

Manager de projets culturels (MS)

RNCP41399 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 320n, 342
Formacode(s)	32096, 44035, 13096
Code(s) ROME	L1302, L1303, K1802
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/10/2025
Date d'échéance	27/10/2028

Certificateur(s)

ESC DIJON-BOURGOGNE · SIRET : 82394575300015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification « Responsable de projet culturel (MS) » atteste de compétences relatives à la conception, planification, coordination et évaluation des projets culturels innovants et durables. Les compétences développées permettent aux certifiés de gérer des projets culturels complexes, de mobiliser des ressources financières et humaines, et de promouvoir des initiatives culturelles en utilisant des stratégies de communication efficaces. En réponse aux défis actuels tels que la numérisation, la durabilité et la coopération internationale, les responsables de projets culturels doivent être agiles, innovants et engagés dans des pratiques inclusives et durables.

ACTIVITÉS VISÉES

- Réalisation d'une veille sectorielle.
- Conception de projet culturel.
- Collecte de fonds et recherche de financements (mécénat, subventions, etc.).
- Prise en compte des politiques culturelles et de leur impact.
- Déploiement et conduite du projet culturel.
- Développement et mobilisation de partenariats.
- Gestion budgétaire et financière du projet culturel.
- Création et/ou gestion d'entreprise culturelle et créative.
- Protection de la propriété intellectuelle et droit d'auteur.
- Plaidoyer et relations institutionnelles dans le secteur culturel.
- Développement de son Leadership.
- Management des organisations dans un contexte culturel.
- Élaboration de stratégies de développement durable et responsabilité sociale des entreprises et des industries culturelles et créatives.
- Développement de pratiques éthiques et déontologie dans les industries et les entreprises culturelles et créatives.
- Conception de stratégies de communication et branding pour le projet culturel.
- Utilisation des médias numériques et sociaux pour la promotion culturelle.
- Analyse des campagnes et de l'engagement du public.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Réaliser une veille sectorielle approfondie pour discerner les tendances et opportunités nouvelles en mobilisant une gamme étendue de ressources spécialisées telles que périodiques, réseaux professionnels, programmations

culturelles et analyses sectoriel.

- Analyser les évolutions dans les domaines des services culturels et des technologies émergentes (intelligence artificielle, réalité virtuelle, etc.) afin de repérer des possibilités d'innovation et de singularisation dans la conception de propositions culturelles, en se penchant sur les transformations du marché et les initiatives novatrices pour incorporer des approches pionnières.
- Concevoir un projet culturel innovant, en ciblant les publics, les partenaires, les financeurs, en intégrant une estimation budgétaire précise et en ayant identifié les risques à partir de l'analyse de la veille sectorielle et concurrentielle, pour garantir la pertinence du projet.
- Concevoir des produits ou services culturels en collaborant avec des partenaires clés et en tenant compte des politiques publiques, pour développer des offres inclusives et responsables qui répondent aux attentes de tous les publics et qui sont alignées avec la stratégie de l'établissement.
- Identifier les sources de financement potentielles (mécénat, subventions, crowdfunding, etc.) pour soutenir le projet culturel en développant et en entretenant un réseau de partenaires.
- Concevoir un plan stratégique de financement en tenant compte des contraintes des bailleurs de fonds et des calendriers de soumission pour concrétiser et optimiser la mise en œuvre de projet culturel.
- Analyser les politiques culturelles en vigueur pour évaluer leur impact sur le projet culturel en cours, en s'appuyant sur une veille réglementaire et sectorielle afin d'ajuster la stratégie de projet en conséquence.
- Intégrer les principes des politiques culturelles dans la conception et la mise en œuvre du projet pour garantir son alignement avec les cadres législatifs et les orientations stratégiques du secteur, en se basant sur une compréhension approfondie des enjeux culturels locaux et nationaux.
- Coordonner la mise en œuvre du projet et son bon déroulement en mobilisant et en impliquant toutes les parties prenantes, en établissant une communication, et en mettant en place un suivi, pour garantir une collaboration efficace et atteindre les objectifs fixés dans le respect des délais et du budget.
- Analyser les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs fixés pour réorienter la stratégie du projet culturel en tenant compte des retours des parties prenantes, afin d'assurer et d'optimiser la réussite du projet.
- Initier des mises en relation avec des partenaires potentiels et mettre en avant le projet culturel, pour susciter leur intérêt et leur engagement, en réalisant et en présentant des supports et des argumentaires convaincants.
- Rédiger les documents contractualisant les accords de partenariats en collaborant avec le service juridique pour concrétiser les partenariats.
- Élaborer le compte de résultat analytique du projet culturel en tenant compte de l'affectation des charges et des produits engagés dans le respect des principes de normalisation comptable pour évaluer sa rentabilité économique.
- Évaluer l'état budgétaire en effectuant des analyses financières périodiques et en utilisant des outils spécialisés afin d'assurer la réalisation et la pérennité du projet culturel et d'apporter des modifications en cas de nécessité.
- Réaliser un benchmark des entreprises culturelles et créatives pour se positionner dans le secteur, afin d'identifier les opportunités de différenciation et d'innovation pour son propre projet culturel.
- Développer un modèle économique robuste ou un business plan adapté aux spécificités des entreprises culturelles et créatives, en intégrant des prévisions financières, des stratégies de développement de marché et des plans d'investissement, pour garantir la pérennité et le succès financier du projet dans un environnement concurrentiel.
- Définir le statut juridique de la structure en considérant les avantages et contraintes de chaque option, afin d'assurer une fondation solide et adaptée au projet culturel porté.
- Identifier les différents droits d'auteur et droits connexes relatifs aux œuvres culturelles (les droits moraux, droits patrimoniaux, droits de reproduction, de représentation, etc.) pour déterminer la portée de la protection nécessaire, en examinant les caractéristiques spécifiques de chaque création et leur applicabilité, afin d'assurer une couverture juridique complète et adaptée à chaque œuvre.
- Rédiger des accords de droits d'auteur qui reflètent les intérêts de toutes les parties impliquées, en tenant compte des pratiques standard du secteur et des exigences légales, pour faciliter l'utilisation légitime des œuvres culturelles tout en préservant les droits et les revenus des créateurs.
- Développer et mettre en œuvre des stratégies de contrôle des points d'attention juridiques lors de la préparation des documents contractuels.
- Rédiger des documents de communication, tels que des rapports, des propositions de projet et des supports de présentation, pour représenter les intérêts du secteur culturel lors d'événements officiels et de réunions avec les institutions, en veillant à ce que le contenu soit persuasif, bien structuré et approprié aux contextes institutionnels et politique concernés.
- Présenter des arguments et des idées de manière claire et convaincante lors d'interventions publiques pour promouvoir les initiatives en développant des compétences en communication orale et en techniques de présentation.

- Adapter le contenu et le style de communication en fonction des caractéristiques spécifiques de l'audience ou de l'interlocuteur pour renforcer l'efficacité du message et encourager la compréhension et l'engagement.
- Engager une introspection sur ses méthodes de leadership, pour optimiser son impact en valorisant l'échange et la critique constructive pour faire constamment évoluer sa pratique du leadership.
- Adopter un leadership inclusif et dynamique pour naviguer efficacement dans des contextes culturels variés, en combinant la résolution constructive des conflits et la communication empathique, pour assurer un climat de travail positif et inclusif.
- Définir les modalités managériales de la gestion d'équipes pluridisciplinaires composées de membres permanents et de travailleurs saisonniers pour atteindre les objectifs du projet culturel, en créant une dynamique de groupe et en promouvant la collaboration.
- Identifier et présenter le plan d'action pour la mise en place ou la transformation d'une organisation du travail permettant de répondre au besoin du commanditaire.
- Définir des politiques de développement durable pour aligner les pratiques de l'entreprise culturelle sur les objectifs des politiques publiques locales ou nationales, en évaluant les impacts sociaux et environnementaux des actions menées et en intégrant les principes de l'économie circulaire et de la responsabilité sociale dans la planification stratégique.
- Créer et suivre des KPIs spécifiques aux pratiques RSE pour mesurer l'efficacité et l'impact des initiatives, en utilisant des méthodologies d'analyse et des outils de reporting adaptés pour évaluer les progrès et orienter les stratégies d'amélioration continue.
- Collaborer avec des labels et associations engagés pour enrichir la démarche de responsabilité sociale de l'entreprise culturelle, en établissant des partenariats stratégiques qui valorisent les bonnes pratiques et en s'impliquant dans des réseaux locaux et nationaux.
- Promouvoir les pratiques éthiques et managériales inclusives en développant et en mettant en œuvre des codes de conduite et des politiques de gouvernance qui respectent les normes éthiques et déontologiques, les principes d'accessibilité, de diversité culturelle et d'inclusion des personnes en situation de handicap, afin de renforcer la confiance et la collaboration entre toutes les parties prenantes.
- Développer des stratégies de branding pour établir une identité forte et cohérente du projet culturel, en utilisant des techniques de storytelling et de design visuel qui reflètent les valeurs et les objectifs du projet, afin de se différencier sur le marché culturel.
- Concevoir des plans de communication intégrée pour assurer une visibilité maximale du projet culturel, en combinant efficacement les canaux traditionnels et numériques et en adaptant le message aux différents publics cibles, afin d'optimiser la portée et l'impact.
- Définir et implémenter des KPI's, tels que le taux d'engagement, la portée des campagnes, le trafic web, et la conversion des audiences, pour permettre d'évaluer l'efficacité des stratégies mises en œuvre et permettre des ajustements.
- Exploiter les plateformes de médias sociaux pour accroître la visibilité du projet culturel, en créant du contenu engageant et en interagissant régulièrement avec la communauté, afin de construire une relation durable avec le public.
- Mettre en œuvre des campagnes de marketing digital pour promouvoir les événements et les initiatives culturelles, en utilisant le ciblage publicitaire et le SEO pour atteindre efficacement les publics cibles, tout en optimisant le budget et les ressources.
- Analyser les données des médias numériques pour comprendre les préférences et le comportement du public en ligne, en utilisant des outils analytiques web et des sondages, afin d'affiner les stratégies de contenu et de communication.
- Évaluer l'efficacité des campagnes de communication pour ajuster et améliorer les stratégies en place, en analysant les KPIs, en calculant son ROI afin de garantir l'atteinte des objectifs.
- Mesurer l'engagement du public pour évaluer la résonance du projet culturel, en utilisant des indicateurs tels que la participation, les retours et les interactions sur les réseaux sociaux, afin d'ajuster les approches et améliorer l'expérience culturelle.
- Favoriser la participation communautaire pour renforcer le lien entre le projet culturel et leur public, en organisant des événements et des programmes interactifs, afin d'encourager l'implication active.

Blocs de compétences

RNCP41399BC01 — Concevoir un projet culturel innovant pour assurer le développement et la pérennité de l'institution culturelle en sécurisant les financements

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser une veille sectorielle approfondie pour discerner les tendances et opportunités nouvelles en mobilisant une gamme étendue de ressources spécialisées telles que périodiques, réseaux professionnels, programmations culturelles et analyses sectorielles.
- Analyser les évolutions dans les domaines des services culturels et des technologies émergentes (intelligence artificielle, réalité virtuelle, etc.) afin de repérer des possibilités d'innovation et de singularisation dans la conception de propositions culturelles, en se penchant sur les transformations du marché et les initiatives novatrices pour incorporer des approches pionnières.
- Concevoir un projet culturel innovant, en ciblant les publics, les partenaires, les financeurs, en intégrant une estimation budgétaire précise et en ayant identifié les risques à partir de l'analyse de la veille sectorielle et concurrentielle, pour garantir la pertinence du projet.
- Concevoir des produits ou services culturels en collaborant avec des partenaires clés et en tenant compte des politiques publiques, pour développer des offres inclusives et responsables qui répondent aux attentes de tous les publics et qui sont alignées avec la stratégie de l'établissement.
- Identifier les sources de financement potentielles (mécénat, subventions, crowdfunding, etc.) pour soutenir le projet culturel en développant et en entretenant un réseau de partenaires.
- Concevoir un plan stratégique de financement en tenant compte des contraintes des bailleurs de fonds et des calendriers de soumission pour concrétiser et optimiser la mise en œuvre de projet culturel.
- Analyser les politiques culturelles en vigueur pour évaluer leur impact sur le projet culturel en cours, en s'appuyant sur une veille réglementaire et sectorielle afin d'ajuster la stratégie de projet en conséquence.
- Intégrer les principes des politiques culturelles dans la conception et la mise en œuvre du projet pour garantir son alignement avec les cadres législatifs et les orientations stratégiques du secteur, en se basant sur une compréhension approfondie des enjeux culturels locaux et nationaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet de recherche, étude de cas des avantages compétitifs, projet culturel (partie 1), mise en situation professionnelle de financement d'un projet fictif.

RNCP41399BC02 — Piloter un projet culturel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Coordonner la mise en œuvre du projet et son bon déroulement en mobilisant et en impliquant toutes les parties prenantes, en établissant une communication, et en mettant en place un suivi, pour garantir une collaboration efficace et atteindre les objectifs fixés dans le respect des délais et du budget.
- Analyser les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs fixés pour réorienter la stratégie du projet culturel en tenant compte des retours des parties prenantes, afin d'assurer et d'optimiser la réussite du projet.
- Initier des mises en relation avec des partenaires potentiels et mettre en avant le projet culturel, pour susciter leur intérêt et leur engagement, en réalisant et en présentant des supports et des argumentaires convaincants.
- Rédiger les documents contractualisant les accords de partenariats en collaborant avec le service juridique pour concrétiser les partenariats.
- Élaborer le compte de résultat analytique du projet culturel en tenant compte de l'affectation des charges et des produits engagés dans le respect des principes de normalisation comptable pour évaluer sa rentabilité économique.
- Évaluer l'état budgétaire en effectuant des analyses financières périodiques et en utilisant des outils spécialisés afin d'assurer la réalisation et la pérennité du projet culturel et d'apporter des modifications en cas de nécessité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle d'un projet culturel réel, étude de cas partenariat et mécénat, étude de cas gestion.

RNCP41399BC03 — Entreprendre et diriger une structure culturelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser un benchmark des entreprises culturelles et créatives pour se positionner dans le secteur, afin d'identifier les opportunités de différenciation et d'innovation pour son propre projet culturel.
- Développer un modèle économique robuste ou un business plan adapté aux spécificités des entreprises culturelles

et créatives, en intégrant des prévisions financières, des stratégies de développement de marché et des plans d'investissement, pour garantir la pérennité et le succès financier du projet dans un environnement concurrentiel.

- Définir le statut juridique de la structure en considérant les avantages et contraintes de chaque option, afin d'assurer une fondation solide et adaptée au projet culturel porté.
- Identifier les différents droits d'auteur et droits connexes relatifs aux œuvres culturelles (les droits moraux, droits patrimoniaux, droits de reproduction, de représentation, etc.) pour déterminer la portée de la protection nécessaire, en examinant les caractéristiques spécifiques de chaque création et leur applicabilité, afin d'assurer une couverture juridique complète et adaptée à chaque œuvre.
- Rédiger des accords de droits d'auteur qui reflètent les intérêts de toutes les parties impliquées, en tenant compte des pratiques standard du secteur et des exigences légales, pour faciliter l'utilisation légitime des œuvres culturelles tout en préservant les droits et les revenus des créateurs.
- Développer et mettre en œuvre des stratégies de contrôle des points d'attention juridiques lors de la préparation des documents contractuels.
- Rédiger des documents de communication, tels que des rapports, des propositions de projet et des supports de présentation, pour représenter les intérêts du secteur culturel lors d'événements officiels et de réunions avec les institutions, en veillant à ce que le contenu soit persuasif, bien structuré et approprié aux contextes institutionnels et politique concernés.
- Présenter des arguments et des idées de manière claire et convaincante lors d'interventions publiques pour promouvoir les initiatives en développant des compétences en communication orale et en techniques de présentation.
- Adapter le contenu et le style de communication en fonction des caractéristiques spécifiques de l'audience ou de l'interlocuteur pour renforcer l'efficacité du message et encourager la compréhension et l'engagement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet d'entreprise, étude de cas réglementation, projet culturel (partie 2).

RNCP41399BC04 — Manager des organisations culturelles de manière responsable en développant des pratiques éthiques et durables

LISTE DE COMPÉTENCES

- Engager une introspection sur ses méthodes de leadership, pour optimiser son impact en valorisant l'échange et la critique constructive pour faire constamment évoluer sa pratique du leadership.
- Adopter un leadership inclusif et dynamique pour naviguer efficacement dans des contextes culturels variés, en combinant la résolution constructive des conflits et la communication empathique, pour assurer un climat de travail positif et inclusif.
- Définir les modalités managériales de la gestion d'équipes pluridisciplinaires composées de membres permanents et de travailleurs saisonniers pour atteindre les objectifs du projet culturel, en créant une dynamique de groupe et en promouvant la collaboration.
- Identifier et présenter le plan d'action pour la mise en place ou la transformation d'une organisation du travail permettant de répondre au besoin du commanditaire
- Définir des politiques de développement durable pour aligner les pratiques de l'entreprise culturelle sur les objectifs des politiques publiques locales ou nationales, en évaluant les impacts sociaux et environnementaux des actions menées et en intégrant les principes de l'économie circulaire et de la responsabilité sociale dans la planification stratégique.
- Créer et suivre des KPIs spécifiques aux pratiques RSE pour mesurer l'efficacité et l'impact des initiatives, en utilisant des méthodologies d'analyse et des outils de reporting adaptés pour évaluer les progrès et orienter les stratégies d'amélioration continue.
- Collaborer avec des labels et associations engagés pour enrichir la démarche de responsabilité sociale de l'entreprise culturelle, en établissant des partenariats stratégiques qui valorisent les bonnes pratiques et en s'impliquant dans des réseaux locaux et nationaux.
- Promouvoir les pratiques éthiques et managériales inclusives en développant et en mettant en œuvre des codes de conduite et des politiques de gouvernance qui respectent les normes éthiques et déontologiques, les principes d'accessibilité, de diversité culturelle et d'inclusion des personnes en situation de handicap, afin de renforcer la confiance et la collaboration entre toutes les parties prenantes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation managériale fictive (partie 1), projet culturel (partie 3), mise en situation managériale fictive (partie 2).

RNCP41399BC05 — Concevoir des stratégies de communication, de marketing et d’engagement culturels

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer des stratégies de branding pour établir une identité forte et cohérente du projet culturel, en utilisant des techniques de storytelling et de design visuel qui reflètent les valeurs et les objectifs du projet, afin de se différencier sur le marché culturel.
- Concevoir des plans de communication intégrée pour assurer une visibilité maximale du projet culturel, en combinant efficacement les canaux traditionnels et numériques et en adaptant le message aux différents publics cibles, afin d'optimiser la portée et l'impact.
- Définir et implémenter des KPI's, tels que le taux d'engagement, la portée des campagnes, le trafic web, et la conversion des audiences, pour permettre d'évaluer l'efficacité des stratégies mises en œuvre et permettre des ajustements.
- Exploiter les plateformes de médias sociaux pour accroître la visibilité du projet culturel, en créant du contenu engageant et en interagissant régulièrement avec la communauté, afin de construire une relation durable avec le public.
- Mettre en œuvre des campagnes de marketing digital pour promouvoir les événements et les initiatives culturelles, en utilisant le ciblage publicitaire et le SEO pour atteindre efficacement les publics cibles, tout en optimisant le budget et les ressources.
- Analyser les données des médias numériques pour comprendre les préférences et le comportement du public en ligne, en utilisant des outils analytiques web et des sondages, afin d'affiner les stratégies de contenu et de communication.
- Évaluer l'efficacité des campagnes de communication pour ajuster et améliorer les stratégies en place, en analysant les KPIs, en calculant son ROI afin de garantir l'atteinte des objectifs.
- Mesurer l'engagement du public pour évaluer la résonance du projet culturel, en utilisant des indicateurs tels que la participation, les retours et les interactions sur les réseaux sociaux, afin d'ajuster les approches et améliorer l'expérience culturelle.
- Favoriser la participation communautaire pour renforcer le lien entre le projet culturel et leur public, en organisant des événements et des programmes interactifs, afin d'encourager l'implication active.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas marketing et communication

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteur de la culture, patrimoine et musées, arts visuels, spectacle vivant, audiovisuel (cinéma, média et industries culturelles, télévision et plateforme de diffusion, jeux vidéo), secteur de l’édition (livre), secteur de la musique live et enregistrée, radio et ensemble de la production vidéo.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Manager de projet culturel/Chargé de projet culturel
- Manager en charge de la communication/Chargé de communication
- Manager en charge de la production/Chargé de production

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

Être titulaire de :

- titre d'ingénieur diplômé conférant le grade de master (formation évaluée par la Commission des titres d'ingénieur) ;
- diplôme d'une école de management, privée ou consulaire, conférant le grade de master (formation évaluée par la CEFDG) ;
- diplôme de 3e cycle habilité par les autorités universitaires (diplôme national de master, DEA, DESS...) ou diplôme professionnel de niveau 7 ;
- diplôme ou attestation de validation d'un niveau équivalent M1 pour des candidats ayant au moins trois ans d'expérience professionnelle en lien avec la formation visée ;
- titre inscrit au RNCP de niveau 7 ;
- diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Le candidat doit prouver l'obtention d'un score minimum à l'un des tests suivants :

- TOEIC : 785
- IELTS : 6.5
- Cambridge : First Certificate Test + Business Vantage
- TOEFL IBT : 80
- pour tout autre test, la direction du programme fixe le niveau équivalent.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, VAE

Le jury de la certification est composé :

- du directeur des programmes de l'ESC Dijon Bourgogne,
- du directeur du programme de la certification,
- de 2 professionnels indépendants du secteur de la culture.

Base légale

Date de décision	27/10/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/10/2028
Date de dernière délivrance possible	26/10/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	9	0	100 %	67 %
2022	8	0	88 %	63 %

Liens avec d'autres certifications

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36292, RNCP36701, RNCP36768, RNCP39360

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.bsb-education.com/bsb-programmes/masteres-specialises-ms/ms-management-des-entreprises-culturelles-et-industries-creatives/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41399/>