovisuel

Contrôle des réglementations obligations légales du contenu audiovisuel

Cadrage et contractualisation du projet de contenu audiovisuel dans sa phase de production.

Pilotage opérationnel de la production de contenu audiovisuel

Conception de la stratégie marketing de contenus audiovisuels

Mise en place des conditions de déploiement de la stratégie Marketing et de distribution

Suivi et optimisation financière du plan d'action marketing et de distribution mis en œuvre

Mise en œuvre de la stratégie marketing et de distribution du contenu audiovisuel

Diffusion des contenus audiovisuels sur le marché

Présentation commerciale de contenus audiovisuels

Recrutement et constitution d'équipe autour d'un projet audiovisuel

Répartition et coordination des tâches des équipes autour des projets audiovisuels

Management d'équipes autour de projets dans l'audiovisuel

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser le marché des industries audiovisuelles et ses mutations liées aux impacts du macro-environnement (économique, politique, sociologique, numérique, démographique, culturel...) et du micro-environnement (clients, partenaires, Grand public, fournisseurs...) afin d'identifier ses tendances et ses opportunités.

Analyser la culture et les différents contenus audiovisuels (cinéma, TV, publicité et web), en tenant compte de l'histoire du cinéma et des supports associés afin d'évaluer l'influence des médias audiovisuels et les tendances culturelles.

Identifier les rôles et niveaux de responsabilité des différents métiers de la création, de la production et de la distribution de contenus audiovisuels en prenant en compte leurs évolutions et leurs compétences associées afin de les intégrer de manière cohérente et équilibrée dans l'organisation.

Analyser les opportunités pouvant émerger des marchés nationaux et internationaux afin d'identifier des projets de préachats de contenus audiovisuels en vue de l'acquisitions de programmes/films pouvant s'intégrer dans la stratégie.

Analyser le contexte juridique sur le plan national et international des contrats commerciaux liant un producteur et des œuvres audiovisuelles afin d'évaluer les risques possibles ainsi que leurs moyens de prévention et de résolution.

Analyser et prendre en compte le cadre réglementaire de l'industries audiovisuelles ainsi que les institutions liées (exception culturelle française, CNC, l'ARCOM ...) afin d'en tenir compte dans l'exercice de son activité de manager.

Analyser le fonctionnement des sociétés de gestion collective et des sociétés d'auteurs (SACD, SCAM, SACEM...) afin d'assimiler le processus de dépôt et de défense des droits des auteurs/créateurs.

Analyser les différents types de droits de l'audiovisuel (d'auteurs, patrimoniaux, moraux, voisins, à l'image ...) en identifiant leurs durées, leurs restrictions, leurs coûts et redevances, leurs mises en conformité compte afin de gérer, efficacement et dans le respect des lois associées, ses actifs audiovisuelles.

Analyser et tenir compte des différents régimes sociaux liés aux métiers de la production audiovisuelle (intermittents, CDD d'usage, contrats de saison) afin de garantir la protection et le bien-être des collaborateurs tout en assurant la conformité légale de l'entreprise.

Suivre la bonne exécution des contrats d'acquisition en place auprès des différentes entités concernées (éditorial,

gestion, comptabilité, juridique) et leurs exploitations (fin de droits, renouvellements...) afin de sécuriser les engagements.

Réaliser une veille permanente sur les secteurs du cinéma, de la TV, de la publicité et des contenus pour le web en s'appuyant sur des sources d'informations reconnues dans la profession et sur des outils de veille choisis pour leur niveau de couverture, afin d'identifier les nouvelles tendances et ainsi les intégrer dans sa pratique professionnelle de producteur ou de manager.

Suivre les évolutions technologiques, les nouveaux usages des consommateurs, les enjeux de la RSE et l'émergence de nouveaux business modèles dans les industries audiovisuelles afin d'intégrer les opportunités offertes par les différents réseaux et canaux de distribution.

Recenser les différentes sources de financements d'une œuvre audiovisuelle privés (préachats, minimums garantis, co-production, SOFICAS et fonds d'investissement) et publics (subventions, crédits d'impôts) afin d'obtenir une liste complète utile à la recherche d'optimisation.

Analyser, pour chaque source de financement, leurs conditions et exigences liées ainsi que les montants associés pouvant être attribués afin de choisir les plus pertinentes au regard des caractéristiques des projets de développement audiovisuels de l'entreprise.

Elaborer des propositions de repositionnement stratégique de l'entreprise audiovisuelle, en s'appuyant sur les résultats des analyses réalisées afin de permettre à celle-ci de s'ouvrir à de nouveaux marchés, de nouvelles sources de revenus et des nouvelles technologies.

Elaborer des propositions d'adaptation des méthodes de travail notamment en fonction en termes de prise en compte des collaborateurs en situation de handicap en s'appuyant sur les recommandations identifiées par l'analyse des évolutions du marché afin de garantir la performance des équipes et ainsi rester compétitif face à la concurrence.

Intégrer les opportunités offertes par les différents réseaux et canaux de distribution en s'appuyant sur l'analyse des effets des nouveaux comportements consommateurs et des nouvelles technologies sur les business modèles des projets instruits dans les industries audiovisuelles afin de maintenir une visibilité optimale des activités de la société.

Prospecter le marché sur les différentes opportunités de nouveaux formats audiovisuels, en repérant les œuvres, talents, auteurs, scénaristes et réalisateurs avec lesquels il est pertinent de collaborer, afin d'identifier les nouveaux projets à lancer.

Mener les phases de négociation et de rédaction des contrats (auteur, agent, comédien, réalisateur...) pour garantir la perception de revenus en cohérence avec les exigences contractuelles établies avec le créateur.

Assurer la protection des œuvres et en acquérir si besoin les droits pour garantir aux artistes la défense de leur propriété intellectuelle et des droits associés.

Identifier les talents et piloter les séances de casting (réalisateurs et comédiens) pour constituer la meilleure équipe possible en adéquation avec l'identité artistique du projet audiovisuel.

Evaluer la faisabilité du projet de création du contenu audiovisuel en termes de budget, ressources humaines, matérielles et logistiques tout en tenant compte des défis potentiels et les obstacles à surmonter afin de maximiser les chances de succès du projet.

Elaborer le planning du projet de création du concept audiovisuel en identifiant pour chaque étape du processus les échéances liées afin de permettre une organisation optimale des ressources disponibles et ainsi garantir l'atteinte des objectifs dans les délais alloués.

Superviser les formalités de demandes de subventions publiques et privées pour assurer le financement du projet de création du contenu audiovisuel.

Elaborer et mettre en place des outils de suivi et des indicateurs de performance en cohérence avec les objectifs de celui et les résultats attendus pour chacune de ses étapes afin de gérer et contrôler efficacement l'avancée du projet de création du contenu audiovisuel.

Définir le concept initial du projet de contenu audiovisuel en tenant compte du thème général à aborder, du message à transmettre et du public visé ainsi que d'un public qui présenterait des situations de handicap pouvant être pris en compte, afin d'orienter son processus de création.

Analyser et décrypter des scènes de films de fiction (thèmes, appréciations artistiques, technique cinématographique ...) afin de s'en inspirer dans la création du contenu audiovisuel.

Mettre en place et piloter des sessions de brainstorming avec les auteurs/créatifs en s'appuyant sur des techniques d'animation de pensée divergentes pour générer des idées créatives liées au concept initial (intrigue, personnages, arc narratif ...).

Accompagner et superviser les créateurs tout au long de leur processus de création du contenu audiovisuel, du synopsis jusqu'à sa réalisation effective, afin de leur apporter des conseils de perfectionnement avisés et le soutien nécessaire au maintien de leur motivation.

Coordonner les tâches pluridisciplinaires entre les différentes parties prenantes du projet en mettant en place des supports et moyens de communication physiques ou virtuels et adaptés aux besoins spécifiques des collaborateurs en situation de handicap (rapport d'avancement, réunions, outils de collaboration ...) afin de réduire les conflits et ainsi garantir un travail effectué commun répondant aux normes de qualité et aux exigences du projet.

Analyser les caractéristiques finales du concept de contenu audiovisuel en identifiant les thèmes, les émotions et les éléments clés qui doivent être reflétés visuellement afin de définir son identité artistique.

Elaborer les bibles formats en s'appuyant sur les règles de rédaction associées en termes de contenu et de format afin de d'obtenir un guide de développement et ainsi assurer l'alignement créatif de l'ensemble des acteurs du projet.

Elaborer une présentation visuelle ou un document écrit présentant les différents aspects du futur contenu audiovisuel en adoptant le style de communication et les arguments en fonction des objectifs du destinataire (producteurs, financiers, studios, collaborateurs potentiels ...) afin de les engager à participer au projet.

Superviser le projet d'habillage musical d'un contenu audiovisuel, en s'assurant du lien entre le réalisateur et le compositeur dans le cas d'une bande-son originale, ou en obtenant les droits de diffusion des musiques présentes dans le projet audiovisuel dans le cas d'une utilisation d'une musique préexistante.

Mettre en place les dispositifs et moyens de protection du contenu audiovisuel afin de garantir aux artistes la défense de leur propriété intellectuelle et des droits associés.

Superviser, en collaboration avec les sociétés de gestion collective (SCAM, SACD, SACEM ...), la bonne application des droits en termes de versements et ayant-droit des auteurs (redevances, royalties, revenus, ...) afin d'assurer le respect des contrats dans un principe d'équité et de justice.

Définir les besoins techniques du projet de production du contenu audiovisuel (équipements, matériel de tournage, décors, postproduction) tout en identifiant les compétences et aptitudes nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés afin de constituer une équipe projet optimale.

Définir le budget du projet de production du contenu audiovisuel en tenant compte des besoins et ressources matérielles et immatérielles afin d'assurer l'atteinte des objectifs en fonction des contraintes financières.

Conduire les négociations avec les différentes parties prenantes du secteur de l'audiovisuel (producteurs audiovisuels, médias, marques, ...) pour l'utilisation des œuvres, le droit à l'image et les produits dérivés afin de défendre les œuvres et les intérêts des ayant-droit en matière d'image et de revenus.

Dimensionner le projet à un niveau international, dans le cas où il s'inscrit dans une co-production, en veillant à l'intégration des règles juridiques et financières dans la convention signée entre partenaires afin de partager les coûts et bénéficier d'une expertise technique et créative extérieure.

Réaliser la feuille de route séquencée en identifiant les différents jalons du projet et leurs durées estimées ainsi que la répartition des tâches de chaque partie prenante des projets audiovisuels pour atteindre les objectifs fixés.

Prévenir les risques pouvant entraver le lancement des productions de contenus audiovisuels afin d'anticiper dès le départ, les solutions correctives en adéquation avec les pratiques de la filière (cinéma, TV, publicité, web).

Superviser la réalisation des tâches du projet de production d'un contenu audiovisuel (film de fiction, programme TV, production digitale, film publicitaire, podcast) en vérifiant les résultats des différents indicateurs de performance fixés (délais – budgets/coûts – qualité – rentabilité – résultats intermédiaires attendus – prise en compte d'un public porteurs de handicap pour lequel apporter des solutions d'adaptation) afin de s'assurer de leurs correspondances avec les prévisions du programme d'action établi.

Superviser le tournage et la coordination des équipes (techniciens, réalisateur, comédiens...) en veillant à la disponibilité ressources nécessaires et au respect du calendrier et du budget afin de s'assurer du respect du plan de tournage ainsi que de la qualité des prises de vue.

Adapter le mode de pilotage en fonction du type de projet audiovisuel (production digitale conçu pour les formats web, film publicitaire, contenu de marque (brand content), fiction pour la TV ou les plateformes digitales, podcast...) et selon leurs spécificités propres afin de maintenir dans la finalisation du projet, un même niveau de résultats et de satisfaction.

Définir un axe et un positionnement marketing différenciant pour la promotion du produit audiovisuel, à partir de l'analyse du marché de l'audiovisuel et de ses composantes (comportement du public cible, concurrence en place, tendances actuelles) ainsi que les opportunités disponibles afin d'orienter la stratégie marketing.

Fixer les objectifs de la stratégie marketing (maximiser les ventes, élargissement de la visibilité, obtention de prix, satisfaction d'un public niche ...) afin de donner à l'équipe Marketing la direction à suivre.

Concevoir et piloter la stratégie d'acquisitions des programmes audiovisuels sélectionnés, en évaluant leurs prix sur le marché afin de fixer les marges de négociations avec vendeurs (producteurs, distributeurs).

Intégrer dans la stratégie les projets et préachats de contenus audiovisuels en vue de l'acquisitions de programmes/films afin de cibler les actions de prospection des marchés nationaux et internationaux.

Mettre en place des campagnes de data marketing et de CRM (Customer Relationship Management) à partir des données consommateur, préalablement analysées, interprétées et exploitées afin de récupérer les informations utiles à une stratégie ciblée.

Sélectionner les différents médias en adéquation avec la stratégie marketing et en fonction du budget alloué, pour accroître la notoriété de l'œuvre audiovisuelle.

Identifier les marques partenaires potentielles pour augmenter la visibilité et la communication autour de la production audiovisuelle.

Développer les opportunités d'intégrer le contenu audiovisuel dans les autres productions, en s'assurant de leur cohérence en termes de positionnement et d'image afin de dégager un complément de financement de l'œuvre.

Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions en mobilisant les moyens humains et financiers pour développer le chiffre d'affaires et la notoriété de l'œuvre audiovisuelle.

Evaluer le prix des programmes audiovisuels sur les marchés et négocier avec les vendeurs (producteurs, distributeurs), et piloter les acquisitions des programmes sélectionnés.

Intégrer des solutions permettant de s'adresser à un public présentant des situations de handicap (auditifs, visuels), afin de permettre la diffusion auprès d'une cible élargie et rendre plus accessibles les contenus audiovisuels.

Evaluer les dépenses nécessaires à la conception et à la mise en œuvre de la stratégie marketing tout en prévoyant une marge de sécurité permettant de faire face à des imprévus ou à des fluctuations de coût afin de fixer le budget global.

Définir et mettre en place les indicateurs de performance du projet en fonction des objectifs fixés afin de suivre les résultats intermédiaires et mesurer l'efficacité du plan d'actions élaboré.

Exploiter les nouvelles sources de monétisation des œuvres audiovisuelles (réseaux sociaux, YouTube, blogs, podcasts, streaming...) pour permettre à la stratégie marketing digitale de s'inscrire dans la durabilité et assurer un élargissement des sources de revenus.

Mettre en œuvre une stratégie commerciale auprès des exploitants (cinéma) ou auprès des diffuseurs (TV/Digital) en adéquation avec le positionnement marketing du contenu audiovisuel pour optimiser la diffusion des contenus audiovisuels en salles ou dans les médias (TV, streaming).

Définir et mettre en place les indicateurs de rentabilité et de réussite du projet pour mesurer l'efficacité du plan d'actions.

Créer et développer des produits dérivés en s'appuyant sur des outils de communication et de promotion afin de promouvoir l'image de l'œuvre dans le respect du budget alloué.

Mettre en place des partenariats de marques pertinents pour augmenter la visibilité et la communication autour de l'œuvre audiovisuelle.

Exploiter les réseaux sociaux et les relations presse pour augmenter l'audience auprès de la cible de consommateurs.

Définir les informations essentielles et utiles à intégrer dans la présentation du contenu audiovisuel en identifiant les arguments les plus pertinents à commenter en fonction du public visé afin de préparer son pitch.

Présenter le contenu audiovisuel en capturant l'attention dès le début du pitch par l'utilisation d'un ton passionné et captivant tout en apportant les arguments et exemples nécessaires à la démonstration de l'originalité du contenu afin de convaincre ses interlocuteurs.

Réaliser des présentations écrites, reposant sur les règles de communication marketing, afin de transmettre des supports porteurs de messages et d'images favorables à la vente.

Superviser les séances de recrutement des futurs collaborateurs en identifiant ceux dont les compétences, expériences et motivations sont en phase avec les caractéristiques et attentes des projets et en analysant les comportements par l'observation directe ou via l'utilisation de moyens d'évaluations (par les pairs, les supérieurs, entretien individuels ...) afin d'assurer une sélection de profils adéquats.

Constituer une équipe projet en choisissant les professionnels de la création, de la production ou du marketing/distribution dont les compétences et l'expertise correspondent aux besoins et en veillant à la compatibilité de leurs personnalités et modes de fonctionnement afin de permettre la réalisation efficace des projets.

Réaliser la feuille de route séquencée en attribuant les tâches à chaque partie prenante des projets pour atteindre les objectifs.

Transmettre et valoriser les projets auprès des différentes parties prenantes, en s'appuyant sur les techniques de communication écrites et orales afin d'atteindre un même niveau de compréhension des enjeux, des rôles et responsabilités.

Animer l'équipe projet en utilisant les différentes techniques managériales en mode vertical ou transversal (motivation- délégation – reconnaissance) pour maintenir une cohésion dans un contexte de marché des industries

audiovisuelles.

Conduire des réunions, groupes d'échanges ou entretiens en tenant compte de la diversité (éducationnel – générationnel – culturel collaborateurs en situation de handicap) et des spécificités de l'industrie audiovisuelle afin de permettre une communication fluide et efficace entre les différents acteurs du projet.

Développer la créativité de l'équipe projet en encourageant l'émergence d'idées nouvelles et innovantes afin de favoriser l'agilité et les capacités de remise en question et d'adaptation.

Développer la performance des équipes en utilisant les différentes méthodes de coaching d'équipes et d'intelligence collective afin d'assurer l'atteinte des objectifs fixés dans les délais impartis.

Gérer les situations et personnalités difficiles, en faisant preuve à la fois d'empathie et d'assertivité et en favorisant la mise en place d'une communication collaborative afin de maintenir un climat positif et constructif.

Superviser la production des équipes, à travers les différents rapports de suivi et d'évaluation des projets audiovisuels, en utilisant des indicateurs de performance à la fois collectifs et individuels afin d'obtenir une vision précise de l'état d'avancée des travaux.

Blocs de compétences

RNCP39105BC01 — Elaboration d'une stratégie d'entreprise audiovisuelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le marché des industries audiovisuelles et ses mutations liées aux impacts du macro-environnement (économique, politique, sociologique, numérique, démographique, culturel...) et du micro-environnement (clients, partenaires, Grand public, fournisseurs...) afin d'identifier ses tendances et ses opportunités.

Analyser la culture et les différents contenus audiovisuels (cinéma, TV, publicité et web), en tenant compte de l'histoire du cinéma et des supports associés afin d'évaluer l'influence des médias audiovisuels et les tendances culturelles.

Identifier les rôles et niveaux de responsabilité des différents métiers de la création, de la production et de la distribution de contenus audiovisuels en prenant en compte leurs évolutions et leurs compétences associées afin de les intégrer de manière cohérente et équilibrée dans l'organisation.

Analyser les opportunités pouvant émerger des marchés nationaux et internationaux afin d'identifier des projets de préachats de contenus audiovisuels en vue de l'acquisition de programmes/films pouvant s'intégrer dans la stratégie.

Analyser le contexte juridique sur le plan national et international des contrats commerciaux liant un producteur et des œuvres audiovisuelles afin d'évaluer les risques possibles ainsi que leurs moyens de prévention et de résolution.

Analyser et prendre en compte le cadre réglementaire de l'industries audiovisuelles ainsi que les institutions liées (exception culturelle française, CNC, l'ARCOM ...) afin d'en tenir compte dans l'exercice de son activité de manager.

Analyser le fonctionnement des sociétés de gestion collective et des sociétés d'auteurs (SACD, SCAM, SACEM...) afin d'assimiler le processus de dépôt et de défense des droits des auteurs/créateurs.

Analyser les différents types de droits de l'audiovisuel (d'auteurs, patrimoniaux, moraux, voisins, à l'image ...) en identifiant leurs durées, leurs restrictions, leurs coûts et redevances, leurs mises en conformité compte afin de gérer, efficacement et dans le respect des lois associées, ses actifs audiovisuelles.

Analyser et tenir compte des différents régimes sociaux liés aux métiers de la production audiovisuelle (intermittents, CDD d'usage, contrats de saison) afin de garantir la protection et le bien-être des collaborateurs tout en assurant la conformité légale de l'entreprise.

Suivre la bonne exécution des contrats d'acquisition en place auprès des différentes entités concernées (éditorial, gestion, comptabilité, juridique) et leurs exploitations (fin de droits, renouvellements...) afin de sécuriser les engagements.

Réaliser une veille permanente sur les secteurs du cinéma, de la TV, de la publicité et des contenus pour le web en s'appuyant sur des sources d'informations reconnues dans la profession et sur des outils de veille choisis pour leur niveau de couverture, afin d'identifier les nouvelles tendances et ainsi les intégrer dans sa pratique professionnelle de producteur ou de manager.

Suivre les évolutions technologiques, les nouveaux usages des consommateurs, les enjeux de la RSE et l'émergence de nouveaux business modèles dans les industries audiovisuelles afin d'intégrer les opportunités offertes par les différents réseaux et canaux de distribution.

Recenser les différentes sources de financements d'une œuvre audiovisuelle privés (préachats, minimums garantis, co-production, SOFICAS et fonds d'investissement) et publics (subventions, crédits d'impôts) afin d'obtenir une liste complète utile à la recherche d'optimisation.

Analyser, pour chaque source de financement, leurs conditions et exigences liées ainsi que les montants associés pouvant être attribués afin de choisir les plus pertinentes au regard des caractéristiques des projets de développement audiovisuels de l'entreprise.

Elaborer des propositions de repositionnement stratégique de l'entreprise audiovisuelle, en s'appuyant sur les résultats des analyses réalisées afin de permettre à celle-ci de s'ouvrir à de nouveaux marchés, de nouvelles sources de revenus et des nouvelles technologies.

Elaborer des propositions d'adaptation des méthodes de travail notamment en fonction en termes de prise en compte des collaborateurs en situation de handicap en s'appuyant sur les recommandations identifiées par l'analyse des évolutions du marché afin de garantir la performance des équipes et ainsi rester compétitif face à la concurrence.

Intégrer les opportunités offertes par les différents réseaux et canaux de distribution en s'appuyant sur l'analyse des effets des nouveaux comportements consommateurs et des nouvelles technologies sur les business modèles des projets instruits dans les industries audiovisuelles afin de maintenir une visibilité optimale des activités de la société.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation écrite

Etude de cas

Cas pratique

RNCP39105BC02 — Pilotage de la création et du développement de contenus audiovisuels

LISTE DE COMPÉTENCES

Prospecter le marché sur les différentes opportunités de nouveaux formats audiovisuels, en repérant les œuvres, talents, auteurs, scénaristes et réalisateurs avec lesquels il est pertinent de collaborer, afin d'identifier les nouveaux projets à lancer.

Mener les phases de négociation et de rédaction des contrats (auteur, agent, comédien, réalisateur...) pour garantir la perception de revenus en cohérence avec les exigences contractuelles établies avec le créateur.

Assurer la protection des œuvres et en acquérir si besoin les droits pour garantir aux artistes la défense de leur propriété intellectuelle et des droits associés

Identifier les talents et piloter les séances de casting (réalisateurs et comédiens) pour constituer la meilleure équipe possible en adéquation avec l'identité artistique du projet audiovisuel.

Evaluer la faisabilité du projet de création du contenu audiovisuel en termes de budget, ressources humaines, matérielles et logistiques tout en tenant compte des défis potentiels et les obstacles à surmonter afin de maximiser les chances de succès du projet.

Elaborer le planning du projet de création du concept audiovisuel en identifiant pour chaque étape du processus les échéances liées afin de permettre une organisation optimale des ressources disponibles et ainsi garantir l'atteinte des objectifs dans les délais alloués.

Superviser les formalités de demandes de subventions publiques et privées pour assurer le financement du projet de création du contenu audiovisuel.

Elaborer et mettre en place des outils de suivi et des indicateurs de performance en cohérence avec les objectifs de celui et les résultats attendus pour chacune de ses étapes afin de gérer et contrôler efficacement l'avancée du projet de création du contenu audiovisuel.

Définir le concept initial du projet de contenu audiovisuel en tenant compte du thème général à aborder, du message à transmettre et du public visé ainsi que d'un public qui présenterait des situations de handicap pouvant être pris en compte, afin d'orienter son processus de création.

Analyser et décrypter des scènes de films de fiction (thèmes, appréciations artistiques, technique cinématographique ...) afin de s'en inspirer dans la création du contenu audiovisuel.

Mettre en place et piloter des sessions de brainstorming avec les auteurs/créatifs en s'appuyant sur des techniques d'animation de pensée divergentes pour générer des idées créatives liées au concept initial (intrigue, personnages, arc narratif ...).

Accompagner et superviser les créateurs tout au long de leur processus de création du contenu audiovisuel, du synopsis jusqu'à sa réalisation effective, afin de leur apporter des conseils de perfectionnement avisés et le soutien nécessaire au maintien de leur motivation.

Coordonner les tâches pluridisciplinaires entre les différentes parties prenantes du projet en mettant en place des supports et moyens de communication physiques ou virtuels et adaptés aux besoins spécifiques des collaborateurs en situation de handicap (rapport d'avancement, réunions, outils de collaboration ...) afin de réduire les conflits et ainsi garantir un travail effectué commun répondant aux normes de qualité et aux exigences du projet.

Analyser les caractéristiques finales du concept de contenu audiovisuel en identifiant les thèmes, les émotions et les

éléments clés qui doivent être reflétés visuellement afin de définir son identité artistique.

Elaborer les bibles formats en s'appuyant sur les règles de rédaction associées en termes de contenu et de format afin de d'obtenir un guide de développement et ainsi assurer l'alignement créatif de l'ensemble des acteurs du projet.

Elaborer une présentation visuelle ou un document écrit présentant les différents aspects du futur contenu audiovisuel en adoptant le style de communication et les arguments en fonction des objectifs du destinataire (producteurs, financiers, studios, collaborateurs potentiels ...) afin de les engager à participer au projet.

Superviser le projet d'habillage musical d'un contenu audiovisuel, en s'assurant du lien entre le réalisateur et le compositeur dans le cas d'une bande-son originale, ou en obtenant les droits de diffusion des musiques présentes dans le projet audiovisuel dans le cas d'une utilisation d'une musique préexistante.

Mettre en place les dispositifs et moyens de protection du contenu audiovisuel afin de garantir aux artistes la défense de leur propriété intellectuelle et des droits associés.

Superviser, en collaboration avec les sociétés de gestion collective (SCAM, SACD, SACEM ...), la bonne application des droits en termes de versements et ayant-droit des auteurs (redevances, royautés, revenus, ...) afin d'assurer le respect des contrats dans un principe d'équité et de justice.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation écrite

Cas pratiques : rédactions d'écrit et soutenances orales

RNCP39105BC03 — Pilotage de la production de contenus audiovisuels

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les besoins techniques du projet de production du contenu audiovisuel (équipements, matériel de tournage, décors, post-production) tout en identifiant les compétences et aptitudes nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés afin de constituer une équipe projet optimale.

Définir le budget du projet de production du contenu audiovisuel en tenant compte des besoins et ressources matérielles et immatérielles afin d'assurer l'atteinte des objectifs en fonction des contraintes financières.

Conduire les négociations avec les différentes parties prenantes du secteur de l'audiovisuel (producteurs audiovisuels, médias, marques, ...) pour l'utilisation des œuvres, le droit à l'image et les produits dérivés afin de défendre les œuvres et les intérêts des ayant-droit en matière d'image et de revenus.

Dimensionner le projet à un niveau international, dans le cas où il s'inscrit dans une co-production, en veillant à l'intégration des règles juridiques et financières dans la convention signée entre partenaires afin de partager les coûts et bénéficier d'une expertise technique et créative extérieure.

Réaliser la feuille de route séquencée en identifiant les différents jalons du projet et leurs durées estimées ainsi que la répartition des tâches de chaque partie prenante des projets audiovisuels pour atteindre les objectifs fixés.

Prévenir les risques pouvant entraver le lancement des productions de contenus audiovisuels afin d'anticiper dès le départ, les solutions correctives en adéquation avec les pratiques de la filière (cinéma, TV, publicité, web).

Superviser la réalisation des tâches du projet de production d'un contenu audiovisuel (film de fiction, programme TV, production digitale, film publicitaire, podcast) en vérifiant les résultats des différents indicateurs de performance fixés (délais – budgets/coûts – qualité – rentabilité – résultats intermédiaires attendus – prise en compte d'un public porteurs de handicap pour lequel apporter des solutions d'adaptation) afin de s'assurer de leurs correspondances avec les prévisions du programme d'action établi.

Superviser le tournage et la coordination des équipes (techniciens, réalisateur, comédiens...) en veillant à la disponibilité ressources nécessaires et au respect du calendrier et du budget afin de s'assurer du respect du plan de tournage ainsi que de la qualité des prises de vue.

Adapter le mode de pilotage en fonction du type de projet audiovisuel (production digitale conçu pour les formats web, film publicitaire, contenu de marque (brand content), fiction pour la TV ou les plateformes digitales, podcast...) et selon leurs spécificités propres afin de maintenir dans la finalisation du projet, un même niveau de résultats et de satisfaction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation écrite

Cas pratiques : rédactions d'écrits et soutenances orales

Mise en situation professionnelle

RNCP39105BC04 — Pilotage de la distribution et du marketing de contenus audiovisuels

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir un axe et un positionnement marketing différenciant pour la promotion du produit audiovisuel, à partir de l'analyse du marché de l'audiovisuel et de ses composantes (comportement du public cible, concurrence en place, tendances actuelles) ainsi que les opportunités disponibles afin d'orienter la stratégie marketing.

Fixer les objectifs de la stratégie marketing (maximiser les ventes, élargissement de la visibilité, obtention de prix, satisfaction d'un public niche ...) afin de donner à l'équipe Marketing la direction à suivre.

Concevoir et piloter la stratégie d'acquisitions des programmes audiovisuels sélectionnés, en évaluant leurs prix sur le marché afin de fixer les marges de négociations avec vendeurs (producteurs, distributeurs).

Intégrer dans la stratégie les projets et préachats de contenus audiovisuels en vue de l'acquisitions de programmes/films afin de cibler les actions de prospection des marchés nationaux et internationaux.

Mettre en place des campagnes de data marketing et de CRM (Customer Relationship Management) à partir des données consommateur, préalablement analysées, interprétées et exploitées afin de récupérer les informations utiles à une stratégie ciblée.

Sélectionner les différents médias en adéquation avec la stratégie marketing et en fonction du budget alloué, pour accroître la notoriété de l'œuvre audiovisuelle.

Identifier les marques partenaires potentielles pour augmenter la visibilité et la communication autour de la production audiovisuelle.

Développer les opportunités d'intégrer le contenu audiovisuel dans les autres productions, en s'assurant de leur cohérence en termes de positionnement et d'image afin de dégager un complément de financement de l'œuvre.

Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions en mobilisant les moyens humains et financiers pour développer le chiffre d'affaires et la notoriété de l'œuvre audiovisuelle

Evaluer le prix des programmes audiovisuels sur les marchés et négocier avec les vendeurs (producteurs, distributeurs), et piloter les acquisitions des programmes sélectionnés

Intégrer des solutions permettant de s'adresser à un public présentant des situations de handicap (auditifs, visuels), afin de permettre la diffusion auprès d'une cible élargie et rendre plus accessibles les contenus audiovisuels.

Evaluer les dépenses nécessaires à la conception et à la mise en œuvre de la stratégie marketing tout en prévoyant une marge de sécurité permettant de faire face à des imprévus ou à des fluctuations de coût afin de fixer le budget global.

Définir et mettre en place les indicateurs de performance du projet en fonction des objectifs fixés afin de suivre les résultats intermédiaires et mesurer l'efficacité du plan d'actions élaboré.

Exploiter les nouvelles sources de monétisation des œuvres audiovisuelles (réseaux sociaux, You tube, blogs, podcasts, streaming...) pour permettre à la stratégie marketing digitale de s'inscrire dans la durabilité et assurer un élargissement des sources de revenus

Mettre en œuvre une stratégie commerciale auprès des exploitants (cinéma) ou auprès des diffuseurs (TV/Digital) en adéquation avec le positionnement marketing du contenu audiovisuel pour optimiser la diffusion des contenus audiovisuels en salles ou dans les médias (TV, streaming).

Définir et mettre en place les indicateurs de rentabilité et de réussite du projet pour mesurer l'efficacité du plan d'actions

Créer et développer des produits dérivés en s'appuyant sur des outils de communication et de promotion afin de promouvoir l'image de l'œuvre dans le respect du budget alloué.

Mettre en place des partenariats de marques pertinents pour augmenter la visibilité et la communication autour de l'œuvre audiovisuelle

Exploiter les réseaux sociaux et les relations presse pour augmenter l'audience auprès de la cible de consommateurs.

Définir les informations essentielles et utiles à intégrer dans la présentation du contenu audiovisuel en identifiant les arguments les plus pertinents à commenter en fonction du public visé afin de préparer son pitch.

Présenter le contenu audiovisuel en capturant l'attention dès le début du pitch par l'utilisation d'un ton passionné et captivant tout en apportant les arguments et exemples nécessaires à la démonstration de l'originalité du contenu afin de convaincre ses interlocuteurs.

Réaliser des présentations écrites, reposant sur les règles de communication marketing, afin de transmettre des supports porteurs de messages et d'images favorables à la vente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : rédactions d'écrits et soutenances orales

RNCP39105BC05 — Management d'équipes dans le secteur de l'audiovisuel

LISTE DE COMPÉTENCES

Superviser les séances de recrutement des futurs collaborateurs en identifiant ceux dont les compétences, expériences et motivations sont en phase avec les caractéristiques et attentes des projets et en analysant les comportements par l'observation directe ou via l'utilisation de moyens d'évaluations (par les pairs, les supérieurs, entretien individuels ...) afin d'assurer une sélection de profils adéquats.

Constituer une équipe projet en choisissant les professionnels de la création, de la production ou du marketing/distribution dont les compétences et l'expertise correspondent aux besoins et en veillant à la compatibilité de leurs personnalités et modes de fonctionnement afin de permettre la réalisation efficace des projets.

Réaliser la feuille de route séquentielle en attribuant les tâches à chaque partie prenante des projets pour atteindre les objectifs

Transmettre et valoriser les projets auprès des différentes parties prenantes, en s'appuyant sur les techniques de communication écrites et orales afin d'atteindre un même niveau de compréhension des enjeux, des rôles et responsabilités.

Animer l'équipe projet en utilisant les différentes techniques managériales en mode vertical ou transversal (motivation- délégation – reconnaissance) pour maintenir une cohésion dans un contexte de marché des industries audiovisuelles

Conduire des réunions, groupes d'échanges ou entretiens en tenant compte de la diversité (éducationnel – générationnel – culturel- collaborateurs en situation de handicap) et des spécificités de l'industrie audiovisuelle afin de permettre une communication fluide et efficace entre les différents acteurs du projet.

Développer la créativité de l'équipe projet en encourageant l'émergence d'idées nouvelles et innovantes afin de favoriser l'agilité et les capacités de remise en question et d'adaptation.

Développer la performance des équipes en utilisant les différentes méthodes de coaching d'équipes et d'intelligence collective afin d'assurer l'atteinte des objectifs fixés dans les délais impartis.

Gérer les situations et personnalités difficiles, en faisant preuve à la fois d'empathie et d'assertivité et en favorisant la mise en place d'une communication collaborative afin de maintenir un climat positif et constructif.

Superviser la production des équipes, à travers les différents rapports de suivi et d'évaluation des projets audiovisuels, en utilisant des indicateurs de performance à la fois collectifs et individuels afin d'obtenir une vision précise de l'état d'avancée des travaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

Soutenance orale

Mise en situation professionnelle

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Filière de l'audiovisuel (TV, Digital et Cinéma)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Création & Développement : Chargé/directeur de développement Fictions ; Chargé/directeur de développement programmes de flux/stock TV ; Chargé/directeur de développement films publicitaires ; Chargé/responsable d'acquisition de contenus audiovisuels (fictions, documentaires, programmes TV) ; Chargé de synchronisation (fictions, documentaires, publicité) ; Superviseur musical (fictions, documentaires, publicité)

Production : Chargé/directeur de Production Fictions ; Chargé/directeur de Production programme de flux/stock TV ; Chargé/directeur de Production films publicitaires ; Producteur ; Producteur artistique ; Producteur exécutif ; Chargé de programmation TV ; Chargé de programmation Cinéma ; Conseiller/Responsable des programmes TV ; Gestionnaire d'antenne (TV)

Marketing/Distribution/Ventes : Chef de Projet Marketing Cinéma ; Brand Manager Cinéma ; Chargé/directeur de partenariats marketing Cinéma ; Responsable Distribution Cinéma/Distributeur ; Attaché de Presse Cinéma ; Chargé/directeur de communication audiovisuel ; Community Manager Audiovisuel ; Analyste/chargé d'études marché audiovisuel ; Responsable/directeur Ventes de programmes TV ; Responsable/directeur Ventes internationales Cinéma ; Responsable d'exploitation (salles cinéma) ; Manager comptes-clé Cinéma ; Data/CRM Manager audiovisuel

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Non-durabilité de l'emploi, Lien formation-emploi
Salaire médian (mensuel)	2 500 €
Diplôme le plus fréquent	Diplôme de niveau bac+2 (DUT, BTS, Deug ou équivalent) en communication et information (16 % des actifs en emploi)
Familles professionnelles (FAP)	U1X80 — Professionnels des spectacles · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	28 833
Jugés difficiles à recruter	10 %
Emplois saisonniers	31 %
Familles professionnelles (FAP)	U1X80 — Professionnels des spectacles

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Niveau 6 ou équivalent dans les domaines de la production, du marketing, de la communication et/ou de la distribution et avoir un projet professionnel dans l'industrie audiovisuelle.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Trois personnes sont désignées pour représenter le jury de délivrance de la certification :

- Deux professionnels du secteur en question et qui ne sont pas formateurs directs du candidat ni un représentant de l'EMIC
- Un des deux professionnels sera le président du jury
- Le président du jury sera avec le responsable de la certification, destinataire du recours possible des candidats
- Le jury est composé de 50% minimum de personnes externes à l'EMIC

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	10 270 €
Selon la branche	7 000 € – 10 270 €
Prise en charge	Branches concernées
10 270 €	Valeur par défaut · 209 branches
9 859 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
10 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	31/05/2024
------------------	------------

Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	31/05/2027
Date de dernière délivrance possible	31/05/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	11	0	82 %	—
2022	10	0	100 %	100 %

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

MBA Manager des Industries Audiovisuelles • École de Management des Industries Créatives (emic-paris.com)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39105/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	3
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	1
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Sessions	de 09/2025 à 10/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).