

Chef de projet multimédia

RNCP40886 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320
Formacode(s)	46347, 46339, 34052
Code(s) ROME	E1205, E1104, M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/06/2025
Date d'échéance	25/06/2028

Certificateur(s)

ECAD CONSULTANTS · SIRET : 33115405400117<https://www.iesa.fr/>**L'école multimédia**<http://www.ecole-multimedia.com>**FONDERIE DE L'IMAGE · SIRET : 40441398100022**

Partenaires habilités

21 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 21 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
DIGITAL CAMPUS, ELIJE, ESARC, ESG SPORT LUXE IMMOB	75253547600614	Former et organiser l'évaluation
ECAD CONSULTANTS	33115405400117	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600036	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600150	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600325	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600366	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600499	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600515	Former et organiser l'évaluation
ESGCV - 75253547600242	75253547600242	Former et organiser l'évaluation
ESGCV - 75253547600309	75253547600309	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 21 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40886-chef-de-projet-multimedia/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le chef de projet multimédia prend en charge l'intégralité du processus de création et de distribution de contenus digitaux, à la fois multicanaux et multiformats, pour répondre aux objectifs marketing de la structure qui l'emploie.

Concrètement, il participe d'abord à l'élaboration de la stratégie de contenu et à la mise en place d'un calendrier éditorial. Il produit ensuite divers contenus, tels que des articles de blog, des vidéos ou des publications sur les réseaux sociaux, et en assure la diffusion. Il contribue également à leur promotion via des campagnes publicitaires ou des actions de marketing digital (emailing, SEO). Il analyse par la suite le trafic généré, évalue la performance des contenus et les ajuste en fonction des résultats. Selon la taille de l'organisation, il peut collaborer avec des équipes internes, voire superviser des prestataires externes.

Au cours des dernières années, plusieurs enjeux sont venus faire évoluer le métier, tels que l'apparition de nouveaux outils, le développement de nouvelles plateformes ou encore les exigences en matière de durabilité, de responsabilité sociale et d'inclusivité. Les Chefs de projet multimédia voient l'intégration de l'intelligence artificielle tout en maintenant une démarche créative. Les enjeux sont donc à la fois des enjeux techniques où les nouveaux outils numériques facilitent le suivi et l'optimisation des ressources, mais également des enjeux créatifs permettant de concevoir un plan de communication à part. En parallèle de cette dualité, la prise en compte de la RSE impacte de plus en plus les missions du professionnel, de la conception de contenus multimédia (où l'impact social et environnemental est évalué) au bilan de la campagne sans omettre la gestion du projet où l'équilibre économique est confronté au respect de normes sociales et environnementales.

ACTIVITÉS VISÉES

Mise en place d'une veille technique, tendance et juridique

Analyse du besoin exprimé par le commanditaire du projet multimédia

Étude de l'organisation et de son environnement dans le cadre de son déploiement sur des supports multimédias

Étude des caractéristiques de la cible de la campagne de communication multimédia

Participation à l'élaboration de la stratégie de contenu dans le cadre d'un projet multimédia

Choix des canaux de diffusion de contenus multimédias

Pilotage de la création du contenu en fonction du canal de diffusion choisi

Promotion des contenus des différents éléments numériques

Optimisation des contenus multimédia pour améliorer le référencement

Contrôle de la qualité et de l'impact de la diffusion des éléments multimédia produits

Planification des étapes de production d'un support multimédia

Coordination de la production d'éléments multimédias

Élaboration et suivi du budget de production des supports multimédias

Définition des objectifs opérationnels dans le cadre du déploiement d'un projet multimédia

Réalisation du tableau de suivi des résultats d'un projet multimédia

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mettre en place une veille tendance, technique et juridique à l'aide d'outils spécialisés (Feedly, outils de curation de contenu, IA etc.)

Analyser les besoins du commanditaire du projet multimédia

Réaliser une étude de l'environnement de l'entreprise

Analyser la cible de la campagne de communication

Participer à l'élaboration de la stratégie de contenu

Sélectionner des canaux de diffusion variés

Piloter la création du contenu (image, animation, vidéo, son, texte etc.) d'un support multimédia (application, site web, mobile, télévision, installations interactives, etc.)

Déployer une campagne de promotion des différents contenus multimédia produits sur les différents canaux de diffusion

Adapter les productions numériques au type de référencement choisi

Réaliser des tests sur la qualité et l'impact des éléments multimédia créés et diffusés, au regard des objectifs de la stratégie éditoriale

Réaliser la planification du projet de production d'un support multimédia

Coordonner les équipes créatives et techniques chargées de la création des éléments multimédia

Élaborer et suivre le budget de production des supports multimédia

Définir des objectifs de campagne de communication multimédia clairs, mesurables et diversifiés (qui comprennent la RSE et l'inclusion d'un public diversifié)

Concevoir un tableau de suivi inclusif des performances de la campagne de communication réalisée

Blocs de compétences

RNCP40886BC01 — Définir une stratégie éditoriale multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place une veille tendance, technique et juridique à l'aide d'outils spécialisés (Feedly, outils de curation de contenu, IA etc.), en interrogeant l'impact de ces évolutions en temps réel sur la stratégie marketing et communication de l'organisation notamment en termes d'éthique et d'éco-responsabilité, afin d'anticiper les ajustements nécessaires dans la stratégie de contenu (visuel, textuel, animation etc.).

Analyser les besoins du commanditaire du projet multimédia en recourant à des entretiens ou des workshops, en reformulant les éléments relevés et en s'appuyant sur des outils d'écoute client (surveys, Net Promoter Score, interviews etc.) pour bien cibler les attentes et objectifs du projet

Réaliser une étude de l'environnement de l'entreprise en appliquant une méthode de cartographie des éléments clefs de son utilisation des supports multimédias (forces, faiblesses, opportunités, menaces, histoire, culture, ADN...), en utilisant des outils d'analyse concurrentielle, en identifiant les différents risques et opportunités pour définir des recommandations opérationnelles

Analyser la cible de la campagne de communication en collectant des données caractéristiques (âge, CSP, habitudes etc.), en s'appuyant sur des études de marché, et en utilisant des outils de segmentation selon des critères sociodémographiques pour déterminer les besoins éditoriaux, ergonomiques et fonctionnels adaptés aux utilisateurs identifiés et dans une dynamique d'inclusion.

Participer à l'élaboration de la stratégie de contenu en mettant en forme les retours des différentes équipes techniques (marketing, développement, direction artistique...) et en prenant en compte la diversité de l'équipe projet ainsi que les éventuels handicaps de ses membres afin d'assurer la cohérence entre la vision stratégique et sa mise en œuvre opérationnelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle à partir d'un cas réel ou fictif de définition de la stratégie éditoriale de la communication d'une organisation

Étude de cas à partir d'un jeu de données et d'informations variées fourni à propos d'une organisation réelle ou fictive

RNCP40886BC02 — Piloter la création et la diffusion de contenus multimédias

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner des canaux de diffusion variés en réalisant une analyse des caractéristiques des différents canaux et en utilisant des outils d'analyse des audiences en lien avec le public cible afin répondre aux attentes et aux habitudes du public cible.

Piloter la création du contenu (image, animation, vidéo, son, texte etc.) d'un support multimédia (application, site web, mobile, télévision, installations interactives, etc.), en accord avec la stratégie éditoriale, en utilisant des logiciels spécialisés en création graphiques, en s'aidant de nouvelles technologies (telles que des IA génératives), en respectant les formats, tailles et spécifications techniques des plateformes et canaux de diffusion déterminés et en respectant le cahier des charges du commanditaire tout en intégrant les principes d'éco-responsabilité et d'inclusion en termes de diversité et de handicap, afin d'assurer la cohérence et l'efficacité de la diffusion.

Déployer une campagne de promotion des différents contenus multimédia produits sur les différents canaux de diffusion en utilisant des outils de gestion de campagne publicitaire traditionnels ou automatiques, et en optimisant les enchères, budgets et ciblage pour accroître l'engagement et améliorer le taux de conversion.

Adapter les productions numériques au type de référencement choisi en utilisant des outils spécialisés pour effectuer des recherches de mots-clés notamment dans les sous-titres et descriptions audios destinés à faciliter l'inclusion de personnes en situation de handicap, en optimisant les balises méta et en intégrant des liens internes, afin d'améliorer le référencement sur les moteurs de recherche.

Réaliser des tests sur la qualité et l'impact des éléments multimédia créés et diffusés, au regard des objectifs de la stratégie éditoriale, en analysant les performances des contenus publiés à l'aide des données d'utilisation issues de sources variées et en examinant les potentielles défaillances techniques afin de mesurer l'impact des contenus et de les ajuster en conséquence

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle à partir d'un cas réel ou fictif de déploiement d'une campagne de communication

RNCP40886BC03 — Gérer un projet multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser la planification du projet de production d'un support multimédia en déterminant les étapes de production ainsi que les différents livrables permettant de les valider et en proposant un système de suivi de l'avancement en temps réel, afin d'assurer la fluidité du projet pour l'ensemble des collaborateurs en prenant en compte leur diversité ou leur potentiel handicap et de respecter les délais.

Coordonner les équipes créatives et techniques chargées de la création des éléments multimédia en utilisant des outils de gestion de projet (tableau, logiciels...) en assignant les tâches en fonction des compétences et de la disponibilité de chacun dans une démarche inclusive, en suivant l'avancement du projet et la gestion des ressources et des imprévus, afin d'assurer la bonne exécution du projet

Élaborer et suivre le budget de production des supports multimédia en utilisant des outils de budgétisation (tableur ou logiciel) en ajustant régulièrement les dépenses et en anticipant les imprévus afin de garantir le respect de l'enveloppe globale du projet tout en garantissant la qualité des livrables.

Définir des objectifs de campagne de communication multimédia clairs, mesurables et diversifiés (qui comprennent la RSE et l'inclusion d'un public diversifié) en utilisant la méthode SMART et des outils d'analyse de performance et en respectant les délais de création de contenu et les attentes en matière d'engagement, conversion et notoriété pour mesurer l'impact de la campagne menée

Concevoir un tableau de suivi inclusif des performances de la campagne de communication réalisée en centralisant les données, et en analysant les indicateurs de performance au regard des objectifs définis afin d'ajuster les actions stratégiques et garantir la réussite des objectifs à la fois financier, environnementaux et sociétaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle à partir d'un cas réel ou fictif de gestion d'un projet multimédia pour le compte d'une organisation

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Avec l'essor du marketing digital et l'importance croissante d'une stratégie de contenu solide pour promouvoir un produit, un service ou un projet, renforcer la présence en ligne, ou encore pour attirer et fidéliser un public cible, les chefs de projet multimédia sont présents dans l'ensemble des secteurs d'activité et dans des structures de toutes tailles.

Ils exercent aussi bien dans des petites et grandes entreprises, des organisations publiques, des associations, des agences de communication ou de webmarketing, ainsi que dans des cabinets de conseil. Les opportunités d'embauche sont d'ailleurs particulièrement nombreuses au sein des petites structures pour les jeunes diplômés. Ils peuvent également choisir de travailler en tant que freelances.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

chef de projet multimédia

Rédacteur

Gestionnaire de contenus

Créateur de contenu

Responsable éditorial (web)

Responsable marketing digital

Responsable de la communication digitale

Digital brand manager

Responsable de contenu / Responsable de contenus éditoriaux / Responsable de contenus numériques

Chef de projet multimédia

Content Manager / Brand content Manager

Chef de projet éditorial / web

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 003 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	15 217
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

En formation initiale

Entrée en 1ère année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...)

Entrée en 2ème année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé 60 crédits ECTS dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

Entrée en 3ème année :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

En alternance (contrat apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Pour un cursus en 3 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...)

Pour un cursus en 2 ans :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et avoir validé 60 crédits ECTS dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

Pour un cursus en 1 an :

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.

En formation continue

Cas 1 : Entrée avec un niveau 5

- Etre titulaire d'une certification de niveau 5, d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS, dans le domaine du digital, de la communication, du marketing, etc.
- Ou Etre titulaire d'une certification de niveau 5, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120

crédits ECTS, dans un autre domaine de formation/métier de la certification visée et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 12 mois minimum

Cas 2 : Entrée avec un niveau 4

- Etre titulaire d'une certification de niveau 4, d'un bac, d'un DEAU ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 24 mois minimum

Dérogations spécifiques :

- Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...).

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

En formation initiale

En cas d'intégration en 1ère année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 36 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En cas d'intégration en 2ème année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 24 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

En cas d'intégration en 3ème année :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation de 12 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En alternance (contrat apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Pour un cursus en 3 ans :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 36 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

Pour un cursus en 2 ans :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Pour un cursus en 1 an :

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation
- Et avoir effectué un cursus de formation en alternance de 12 mois préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

En formation continue

Cas 1 : entrée avec un niveau 5

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation,
- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Cas 2 : entrée avec un niveau 4

- Avoir validé les conditions d'accès à la formation,
- Et avoir effectué un cursus de formation préparant au passage et à l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné

Dérogations spécifiques :

- Si le candidat ne dispose pas de l'expérience professionnelle ou du diplôme requis, le candidat devra présenter un dossier démontrant sa capacité à valider la certification professionnelle (VAP, attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...).

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

Le jury est composé de 4 membres dont 50% de professionnels :

- le directeur de l'école
- un responsable pédagogique ou enseignant

- deux professionnels externes, exerçant dans le métier visé.
- La parité employeur/salarié est contrôlée.

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	8 151 €
Selon la branche	6 000 € – 9 475 €
Prise en charge	Branches concernées
8 151 €	Valeur par défaut · 180 branches
9 475 €	CPNE Casinos, CPNE Services de l'eau, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'audiovisuel
7 923 €	CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNEFP Commerce succursaliste de la Chaussure, CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP Grands Magasins/ Magasins Populaires, CPNEFP Import-Export
9 261 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
8 867 €	CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films
8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 300 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 255 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 234 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
8 134 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 000 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 967 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 124 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique
6 800 €	CPNE Banque
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	25/06/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/06/2028
Date de dernière délivrance possible	25/06/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
-------	-----------	----------	------------------	--------------

2023	42	0	67 %	—
2022	36	0	86 %	60 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36401

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36401, RNCP39676

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ecole-multimedia.com/nos-formations/formation-communication-digitale/bachelor-chef-de-projet-digital/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40886/>

Où se former

Formations référencées	22
Organismes	2
Régions couvertes	0
Prix indicatif	1 990 € – 6 390 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	3
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	2
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Formations à distance	2
Sessions	de 07/2026 à 09/2028

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

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	8
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	09/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	7
Montant total engagé	18 522 €
Coût moyen par dossier	2 646 €
Durée moyenne	90 h
Période	07/2026 – 08/2026
France compétences	90 %
Reste à charge titulaire	10 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.