ESP ÉCOLE SUPÉRIEURE DE PUBLICITÉ

PROGRAMME DE FORMATION

# BACHELOR 3 ÉVÉNEMENTIEL

*Formation certifiante en 1 an, délivrée sous l'autorité de l'ARTES, ADE Holding et menant à la certification*

## CHEF DE PROJETS CULTURELS ET ÉVÉNEMENTIELS

## NIVEAU 6

**Inscrite au RNCP sous la référence 40912,**
publiée au Journal Officiel le 25/06/2025.
Voir la fiche RNCP

**Objectifs et contexte de la certification**

Le Chef de projets culturels et événementiels joue un rôle clé dans la conception, la mise en œuvre et la promotion de projets artistiques et culturels, en lien avec des enjeux sociaux, économiques et territoriaux. Ce métier évolue dans un contexte de profonde transformation, marqué par une diminution progressive des fonds publics dédiés à la culture mais aussi paradoxalement par un regain et un développement des pratiques culturelles et l'essor d'événements artistiques et patrimoniaux. Face à ce contexte, le développement de compétences en recherche de financements mixtes, associant subventions, mécénat, sponsoring et ressources propres, devient un enjeu stratégique pour assurer la pérennité et l'impact des initiatives culturelles et événementielles.

Loin de se limiter à une simple gestion d'événements, ce professionnel doit composer avec d'autres défis en plus du financement : transition écologique, innovation numérique, et médiation culturelle. Il est amené à mobiliser des partenaires variés, à optimiser l'impact des projets sur les territoires et à garantir une accessibilité culturelle élargie.

## DÉBOUCHÉS

**Cette formation prépare aux métiers de :**

- Assistant de programmation
- Attaché de production
- Chargé de production
- Chargé de développement
- Chef de projets culturels
- Chargé des publics et médiation culturelle
- Chargé de médiation culturelle
- Chargé de mécénat et de développement des ressources
- Administrateur de production
- Coordinateur de projets culturel
- Coordinateur culturel
- Responsable de l'action et de la médiation culturelle
- Responsable de la médiation culturelle
- Responsable de projet d'événements

## PROGRAMME

### COURS & CONFÉRENCES

- Atelier PAO
- Communication Digitale
- Webmarketing
- Communication de crise
- Conception Rédaction
- English Coaching
- Enjeux de la transition écologique dans les métiers des RP
- Planning Stratégique & Insight
- Relations Presse
- Social Media

### RÉALISATION DE PROJETS

- Gestion de projet Web
- Com' for Climate
- Compétition d'agences
- Séminaire : Digitalisation de l'événementiel
- Séminaire : Piloter un projet événementiel

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.*
*Il intègre également un parcours digital personnalisé (30 heures) et un cycle de conférences.*

## RYTHME ET DURÉE

**L'action de formation est d'une durée de 450 heures étalées sur 12 mois**

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné : **un jour par semaine à l'école, quatre jours en entreprise.** En plus de la journée hebdomadaire à l'école, l'apprenant bénéficiera de 7 semaines de séminaires et projets au cours de l'année de formation.

**Date de rentrée :** Octobre*

** Le calendrier précis de la formation peut varier d'un campus à l'autre ; il vous sera remis au moins 4 mois avant le début de la formation.*

## VOIE D'ACCÈS

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement **une période de 6 mois d'immersion** en entreprise par an. Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès :

- Stage alterné
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

**Nos infrastructures sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).**

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques d'ordre visuel, auditif, cognitif, psychique et autres maladies invalidantes etc.
Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux à vos besoins.

**Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés. N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap à l'adresse :**

- PARIS : handicap-paris@esp-esd.com
- LYON : handicap-lyon@esp-esd.com
- BORDEAUX : handicap-bordeaux@esp-esd.com
- TOULOUSE : handicap-toulouse@esp-esd.com
- NANTES : handicap-nantes@esp-esd.com
- LILLE : handicap-lille@esp-esd.com

## PUBLICS & PRÉREQUIS

Formation accessible à toute personne en formation initiale ou en reprise d'études, intéressée par le domaine de la communication.

- À l'entrée en formation : justifier d'une certification de niveau 4 (type baccalauréat)
- À la validation de la certification : accomplir une expérience professionnelle en lien avec la certification ou une période d'application pratique en entreprise (alternance en contrat de professionnalisation, d'apprentissage, stage, CDD, CDI, freelance, bénévolat) d'au moins 8 semaines.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

- Une offre de programmes élaborée par un comité d'experts accompagné de la direction pédagogique et des directions de campus.
- Des responsables pédagogiques qui s'assurent du respect de la mise en place des programmes au sein des campus, de la coordination des formateurs et qui font le relais avec les apprenants.
- Des assistants pédagogiques qui sont garants du bon déroulement des formations.
- Des intervenants de qualité venant du monde professionnel afin de dispenser les meilleures techniques du marché aux apprenants de la formation professionnelle continue.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels du secteur et les études de cas réels et concrets permettent aux stagiaires d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises. Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

## MOYENS TECHNIQUES

- Accès permanent à l'école aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Teams) - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office 365 - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - *offert par l'école*
- Accès à une plateforme Learning Management System (LMS)
- Accès à la plateforme de suivi de scolarité Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Prêt matériel multimédia sur demande
- Studio photo et vidéo
- Accès à des logiciels partenaires de l'école

## COMPÉTENCES ATTESTÉES

**À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :**

**Participer à la conception de projets culturels et événementiels inclusifs et responsables**

- Analyser les données socio-économiques, culturelles et politiques du territoire dans lequel s'inscrit le projet culturel ou événementiel afin de dégager des axes d'intervention et définir la nature de la ou des action(s) pouvant être mises en place dans une logique de développement local.
- Définir les objectifs et le concept du projet culturel ou événementiel en prenant en compte les orientations de la structure porteuse, les besoins culturels exprimés par le territoire, ainsi que les contraintes d'accessibilité et d'impact environnemental, afin de proposer une offre attractive, inclusive et responsable.
- Identifier les partenaires locaux publics, associatifs ou privés pouvant contribuer au développement et à la pérennisation d'un projet culturel ou événementiel en s'appuyant sur sa connaissance du(des) domaine(s) culturel(s), du territoire et des réseaux constitués, afin de construire des synergies utiles à sa réalisation par le partage de compétences, de notoriété et de moyens techniques ou financiers.
- Rechercher des sources de financement public, privé et participatif du projet culturel ou événementiel en mettant en place les actions de sollicitation de fonds publics ou privés (rédaction de dossiers de demande de subvention, cofinancement issu du mécénat, opérations de crowdfunding…), afin de disposer des ressources optimisant sa faisabilité.
- Élaborer le budget prévisionnel du projet culturel ou événementiel en évaluant les coûts générés par sa production et en recensant les ressources financières réelles et projetées, afin de garantir son équilibre financier et de faciliter sa gestion.
- Planifier les différentes actions constitutives du projet culturel ou événementiel en les ordonnant de façon rationnelle et en produisant l'estimation réaliste des durées et efforts associés, afin de garantir son bon déroulement et le respect des échéances fixées à chacune de ses étapes.
- Identifier les contraintes d'ordre administratif et règlementaire conditionnant la réalisation du projet culturel ou événementiel en tenant compte des spécificités tenant à sa nature et à son cadre de mise en œuvre, afin de les traiter et de mettre en place les dispositions et autorisations permettant sa concrétisation.

**Coordonner la réalisation de projets culturels et événementiels**

- Sélectionner les fournisseurs et prestataires impliqués dans la réalisation du projet culturel ou événementiel en vérifiant leur alignement avec ses exigences sur les plans de la qualité, des coûts et des dimensions sociales et environnementales, afin de négocier leur engagement et de disposer des ressources humaines et techniques respectant ses valeurs.
- Établir les cahiers des charges des prestations dévolues aux fournisseurs intervenant dans la réalisation du projet culturel ou événementiel en spécifiant leur nature et contraintes, ainsi que les exigences associées, afin d'encadrer leur contribution et de garantir l'atteinte des objectifs fixés, notamment en matière de sobriété énergétique et de limitation de l'impact environnemental.
- Organiser l'équipe impliquée dans la réalisation du projet culturel ou événementiel en déterminant les rôles, attributions et responsabilités des acteurs mobilisés, afin d'assurer en toute complémentarité le déploiement de leurs compétences.
- Coordonner les différents intervenants impliqués dans le projet culturel ou événementiel en assurant le partage de l'information utile tout au long de son déroulement et en contrôlant l'alignement de leur contribution avec les exigences prescrites, afin de garantir la bonne mise en œuvre de ses actions constitutives, en amont, pendant et en aval de sa réalisation.
- Gérer le budget du projet culturel ou événementiel en suivant régulièrement l'état des dépenses et recettes associées au moyen de tableaux de bord, afin de garantir son équilibre et de repérer/traiter toute dérive dans les meilleurs délais.
- Construire les outils d'évaluation des effets et de l'impact du projet culturel ou événementiel en veillant à leur bon alignement avec les objectifs et critères définis en amont, afin de permette sa mesure en continu et de qualifier ses résultats finaux.
- Exploiter les résultats de l'évaluation opérée en analysant et en synthétisant les données rendant compte de l'atteinte et/ou des écarts avec les objectifs définis, afin de déterminer avec les parties prenantes du projet culturel ou événementiel les enseignements permettant de dessiner les stratégies futures.

**Développer les publics cibles de projets culturels et événementiels par des démarches de médiation**

- Analyser les profils et caractéristiques du public d'une structure ou d'un projet culturel ou événementiel en identifiant leurs motivations, attentes, besoins et dynamiques spécifiques, afin de déterminer les actions et moyens permettant de le développer.
- Élaborer, dans le respect des objectifs et valeurs d'une structure ou d'un projet culturel ou événementiel, un programme d'actions culturelles reposant sur la médiation, la sensibilisation et la découverte de nouvelles pratiques artistiques et culturelles, afin de développer sa fréquentation, de diversifier et de fidéliser les publics.
- Concevoir « dans et hors les murs », des actions de médiation et de sensibilisation culturelles en tenant compte des besoins spécifiques des publics jeunes et/ou éloignés de l'offre culturelle, et en s'appuyant sur la contribution des acteurs du territoire (associations, citoyens…), afin de favoriser l'accès à la culture et la participation citoyenne.
- Définir et mettre en place des formes, outils et supports de médiation intégrant les technologies interactives, en veillant à leur adaptation aux situations envisagées et publics visés, afin de proposer des expériences enrichies contribuant à la transmission des savoirs et à la sensibilisation aux différentes formes d'expression artistique et aux enjeux culturels contemporains.
- Mobiliser et déployer les moyens humains, matériels et organisationnels d'accueil des publics d'une structure ou d'un projet culturel ou événementiel en tenant compte des besoins logistiques associés et en solutionnant les problématiques d'accessibilité générées par les situations de handicap, afin d'assurer un accompagnement qualitatif des participants des actions de médiation, de sensibilisation et de découverte programmées.
- Évaluer les effets des actions de médiation engagées auprès des publics ciblés, en s'appuyant sur la mise en place d'outils d'enquêtes adaptés à leurs spécificités et au contexte, afin de réaliser leur bilan quantitatif et qualitatif et de déterminer, en concertation, les évolutions souhaitables ou nécessaires à leur apporter.

**Promouvoir des projets culturels et événementiels par la mise en oeuvre d'une communication responsable**

- Choisir les canaux et moyens de communication relayant les informations relatives au projet culturel ou événementiel en sélectionnant les plus adaptés, compte tenu des orientations données par le promoteur du projet, de sa cible, des messages à diffuser et des moyens à disposition, afin d'éveiller l'attention et d'assurer son retentissement auprès du public et des acteurs institutionnels et privés.
- Concevoir le plan de communication opérationnel du projet culturel ou événementiel en établissant le plan média associé et le calendrier de campagne détaillant et planifiant dans le temps l'ensemble des aspects opérationnels, afin d'assurer sa bonne mise en œuvre.
- Réaliser ou superviser la réalisation des supports et des modes de communication choisis en veillant au respect et à l'expression de l'identité et des valeurs du projet culturel ou événementiel, et en appliquant les principes d'éco-socio-conception, afin de diffuser des messages engageants, éthiques et accessibles.
- Déployer la communication en amont, pendant et en aval du projet culturel ou événementiel en relayant les informations sur les canaux physiques, numériques, ainsi que dans les médias sociaux, afin de le promouvoir et de renforcer sa visibilité auprès du public et des acteurs institutionnels ou privés.
- Analyser en continu l'impact et l'efficacité des différentes actions de communication mises en place dans le cadre de la campagne, en s'appuyant notamment sur l'exploitation d'outils d'analyse web, afin de déterminer les mesures correctives à mettre en œuvre en cas d'inefficience.
- Réaliser le bilan du plan de communication mis en œuvre en repérant les facteurs de succès à capitaliser et les marges de progrès, afin d'identifier les améliorations profitables à de futures campagnes.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

**Dans le cadre de la formation, l'acquisition des compétences est évaluée à travers différentes modalités :**

**Modalités d'évaluations des compétences :**

- Mises en situation professionnelle reconstituées
- Etudes de cas
- Restitutions écrites et/ou orales

## POURSUITE D'ÉTUDES

La spécialité du Bachelor 3 en Événementiel débouche naturellement vers le Mastère Marketing d'influence et événementiel pour se perfectionner pendant 2 ans et décupler son potentiel.

Une admission dans les autres mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.