***Intitulé** : Certification professionnelle « Manager de l'ingénierie culturelle » - ICART - 2024*
Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	REFERENTIEL DE COMPETENCES *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	REFERENTIEL D'EVALUATION *définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis*	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	**CRITÈRES D'ÉVALUATION**
BLOC DE COMPÉTENCES 1 : Concevoir la direction artistique d'un projet culturel. *Dans le cadre d'une institution (centre culturel, centre d'art, musée, service culturel d'une collectivité territoriale, etc.) ou d'une entreprise culturelle (fondation d'art, salle de spectacle, etc.), le **Manager de l'ingénierie culturelle** analyse le contexte dans lequel s'inscrit le projet avant de définir une politique culturelle ou une programmation artistique innovante.* **A1.** Définition de l'orientation artistique d'un projet culturel en s'appuyant sur une veille permanente. **A2.** Sélection des artistes et des œuvres en faorisant le diversité et validation de la direction artisitque du projet.	**C1.** Réaliser une veille artistique et culturelle, en mobilisant notamment les technologies numériques et d'IA pertinentes, afin de pouvoir formuler une recommandation artistique innovante, dans le respect des besoins et des enjeux du projet formulés par le commanditaire. **C2.** Définir le concept artistique du projet en établissant une direction claire et cohérente, dans l'objectif de retenir l'attention du public et d'enrichir son expérience. **C3.** Sélectionner des artistes et des œuvres en cohérence avec la direction artistique définie, en favorisant la diversité des expressions artistiques et culturelles , afin d'attirer du public et d'obtenir une forte résonance médiatique. **C4.** Défendre les choix artistiques réalisés en vue de convaincre sa direction et/ou un comité artistique en s'appuyant sur des critères préalablement définis et en valorisant différentes formes de création.	***Mise en situation professionnelle réelle.*** **Modalité :** **Organisation d'un événement artistique et culturel avec :** ○ Définition d'une direction artistique ; ○ Programmation d'artistes émergents (art, musique, spectacle vivant, cinéma). ➢ **Elaboration collectif d'un dossier artistique intégrant :** • Une veille artistique et culturelle avec l'utilisation d'outils numériques et d'IA. • Une note d'intention décrivant l'identité de l'événement, la direction artistique, les objectifs et l'impact attendu pour le public. • Une sélection d'œuvres et d'artistes basée sur des critères définis. ➢ **Production individuelle d'une note de synthèse et restitution orale individuelle:** • Résumé des éléments essentiels du dossier artistique • Présentation des principaux enseignements de la veille et de la direction artistique. • Argumentation et défense du choix d'un artiste sélectionné dans le cadre de la programmation.	- Les informations collectées via le processus de veille sont pertinentes, diversifiées et fiables (concurrence, infrastructures, tendances artistiques, publics cibles…) - Les sources utilisées sont citées et s'appuient entre autres sur les nouvelles technologies (IA). - Les données collectées sont synthétisées. Elles sont conservées dans un système sécurisé. - Les besoins et les enjeux du projet sont recuueillis et intégrés. - La définition du concept artistique de l'événement repose sur une ligne directrice claire et inspirante pour un public cible (une esthétique, une thématique, un ensemble d'artistes ou d'oeuvres spécifiques). - La définition du concept artistique prend en compte des critères RSE. - Le concept est réalisable dans le cadre pratique du projet et de ses différentes contraintes. - Les critères de **s**élection sont défnis (exigences esthétiques, démarche artistique, spécificités techniques, potentiel de développement des artistes, attentes du public, offre culturelle etc.) - La démarche artistique est analysée par rapport aux critères. - La sélection est cohérente et diversifiée. - La programmation artistique générale proposée est argumentée - Le choix de l'artiste soutenu est expliqué au regard des critères difinis pour la sélection et des attentes du public. - Des connaissances esthétiques, des références artistiques, des outils, sont mobilisées de manière pertinentes.

***Intitulé** : Certification professionnelle « Manager de l'ingénierie culturelle » - ICART - 2024*
Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	**REFERENTIEL DE COMPETENCES** *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	**REFERENTIEL D'EVALUATION** *définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis*	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	**CRITÈRES D'ÉVALUATION**
BLOC DE COMPÉTENCES 2 : Définir les stratégies marketing et de communication d'un projet culturel. *Après avoir conçu la direction artistique du projet culturel, le **Manager de l'ingénierie culturelle** définit une stratégie marketing et de communication qui sera mise en œuvre par des équipes spécialisées, en prenant en compte les enjeux RSE pour assurer une approche durable, inclusive et responsable.* **A3.** Elaboration d'une stratégie marketing responsable répondant aux objectifs définis. **A4.** Développement d'une stratégie de communication éthique et inclusive pour valoriser le projet culturel. **A5.** Définition et mise en oeuvre d'indicateurs de performance (KPI) pour aligner les actions marketing et de communication sur les principes RSE.	**C5.** Collecter et analyser les datas économiques et sociologiques afin de positionner le projet culturel sur son territoire, d'adapter l'offre et de maximiser son attractivité, tout en évaluant son impact social et culturel. **C6.** Concevoir une stratégie marketing multicanale adaptée aux différents écosystèmes, en combinant outils traditionnels et digitaux, pour atteindre efficacement le public cible identifié. **C7.** Concevoir une stratégie de communication culturelle, en s'appuyant sur des outils d'intelligence artificielle (IA), afin de maximiser la visibilité du projet, l'engagement et les retombées médiatiques. **C8.** Définir les outils et les messages adaptés à chaque public pour leur déploiement par les équipes de communication, en intégrant les enjeux RSE de diversité, d'inclusion et d'éco responsabilité. **C9.** Définir des KPI pour mesurer l'efficacité des stratégies marketing et de communication et de valoriser les données collectées et produites, en intégrant des critères sur l'impact social et environnemental du projet. **C10.** Ajuster les stratégies sur la base de l'analyse des résultats (KPI) pour maximiser l'attractivité, la visibilité, l'engagement et l'impact RSE du projet.	***Mise en situation professionnelle simulée- Etude de cas.*** **<u>Modalité</u> :** À partir du brief détaillé d'un projet culturel *(festival pluridisciplinaire au sein d'un tiers lieu, exposition itinérante, projet de médiation culturelle, etc.),* **conception d'une stratégie marketing et de communication** intégrant l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle : ➢ **Production individuelle d'une note stratégique intégrant :** • Une analyse du positionnement ; • Un plan marketing multicanal (objectifs, choix des canaux, justification des ressources mobilisées…) ; • Une stratégie de communication (messages clés, description des campagnes …) ; • Des indicateurs clés de performance adaptés (KPI) • Un plan d'amélioration continue pour optimiser l'impact des actions mises en place. ➢ **Présentation orale individuelle.**	- La collecte des données, réalisée en partie avec l'IA, est pertinente et structurée, et exploite des sources économiques et sociologiques variées et fiables (*open data,* base de données publiques…) - L'analyse des données et des *insights* permet de positionner efficacement le projet sur son territoire en tenant compte des spécificités locales et des attentes des publics cibles et en identifant les opportunités de différenciation. - Les conclusions intègrent une évaluation précise de l'impact social et culturel du projet. - La stratégie marketing multicanale combine de manière pertinente des outils traditionnels et digitaux en tenant compte des publics visés (situations de handicap, nouvelles générations privilégiant les pratiques numériques….) - L'approche est adaptée aux écosystèmes identifiés, avec une segmentation claire et une personnalisation des messages pour maximiser l'engagement. - La stratégie marketing globale est réaliste et prend en compte les contraintes et enjeux du projet. - La stratégie de communication est alignée avec le projet et optimise la visibilité, l'engagement et les retombées médiatiques. Elle est innovante. - Les valeurs RSE (diversité, durabilité, inclusivité…) y sont intégrées de manière concrète et cohérente. - Les outils et messages sont choisis pour renforcer la visibilité et la notoriété du projet. - Les messages sont adaptés à chaque public et véhiculent les valeurs de diversité, d'inclusion et d'écoresponsabilité. - Les outils et messages sont basés sur l'analyse des données et des insights, en cohérence avec les objectifs du projet. - Les KPI mesurent l'efficacité des stratégies marketing et communication (notoriété, engagement). - Ils intègrent des critères sociaux, et environnementaux pour évaluer l'impact RSE du projet. - L'analyse des KPI mobilise les outils d'IA pertinents. - Les données collectées /produites sont gérées et valorisées. - Les ajustements proposés permettent de maximiser l'impact des stratégies marketing et de communicaiton. - Les actions correctives proposées sont réalistes, innovantes et alignées avec les principes RSE.

***Intitulé** : Certification professionnelle « Manager de l'ingénierie culturelle » - ICART - 2024*
Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES *décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés*	**REFERENTIEL DE COMPETENCES** *identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités*	**REFERENTIEL D'EVALUATION** *définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis*	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	**CRITÈRES D'ÉVALUATION**
BLOC DE COMPÉTENCES 3 : Encadrer et superviser la gestion d'un projet culturel. *En France ou à l'international, le **manager de l'ingénierie culturelle** pilote, assume les responsabilités financières, administratives et managériales d'un projet culturel complexe.* **A6 -** Définition et pilotage de la stratégie financière et juridique d'un projet culturel, en intégrant les spécificités d'un environnement changeant. **A7 –** Organisation et optimisation des ressources humaines (RH) moblisées autour d'un projet culturel (équipes internes, partenaires, prestataires…) dans un contexte évolutif. **A8 -** Déploiement d'indicateurs de suivi liés à la gestion financière, juridique et des ressources humaines d'un projet culturel.	**C11.** Définir le modèle économique « hybride » et le cadre budgétaire d'un projet culturel mobilisant les financements adaptés, afin de garantir la faisabilité et la viabilité du projet dans un environnement en mutation. **C12.** Garantir la conformité juridique de l'ensemble des actes du projet, en mobilisant les expertises nécessaires et en anticipant les évolutions réglementaires, afin de prévenir les risques juridiques, financiers, opérationnels et sociaux. **C13.** Définir une stratégie RH (recrutement, montée en compétences, délégation etc.) en veillant au respect des principes RSE, pour constituer une équipe agile couvrant toutes les dimensions du projet. **C14.** Déployer des pratiques managériales collaboratives dans un contexte changeant et multiculturel, en prenant en compte les situations de handicap, afin d'optimiser la créativité et la performance de l'ensemble des parties prenantes du projet. **C15.** Mettre en place des indicateurs de suivi pour structurer le pilotage du projet, faciliter la prise de décision et valoriser les données collectées et produites. **C16.** Ajuster les stratégies mises en œuvre pour garantir la viabilité économique, la conformité juridique et l'efficience du projet culturel à long terme.	***Mise en situation professionnelle simulée- Etude de cas.*** **Modalité :** : À partir d'un brief d'une entreprise culturelle innovante ou en phase avec les nouvelles pratiques du secteur (tiers-lieu, plateforme collaborative, projet hybride, etc.), **conception d'une stratégie pour optimiser la gestion des ressources financières, humaines et administratives d'un projet culturel complexe**, intégrant l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle pour la recherche de financements, l'analyse des données et l'organisation du travail. ➢ **Production individuelle d'une note stratégique intégrant :** • Une stratégie financière et juridique ; • Une stratégie RH détaillée ; • Des indicateurs de suivi (KPI) et et un plan d'amélioration continu. ➢ **Présentation orale individuelle.**	- Le modèle économique « hybride », élaboré en partie avec l'aide d'outils IA, est bien défini, avec des financements diversifiés (subventions, mécénat, crowdfunding). - Il est adapté aux usages culturels et aux enjeux identifiés. - Le cadre budgétaire est défini avec des prévisions réalistes et un suivi efficace des revenus et dépenses. - Le modèle garantit la faisabilité et la viabilité du projet dans un environnement en mutation. - Les actes juridiques (contrats, partenariats, assurances, etc.) respectent les régulations et les meilleures pratiques. - Les risques juridiques, financiers et sociaux sont bien anticipés (VSS, harcèlement, etc.). - Des mesures préventives et correctives garantissent la conformité continue du projet. - La stratégie RH répond aux besoins spécifiques du projet. - Les modalités de recrutement et de montée en compétences sont bien organisées. - Les principes de diversité, d'inclusion et d'éthique (RSE) sont pleinement intégrés. - Les pratiques managériales sont adaptées au mode hybride de travail (présentiel, distanciel, collaboratif). - La gestion de l'équipe et l'organisation du travail favorisent l'inclusion, la cohésion, la créativité et l'efficacité. - Elles prennent en compte les situations de handicap. - Les outils /plateformes numériques adaptés sont mobilisés pour favoriser la collaboration entre les parties prenantes. - Les indicateurs mesurent efficacement la viabilité économique, la conformité juridique et l'efficacité organisationnelle du projet. - Le choix des outils numériques et d'IA permet un suivi dynamique et réactif des indicateurs. - Les données collectées /produites sont gérées et valorisées. - L'analyse des indicateurs permet de détecter les écarts avec les objectifs stratégiques du projet et d'ajuster les stratégies financières, juridiques et managériales. - Les décisions stratégiques s'appuient sur une évaluation continue des résultats. - Les ajustements identifiés garantissent la conformité et la durabilité du projet à long terme.