

**GUIDE DES MÉTIERS
DU SPECTACLE VIVANT**

L'administration



Remerciements

- > L'Observatoire prospectif des métiers, des qualifications et des compétences du spectacle vivant est piloté par la CPNEF-SV
- > L'Afdas assure son fonctionnement et son financement

La CPNEF-SV (Commission paritaire nationale emploi formation du spectacle vivant) adresse ses sincères remerciements à tous les professionnels et les entreprises qui ont participé à l'enquête et permis la réalisation de ce guide des métiers en faisant remonter la réalité des pratiques de terrain :

ADAM concerts, L'apostrophe scène nationale de Cergy-Pontoise, Caramba spectacles, Le Colisée Théâtre, Compagnie Hors commerce, Compagnie HVDZ, Compagnie Vilcanota, La Comédie de Paris, La Commune CDN d'Aubervilliers, Le Crazy Horse, Le Double fond, Le Grand Théâtre de Provence, Le Festival d'Avignon, Humain trop Humain CDN de Montpellier, Jazz au pays, Magnum, La Merise, Le Moulin Rouge, L'Olympia, L'Opéra de Toulon, L'Orchestre national d'Île-de-France, Paloma, Le Prato théâtre, Le Printemps de Bourges, Le réseau RP Languedoc-Roussillon, Le Théâtre de la Colline, Le Théâtre du Palais Royal, Le Théâtre de Paris, Le Théâtre des quartiers d'Ivry, Le Théâtre de Poche Montparnasse, UNI-T...

La CPNEF-SV remercie également chaleureusement les membres du comité de pilotage pour leur investissement tout au long de ces travaux : représentants des organisations d'employeurs et de salariés du spectacle vivant, et les nombreux experts mobilisés.

Enfin la CPNEF-SV remercie enfin vivement le Cabinet Co&Sens qui a élaboré les référentiels pour la qualité de ses travaux.

Sommaire

• Présentation	p. 3
• Direction d'entreprise	p. 5
- Portrait du domaine	p. 5
- Métiers :	
Directeur·trice	p. 9
Administrateur·trice	p. 12
Responsable administratif·ve et financier·ière	p. 15
Secrétaire général·e	p. 17
• Production / Diffusion	p. 19
- Portrait du domaine	p. 19
- Métiers :	
Directeur·trice de production	p. 22
Administrateur·trice de production	p. 24
Chargé·e de production	p. 26
Chargé·e de diffusion	p. 29
Administrateur·trice de tournées	p. 32
Programmateu·rice artistique	p. 34
• Communication / Relations avec le public / Commercialisation / Billetterie / Accueil	p. 37
- Portrait du domaine	p. 37
- Métiers :	
Directeur·trice de la communication et des relations avec le public	p. 39
Responsable de la communication	p. 41
Chargé·e de communication	p. 44
Attaché·e de presse	p. 47
Responsable des relations avec le public	p. 50
Chargé·e des relations avec le public	p. 53
Responsable de commercialisation	p. 56
Responsable de billetterie	p. 59
Agent·e de billetterie	p. 62
Responsable de l'accueil	p. 64
Attaché·e à l'accueil	p. 67
Hôte·sse d'accueil	p. 69

Présentation

- > En quoi consiste ce guide des métiers ?
- > Pourquoi décrire les métiers ?
- > Comment l'utiliser ?
- > Qui l'a réalisé ?
- > Quelle méthodologie ?
- > En savoir plus ?

En quoi consiste ce guide des métiers ?

Ce guide rassemble des référentiels (ou fiches) qui décrivent les principaux métiers administratifs du spectacle vivant. Les référentiels sont des outils de connaissance des métiers. Pour chacun d'eux, ils permettent d'identifier précisément leurs missions, activités, responsabilités, compétences, place dans l'organigramme de l'entreprise, positionnement catégoriel, parcours possibles pour exercer, éléments de variabilité et évolutions. Ils constituent des standards de référence, qui précisent les spécificités des métiers, ce qui permet de les différencier les uns des autres, et leurs invariants qui demeurent quel que soit le contexte d'exercice. Photographie datée et nécessairement imparfaite, du fait de la diversité des contextes et des pratiques, les référentiels métiers doivent être actualisés régulièrement afin de suivre les évolutions de l'environnement de travail. Le chantier est donc sans fin mais indispensable pour reconnaître les métiers à leur juste valeur, organiser la coactivité et anticiper l'avenir : penser les identités professionnelles pour créer du commun.

Pourquoi décrire les métiers ?

L'utilisation d'un guide des métiers est multiple et dépend des objectifs visés, des utilisateurs et des outils/dispositifs qu'il vient enrichir.

Pour l'orientation, avant ou pendant la vie active, il aide les jeunes et les professionnels à :

- > Repérer les métiers existants et les modes d'accès.
- > Clarifier les capacités et les niveaux de maîtrise attendus.
- > Définir un projet professionnel.
- > Identifier les possibilités d'emploi.
- > Choisir une formation professionnelle adaptée.

Déclinaisons pratiques : catalogues des métiers, fiches parcours, répertoires des formations, conseil en évolution professionnelle...

Pour la professionnalisation, il aide les professionnels à :

- > Faire le point sur leurs capacités.
- > Repérer les compétences à actualiser, développer ou acquérir.
- > Préparer une évolution professionnelle ou se reconvertir.
- > Préparer un recrutement.

Déclinaisons pratiques : actions de formations, VAE, écriture de CV, passeport compétences, bilan de compétences, test de positionnement...

Pour les ressources humaines, il aide les employeurs à :

- > Identifier les besoins en ressources humaines.
- > Recruter.
- > Organiser le travail.
- > Valoriser les qualifications.
- > Evaluer les compétences.
- > Identifier les besoins en formation continue.

Déclinaisons pratiques : fiches de poste, organigrammes, gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, entretiens professionnels, plan de formation de l'entreprise...

Pour la prospective sectorielle, il aide les partenaires sociaux, pouvoirs publics, institutions, organismes de formation... à :

- > Anticiper l'évolution des activités et repérer les facteurs de changement.
- > Identifier les nouvelles compétences ainsi que les métiers émergents, en tension ou en déclin.
- > En déduire des priorités de formation.
- > Adapter l'offre de formation aux besoins.
- > Favoriser l'égalité des chances dans l'accès et l'exercice des métiers.
- > Proposer des actions ou dispositifs pour sécuriser le parcours.

Déclinaisons pratiques : études du marché du travail, classifications d'emplois des conventions collectives, plan de formation de branche, création de nouvelles formations initiales ou continues / qualifiantes ou certifiantes...

Comment l'utiliser ?

L'objectif du guide des métiers n'est pas d'imposer ces référentiels, tels quels et sans possibilité de modification, mais bien au contraire de proposer des supports pour penser le travail et son organisation. L'intérêt du guide réside dans son appropriation par les utilisateurs en fonction de leurs besoins spécifiques : employeurs, professionnels, jeunes, organisations syndicales, pouvoirs publics, institutions, centres de ressources, organismes de formation ou de conseils, acteurs de l'orientation...

Les référentiels doivent ainsi notamment s'articuler avec les classifications d'emplois des conventions collectives nationales des branches et les fiches de postes des employeurs.

Qui l'a réalisé ?

Le guide a été réalisé dans le cadre de l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications du spectacle vivant. La CPNEF-SV a piloté les travaux, c'est-à-dire les organisations d'employeurs et de salariés du spectacle vivant, associés à des professionnels exerçant ces métiers et des experts.

Le cabinet Co&Sens a assuré son élaboration.

L'Afdas a accompagné et financé ces travaux.

Quelle méthodologie ?

- 1/ Enquête de terrain : observation des professionnels en situation de travail et entretiens.
- 2/ Formalisation : recherches documentaires et écriture des référentiels.
- 3/ Validation : examen des référentiels par le comité de pilotage.

En savoir plus ?

Retrouver en ligne l'ensemble des référentiels des domaines artistiques, techniques et administratifs, les aires de mobilités, des portraits de professionnels, des supports de positionnement... : www.cpnefsv.org

Direction d'entreprise

- > Portrait général du domaine
- > Directeur · Directrice
- > Administrateur · Administratrice
- > Responsable administratif et financier ·
Responsable administrative et financière
- > Secrétaire général · Secrétaire générale
- > En savoir plus ?

Portrait général du domaine

1 / Périmètre d'intervention et missions générales

- Concevoir et élaborer le projet artistique et culturel, économique et social de l'entreprise, le cas échéant dans le cadre de la politique définie par les tutelles ou de la politique et de la stratégie commerciale définies par le mandataire social.
- Concevoir et déployer une politique de partenariat et éventuellement d'accords commerciaux avec des acteurs locaux, nationaux ou internationaux, publics et/ou privés.
- Inscrire l'action de l'entreprise dans des réseaux de création, de production et/ou de diffusion, d'action culturelle ; représenter l'entreprise auprès des tutelles éventuelles ; assurer des représentations professionnelles.
- Mettre en place la stratégie de communication de l'entreprise.
- Garantir le bon déroulement de l'activité sur les plans artistique, technique, administratif et des relations extérieures, notamment assurer la gestion budgétaire et financière, la gestion juridique, la gestion administrative du personnel et, en l'absence de directeur-trice de production et/ou de directeur-trice technique et/ou de directeur-trice de la communication, encadrer directement les personnels ou intervenants extérieurs dans ces domaines.

2 / Contexte et environnement socioprofessionnel

Les entreprises du spectacle vivant ont un profil très varié du fait de leurs activités, disciplines et types de spectacles, statut, nombre de salariés et modèles économiques. Certaines remplissent des missions de service public, par délégation de l'État ou des collectivités territoriales, et/ou reçoivent des financements publics. D'autres fonctionnent sans recevoir de subvention. Les très petites entreprises (TPE) sont très nombreuses.

Les métiers de la direction s'exercent/existent dans tous types d'entreprises du spectacle vivant :

- > Entrepreneurs de spectacles exerçant des activités d'exploitation de lieux, de production, de diffusion/tournées ; ces entrepreneurs peuvent être amenés à mettre en place des actions culturelles en direction des territoires sur lesquels elles sont implantées ou plus larges.

> Prestataires de services techniques du spectacle et des manifestations dans les domaines de la machinerie, structure, son, lumière, costume...

Les métiers de la direction peuvent évoluer dans un contexte international, nécessitant des connaissances et compétences particulières : langues étrangères, financements européens et internationaux, législation, logistique, organisation...

3 / Conditions d'emploi

Dans une entreprise du spectacle vivant, les emplois de la direction sont généralement des emplois de salariés en CDI, à l'exception notable du directeur qui peut avoir un autre statut. Ils peuvent être à temps partiel, notamment dans les très petites entreprises. Ils sont rarement partagés entre entreprises. Ces métiers correspondent à des emplois de cadres.

Le temps de travail est conforme aux dispositions légales et conventionnelles en vigueur. Certains cadres de direction sont assujettis au forfait jour. Selon leurs missions, certains personnels de la direction peuvent travailler selon des horaires atypiques (en soirée, les week-ends et jours fériés) et se déplacer, notamment en tournée ou à la rencontre des artistes ou programmeurs ; les conventions collectives ou les accords d'entreprise prévoient des dispositions de récupération de ces temps de travail.

4 / Principaux risques en matière de santé au travail

- Les risques liés à la charge mentale et au stress sont généralement moyens à élevés. Ils sont liés à l'exercice classique d'une fonction de direction, notamment aux risques économiques et incertitudes budgétaires, ainsi qu'à l'organisation du travail - contrainte de temps, multiplicité des tâches, interruptions fréquentes, surcharge de travail, conflits de temporalité - par exemple trois saisons successives, l'une en cours de réalisation, la suivante en phase de diffusion, la suivante en phase de programmation.
- Le risque lié au travail sur écran est moyen : la part de temps de travail individuel, principalement sur écran, varie fortement selon les métiers et les organisations d'équipe.
- Le risque lié à l'organisation du travail peut concerner les directeurs-trices, directeurs-trices adjoint-e-s ou secrétaires généraux-ales, notamment à cause du travail

en soirée dans les lieux qu'ils-elles dirigent ou qu'ils-elles visitent en vue de programmation. Cette organisation du travail peut aussi engendrer une difficulté à préserver une vie personnelle.

- Les autres risques sont faibles.

5 / Organisation du travail et évolutions impactant les métiers

La fonction de direction est présente dans chaque entreprise quels que soient sa taille et le nombre de projets développés. Cependant le poste de directeur·trice n'est pas toujours créé.

Le poste d'administrateur·trice est généralement le premier poste du domaine de la direction créé en CDI dans une TPE.

Le poste de secrétaire général·e, généralement en charge de la communication, des relations publiques et de l'accueil-billetterie, existe principalement dans des établissements d'une certaine importance, notamment dans des lieux de diffusion de spectacles.

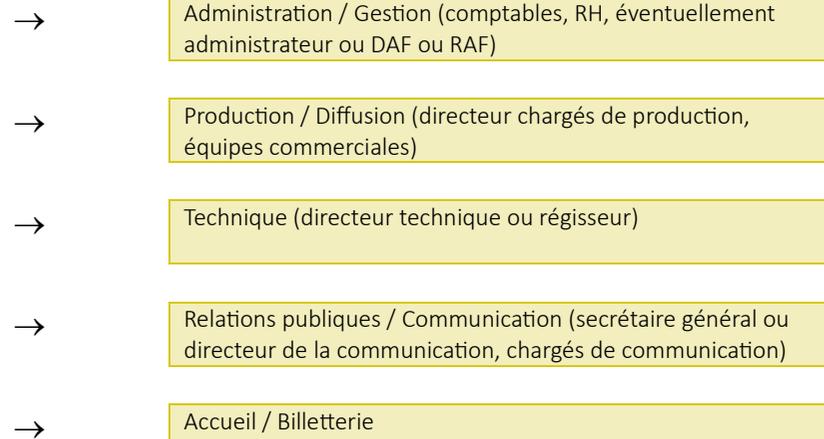
Selon son choix d'organisation, le-la directeur·trice peut s'entourer d'un-e directeur·trice adjoint·e plutôt que - ou en plus - d'un-e administrateur·trice et d'un-e secrétaire général·e. C'est notamment le cas de certains artistes nommés à la direction d'entreprises labellisées, mais pas seulement.



- **Modèle d'organisation autour du-de la directeur-trice et du-de la directeur-trice adjoint-e.**

Le tandem dirige l'entreprise, le-la directeur-trice adjoint-e est associé-e étroitement aux réflexions et décisions concernant le projet artistique et culturel, économique et social et il-elle a une délégation complète sur certaines missions. La répartition des missions entre le-la directeur-trice et le-la directeur-trice adjoint-e tient aux compétences de chacun. Ce modèle d'organisation permet au-à la directeur-trice et au-à la directeur-trice adjoint-e de s'impliquer assez fortement dans l'opérationnel en collaboration avec le-la responsable de chaque service ou d'exercer une mission complémentaire (exemple : création artistique).

Directeur / Directeur adjoint

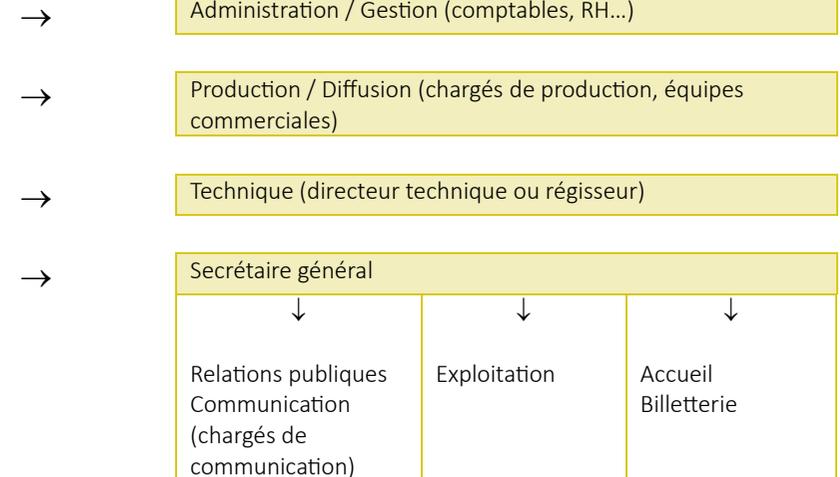


- **Modèle d'organisation autour du-de la directeur-trice, administrateur-trice et secrétaire général-e.**

Le-la directeur-trice dirige l'entreprise, en s'appuyant sur un petit nombre de relais pour le management des équipes.

Directeur

Administrateur



- **Modèle d'organisation autour du-de la directeur-trice**

Ce modèle existe notamment dans les entreprises techniques au service de la création et de l'événement.



- **Autres modèles d'organisation**

On trouve aussi tous les hybrides possibles entre les deux modèles précédents, tenant à la personnalité, aux compétences et au projet du-de la directeur-trice ainsi qu'à l'histoire de l'entreprise.

Les frontières entre les postes de directeur-trice adjoint-e, d'administrateur-trice et de secrétaire général-e, sont aujourd'hui très mouvantes.

Directeur · Directrice

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Directeur·trice général·e / Directeur·trice délégué·e
Métier connexe : Directeur·trice adjoint·e

2 / Missions et activités

Missions

Le·la directeur·trice définit et met en œuvre le projet artistique, culturel, économique et social de l'entreprise.

Activités

- Conçoit et élabore le projet artistique et culturel de l'entreprise, le cas échéant dans le cadre des politiques et objectifs définis par les tutelles ou par le mandataire social.
- Met en place une stratégie de développement et de pérennisation économique et sociale de l'entreprise.
- Encadre et organise le déroulement de l'activité de l'entreprise sur les plans artistique, technique, administratif et des relations extérieures.
- Définit une politique de gestion des ressources humaines.
- Conçoit et déploie une politique de partenariat et/ou d'accords commerciaux avec des acteurs locaux, nationaux ou internationaux, publics et/ou privés.
- Inscrit l'action de l'entreprise dans des réseaux de création, de production et/ou de diffusion, d'action culturelle.
- Représente l'entreprise auprès des tutelles éventuelles et assure des représentations professionnelles.
- Met en place la stratégie de communication de l'entreprise.

> Le·la directeur·trice adjoint·e contribue à la conception et à l'élaboration, avec le·la directeur·trice, du projet artistique et culturel de l'entreprise. Il·elle met en place, avec le·la directeur·trice, une stratégie de développement et de pérennisation économique et sociale de l'entreprise. Par délégation du·de la directeur·trice, il·elle assume une partie des missions de direction.

3 / Responsabilités

- Assume la responsabilité civile et pénale de l'entreprise, selon le statut juridique de l'entreprise ou selon les délégations éventuelles.
- A la responsabilité de décider en dernier ressort sur l'ensemble des activités de l'entreprise.
- Peut être le détenteur des licences d'entrepreneur de spectacle requises.

> Le·la directeur·trice adjoint·e a la responsabilité des missions qui lui sont confiées dans la mise en œuvre du projet artistique, culturel, économique et social.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Mener une veille permanente sur son secteur et sur l'évolution des courants artistiques dans la·les discipline·s de son entreprise.
- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Identifier les acteurs artistiques, culturels et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant – en particulier les réseaux de la ou des discipline·s de son entreprise – et les politiques publiques de la culture.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs artistiques, culturels et institutionnels pertinents.
- Mobiliser les métiers du spectacle vivant selon les besoins.
- Faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Concevoir et réaliser la planification des activités et la programmation du travail des équipes.
- Déterminer le modèle économique et social de l'entreprise.

Compétences transversales

- Identifier des enjeux, les anticiper et construire des axes de pérennisation et de développement de l'entreprise.
- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Identifier les acteurs économiques locaux ou nationaux de l'écosystème de son entreprise.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs économiques pertinents.
- Manager une équipe.
- Mettre en œuvre la gestion des ressources humaines, en répartissant des tâches et postes de travail, établissant la politique de rémunération définissant les besoins de recrutement et de développement des compétences, mettant en place les conditions du dialogue social, veillant aux conditions de travail...
- Gérer éventuellement un ou des équipement-s.
- Superviser la gestion de l'entreprise : finances, communication-marketing, ressources humaines, sécurité des personnes et des bâtiments...
- Elaborer des dispositifs de suivi et d'évaluation, et s'assurer de l'efficacité des différents contrôles internes et externes.
- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.
- Communiquer avec les parties prenantes d'un projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- S'assurer que les règles de sécurité et de prévention des risques sont connues et mises en œuvre.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

Il-elle a voie hiérarchique sur l'ensemble des personnels de l'entreprise.

> Le-la directeur-trice adjoint-e travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice, il-elle encadre l'ensemble ou une partie des personnels de l'entreprise.

6 / Positionnement catégoriel

	Directeur-trice	Directeur-trice adjoint-e
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production Salarié-e cadre groupe 1	Filière Administration-production Salarié-e cadre groupe 1 ou groupe 2
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de la structure Salarié-e cadre groupe 1	Filière Gestion de la structure Salarié-e cadre groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale, Salarié-e hors catégorie	Filière générale Salarié-e hors catégorie

Selon la nature juridique de l'entreprise qu'il-elle dirige, il-elle peut aussi avoir un autre statut (ex : contractuel-le de droit public, détaché-e de la fonction publique territoriale ou d'État).

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Les parcours menant à l'exercice du métier de directeur-trice sont divers.

Une expérience professionnelle confirmée est indispensable pour les postes de direction, soit dans la direction d'autres entreprises du spectacle vivant – voire d'autres types d'entreprises en dehors du secteur –, soit dans d'autres emplois artistiques, techniques ou administratifs du spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de directeur·trice, en particulier des formations certifiantes de niveau I ou II visant l'ensemble des emplois de la direction d'entreprise et/ou du management de projets artistiques. Tout au long de sa vie professionnelle, le·la directeur·trice pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Si la fonction de direction est présente dans chaque entreprise, quels que soient sa taille et son type d'activité, le poste de directeur·trice n'est pas toujours mis en place.

Le·la directeur·trice peut être nommé par des tutelles de l'entreprise qu'il·elle dirige (ministère, collectivité territoriale...). Les directeur·trice·s des lieux labellisés sont très fréquemment embauchés sur des mandats renouvelables. Selon le statut de l'entreprise, le·la directeur·trice rend compte aux tutelles, aux instances statutaires de l'entreprise ou au mandataire social de l'entreprise qui peut être lui-même.

Les niveaux possibles de délégation à des collaborateurs dépendent de la taille de l'entreprise, mais aussi de la conception de l'organisation du travail mise en place par le·la directeur·trice. Qu'il·elle dirige une petite ou une grande entreprise, le·la directeur·trice a les mêmes responsabilités et la même étendue de missions.

> L'existence du poste de directeur·trice adjoint·e et son périmètre dépendent des choix organisationnels des directeur·trice·s.

9 / Le métier demain

Si les missions du·de la directeur·trice ne sont pas appelées à changer, le temps qu'il·elle peut consacrer à chacune et l'organisation du travail de son équipe évoluent. La complexification de l'environnement - législatif, technologique... - et l'amplification des missions de gestion financière, de gestion d'équipe, de relations avec les tutelles... induisent un accroissement de la technicité de l'ensemble des métiers des entreprises du spectacle vivant.

Le·la directeur·trice d'un lieu de diffusion de spectacles peut être amené à partager la mission de programmation avec un·e collaborateur·trice interne ou externe et à déléguer

fortement certaines missions à un·e directeur·trice adjoint·e, un·e administrateur·trice, un·e secrétaire général·e, pour lui permettre de défendre son projet artistique, de maintenir sa relation avec les artistes ou - s'il·elle est aussi artiste - s'il·elle veut continuer son activité de création.

La fonction de directeur·trice adjoint·e se développe car elle permet au·à la directeur·trice d'une entreprise de partager avec son·sa directeur·trice adjoint·e une vision générale de l'entreprise, tant sur le plan artistique que du fonctionnement, et un partage plus important des responsabilités.

Face à l'évolution des métiers et des réglementations les directeur·trice·s se professionnalisent dans la gestion de leur entreprise et de leurs équipes. Ils·elles sont attentifs à l'amélioration des conditions de travail et d'emploi des salariés ainsi qu'à la reconnaissance des compétences. Ils·elles sont également incités par le secteur professionnel et les acteurs publics à sécuriser l'emploi, notamment en favorisant les recrutements de salariés permanents et en allongeant la durée des contrats.

Les directeur·trice·s doivent aussi innover et faire évoluer leurs stratégies pour maintenir ou développer leurs entreprises, avec des moyens financiers parfois insuffisants : par exemple être un acteur de développement territorial et mobiliser ainsi d'autres types de subventions ou encore déployer toutes sortes de stratégies de coopération entre TPE pour faire face aux enjeux de développement de l'activité du secteur dans un environnement mouvant. Le développement du mécénat peut être un outil de financement de nombreuses entreprises du spectacle vivant, le·la directeur·trice doit s'y investir en personne, voire mobiliser ses collaborateurs - par exemple les artistes qui interviendront au sein de l'entreprise mécène. En plus de confier les actions de mécénat au responsable de la communication, le·la directeur·trice d'un lieu de diffusion doit connaître l'écosystème culturel et économique de son entreprise et approcher des entreprises mécènes.

Les directeur·trice·s d'entreprises privées sont particulièrement amenés, du fait de leur environnement, à travailler dans un contexte international. Ils·elles doivent maîtriser une ou plusieurs langues étrangères, savoir mobiliser des financements européens ou internationaux.

Les préoccupations de développement durable et de responsabilité sociale des entreprises (RSE) et d'innovation sociale pénètrent aussi le monde du spectacle vivant : choisir l'architecture, les matériaux de construction et les énergies de nouveaux lieux de diffusion, arbitrer entre la communication sur papier et la communication électronique, favoriser les transports en commun des spectateurs, développer la qualité de vie au travail des salariés...

Administrateur · Administratrice

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Administrateur·trice général·e / Administrateur·trice délégué·e / Directeur·trice / Administratif·ve et financier·ère
 Métier connexe : Aucun

2 / Missions et activités

Missions

L'administrateur·trice assure la gestion administrative, budgétaire, financière, juridique et sociale de l'entreprise.

Activités

- Etablit et négocie les contrats de cession de droit d'exploitation de spectacles, de prestations annexes, de coproduction, de coréalisation, d'assurances...
- Réalise les déclarations liées aux spectacles et à l'existence de l'entreprise.
- Gère le personnel sur le plan administratif et du développement des ressources humaines.

3 / Responsabilités

- Est garant du respect des budgets.
- Est garant du respect de la législation par l'entreprise.
- Peut avoir délégation de signature.
- Contribue aux relations institutionnelles. Il peut agir sur mandat de la direction de l'entreprise.
- Participe à garantir le fonctionnement de l'entreprise.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les acteurs artistiques, culturels et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier des réseaux de la ou des discipline-s de son entreprise et les politiques publiques de la culture ; mener une veille permanente sur son secteur.
- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs culturels.
- Mobiliser les métiers du spectacle vivant selon les besoins.
- Appliquer et faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Élaborer les dossiers de demande de financements, de subventions ou d'aides auprès des partenaires publics ou privés, et/ou des sociétés civiles et assurer leur suivi.
- Pour les projets internationaux, identifier les lieux ressources et rechercher les informations relatives aux réglementations des pays concernés liées au spectacle vivant.

Compétences transversales

- Anticiper et planifier l'activité d'une entreprise.
- Analyser le fonctionnement d'une entreprise.
- Établir et suivre le budget annuel de l'entreprise, éventuellement à partir des budgets établis par les différents services.
- Contribuer au développement des stratégies de financement.
- Assurer les relations avec les banques.
- Négocier et établir les contrats commerciaux, avec le secteur public, de propriété intellectuelle.
- Négocier et établir les contrats de travail.
- Assure la gestion administrative du personnel.
- Conduire le développement des ressources humaines en organisant les recrutements, en créant des outils de gestion du personnel, en aménageant le temps de travail, en participant à l'identification des besoins en compétences et en formation...
- Allouer les ressources humaines aux différentes activités de l'entreprise.
- Organiser les conditions de travail dans l'entreprise.
- Manager une équipe.
- Mettre en œuvre une politique de dialogue social.
- Mener une veille juridique, fiscale et sociale, documentaire permanente.
- Conduire la mise en œuvre de projets de développement ou de transformation de son entreprise.
- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.

- Identifier les acteurs économiques locaux ou nationaux de l'écosystème de son entreprise.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs économiques pertinents.
- Communiquer avec les parties prenantes d'un projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique – a minima un tableur et un traitement de texte, éventuellement un logiciel de paye et un progiciel de gestion – et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

Il·elle travaille sous l'autorité soit du·de la directeur·trice, soit du·de la directeur·trice adjoint·e ; en l'absence de directeur·trice, il·elle est sous l'autorité du président du conseil d'administration ou du mandataire social.

Il·elle encadre une partie ou l'ensemble des salariés selon la taille et l'organisation de l'entreprise.

6 / Positionnement catégoriel

Administrateur·trice	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Salarié·e cadre groupe 2
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de la structure / L'administrateur·trice général·e est cadre groupe 1, L'administrateur·trice est cadre groupe 2, L'administrateur·trice délégué·e est cadre groupe 3
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Salarié·e hors catégorie

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier d'administrateur·trice, une expérience professionnelle dans un autre métier du spectacle vivant est indispensable, acquise notamment dans les métiers d'administrateur·trice de tournées ou de chargé·e de production.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier d'administrateur·trice, en particulier des formations certifiantes de niveau I ou II en gestion des entreprises, généralistes, en management culturel ou spécifiques au métier d'administrateur·trice. L'administrateur·trice pourra également développer ses compétences par des actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Selon la taille de l'entreprise, le périmètre de l'emploi est très variable :

> L'emploi type est celui d'un·e administrateur·trice, n°2 de l'entreprise, qui assure la gestion budgétaire, financière, juridique et du personnel de l'entreprise et qui accompagne le·la directeur·trice dans la conduite du projet de l'entreprise. Dans ce cas, l'administrateur·trice veille à la bonne marche de toutes les activités de l'entreprise.

> Dans des entreprises relativement grandes, selon l'organisation choisie par le·la directeur·trice, le poste d'administrateur·trice peut être remplacé par celui d'un·e directeur·trice adjoint·e supervisant un·e responsable administratif·ve et financier·ère ou être centré sur les activités de gestion ou juridiques sous l'autorité du·de la directeur·trice adjoint·e. Dans ce cas, l'administrateur·trice est moins associé aux préoccupations artistiques du·de la directeur·trice. Cette évolution assez récente est néanmoins significative.

> Dans de petites entreprises, l'administrateur·trice supplée l'absence des autres postes en sus de son cœur de métier. Le cas échéant, l'administrateur·trice peut :

- Assurer les relations avec les partenaires institutionnels de l'activité de l'entreprise, voire animer les instances statutaires de l'entreprise (conseil d'administration...) en lien avec le·la président·e.

- Participer à l'élaboration de projets artistiques (coproductions, résidences...) avec le-la directeur·trice ou le-la directeur·trice artistique ; il·elle a alors un rôle d'accompagnement de l'artiste porteur du projet de la compagnie.
- Superviser le service comptable ou réaliser partiellement la comptabilité générale et analytique et les déclarations fiscales en lien avec le prestataire externe de paie et comptabilité.
- Superviser les chargé·e·s de production, voire réaliser les activités de production et de diffusion.
- Assurer les relations avec le-la prestataire externe de communication.
- Assurer le suivi du ou des bâtiment·s et des matériels.

> Dans une très petite entreprise, l'administrateur·trice peut travailler non pas au côté d'un·e directeur·trice permanent·e, mais au côté d'un·e artiste porteur du projet de l'entreprise, il est alors en relation directe avec le conseil d'administration.

9 / Le métier demain

Le métier d'administrateur·trice est bien implanté dans les entreprises.

Ce métier est moins menacé que d'autres par la baisse des moyens financiers des entreprises.

L'existence du poste d'administrateur·trice ou d'un tandem directeur·trice adjoint·e-responsable administratif·ve et financier·ère favorise une gestion de l'entreprise selon les règles de l'art.

L'administrateur·trice doit s'adapter à un contexte économique et social de plus en plus mouvant et complexe, ainsi qu'aux impacts des évolutions artistiques, réglementaires, technologiques sur les modes de production et de diffusion des spectacles.

Des réseaux d'administrateur·trice·s, fonctionnant par réunions, courriels ou discussions sur le web, facilitent les échanges de pratiques et le développement des compétences. Les organisations professionnelles et les centres de ressources sont utiles aux administrateur·trice·s.

Responsable administratif et financier · Responsable administrative et financière

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : Chef comptable
Métier connexe : Aucun

2 / Missions et activités

Le-la responsable administratif-ve et financier-ère réalise la gestion budgétaire et financière, la comptabilité et les obligations fiscales de l'entreprise. Il-elle pilote tout ou partie des relations avec les clients et les fournisseurs.

3 / Responsabilités

- Garantit la fiabilité des comptes de l'entreprise et des tableaux de bord, des déclarations fiscales et sociales.
- Peut avoir une délégation de signature bancaire.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Mobiliser les métiers et identifier les techniques utilisées dans le spectacle vivant.
- Appliquer et faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, droit commercial, propriété intellectuelle...

Compétences transversales

- Réaliser les opérations de comptabilité et de gestion budgétaire, financière, sociale et fiscale de l'entreprise (au niveau du Diplôme de Comptabilité et Gestion, anciennement du Diplôme d'Etudes Comptables et Financières).
- Réaliser la comptabilité analytique et produire des états synthétiques pour la direction de l'entreprise.
- Établir le bilan et accompagner les commissaires aux comptes dans leurs démarches.

- Établir ou consolider les budgets des différents services en conformité avec la stratégie ou le projet de l'entreprise, et les suivre.
- À partir de la comptabilité analytique, mettre en place des indicateurs nécessaires au suivi des activités et tenir des tableaux de bord.
- Suivre la trésorerie.
- Assurer les relations avec les banques.
- Déclarer, suivre et payer les obligations fiscales et sociales.
- Appliquer et faire appliquer le droit des sociétés ou le droit des associations.
- Négocier et exécuter des contrats commerciaux.
- Exécuter des contrats de travail, avec le secteur public, de propriété intellectuelle.
- Manager une équipe.
- Mener une veille juridique, fiscale et sociale permanente.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des services de l'entreprise.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - tableur, traitement de texte, logiciel de paye et progiciel de gestion - et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice ou du-de la directeur-trice adjoint-e ou de l'administrateur-trice ou du-de la mandataire social-e. Il-elle est en relation avec l'ensemble des services. Il-elle peut encadrer une équipe de comptables.

6 / Positionnement catégoriel

Responsable administratif-ve et financier-e

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Le-la responsable d'administration et le-la chef-fe comptable sont cadres groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de l'entreprise / Le-la responsable administratif-ve et financier-ère est cadre groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Le-la chef-comptable est dans la catégorie 7

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable administratif-ve et financier-ère, une expérience professionnelle confirmée au poste de comptable dans une entreprise du spectacle vivant est indispensable.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de responsable administratif-ve et financier-ère, en particulier le DCG (Diplôme de Comptabilité et Gestion, niveau II) et - pour les personnes diplômées avant 2007 - le DECF (Diplôme d'Etudes Comptables et Financières). Le-la responsable administratif-ve et financier-ère pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Ce poste existe dans des entreprises d'une certaine taille. Dans les entreprises plus petites, la gestion et la comptabilité sont réalisées par un-e comptable sous la hiérarchie de

l'administrateur-trice ou du-de la directeur-trice ou par un-e administrateur-trice avec parfois l'appui d'un cabinet comptable externe.

Selon l'organisation des postes dans l'entreprise et l'externalisation de certaines activités, le-la responsable administratif-ve et financier-ère peut, en plus des activités citées plus haut :

- Gérer l'établissement des salaires.
- Négocier et suivre les contrats de prestations : assurances, ménage, informatique, maintenance des bureaux, téléphonie...
- Selon l'activité de l'entreprise, le-la responsable administratif-ve et financier-ère devra élargir à l'international ses compétences juridiques, fiscales et sociales.

9 / Le métier demain

L'avenir de ce métier est stable puisque la comptabilité et la gestion sont nécessaires à toute entreprise. Ce métier n'a pas de spécificité sectorielle forte, ce qui facilite la mobilité entre le spectacle vivant et d'autres secteurs.

Une veille et l'adaptation aux évolutions des réglementations en vigueur et des outils en usage est néanmoins nécessaire.

Des réseaux de responsables administratif-ve-s et financier-ère-s du spectacle vivant, fonctionnant par réunions, courriels ou discussions sur le web, facilitent les échanges de pratiques et le développement des compétences.

Secrétaire général · Secrétaire générale

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Directeur·trice du pôle public / Directeur·trice des relations extérieures / Directeur·trice de la communication et des relations publiques
 Métier connexe : Aucun

2 / Missions et activités

Missions

Le·la secrétaire général·e définit et met en œuvre la politique extérieure du lieu de diffusion – communication, relations avec les publics, accueil, billetterie.

Activités

Sous la responsabilité du·de la directeur·trice ou du·de la directeur·trice adjoint·e :

- Concevoir et mettre en œuvre la politique de communication, manager le service communication.
- Concevoir et mettre en œuvre la politique de relations avec les publics, manager le service des relations avec les publics.
- Le cas échéant, concevoir et mettre en œuvre la politique de projets pédagogiques, de médiation et d'action culturelle, manager le service ou le·la chargé·e de médiation.
- Concevoir et mettre en œuvre la politique d'accueil des publics, manager le service de l'accueil.
- Concevoir et mettre en œuvre la politique de billetterie, éventuellement manager le service de billetterie.
- Mettre en œuvre la communication interne et veiller à la coordination entre les services qu'il·elle manage - communication, relations avec le public, accueil, billetterie - et avec les autres services du lieu de diffusion - production, technique.

3 / Responsabilités

- Est responsable de la bonne gestion des budgets affectés à ses missions et de la bonne exécution des missions qui lui sont confiées.
- Veille à la satisfaction et à la fidélisation des spectateurs.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Identifier les acteurs artistiques, culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier des réseaux de la (des) discipline(s) de son entreprise et les politiques publiques de la culture ; mener une veille permanente sur son secteur.
- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Mobiliser les métiers du spectacle vivant selon les besoins.
- Appliquer et faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Mener une analyse concurrentielle ou de complémentarité sur son territoire de l'offre de spectacles, y compris dans d'autres disciplines, de l'offre de services proposés autour des spectacles, des politiques tarifaires.
- Gérer le protocole lors des spectacles en présence d'autorités ou d'élus.

Compétences transversales

- Créer et entretenir des relations avec des acteurs culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- Créer et entretenir des réseaux et des partenariats, notamment avec les médias.
- Analyser le fonctionnement d'une entreprise.
- Anticiper et planifier l'activité de ses équipes et l'activité autour d'un événement.
- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Manager une équipe.
- Définir la politique commerciale de l'entreprise.
- Gérer les relations commerciales avec le public.
- Superviser la gestion d'un budget.
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication.
- Maîtriser les langages de communication numérique - leurs usages, leurs outils, les chartes graphiques...
- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.
- Communiquer avec les parties prenantes d'un projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur et un traitement de texte - et des outils de communication numérique - réseaux sociaux, web.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

Il-elle travaille sous l'autorité soit du-de la directeur-trice, soit du-de la directeur-trice adjoint-e, éventuellement de l'administrateur-trice. Il-elle encadre tout ou partie des/les salariés des services de communication, de relations avec les publics, de médiation et/ou d'action culturelle, d'accueil et de billetterie de l'entreprise.

6 / Positionnement catégoriel

Secrétaire général-e	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Cadre groupe 2 ou groupe 3
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de l'entreprise / Cadre groupe 2 (groupe 1 s'il-elle est administrateur-trice général-e, groupe 3 s'il-elle est administrateur-trice délégué-e)
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de secrétaire général-e, une expérience professionnelle confirmée dans un autre métier du spectacle vivant est indispensable, notamment dans les métiers de la communication ou des relations avec le public. Une expérience bénévole ou une pratique amateur dans une discipline du spectacle vivant peut constituer un atout complémentaire pour accéder à ce métier.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de secrétaire général-e, en particulier une formation généraliste certifiante de niveau I ou II, une formation en management culturel ou en communication pouvant constituer un complément utile. Le-la secrétaire général-e pourra également

développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Le-la secrétaire général-e peut contribuer à la conception et à l'élaboration du projet artistique et culturel de l'entreprise.

Dans certains lieux de diffusion, le-la secrétaire général-e peut avoir une mission de programmation d'une partie des spectacles, notamment quand un poste de directeur-trice de la communication allège son poste.

Dans des lieux de diffusion ayant la mission de développer la création artistique, le-la secrétaire général-e peut avoir la mission de mettre en place des outils et programmes d'appui au développement de compagnies artistiques régionales telles que coproduction, programmation, résidences, diffusion...

Le cas échéant, le-la secrétaire général-e peut piloter et développer une politique partenariale - parrainage, mécénat.

La présence d'un-e directeur-trice adjoint-e aux côtés du-de la directeur-trice peut modifier le périmètre du poste de secrétaire général-e, voire supprimer ce poste.

9 / Le métier demain

La politique extérieure d'un lieu de diffusion est essentielle au succès de ce dernier. Cette fonction peut être répartie entre plusieurs postes sous l'autorité du-de la directeur-trice ou du-de la directeur-trice adjoint-e, mais le poste de secrétaire général-e incarne bien les différentes facettes de cette politique.

Le-la secrétaire général-e contribue, aux côtés du-de la directeur-trice, au déploiement de stratégies de développement local, national, international de l'entreprise, à la mise en œuvre des politiques de développement durable et de responsabilité sociale des entreprises (RSE).

Avec le développement du mécénat, le métier de secrétaire général-e s'élargit à des compétences de gestion événementielle. Ce métier doit aussi s'adapter aux modes de communication numérique.



Production Diffusion

- > Directeur·trice de production
- > Administrateur·trice de production
- > Chargé·e de production
- > Chargé·e de diffusion
- > Administrateur·trice de tournées
- > Programmateur·trice artistique

Portrait général du domaine

1 / Périmètre d'intervention et missions générales

La production est l'activité qui permet de créer un spectacle à partir d'un projet artistique, en réunissant les conditions artistiques, humaines, techniques et financières adéquates. Cette phase de production comprend toutes les étapes de création jusqu'à la première représentation en public.

La diffusion est l'activité qui permet au spectacle d'être exploité de façon à être représenté en public.

Le champ d'intervention et les grandes missions de ce domaine :

- > Mener avec le·la créateur·trice du spectacle une réflexion sur le dimensionnement du spectacle à créer en fonction des moyens financiers, humains, matériels mobilisables et des possibilités de diffusion ou adapter une production existante.
- > Définir les conditions de la production, l'organiser et l'ajuster en fonction des événements qui surviennent.
 - En matière de budgets : établir et suivre les budgets de production d'une saison ou de spectacles en lien avec le·la créateur·trice ou le·la directeur·trice artistique du spectacle, organiser le montage financier des projets et prospecter leur financement.
 - En matière de contrats : négocier et mettre en œuvre la relation contractuelle avec les artistes et techniciens impliqués dans la création du spectacle ; le cas échéant négocier, établir et suivre les contrats de cession de droit d'auteur et de droit d'exploitation de spectacles, de prestations annexes, d'artistes, de coproduction, de coréalisation, d'assurances..., réaliser les déclarations liées aux spectacles et à l'existence de l'entreprise.
 - En matière de logistique, coordonner les interventions des artistes et des techniciens, négocier et organiser leurs plannings et les conditions de leur accueil, de leurs transports et hébergements, pour la période de production (créations, répétitions, résidences...) et de diffusion (tournées).
 - Sur le plan technique : réaliser des dossiers de production, adapter les moyens de production aux conditions d'exploitation et de diffusion, vérifier la faisabilité technique du spectacle dans les lieux de diffusion.

- > Définir et mettre en œuvre la stratégie de diffusion des spectacles produits : rechercher des partenaires pour diffuser la production ; établir le budget de diffusion et définir le prix de cession ; négocier avec les diffuseurs le calendrier et les conditions de représentation du spectacle.
- > Analyser les résultats financiers d'un spectacle ou d'une tournée.
- > Du côté des structures de diffusion, prospecter et programmer des spectacles en fonction du projet artistique et culturel de la structure ; créer et entretenir des relations avec des créateurs et des professionnels de la production et de la diffusion du spectacle vivant ; élaborer et tenir des outils de suivi de l'activité de la structure, faire le bilan d'une programmation.

Ses relations et interférences avec les autres domaines du spectacle vivant :

- > Avec l'artiste porteur du projet de spectacle, mener une réflexion sur le dimensionnement de la production
- > Avec l'administrateur-trice ou le-la responsable administratif-ve et financier-ère, suivre les budgets de production et de diffusion et transmettre à l'administrateur-trice ou au service comptable les informations nécessaires à l'exécution desdits budgets, analyser les résultats financiers d'une production ou d'une tournée, organiser et mettre en œuvre les procédures internes pour le contrôle de gestion et le suivi analytique des productions et des tournées.
- > Avec la direction technique ou le-la producteur-trice, définir les moyens humains, techniques et financiers nécessaires à une production.
- > Avec le service de communication, contribuer à la promotion des spectacles.

2 / Contexte et environnement socioprofessionnel

Les entreprises du spectacle vivant ont un profil très varié du fait de leurs activités, disciplines et types de spectacles, statut, nombre de salariés et modèles économiques. Certaines remplissent des missions de service public, par délégation de l'État ou des collectivités territoriales, et/ou reçoivent des financements publics. D'autres fonctionnent sans recevoir de subvention. Les très petites entreprises (TPE) sont très nombreuses. Les métiers de la production-diffusion existent dans les entreprises de création, de production et de diffusion de spectacles.

3 / Conditions d'emploi

Dans une entreprise du spectacle vivant, les emplois de la production sont des emplois de salariés soit en CDI, soit en CDD, soit en CDD d'usage le temps d'une production. Ils sont parfois partagés entre entreprises. Le métier de chargé-e de diffusion, notamment, peut être exercé de façon indépendante.

Le temps de travail est conforme aux dispositions légales et conventionnelles en vigueur. Certains cadres de direction sont assujettis au forfait jour. La plupart des personnels de la production-diffusion peuvent travailler selon des horaires atypiques (en soirée, les week-ends et jours fériés) et se déplacer, notamment en tournée ou à la rencontre des artistes ou programmateurs ; les conventions collectives ou les accords d'entreprise prévoient des dispositions de récupération de ces temps de travail.

4 / Risques en matière de santé au travail

- > Les risques liés à la charge mentale et au stress sont plutôt élevés. Ils découlent de l'enjeu de l'activité ainsi que de l'organisation du travail – contrainte de temps, multiplicité des tâches, interruptions fréquentes, surcharge de travail, conflits de temporalité – par exemple mener en parallèle trois saisons successives, une en cours de réalisation, une en phase de diffusion, une en phase de programmation.
- > Le risque lié au travail sur écran est moyen à élevé.
- > Le risque lié à l'organisation du travail est moyen à élevé, notamment à cause des rythmes irréguliers de travail et du travail en soirée dans les lieux où ces professionnels accompagnent les artistes qu'ils produisent ou diffusent. Cette organisation du travail peut aussi engendrer une difficulté à préserver une vie personnelle.
- > Les autres risques sont faibles.

5 / Organisation du travail et évolutions impactant les métiers

La poly-activité sur plusieurs métiers de la production-diffusion, de la communication et de la technique est forte.

Les entreprises s'équipent peu à peu d'outils de gestion de la production et de la diffusion des spectacles visant à simplifier une partie des métiers de la production et de la diffusion, mais qu'il faut maîtriser.

L'activité de production intègre désormais la recherche de financements nouveaux liés à des projets interdisciplinaires ou à de l'action culturelle. Elle s'élargit aussi à la recherche de nouveaux partenaires, y compris dans d'autres secteurs d'activité, notamment pour faire face à la baisse généralisée des financements publics.

Certains réseaux de diffusion traditionnelle sont saturés ou disparaissent. L'activité de diffusion évolue en élaborant de nouveaux modes de diffusion.

La présélection de nouveaux spectacles ou créateurs se fait de plus en plus au travers de la consultation de supports numériques en ligne sur le web au détriment de la consultation de supports physiques tels que des CD-ROM.

Directeur de production · Directrice de production

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités

Missions

Le-la directeur·trice de production élabore et met en place des stratégies, pour produire et diffuser des spectacles.

Activités

- Mène avec le créateur du spectacle une réflexion sur le dimensionnement du spectacle à créer en fonction des moyens financiers humains, matériels mobilisables et des possibilités de diffusion.
- Définit les conditions des productions, il-elle supervise leur évaluation financière ainsi que le montage financier des projets ; il-elle prospecte leurs financements.
- Négocie la relation contractuelle avec les artistes et techniciens impliqués dans la création du spectacle.
- Définit la stratégie de diffusion des spectacles produits.
- Encadre le travail de l'équipe de production.

3 / Responsabilités

Il-elle garantit l'aboutissement d'un projet de spectacle, dans le respect des contraintes et du budget décidés, en relation avec le-la directeur·trice technique, le-la créateur·trice du spectacle et/ou le-la directeur·trice artistique.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Mener une veille sur l'évolution des courants artistiques dans la ou les discipline-s de son entreprise.
- Identifier les acteurs culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier les réseaux de la ou des discipline-s de son entreprise - et les politiques publiques de la culture.
- Identifier les enjeux économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Etablir, suivre, analyser un budget de production.
- Élaborer les dossiers de demande de financements, de subventions ou d'aides auprès des partenaires publics ou privés, ou des sociétés civiles et assurer leur suivi.
- Identifier les ressources humaines et les moyens techniques et matériels nécessaires à la réalisation du projet de production.
- Evaluer les moyens et les contraintes techniques du projet de production.
- Créer et entretenir un réseau d'artistes, de techniciens, de prestataires et les mobiliser selon les besoins.
- Anticiper et organiser la logistique de la production d'un spectacle, de la tournée d'un spectacle.
- Appliquer et faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Pour les projets internationaux, identifier les lieux ressources et rechercher les informations relatives aux réglementations des pays concernés liées au spectacle vivant.
- Analyser les enjeux artistiques, techniques et financiers d'une production.
- Etablir une stratégie de diffusion.

Compétences transversales

- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Elaborer des outils de suivi d'une activité et d'évaluation.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- Créer et entretenir des réseaux et des partenariats.
- Mener une veille permanente sur son secteur.
- Négocier des contrats commerciaux, avec le secteur public, de propriété intellectuelle.
- Négocier des contrats de travail.
- Anticiper et organiser l'activité de son service et son évaluation.
- Diriger et coordonner une équipe ; le cas échéant coordonner des services.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des services de l'entreprise.

- Appliquer les règles comptables liées à la nature juridique de son entreprise et à la nature des projets menés.
- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.
- Communiquer avec les parties prenantes du projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, voire une base de données -, un logiciel de gestion de projet et des outils de communication numérique - web, réseaux sociaux.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice, du-de la directeur-trice adjoint-e ou de l'administrateur-trice. En l'absence de directeur-trice ou d'administrateur-trice, il-elle est placé-e sous l'autorité du-de la président-e du conseil d'administration ou du mandataire social.
- Il-elle encadre le cas échéant une équipe de production.
- Il-elle est en relation avec l'ensemble des services.

6 / Positionnement catégoriel

Directeur-trice de production	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Cadre groupe 3
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de l'entreprise / Cadre groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de directeur-trice de production, une expérience professionnelle confirmée - notamment dans le spectacle vivant ou enregistré - est indispensable, acquise dans des emplois d'administrateur de production, de chargé de production, d'administrateur.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de directeur-trice de production, en particulier des formations généralistes ou en management culturel de niveau I et II.

Le-la directeur-trice de production complétera utilement ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Le poste de directeur de production peut exister dans des entreprises qui produisent des spectacles, dotées ou non de lieu de diffusion.

Le-la directeur-trice de production peut aussi réaliser la programmation d'activités - concerts, résidences... - et leur suivi financier.

Il-elle peut adapter une production existante.

9 / Le métier demain

La fonction de production est nécessaire au spectacle vivant.

Selon l'activité, l'organisation, la taille de l'entreprise, les chargés-e-s de production et de diffusion peuvent être directement supervisé-e-s par l'administrateur-trice de production, l'administrateur-trice, le-la directeur-trice adjoint-e ou le-la directeur-trice à défaut d'un poste de directeur-trice de production.

Les entreprises s'équipent peu à peu d'outils de gestion de la production et de la diffusion de spectacles visant à simplifier une partie du métier de directeur-trice de production, mais qu'il faut maîtriser.

Administrateur de production · Administratrice de production

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités

Missions

- L'administrateur-trice de production met en œuvre et contrôle la réalisation de productions de spectacles.

Activités

- Contribue à la réflexion sur le dimensionnement du spectacle à créer en fonction des moyens financiers, humains, matériels mobilisables et des possibilités de diffusion.
- Organise les conditions de la production et l'évaluation financière de productions, il établit et suit le budget de production de spectacles.
- Réalise des dossiers de production.
- Organise le montage financier des projets et prospecte leurs financements.
- Met en œuvre la relation contractuelle avec les artistes et techniciens impliqués dans la création du spectacle.
- Met en œuvre la stratégie de diffusion des spectacles produits.
- Coordonne le travail d'un-e ou plusieurs chargé-e-s de production et/ou de diffusion.

3 / Responsabilités

- Il-elle prend les mesures nécessaires au respect des contraintes juridiques et budgétaires du projet de production.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Mener une veille sur l'évolution des courants artistiques dans la ou les discipline-s de son entreprise.
- Identifier les acteurs culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier les réseaux de la ou des discipline-s de son entreprise - et les politiques publiques de la culture.
- Identifier les enjeux économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Etablir, suivre, analyser un budget de production.
- Elaborer les dossiers de demande de financements, de subventions ou d'aides auprès des partenaires publics ou privés, ou des sociétés civiles et assurer leur suivi.
- Identifier les ressources humaines et les moyens techniques et matériels nécessaires à la réalisation du projet de production.
- Evaluer les moyens et les contraintes techniques du projet de production.
- Créer et entretenir un réseau d'artistes, de techniciens, de prestataires et les mobiliser selon les besoins.
- Anticiper et organiser la logistique de la production d'un spectacle, de la tournée d'un spectacle.
- Appliquer et faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Pour les projets internationaux, identifier les lieux ressources et rechercher les informations relatives aux réglementations des pays concernés liées au spectacle vivant.
- Analyser les enjeux artistiques, techniques et financiers d'une production.

Compétences transversales

- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Elaborer des outils de suivi d'une activité et d'évaluation.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs culturels, économiques et institutionnels pertinents ; créer et entretenir des réseaux et des partenariats ; mener une veille permanente sur son secteur.
- Etablir des contrats commerciaux, de propriété intellectuelle.
- Etablir des contrats de travail.
- Anticiper et organiser l'activité de son service et son évaluation.
- Diriger et coordonner une équipe ; le cas échéant coordonner des services.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des services de l'entreprise.
- Appliquer les règles comptables liées à la nature juridique de son entreprise et à la nature des projets menés.
- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.

- Communiquer avec les parties prenantes du projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, voire une base de données -, un logiciel de gestion de projet et des outils de communication numérique - web, réseaux sociaux.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice de production. En l'absence de directeur-trice de production, il-elle est placé-e sous l'autorité du-de la directeur-trice, du-de la directeur-trice adjointe, de l'administrateur-trice.
- Il-elle encadre le cas échéant un ou plusieurs chargé-e-s de production et/ou de diffusion.
- Il-elle est en relation avec l'ensemble des services.

6 / Positionnement catégoriel

Administrateur-trice de production

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Cadre groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de l'entreprise / Cadre groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier d'administrateur-trice de production, une expérience professionnelle confirmée - notamment dans le spectacle vivant ou enregistré - est indispensable,

acquise soit dans un emploi de chargé-e de production ou d'administrateur-trice de tournées, soit dans un métier de la gestion du spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier d'administrateur-trice de production, en particulier des formations généralistes ou en management culturel de niveau I et II. L'administrateur-trice de production complétera utilement ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Le poste d'administration de production peut exister dans des entreprises qui produisent des spectacles, dotées ou non de lieu de diffusion.

En l'absence de directeur-trice de production, l'administrateur-trice de production peut réaliser certaines de ses missions.

L'administrateur-trice de production peut adapter une production existante.

9 / Le métier demain

La fonction de production est nécessaire au spectacle vivant.

Selon l'activité, l'organisation, la taille de l'entreprise, les chargé-e-s de production et de diffusion peuvent être directement supervisé-e-s par l'administrateur-trice, le-la directeur-trice adjoint-e ou le-la directeur-trice à défaut d'un poste de directeur de production ou d'administrateur de production.

Les entreprises s'équipent peu à peu d'outils de gestion de la production et de la diffusion de spectacles visant à simplifier une partie du métier de d'administrateur de production, mais qu'il faut maîtriser.

Chargé de production · Chargée de production

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : Attaché-e de production

2 / Missions et activités

Missions

Dans un cadre budgétaire, temporel et artistique défini par les différentes parties prenantes du projet, le-la chargé-e de production prépare, organise, met en œuvre et coordonne les moyens techniques, financiers, humains d'une ou plusieurs productions.

Activités

- établit le budget de production, en collaboration avec les différentes parties prenantes du projet, il le suit et le justifie.
- établit les contrats de travail des artistes et techniciens en fonction des conditions de rémunération négociées par les porteurs de projet ; établit les contrats de cession de droit d'exploitation de spectacles, de prestations annexes, de coproduction, de co-réalisation, d'assurances... ; réalise les déclarations et les demandes d'autorisations liées aux spectacles.
- coordonne les interventions des artistes et techniciens, négocie et organise leurs plannings et les conditions de leur accueil, de leurs transports et hébergements, pour la période de production (créations, répétitions, résidences...).
- adapte les moyens de production aux conditions d'exploitation et de diffusion.

> L'attaché-e de production réalise une partie des activités de production sous l'autorité d'un-e responsable.

3 / Responsabilités

- Rend compte de l'utilisation des budgets qui lui sont confiés.
- Est garant-e de la fiabilité et de l'opérationnalité des contrats qu'il-elle a préparés.
- Est garant-e de l'opérationnalité des productions qui lui sont confiées dans la limite des moyens qui lui sont attribués.

> L'attaché-e de production est garant-e des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée ; assurer une veille sur les évolutions artistiques et techniques dans la ou les discipline-s de son entreprise.
- Identifier les parties prenantes impliquées ou à mobiliser dans les projets de production.
- Construire une grille budgétaire, analyser des budgets.
- Analyser ou étudier la faisabilité d'un projet de production.
- Evaluer une fiche technique de spectacle et en discuter avec les responsables techniques.
- Identifier les ressources humaines et les moyens techniques et matériels nécessaires à la réalisation du projet de production, entretenir un réseau d'artistes, de techniciens, de prestataires et les mobiliser selon les besoins.
- Evaluer les moyens et les contraintes techniques du projet de production.
- Expliciter les étapes, les moyens et les contraintes du projet et les communiquer auprès des parties prenantes du projet de production en vue de décisions adéquates.
- Négocier des ajustements d'organisation et de moyens avec les parties prenantes du projet de production.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant : droit social, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Pour les projets internationaux, identifier les lieux ressources et rechercher les informations relatives aux réglementations des pays concernés liées au spectacle vivant.

Compétences transversales

- Utiliser des outils de suivi d'une activité.
- Etablir des contrats commerciaux, de travail, de propriété intellectuelle.
- Appliquer les règles comptables liées à la nature juridique de son entreprise et à la nature des projets menés.
- Effectuer des démarches administratives.
- Remplir, classer, transmettre des documents administratifs.

- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des interlocuteurs concernés par le projet de production.
- Communiquer avec les parties prenantes du projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données -, un logiciel de gestion de projet, un logiciel spécifique de gestion de spectacles et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

- Selon l'organisation de l'entreprise, il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice de production, de l'administrateur-trice de production, de l'administrateur-trice ou du directeur-trice.
- Il-elle peut encadrer des attaché-e-s de production et/ou de diffusion.
- Il-elle travaille en relation avec l'administrateur-trice ou le service comptable, l'équipe technique, les artistes et, le cas échéant, avec le-la chargé-e de diffusion.

> Selon l'organisation de l'entreprise, l'attaché-e de production travaille sous l'autorité d'un-e chargé-e de production, du-de la directeur-trice de production, de l'administrateur-trice de production, de l'administrateur-trice ou du directeur-trice.

6 / Positionnement catégoriel

Chargé-e de production

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Salarié-e non cadre groupe 5
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Création-production / Agent de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

Attaché-e de production

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Salarié-e non cadre groupe 6
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Création-production / Employé-e qualifié-e groupe 1
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de chargé-e de production, une expérience professionnelle confirmée dans le spectacle vivant est nécessaire, acquise notamment dans des emplois d'attaché-e de production, de chargé-e de diffusion ou dans un métier de la régie technique du spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de chargé-e de production, en particulier des formations de niveau III spécifiques à ce métier. Le-la chargé-e de production complètera utilement ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Selon l'activité, l'organisation ou la taille de l'entreprise, les métiers de chargé-e de production et de chargé-e de diffusion peuvent être inclus dans un même poste. Dans des entreprises de petit effectif, un-e chargé-e de production et de diffusion peut aussi exercer les missions d'administrateur-trice de tournées.

Le métier de chargé-e de production peut être exercé pour le temps d'une production ou de façon pérenne, dans des entreprises de création et production et dans des lieux de diffusion de spectacles.

9 / Le métier demain

Le métier de chargé-e de production est nécessaire à la production des spectacles.

Il évolue en fonction du contexte économique de plus en plus mouvant et complexe et des outils de gestion des modes de production et de diffusion des spectacles. Le-la chargé-e de production doit développer la recherche de financements nouveaux liés à des projets interdisciplinaires ou à de l'action culturelle.

Des réseaux de chargé-e-s de production fonctionnant par réunions, courriels ou discussions sur le web, facilitent les échanges de pratiques et le développement des compétences.

Chargé de diffusion · Chargée de diffusion

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : Booker
Métier connexe : Attaché-e de diffusion

2 / Missions et activités

Missions

Dans un cadre budgétaire, temporel et artistique défini par les parties prenantes du projet, le-la chargé-e de diffusion assure la cession ou commercialise un ou plusieurs spectacles.

Activités

- Tient à jour une base de données des diffuseurs et des lieux de diffusion en adéquation avec le projet artistique du spectacle.
- Recherche des partenaires locaux, nationaux et internationaux, publics ou privés, pour diffuser ce spectacle.
- Négocie avec les programmateurs et diffuseurs potentiels le calendrier des représentations et le prix de vente dans le cadre de la stratégie budgétaire et commerciale définie par sa hiérarchie.
- Vérifie la faisabilité technique du spectacle dans le lieu de diffusion.
- Suit le budget de diffusion et transmet à l'administrateur ou au service comptable les informations nécessaires à l'exécution du budget de diffusion.
- Analyse les résultats financiers de la diffusion d'un spectacle.
- Le cas échéant, contribue à la promotion des spectacles.
- Le cas échéant, accompagne les tournées.
- Le cas échéant, prospecte de nouveaux artistes à diffuser.

> L'attaché-e de diffusion réalise une partie des activités de diffusion sous l'autorité d'un-e responsable.

3 / Responsabilités

- Il-elle rend compte de la réalisation des objectifs fixés.

- Il-elle est responsable de la fiabilité et de l'opérationnalité des conditions d'exploitation qu'il-elle a négociées.

> L'attaché-e de diffusion est garant-e des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences et capacités

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée ; assurer une veille sur l'évolution des courants artistiques dans la ou les discipline-s de son entreprise.
- Identifier les réseaux de diffusion locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier les réseaux de la ou des discipline-s de son entreprise - et les politiques publiques de la culture ; assurer une veille sur les orientations artistiques des réseaux et partenaires de diffusion.
- Créer et entretenir des réseaux et des partenariats avec des acteurs culturels et institutionnels pertinents ; mener une veille permanente sur les lieux de diffusion et mettre à jour une base de données.
- Identifier les enjeux économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Tenir un budget de diffusion.
- Vérifier la capacité des lieux de diffusion à assurer la faisabilité des spectacles
Négocier des ajustements d'organisation et de moyens avec les parties prenantes du spectacle diffusé.
- Appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Pour les projets internationaux, identifier les lieux ressources et rechercher les informations relatives aux réglementations des pays concernés liées au spectacle vivant.

Compétences transversales

- Structurer un fichier de prospection.
- Elaborer des outils de promotion à partir d'une stratégie établie.
- Prospecter les diffuseurs potentiels.
- Développer un argumentaire commercial visant à convaincre les diffuseurs.
- Négocier des contrats commerciaux, de travail, de propriété intellectuelle.
- Présenter oralement un spectacle.

- Appliquer les règles comptables liées à la nature juridique de son entreprise et à la nature des projets menés.
- Créer et entretenir des relations avec les services concernés de l'entreprise.
- Communiquer avec les parties prenantes du projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données -, un logiciel spécifique de gestion de spectacles et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme de l'entreprise

- Selon l'organisation de l'entreprise, il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur·trice de production, de l'administrateur·trice de production, de l'administrateur·trice ou du-de la directeur·trice.
- Il-elle peut encadrer des attaché·ée·s de diffusion.
- Il-elle travaille en relation avec l'administrateur·trice ou le service comptable et très souvent avec le-la chargé·e de production, l'équipe technique, les artistes, le service de communication.

6 / Positionnement catégoriel

Chargé·e de diffusion

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Salarié·e non cadre groupe 5
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Création-production / Agent de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

Chargé·e de commercialisation

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Salarié·e non cadre groupe 6
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Création-production / Employé·e qualifié·e groupe 1
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Le métier de chargé·e de diffusion peut être un métier d'entrée dans le spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de chargé·e de diffusion, en particulier des formations de niveau II et III dans les domaines culturel et commercial.

Le-la chargé·e de diffusion complètera utilement ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Eléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Selon l'activité, l'organisation et la taille de l'entreprise, les métiers de chargé·e de production et de chargé·e de diffusion peuvent être inclus dans un même poste. Dans des entreprises de petit effectif, un-e chargé·e de production et de diffusion peut aussi exercer les missions d'administrateur·trice de tournées.

Dans d'autres entreprises, il-elle peut être appuyé-e par un-e administrateur-trice de tournées ou un-e régisseur-euse de tournées.

Le métier de chargé-e de diffusion peut être exercé dans des entreprises de création, de production, de diffusion, et - de plus en plus - de façon indépendante.

9 / Le métier demain

Le métier est nécessaire à la diffusion des spectacles.

Il évolue en fonction du contexte économique de plus en plus mouvant et complexe et des évolutions technologiques des modes de diffusion des spectacles : par exemple, le-la chargé-e de diffusion doit prendre en compte des décisions de programmation de plus en plus tardives, développer des partenariats sur des projets exceptionnels avec des lieux de diffusion, utiliser les outils de communication numérique et les logiciels spécifiques.

Administrateur de tournées · Administratrice de tournées

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités

Missions

Dans une entreprise de production-diffusion, l'administrateur·trice de tournées prépare, met en œuvre et assure le suivi budgétaire de la tournée d'un spectacle.

Activités

- Etablit ou analyse le budget de la tournée, en lien éventuel /en collaboration avec le-la directeur·trice de production, l'administrateur·trice de production ou l'administrateur·trice.
- Suit l'exécution du budget de la tournée : vérifie la recette de billetterie ; vérifie, négocie et règle les dépenses ; transmet à l'administrateur·trice ou au service comptable les informations nécessaires à l'exécution du budget ; établit les comptes d'exploitation des représentations.
- Réalise les déclarations liées aux spectacles.
- Analyse les résultats financiers de chaque spectacle et de la tournée.
- Il·elle est présent·e sur les lieux de spectacle de la tournée.

3 / Responsabilités

- Il·elle est garant·e du respect des budgets qui lui sont confiés.
- Il·elle est garant·e du bon déroulement des tournées.

4 / Compétences et capacités

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée ; assurer une veille sur les évolutions artistiques et techniques dans la ou les discipline-s de son entreprise.
- Identifier les réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant – en particulier les réseaux de la ou des discipline-s de son entreprise ; mener une veille permanente sur son secteur.
- Identifier les parties prenantes impliquées dans les productions.
- Etablir, suivre, analyser un budget de tournée.
- Expliciter les étapes, les moyens et les contraintes du projet et les communiquer auprès des parties prenantes du projet de production en vue de décisions adéquates.
- Anticiper et organiser la logistique de la tournée d'un spectacle.
- Négocier des ajustements d'organisation et de moyens avec les parties prenantes du projet de production.
- Appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, règlements de sécurité, droit commercial, propriété intellectuelle...
- Pour les projets internationaux, identifier les lieux ressources et rechercher les informations relatives aux réglementations des pays concernés liées au spectacle vivant.

Compétences transversales

- Gérer un budget.
- Négocier des dépenses.
- Utiliser des outils de suivi et d'évaluation d'une activité.
- Exécuter des contrats commerciaux, de propriété intellectuelle.
- Appliquer les règles comptables liées à la nature juridique de son entreprise et à la nature des projets menés.
- Effectuer des démarches administratives.
- Remplir, classer, transmettre des documents administratifs.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des services de l'entreprise et avec l'ensemble des interlocuteurs concernés par le projet.
- Encadrer et coordonner une équipe en déplacement.
- Mener une veille juridique, fiscale et sociale permanente.
- Éventuellement communiquer avec les parties prenantes du projet en une ou plusieurs langue-s.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.

- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données -, le cas échéant un logiciel spécifique de gestion de spectacles et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice, de l'administrateur-trice ou du-de la directeur-trice de production. En l'absence de directeur-trice, il-elle est sous l'autorité du président du conseil d'administration ou du mandataire social.
- Il-elle travaille en relation avec l'administrateur-trice ou le service comptable, le-la chargé-e de diffusion, les artistes, le-la régisseur-euse et les techniciens de la tournée.

6 / Positionnement catégoriel

Administrateur-trice de tournées	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production, Cadre groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Gestion de l'entreprise Cadre groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Non référencé

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier d'administrateur-trice de tournées, une expérience professionnelle confirmée dans le spectacle vivant est nécessaire, acquise notamment dans d'autres emplois administratifs ou techniques du spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier d'administrateur-trice de tournées, en particulier des formations de niveau I, II ou III spécifiques au métier de chargé-e de production ou d'administrateur-trice. L'administrateur-trice de tournées complètera utilement ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Les éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Les activités de l'administration de tournées peuvent soit constituer un poste à part entière, soit être assurées par un administrateur-trice assisté-e d'un-e chargé-e de production et/ou de diffusion.

Certaines activités complémentaires peuvent être confiées à l'administrateur-trice de tournées :

- En l'absence de régisseur-euse, il-elle peut organiser la logistique des tournées : fixer les plannings des artistes et techniciens, organiser les conditions de leur accueil, de leurs transports et hébergements, établir et leur communiquer leur feuille de route pour la période de la tournée.
- Il-elle peut établir et négocier les contrats de cession de droit d'auteur et de droit d'exploitation de spectacles, de prestations annexes, d'artistes, de travail, de coproduction, de coréalisation, d'assurances...
- Il-elle peut établir le calendrier des tournées et accompagner les tournées.
- En l'absence d'administrateur-trice de production, il-elle peut réaliser des dossiers de production.

9 / Le métier demain

Si les activités d'administration de tournées sont au cœur de la production de spectacles, il existe peu de postes d'administrateur-trice de tournées référencés en tant que tels.

Programmeur artistique · Programmatrice artistique

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Conseiller-ère artistique / Directeur-trice de la programmation / Directeur-trice artistique / Directeur-trice musical / Conseiller-ère technique à la programmation

Métier connexe : Attaché-e de programmation

2 / Missions et activités

Missions

Le-la programmeur-trice artistique repère et fait des propositions de spectacles et d'activités au directeur, en fonction du projet artistique et culturel de la structure.

Activités

- Prospecte des spectacles en fonction du projet artistique et culturel de la structure.
 - Rencontre et provoque des rencontres avec des créateurs et des professionnels de la production et de la diffusion du spectacle vivant.
 - Fait des propositions de programmation et sélectionne avec le-la directeur-trice de la structure les spectacles et activités à programmer.
 - Affine le dialogue artistique et technique et la négociation financière avec les créateurs ou leurs représentants et transmet les informations aux équipes de production, techniques, de communication, de commercialisation de la structure.
 - Participe au bilan d'une programmation et à la définition du projet artistique de la programmation suivante.
- > L'attaché-e de programmation réalise une partie des activités de programmation sous l'autorité d'un-e responsable.

3 / Responsabilités

- Il-elle propose une programmation qui s'inscrit dans le projet artistique du directeur de la structure.
- Il-elle jauge la capacité du spectacle à rencontrer le public.

- Il-elle développe l'image de la structure vis-à-vis du public et des créateurs de spectacles.
- > L'attaché-e de programmation est garant-e des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Identifier les parties prenantes impliquées dans les productions.
- Identifier les acteurs artistiques, culturels et institutionnels, locaux ou nationaux, voire internationaux du spectacle vivant, en particulier les acteurs des disciplines programmées dans la structure ; mener une veille permanente sur les créations et projets de productions des créateurs de sa discipline.
- Créer et entretenir des relations avec des réseaux d'acteurs artistiques, culturels et institutionnels pertinents, en particulier avec des créateurs et des professionnels de la production et de la diffusion du spectacle vivant.
- Repérer des intervenants pour les activités programmées.
- Posséder et développer une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Identifier les publics potentiels de la structure.
- Analyser le projet artistique de la structure.
- Analyser les enjeux artistiques et culturels de la structure.
- Assister à des spectacles, visionner et écouter des œuvres en ligne et sur les réseaux sociaux, sur CD, évaluer leur intérêt artistique et leur adéquation avec le projet artistique et culturel et avec les possibilités techniques et financières de la structure ; analyser avec des créateurs leurs projets de création, tenir à jour une base de données de créateurs et d'œuvres.
- Analyser le budget d'une production ou d'une activité.
- Présenter oralement un spectacle.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant : droit social, droit fiscal, droit commercial, propriété intellectuelle...

Compétences transversales

- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.
- Communiquer avec les parties prenantes d'un projet en une ou plusieurs langues.

- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des services et avec l'ensemble des interlocuteurs concernés par la programmation de la structure.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Elaborer des outils de suivi et d'évaluation.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il travaille sous l'autorité du/de la directeur-trice.
- Il peut encadrer un-e assistant-e.
- Il travaille en relation avec les services de production, techniques, de communication, de commercialisation.

6 / Positionnement catégoriel

Programmeur-trice artistique

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production / Cadre groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Création-production / Le-la programmeur-trice est agent-e de maîtrise / Le-la conseiller-ère artistique est cadre groupe 3 / Le-la directeur-trice artistique et le-la directeur-trice musical-e sont cadres groupe 1
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

Attaché-e de programmation

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Administration-production, Non cadre groupe 6
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Non référencé
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de programmeur-trice artistique, une expérience professionnelle confirmée dans le domaine de la production-diffusion du spectacle vivant, voire dans le domaine de la communication du spectacle vivant ou dans le domaine audiovisuel, est utile.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de programmeur-trice artistique, en particulier des formations certifiantes en management culturel de niveau I, II ou III. Le-la programmeur-trice artistique pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Une programmation couvre une durée variable selon la discipline et selon qu'il s'agit d'un festival ou d'un lieu fixe de diffusion.

L'élaboration d'une programmation s'effectue sur une durée variable selon la discipline : de quelques mois, par exemple dans les musiques actuelles, jusqu'à trois ans, par exemple dans les opéras.

La programmation artistique est souvent une prérogative du-de la directeur-trice, directeur-trice adjoint-e, secrétaire général-e, directeur-trice de production... C'est principalement dans la discipline des musiques actuelles que cette fonction est exclusivement attribuée au-à la programmateur-trice artistique. Un-e programmateur-trice artistique peut aussi réaliser une partie de la programmation d'une structure dans une discipline particulière, par délégation du-de la directeur-trice ; dans ce cas-là, il peut s'agir d'une personne exerçant un autre métier dans la structure et qui est chargée, en plus, d'une programmation spécialisée.

Selon la taille et l'organisation de la structure, le-la programmateur-trice artistique peut prendre en charge une partie des activités de production et de communication. Dans les opéras, le-la directeur-trice musical-e et le-la conseiller-ère technique à la programmation font également des propositions d'artistes pour les prises de rôle.

Le-la programmateur-trice artistique peut être salarié-e de la structure ou avoir un statut indépendant ; dans ce dernier cas, il-elle intervient généralement auprès de plusieurs structures.

9 / Le métier demain

Si l'activité de programmation existe dans toutes les structures de diffusion, le nombre de postes de programmateur-trice-s artistiques est faible.

La présélection de nouveaux spectacles ou créateurs se fait de plus en plus au travers de la consultation de supports numériques en ligne au détriment de la consultation de supports physiques (CD...).

Dans les entreprises artistiques et culturelles du spectacle vivant public, on observe une augmentation des interventions de la part des pouvoirs publics en matière de programmation qui exige une capacité d'argumentation accrue de la part de programmeurs-trices artistiques.

Communication Relation avec le public Commercialisation Billetterie / Accueil

- > Directeur·trice de la communication et des relations avec le public
- > Responsable de la communication
- > Chargé·e de communication
- > Attaché·e de presse
- > Responsable des relations avec le public
- > Chargé·e des relations avec le public
- > Responsable de commercialisation
- > Responsable de billetterie
- > Agent·e de billetterie
- > Responsable de l'accueil
- > Attaché·e à l'accueil
- > Hôte·sse d'accueil

Portrait général du domaine

1 / Conditions d'emploi

Les emplois de la communication sont généralement des emplois de salariés en CDI à temps plein. On rencontre aussi des chargé·e·s de communication en CDD à temps plein ou partiel pendant le pic d'activité de la structure. Le·la responsable de la communication peut assurer des permanences lors des spectacles en tant que cadre de service ou pour accueillir les invités.

L'emploi d'attaché·e de presse tend à disparaître au profit d'attaché·e·s de presse indépendants.

Les emplois des relations avec le public sont généralement des emplois de salariés en CDI. Ils peuvent être précédés par un contrat en CDD, notamment à l'occasion de remplacements. La plupart des personnels des relations avec le public peuvent travailler selon des horaires atypiques (en soirée, les week-ends et jours fériés) et se déplacer à la rencontre du public.

Les emplois de la commercialisation et de la billetterie sont généralement des emplois de salariés en CDI. Ils peuvent être à temps plein ou partiel. Le·la responsable de commercialisation travaille en journée. Le·la responsable de billetterie travaille en journée, mais encadre, en lien avec le cadre de service, les agent·e·s et chargé·e·s de billetterie qui assurent les permanences lors des spectacles. Il·elle peut aussi avoir des horaires continus sur l'après-midi et la soirée quand il·elle cumule les postes de responsable et d'agent·e de billetterie.

Les équipes de billetterie travaillent principalement en journée, mais peuvent assurer des permanences lors des spectacles, y compris en soirée, les week-ends et les jours fériés. Il peut aussi avoir des horaires continus sur l'après-midi et la soirée.

Dans le secteur public du spectacle vivant, on observe une augmentation de la création de postes de chargé·e de billetterie.

Les emplois de l'accueil sont généralement des emplois de salariés en CDI, en CDD, en CDI, à temps partiel ou à temps plein, éventuellement sur la durée d'une saison ou d'un festival. Les horaires peuvent être annualisés selon l'activité de la structure.

Le temps de travail est conforme aux dispositions légales et conventionnelles en vigueur ; les conventions collectives ou les accords d'entreprise prévoient des dispositions de récupération des temps de travail en horaires atypiques.

Des postes à temps complet sont parfois organisés en cumulant des emplois de relations avec le public, de commercialisation, d'accueil, voire de communication, de programmation artistique pour un public spécifique, de mécénat et/ou des partenariats.

Le métier d'hôte-sse d'accueil est très souvent une activité d'appoint, par exemple pour des étudiants ou des temps partiels.

La mobilité entre disciplines du spectacle vivant est facile pour les métiers des relations avec le public, de la commercialisation, de la billetterie et de l'accueil, à l'exception de certains types de musique pour les métiers des relations avec le public.

2 / Risques en matière de santé au travail

Les risques liés au travail sur écran sur de longues plages horaires et à la charge mentale, découlant de l'enjeu de l'activité, sont moyens à élevés pour les métiers de la communication, des relations avec le public, de la commercialisation et de la billetterie.

Les risques liés au stress pour le-la responsable de l'accueil dépendent de la jauge des salles et du nombre de salles à gérer ; pour les hôte-sse-s d'accueil, la période entre l'ouverture de la salle au public et le début du spectacle demande une vigilance et une réactivité fortes.

Les risques liés au rythme de travail peuvent être forts pour les personnels de la commercialisation, de la billetterie et de l'accueil sur de courtes périodes où les rythmes de travail sont intenses, pendant un festival ou en période de vente d'abonnements par exemple.

Le travail en soirée et les week-ends peut rendre difficile la conciliation entre vie professionnelle et personnelle et provoquer une usure.

Les positions prolongées assis ou debout des agents d'accueil peut engendrer de l'usure. Le risque routier est moyen pour les métiers des relations avec le public, lié aux déplacements pour mobiliser, accompagner ou aller à la rencontre du public.

Directeur de la communication et des relations avec le public

Directrice de la communication et des relations avec le public

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités

Missions

Le-la directeur-trice de la communication et des relations avec le public définit et met en œuvre la politique extérieure de la structure - communication, relations avec le public, accueil, billetterie.

Activités

- Conçoit et met en œuvre la politique de communication, manage le service communication.
- Conçoit et met en œuvre la politique de relations avec le public, manage le service des relations avec le public.
- Conçoit et met en œuvre la politique d'accueil du public, manage le service de l'accueil.
- Conçoit et met en œuvre la politique de billetterie, éventuellement manage le service de billetterie.
- Met en œuvre la communication interne et veille à la coordination entre les services qu'il-elle manage - communication, relations avec le public, accueil, billetterie - et avec les autres services du lieu de diffusion - production, technique.

3 / Responsabilités

- Est responsable de la bonne gestion des budgets affectés à ses missions et de la bonne exécution des missions qui lui sont confiées.
- Veille à la satisfaction et à la fidélisation des spectateurs.

4 / Principales compétences requises

Compétences spécifiques

- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Identifier les acteurs artistiques, culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier des réseaux de la ou des disciplines de son entreprise et les politiques publiques de la culture ; mener une veille permanente sur son secteur.
- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Mobiliser les métiers du spectacle vivant selon les besoins.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant, notamment en sûreté et sécurité et en propriété intellectuelle.
- Mener une analyse concurrentielle ou de complémentarité sur son territoire de l'offre de spectacles, y compris dans d'autres disciplines, de l'offre de services proposés autour des spectacles, des politiques tarifaires.
- Mener une veille sur l'évolution des stratégies, des techniques et des pratiques de communication, de relations avec le public, de relations avec la presse, de billetterie et d'accueil.
- Gérer le protocole lors des spectacles en présence d'autorités ou d'élus.

Compétences transversales

- Créer et entretenir des relations avec des acteurs culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- Créer et entretenir des réseaux et des partenariats, notamment avec les médias.
- Analyser le fonctionnement d'une entreprise.
- Anticiper et planifier l'activité de ses équipes et l'activité autour d'un événement.
- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Encadrer et animer une équipe.
- Définir la politique commerciale de l'entreprise.
- Gérer les relations commerciales avec le public.
- Superviser la gestion d'un budget.
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication.
- Maîtriser les langages de communication numérique - leurs usages, leurs outils, les chartes graphiques...
- Argumenter et promouvoir un projet par écrit et oralement.

- Communiquer avec les parties prenantes d'un projet en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur et un traitement de texte - et des outils de communication numérique - réseaux sociaux, web.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité soit du-de la responsable de l'entreprise, du-de la directeur-trice, soit du-de la directeur-trice adjoint-e, éventuellement de l'administrateur-trice ou du-de la secrétaire général-e.
- Il-elle encadre tout ou partie des salariés des services de communication, de relations avec le public, d'accueil et de commercialisation/billetterie de l'entreprise.
- Il-elle travaille en relation avec l'ensemble des services de la structure.

6 / Positionnement catégoriel

Directeur-trice de la communication et des relations avec le public

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Actions culturelle / Salarié-e cadre groupe 3
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation – Communication - Salarié-e cadre du groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de directeur-trice de la communication et des relations avec le public, une expérience professionnelle confirmée et diversifiée est nécessaire, acquise

dans plusieurs postes tels que responsable de la communication, responsable des relations avec le public, attaché-e de presse, dans le spectacle vivant ou en dehors.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de directeur-trice de la communication et des relations avec le public, en particulier des formations généralistes certifiantes de niveau I ou II, en lettres et sciences humaines, en management culturel, en communication.

Le-la directeur-trice de la communication et des relations avec le public pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelle ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Le poste de directeur-trice de la communication et des relations avec le public existe dans certaines entreprises seulement. Cette existence dépend notamment de la configuration de l'équipe de direction (directeur, directeur adjoint, administrateur, secrétaire général) et de l'effectif de l'entreprise.

Selon la taille de son équipe, il-elle peut réaliser certaines activités du responsable de la communication.

Il-elle peut mettre en œuvre la politique de projets pédagogiques, de médiation et d'action culturelle, encadrer et animer le service ou le-la chargé-e de médiation.

9 / Le métier demain

Le directeur-trice de la communication et des relations avec le public devra et doit déjà :

- Sur le plan artistique, prendre en compte la porosité entre disciplines qui fait évoluer les messages à communiquer au public.
- Décliner la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise dans le domaine de la communication.
- Adapter l'organisation du travail et les compétences de ses équipes au développement de la communication numérique et à la place grandissante des réseaux sociaux.
- Faire évoluer les stratégies de billetterie et préconiser les investissements correspondants en fonction des pratiques du public, des solutions techniques disponibles – logiciels, externalisation... – et de la stratégie de la structure.
- Participer au développement des activités de mécénat et/ou de partenariats.

Responsable de la communication

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités

Missions

Le-la responsable de la communication réalise la communication sur la structure, sa programmation et les autres événements, sur des supports imprimés et numériques.

Activités

- Propose à sa hiérarchie une stratégie de communication de la structure.
- Décline la stratégie de communication en un plan de communication, adapte le plan de communication dans le cours de son exécution.
- Conçoit des messages, les valide avec les équipes artistiques le cas échéant, puis les décline sur des supports imprimés et numériques.
- Coordonne la conception, la fabrication et la diffusion des supports de communication imprimés et des produits dérivés, la conception et la mise en ligne des éléments de communication numérique par des prestataires et des collaborateurs/chargé-e-s et attaché-e-s de communication ; en réalise une partie.
- Coordonne la mise en place et la mise à jour de la signalétique sur les lieux de spectacles, éventuellement sa conception et sa fabrication.
- Suit le budget de communication.
- Analyse les résultats et fait un bilan de la stratégie de communication mise en place.
- Mène une veille sur la communication relative à sa structure relayée par des médias imprimés, audiovisuels ou numériques.

3 / Responsabilités

- Il-elle veille à la réalisation et à la diffusion des supports de communication répondant aux objectifs fixés par son responsable hiérarchique, dans les délais impartis.
- Il-elle rend compte de l'utilisation des budgets qui lui sont confiés.

4 / Principales compétences requises

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux artistiques et économiques du spectacle vivant.
- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Identifier les acteurs culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier les réseaux de la ou des discipline-s de sa structure - et les politiques publiques de la culture.
- Créer et entretenir des relations et des partenariats avec des acteurs culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- S'approprier la programmation de la structure et ses contenus.
- Faire valider ses productions par les équipes artistiques, les programmeurs artistiques et la direction.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant, notamment en propriété intellectuelle.

Compétences transversales

- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Utiliser des outils de suivi d'une activité.
- Tenir un budget de communication.
- Appliquer les procédures administratives de la structure en lien avec la nature des projets menés.
- Animer et encadrer une équipe de travail.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des interlocuteurs concernés par les projets de communication.
- Consulter, suivre et coordonner des prestataires.
- Négocier des tarifs.
- Définir les cibles de la communication de la structure.
- Définir un plan de communication.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Rédiger des textes pour des documents imprimés, publiés sur un site web, publiés sur des réseaux sociaux, en fonction d'une stratégie de communication et d'une cible ; développer, synthétiser, hiérarchiser des informations.
- Rédiger des cahiers des charges et des briefs.

- Rédiger un cahier des charges de création de site web.
- Maîtriser les techniques rédactionnelles : syntaxe, grammaire, styles, codes orthotypographiques, correction de textes.
- Traduire en anglais des textes courts.
- Maîtriser les techniques de conception et de fabrication de documents imprimés.
- Participer à la définition de la charte graphique de la structure.
- Mettre à jour un site web ; intervenir sur le web et les réseaux sociaux.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.
- Utiliser des logiciels de PAO, publication assistée par ordinateur.
- Consulter un logiciel de gestion de la relation client - CRM ou Customer Relation Management.
- Mener une veille sur l'évolution des stratégies de communication et des outils numériques de communication.
- Organiser une veille sur divers médias.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Selon l'organisation de la structure, il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice de la communication, du-de la secrétaire général-e, du-de la directeur-trice, voire de l'administrateur-trice.
- Il-elle encadre des chargé-e-s et attaché-e-s de communication.
- Il-elle travaille en relation avec l'ensemble des services de la structure.

6 / Positionnement catégoriel

Responsable de la communication

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Actions culturelle / Salarié-e cadre groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable de la communication, une expérience professionnelle confirmée dans le domaine de la communication est nécessaire, acquise notamment dans les emplois de chargé-e de communication, dans le spectacle vivant ou en dehors.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de responsable de la communication, en particulier des formations certifiantes de niveau I ou II généralistes, en lettres et sciences humaines, en communication. Le-la responsable de la communication pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

- Peut mettre en place des partenariats avec d'autres structures culturelles pour prospecter de nouveaux publics.
- Peut coordonner et développer des partenariats avec des médias.
- Peut organiser des événements de promotion des spectacles et produits associés.

- En l'absence d'attaché-e de presse, peut rédiger des communiqués et dossiers de presse, voire gérer les relations avec les médias, coordonner les plannings d'entretiens avec les journalistes et de captations de répétitions et spectacles des artistes.
- Peut coordonner la communication interne de la structure.
- Peut analyser la fréquentation des spectacles et des activités.
- Peut gérer la base de données de contacts de la structure.
- Peut utiliser un logiciel de gestion de projets.
- Certains responsables de la communication ont en charge seulement la communication imprimée ou seulement la communication numérique.

9 / Le métier demain

Les métiers de la communication sont nécessaires à la structure pour communiquer sur l'utilisation de son budget, sur son activité, pour informer le public sur son offre de spectacles et d'événements.

Le métier de responsable de la communication évolue.

Sur le plan artistique, la porosité entre disciplines fait évoluer les messages à communiquer au public.

Sur le plan technique, le développement de la communication numérique impose de l'intégrer dans le plan de communication, voire de lui donner une place prépondérante, avec deux effets :

- Les budgets à la baisse consacrés aux documents imprimés, en lien avec la baisse de leur volume, imposent des choix d'optimisation.
- L'évolution des supports, techniques et modes de communication numériques impose d'adapter ses messages et modalités de communication et d'acquérir de nouvelles compétences.

Le-la responsable de communication pourra être amené-e à utiliser des données issues d'un logiciel de gestion de la relation client – CRM ou Customer Relation Management.

En matière de responsabilité sociale et environnementale des entreprises, le choix des encres, le label « vert » de l'imprimeur, le choix du lieu de fabrication des produits dérivés, le choix de l'hébergeur de site web, la consommation d'énergie de la communication numérique, entre autres, peuvent devenir des points de vigilance du-de la responsable de communication.

En matière d'organisation du travail, la nouveauté et le développement de la communication numérique, la place grandissante des réseaux sociaux amènent certaines structures du spectacle vivant à créer un poste à temps plein ou partiel de responsable des nouveaux médias ou de responsable des réseaux sociaux, positionné soit comme responsable de la communication, soit comme chargé-e de communication, et qui cohabite avec le-la responsable de la communication. On peut envisager qu'à terme le-la responsable de la communication ait la responsabilité de décliner la totalité de la stratégie de communication sur les supports imprimés et numériques.

La recherche de partenariats se développe, pour augmenter ou maintenir les capacités de communication des structures de spectacle vivant sans augmentation du budget de communication. Il s'agit de mettre en place des partenariats avec d'autres entreprises culturelles pour prospecter de nouveaux publics et/ou de partenariats avec des médias. On voit apparaître des postes de chargé-e-s de partenariats médias qui sont pilotés par le-la directeur-trice ou le-la responsable de la communication.

Chargé de communication · Chargée de communication

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : aucune
Métier connexe : Attaché-e à la communication

2 / Missions et activités

Missions

Le·la chargé-e de la communication fabrique et assure la diffusion ou mise en ligne d'outils imprimés et numériques de communication de la structure, à partir de directives issues du plan de communication.

L'attaché-e à la communication réalise une partie des activités de communication sous l'autorité d'un-e responsable.

Activités

- Décline des messages sur des supports imprimés et numériques.
- Fabrique des supports de communication imprimés et des produits dérivés et en assure la diffusion.
- Conçoit, fait valider et met en ligne des éléments de communication numérique.
- Coordonne la mise en place et la mise à jour de la signalétique sur les lieux de spectacles, éventuellement sa conception et sa fabrication.

3 / Responsabilités

- Il·elle veille à la réalisation et à la diffusion des supports de communication répondant aux directives de son·sa responsable hiérarchique, dans les délais impartis.
 - Il·elle rend compte de l'utilisation des budgets qui lui sont confiés.
- > L'attaché-e de communication est garant-e des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux artistiques et économiques du spectacle vivant.
- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines.
- Identifier les acteurs culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant - en particulier les réseaux de la·des discipline-s de sa structure - et les politiques publiques de la culture.
- Créer et entretenir des relations et des partenariats avec des acteurs culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- S'approprier la programmation de la structure et ses contenus.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant, notamment en droit à l'image et en droit d'auteur.

Compétences transversales

- Conduire la mise en œuvre de projets.
- Utiliser des outils de suivi d'une activité.
- Tenir un budget de communication.
- Appliquer les procédures administratives de la structure en lien avec la nature des projets menés.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des interlocuteurs concernés par les projets de communication.
- Consulter, suivre et coordonner des prestataires.
- Négocier des tarifs.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Rédiger des textes pour des documents imprimés, publiés sur un site web, publiés sur des réseaux sociaux, en fonction d'une stratégie de communication et d'une cible ; développer, synthétiser, hiérarchiser des informations.
- Contribuer à la rédaction de cahiers des charges et rédiger des briefs.
- Maîtriser les techniques rédactionnelles : syntaxe, grammaire, styles, codes orthotypographiques, correction de textes.
- Appliquer la charte graphique de la structure.
- Traduire en anglais des textes courts.
- Maîtriser les techniques de fabrication de documents imprimés.
- Mettre à jour un site web ; intervenir sur le web et les réseaux sociaux.

- Maîtriser des logiciels de bureautique - un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.
- Utiliser des logiciels de PAO, publication assistée par ordinateur.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la responsable de la communication, à défaut du-de la directeur·trice de la communication, du-de la secrétaire général·e, de l'administrateur·trice ou du-de la directeur·trice.
- Il-elle travaille en relation avec l'ensemble des services de la structure.

6 / Positionnement catégoriel

Chargé-e de communication

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	En cours de référencement / Filière Communication - Relations publiques - Action culturelle / Salarié-e non cadre du groupe 5
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Non référencé
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Référencé mais recouvre un métier différent

Attaché-e de communication

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	En cours de référencement / Filière Communication - Relations Publiques - Action culturelle / Salarié-e non cadre du groupe 6
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Non référencé
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Référencé mais recouvre un métier différent

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de chargé-e de communication, une expérience professionnelle dans le domaine de la communication est utile.

La formation professionnelle initiale et continue contribue à préparer à l'exercice du métier de chargé-e de communication, en particulier des formations certifiantes de niveau II ou III. Le-la chargé-e de communication pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

- Certain·e·s chargé·e·s de communication interviennent seulement dans la communication imprimée ou seulement dans la communication numérique.
- Dans les petites structures, le poste de chargé-e de communication est souvent à temps partiel et peut être cumulé avec un autre poste, par exemple à l'accueil ou à la commercialisation.
- Il-elle peut utiliser un logiciel de gestion de projets.
- Il-elle peut réaliser la modération sur les réseaux sociaux.

9 / Le métier demain

Les métiers de la communication sont nécessaires à la structure pour communiquer sur l'utilisation de son budget, sur son activité, pour informer le public sur son offre de spectacles et d'événements.

Sur le plan technique, le développement de la communication numérique impose de l'intégrer dans le plan de communication, voire de lui donner une place prépondérante. L'évolution des supports, techniques et modes de communication numériques impose au chargé-e de communication d'adapter ses messages et modalités de communication et d'acquérir de nouvelles compétences.

Attaché de presse · Attachée de presse

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : Responsable des relations avec la presse
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités

Missions

L'attaché-e de presse communique sur les projets et l'actualité des activités de la structure de spectacle vivant auprès des médias, organise et entretient les liens avec les journalistes et les blogueurs.

Activités

- Propose à sa hiérarchie une stratégie de communication de la structure vers les médias/ la presse écrite, audiovisuelle et web, dans le cadre de la stratégie de communication.
- Décline la stratégie de communication vers les médias en un plan de communication vers les médias, adapte ce plan dans le cours de son exécution.
- Développe et entretient des relations avec les journalistes et photographes de presse.
- Rédige et communique les informations et actualités de la structure aux journalistes.
- Provoque et organise la rencontre des journalistes et photographes de presse avec les professionnels des spectacles et événements à promouvoir.
- Compile et diffuse les résultats de son activité aux autres services de la structure et aux équipes artistiques.

3 / Responsabilités

- Il-elle veille à développer dans les médias la visibilité de la structure, de ses spectacles et événements, la lisibilité de son projet artistique.
- Il-elle garantit le cadre des rencontres entre journalistes et artistes.
- Il-elle rend compte de l'utilisation des budgets qui lui sont confiés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux artistiques et économiques du spectacle vivant.
- Identifier les acteurs culturels, économiques et institutionnels locaux ou nationaux, des réseaux locaux, nationaux, voire internationaux du spectacle vivant -en particulier les réseaux de la ou des discipline-s de sa structure- et les politiques publiques de la culture.
- Posséder une culture artistique avérée dans une ou plusieurs disciplines et mener une veille sur ces disciplines.
- S'approprier la programmation de la structure et ses contenus.
- Créer et entretenir des relations avec les parties prenantes de la programmation du lieu - producteurs, labels, compagnies artistiques...
- Identifier les acteurs de la presse écrite, audiovisuelle et web et leurs spécificités respectives dans le champ culturel.
- Susciter l'intérêt des journalistes pour les spectacles et artistes programmés par la structure.
- Organiser la logistique des rencontres entre journalistes et artistes.
- Accompagner les artistes dans leurs rencontres avec les journalistes.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant, notamment en propriété intellectuelle.
- Gérer l'iconographie des spectacles et des événements de la structure.

Compétences transversales

- Identifier les différents médias, leur champ d'activité, leur impact.
- Organiser une veille sur divers médias.
- Entretenir des réseaux de journalistes, des relations avec des journalistes.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Etablir et mettre en œuvre une stratégie de contacts.
- Tenir un budget de relations avec la presse.
- Appliquer les procédures administratives de la structure en lien avec la nature des projets menés.
- Maîtriser les techniques rédactionnelles : syntaxe, grammaire, styles, codes orthotypographiques, correction de textes.
- Rédiger des textes au format adapté à la cible à partir d'une documentation : communiqués de presse, textes à publier sur un site web...

- Constituer des dossiers de presse.
- Communiquer en une ou plusieurs langues.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.
- Utiliser des logiciels de PAO, publication assistée par ordinateur.
- Intervenir sur le web.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Selon l'organisation de la structure, il-elle travaille sous l'autorité, du-de la secrétaire général-e, du-de la directeur-trice de la communication et des relations avec le public, voire du-de la directeur-trice ou de l'administrateur-trice.
- Il-elle travaille en relation avec le service de communication et le service des relations avec le public, éventuellement avec le service de billetterie, le responsable du mécénat et des partenariats, le service de production et le service technique.

6 / Positionnement catégoriel

Attaché-e de presse	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Non référencé
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

S

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier d'attaché-e de presse, une expérience professionnelle dans le domaine de la communication est nécessaire, acquise notamment dans les emplois d'attaché-e de presse en dehors du spectacle vivant ou de chargé-e de communication dans le spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier d'attaché-e de presse, en particulier des formations certifiantes de niveau II ou III, en sciences de l'information ou en communication. L'attaché-e de presse pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Le poste d'attaché-e de presse dans une structure du spectacle vivant peut être à temps partiel.

L'attaché-e de presse tend à exercer son activité :

- De façon indépendante. Il-elle peut être prestataire de plusieurs structures de spectacle vivant.
- Dans des agences proposant aux structures du spectacle vivant une offre de services multiple : production, communication et relations avec les médias.

Dans de petites structures, l'attaché-e de presse peut créer lui-même les visuels pour les médias du web ou rédiger les newsletters.

9 / Le métier demain

L'avenir du métier d'attaché-e de presse dans le spectacle vivant dépend de sa capacité à affiner la stratégie de communication de la structure vers les médias au regard de plusieurs facteurs :

- L'évolution de l'audience des médias - diminution du nombre de titres de presse écrite, volatilité des consommateurs de médias.
- L'évolution éditoriale des médias - la place consacrée à la culture et en particulier au spectacle vivant diminue dans certains médias.
- L'évolution du paysage des médias - l'attaché-e de presse doit s'intéresser aux médias du web qui se développent et non plus seulement à la presse écrite et audiovisuelle, il doit s'adapter aux rythmes du web plus rapides que ceux de la presse écrite et audiovisuelle.
- Le budget que la structure consacre aux relations avec les médias.

Responsable des relations avec le public

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines :	Responsable de l'action culturelle / Responsable de la médiation et des relations avec les publics
Métier connexe :	aucun

2 / Missions et activités

Missions

Le-la responsable des relations avec le public définit et mène des actions inscrites dans le projet artistique et culturel de la structure, visant d'une part à créer les conditions et à favoriser les temps d'une rencontre du public avec l'œuvre, l'artiste, la structure, d'autre part à développer la fréquentation et/ou à fidéliser et élargir le public.

Activités

- Propose à sa hiérarchie une stratégie de sensibilisation, de développement, de fidélisation du public et/ou un plan d'éducation artistique et culturelle, inscrit dans le projet artistique et culturel, en relation avec la programmation de la structure.
- Conçoit et coordonne des actions, dans et hors de la structure, découlant de la stratégie, généralement avec des partenaires extérieurs.
- Facilite les relations entre le public et les différents services de la structure.
- Promeut les spectacles, événements et activités programmés par la structure avec les outils développés par le service de communication.
- Participe à la réalisation des outils de communication sur les activités qu'il coordonne, en lien avec le service de communication.
- Participe à l'accueil du public.
- Réalise le bilan quantitatif et qualitatif des activités réalisées à destination de la structure et des financeurs.

3 / Responsabilités

- Est garant-e des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.
- Rend compte de l'utilisation des budgets qui lui sont confiés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Identifier les politiques publiques de la culture et de l'éducation artistique et culturelle.
- Analyser le projet artistique et culturel de la structure.
- Identifier les types de public potentiel de la zone d'influence de sa structure.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs du territoire et des personnes relais du public.
- Créer et entretenir des relations, des réseaux et des partenariats avec des acteurs artistiques, culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- Posséder une culture avérée dans la-les discipline-s de sa structure.
- Identifier les métiers et les techniques utilisées dans la-les discipline-s de sa structure.
- S'appropriier la programmation de la structure et ses contenus.
- Identifier la tarification des spectacles et les modalités d'achat et de réservation de places.
- Elaborer des projets avec des partenaires.
- Identifier et mobiliser les ressources humaines et les moyens techniques et matériels nécessaires à la réalisation d'une activité.
- Rédiger un projet en vue d'une demande de financements, de subventions ou d'aides auprès de partenaires publics ou privés.
- Etablir des conventions avec des partenaires et suivre leur exécution.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant, notamment propriété intellectuelle, sûreté et sécurité.
- Analyser la fréquentation des spectacles et des activités.

Compétences transversales

- Etablir et mettre en œuvre une stratégie de contacts.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Concevoir un plan d'action.
- Construire des actions et des outils pédagogiques et éducatifs.
- Conduire la mise en œuvre de projets impliquant plusieurs acteurs.
- Etablir, suivre, analyser le budget d'un projet.
- Négocier les conditions d'intervention d'intervenants occasionnels.
- Réaliser une présentation orale adaptée à un public ciblé.

- Rédiger des textes pour des documents imprimés ou numériques.
- Elaborer et utiliser des outils de suivi et d'évaluation d'une activité ou d'un projet.
- Créer et entretenir des relations avec d'autres services de la structure.
- Mener une veille sur son secteur.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.
- Utiliser un logiciel de billetterie.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il·elle travaille sous l'autorité du·de la secrétaire général·e ou du directeur·trice de la communication et des relations avec le public ou de l'administrateur·trice, éventuellement du·de la directeur·trice.
- Il·elle peut encadrer des chargé·e·s et attaché·e·s de relations avec le public.
- Il·elle travaille en relation avec l'ensemble des services de la structure.
- Il·elle travaille avec des partenaires externes ou des relais du public qui peuvent être des établissements d'enseignement (scolaire, universitaire, artistique...), des établissements de soins, des prisons, des centres sociaux ou des maisons de quartier, des acteurs de la politique de la ville, des comités d'entreprises, des associations de loisirs, des acteurs du tourisme...

6 / Positionnement catégoriel

Responsable des relations avec le public

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Salarié·e cadre du groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Non référencé / L'attaché·e aux relations publiques de la filière Accueil - Commercialisation – Communication / Recouvre un autre métier, notamment les relations avec la presse.
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable des relations avec le public, une expérience professionnelle confirmée dans le spectacle vivant est indispensable, acquise soit dans un emploi de chargé·e de relations avec le public, soit dans un métier de la communication, de la production, de la billetterie, voire dans un métier artistique ou technique du spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de responsable des relations avec le public, en particulier des formations généralistes de niveau I avec une spécialisation en communication ou en animation et des formations en management culturel de niveau I. Le·la responsable des relations avec le public pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

- Le-la responsable des relations avec le public peut être spécialisé par catégories de publics : scolaires, étudiants, comités d'entreprise, associations de loisirs, publics éloignés, publics « empêchés » tel que personnes en situation de handicap, sous main de justice, hospitalisées...
- Il-elle peut réaliser lui-même des actions d'éducation artistique et culturelle : en plus de coordonner les actions, il réalise des outils de médiation et anime des temps de médiation.
- Il-elle peut réaliser une partie de la programmation artistique de la structure, dans une discipline particulière ou pour un public particulier.
- Il-elle peut gérer la base de données de contacts de la structure.
- Il-elle peut participer à la conception, à la fabrication et à la diffusion des supports de communication imprimés, à la conception et à la mise en ligne d'éléments de communication numérique.

9 / Le métier demain

Le-la responsable de relations avec le public doit prendre en compte les évolutions du comportement du public dans sa programmation de sorties culturelles. Il-elle doit s'adapter aux modes de communication numérique avec le public.

Les outils et pratiques numériques et les nouvelles technologies démultiplient les possibilités d'actions que le-la responsable de relations avec le public peut concevoir et mettre en œuvre.

Le choix d'une structure de passer à la vente en ligne, voire à la vente par des revendeurs invite les services de relations avec le public, de billetterie / commercialisation à repenser globalement la relation avec le public et à adapter les profils des métiers de ces services. La vente au guichet ou par téléphone permet d'y associer du conseil et de la proximité, la vente en ligne vise à toucher de nouveaux publics. La vente en ligne par les revendeurs peut concurrencer la vente en ligne par le lieu de diffusion selon la capacité de référencement de chaque site de vente et selon à qui appartiennent les données relatives aux acheteurs de places, elle peut modifier les possibilités d'actions de fidélisation du public par la structure.

Chargé des relations avec le public · Chargée des relations avec le public

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Chargé-e des relations publiques /
Chargé-e de la médiation et des relations avec les publics /
Chargé-e des projets pédagogiques /
Chargé-e de l'action culturelle

Métiers connexes : Attaché-e aux relations avec le public /
Attaché-e à l'accompagnement aux pratiques artistiques
et culturelles

2 / Missions et activités

Missions

- Le-la chargé-e des relations avec le public mène des actions inscrites dans le projet artistique et culturel de la structure, visant d'une part à créer les conditions et à favoriser les temps d'une rencontre du public avec l'œuvre, l'artiste, la structure, d'autre part à développer la fréquentation et/ou à fidéliser et élargir le public.

> L'attaché-e aux relations avec le public contribue à la réalisation d'actions de relations avec le public.

Activités

- Coordonne des actions, dans et hors de la structure, découlant de la stratégie, généralement avec des partenaires extérieurs.
- Facilite les relations entre le public et les différents services de la structure.
- Promeut les spectacles, événements et activités programmés par la structure avec les outils développés par le service de communication.
- Participe à la réalisation des outils de communication sur les activités qu'il coordonne, en lien avec le service de communication.
- Participe à l'accueil du public.
- Réalise le bilan quantitatif et qualitatif des activités réalisées à destination de la structure et des financeurs.

3 / Responsabilités

- Est garant-e des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.
- Rend compte de l'utilisation des budgets qui lui sont confiés.

> L'attaché-e aux relations avec le public est garant des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les enjeux artistiques, économiques et sociaux du spectacle vivant.
- Identifier les politiques publiques de la culture et de l'éducation artistique et culturelle.
- Comprendre le projet artistique et culturel de la structure.
- Identifier les types de public potentiel de la zone d'influence de sa structure.
- Créer et entretenir des relations avec des acteurs du territoire et des personnes relais du public.
- Créer et entretenir des relations, des réseaux et des partenariats avec des acteurs artistiques, culturels, économiques et institutionnels pertinents.
- Posséder une culture avérée dans la-les disciplines de sa structure.
- Identifier les métiers et les techniques utilisées dans la-les discipline-s de sa structure.
- S'appropriier la programmation de la structure et ses contenus.
- Identifier la tarification des spectacles et les modalités d'achat et de réservation de places.
- Elaborer des projets avec des partenaires.
- Identifier et mobiliser les ressources humaines et les moyens techniques et matériels nécessaires à la réalisation d'une activité.
- Rédiger un projet en vue d'une demande de financements, de subventions ou d'aides auprès de partenaires publics ou privés.
- Etablir des conventions avec des partenaires et suivre leur exécution sous la responsabilité de sa hiérarchie.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant, notamment propriété intellectuelle, sûreté et sécurité.

Compétences transversales

- Etablir et mettre en œuvre une stratégie de contacts.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Construire des actions et des outils pédagogiques et éducatifs.
- Conduire la mise en œuvre de projets impliquant plusieurs acteurs.
- Etablir, suivre, analyser le budget d'un projet.
- Négocier les conditions d'intervention d'intervenants occasionnels.
- Réaliser une présentation orale adaptée à un public ciblé.
- Rédiger des textes pour des documents imprimés ou numériques.
- Elaborer et utiliser des outils de suivi et d'évaluation d'une activité ou d'un projet.
- Créer et entretenir des relations avec d'autres services de la structure.
- Mener une veille sur son secteur.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.
- Utiliser un logiciel de billetterie.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

Le-la chargé-e des relations avec le public travaille sous l'autorité du-de la responsable des relations avec le public ou du-de la secrétaire général-e ou du directeur-trice de la communication et des relations avec le public ou de l'administrateur-trice, éventuellement du-de la directeur-trice.

Il-elle travaille en relation avec l'ensemble des services de la structure.

Il-elle travaille avec des partenaires externes ou des relais du public qui peuvent être des établissements d'enseignement (scolaire, universitaire, artistique...), des établissements de soins, des prisons, des centres sociaux ou des maisons de quartier, des acteurs de la politique de la ville, des comités d'entreprises, des associations de loisirs, des acteurs du tourisme...

L'attaché-e aux relations avec le public travaille sous l'autorité du-de la responsable des relations avec le public ou du-de la secrétaire général-e ou du-de la directeur-trice de la communication et des relations avec le public ou de l'administrateur-trice, éventuellement du-de la directeur-trice.

Il-elle travaille en relation avec l'ensemble des services de la structure.

Il-elle travaille avec des partenaires externes ou des relais du public qui peuvent être des établissements d'enseignement (scolaire, universitaire, artistique...), des établissements de

soins, des prisons, des centres sociaux ou des maisons de quartier, des acteurs de la politique de la ville, des comités d'entreprises, des associations de loisirs, des acteurs du tourisme...

6 / Positionnement catégoriel

Chargé-e des relations avec le public

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Action culturelle / Salarié-e non cadre du groupe 5 / Rattaché-e à chargé-e du secteur des relations avec le public
--	---

Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Non référencé
--	---------------

Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet
--	------------

Attaché-e aux relations avec le public

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Action culturelle / Salarié non cadre du groupe 6 / Rattaché-e à attaché-e aux relations avec le public
--	---

Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Non référencé
--	---------------

Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet
--	------------

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de chargé-e des relations avec le public, une expérience professionnelle confirmée dans le spectacle vivant est indispensable, acquise soit dans un emploi d'attaché-e aux relations avec le public, soit dans un métier de l'accueil, de la communication, de la production, de la billetterie, voire dans un métier artistique ou technique du spectacle vivant.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de chargé-e des relations avec le public, en particulier des formations certifiantes de niveau III ou II dans les domaines de la communication, de l'animation ou de la culture.

Le-la chargé-e des relations avec le public pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

Le métier d'attaché-e aux relations avec le public peut être un métier d'entrée dans le spectacle vivant, sous réserve d'une formation professionnelle initiale ou continue de niveau III, ou un métier de reconversion pour des artistes.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Le-la chargé-e des relations avec le public peut être spécialisé par catégories de publics : scolaires, étudiants, comités d'entreprise, associations de loisirs, public éloigné, public "empêché" tels que personnes en situation de handicap, sous main de justice, hospitalisées...

Il-elle peut réaliser lui-même des actions de médiation culturelle : en plus de coordonner les actions, il réalise des outils de médiation et anime des temps de médiation.

Il-elle peut participer à la réalisation d'une partie de la programmation artistique de la structure, dans une discipline particulière ou pour un public particulier.

Il-elle peut participer à la conception, à la fabrication et à la diffusion des supports de communication imprimés, à la conception et à la mise en ligne d'éléments de communication numérique.

9 / Le métier demain

Les outils numériques et les nouvelles technologies démultiplient les possibilités d'actions que le-la chargé-e de relations avec le public peut mettre en œuvre.

Responsable de la commercialisation

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Commercial / Directeur commercial
Métier connexe : Chargé-e de commercialisation

2 / Missions et activités

Missions

Le-la responsable de commercialisation élabore et met en œuvre un plan commercial, inscrit dans la stratégie commerciale de la structure et visant à développer et optimiser le chiffre d'affaires de vente de la structure via la vente de billets, de produits dérivés et de prestations annexes.

Le-la chargé-e de commercialisation réalise certaines activités du responsable de commercialisation sous l'autorité d'un-e responsable.

Activités

- Propose à sa hiérarchie un plan d'action commerciale et les indicateurs de performance à partir d'un budget défini et de la stratégie commerciale définie par la structure.
- Développe le plan d'action auprès des clients potentiels.
- Négocie, met en œuvre et suit des contrats, incluant prestations, tarifs et allottements, avec des revendeurs et/ou clients.
- Analyse ses résultats régulièrement.

3 / Responsabilités

- Réalise les objectifs commerciaux fixés avec sa hiérarchie, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.
- > Le-la chargé-e de commercialisation est garant des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les métiers et le fonctionnement des entreprises du spectacle vivant.
- Identifier le modèle économique et social de l'entreprise.
- Se tenir informé-e de la programmation de la structure et de ses contenus, des produits dérivés et prestations annexes commercialisables.
- Prendre en compte la politique de contingentement ou d'allottement de sa structure.
- Dresser les profils des spectateurs potentiels d'un spectacle.
- Maîtriser la législation relative à la billetterie de spectacles.
- Maîtriser l'utilisation d'un logiciel de billetterie.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant : droit fiscal, règlements de sûreté et de sécurité, droit commercial.

Compétences transversales

- Elaborer un plan d'action commerciale.
- Etablir, suivre, analyser un budget commercial.
- Elaborer un argumentaire commercial.
- Mettre en œuvre des techniques de négociation commerciale.
- Créer et entretenir des relations de partenariat et/ou commerciales avec des acteurs économiques pertinents.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Analyser la culture et l'organisation du secteur de ses clients, la stratégie des clients et revendeurs, les comportements d'achat des clients visés.
- Mettre en œuvre des systèmes de gestion tarifaire.
- Elaborer et utiliser des outils de suivi et d'évaluation d'une activité ou d'un projet.
- Créer et entretenir des relations avec d'autres services de la structure.
- Mener une veille sur son secteur.
- Communiquer en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice ou de l'administrateur-trice.
- Il-elle travaille en relation étroite avec le-la responsable de billetterie, le-la responsable de la communication, avec le service technique.

> Le-la chargé-e de commercialisation travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice, de l'administrateur-trice ou d'un-e responsable de commercialisation.

6 / Positionnement catégoriel

Responsable de commercialisation

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Sans objet
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Référencé mais recouvre un métier différent / Rattaché-e à chargé-e d'affaires

Chargé-e de commercialisation

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Sans objet
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Référencé mais recouvre un métier différent / Rattaché-e à chargé-e d'affaires

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable de commercialisation, une expérience professionnelle confirmée dans le domaine commercial ou événementiel est nécessaire.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de responsable de commercialisation, en particulier des formations certifiantes de niveau III. Le responsable de commercialisation pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Ce métier existe principalement dans le secteur privé du spectacle vivant.

Les grandes structures peuvent avoir plusieurs responsables de commercialisation spécialisés par type de clientèle, par modalité de vente, par type de prestation ou par secteur géographique.

Dans les petites structures, c'est le responsable de billetterie ou le responsable de communication-marketing qui assure l'activité de commercialisation.

Peut gérer la base de données de contacts de la structure.

9 / Le métier demain

Certains responsables de commercialisation sont appelés à se spécialiser dans la commercialisation numérique, il s'agira notamment de générer du trafic en ligne, de gérer le logiciel de gestion de la relation client - CRM ou Customer Relation Management, d'optimiser le tunnel de vente - du clic "panier" à la conclusion de la vente - ou d'améliorer le lien entre le site web de la structure et le logiciel de billetterie.

Des compétences en marketing deviennent nécessaires dans le métier de responsable de la commercialisation, notamment dans le spectacle vivant privé, incluant l'élaboration de stratégies de marketing, le pilotage des stratégies d'acquisition et de fidélisation du public à travers des leviers online et offline, la mise en place et la gestion de référencement naturels ou payants, le pilotage de réseaux sociaux et des campagnes publicitaires.

Certaines structures s'appuient sur leur service de commercialisation pour maintenir un lien fort avec leur public, d'autres au contraire externalisent leur activité de commercialisation en confiant la vente de billetterie à des revendeurs. Cela invite les services de relations avec le public, de billetterie et de commercialisation à repenser globalement la relation avec le public et à adapter les profils des métiers de ces services. La vente au guichet ou par téléphone permet d'y associer du conseil et de la proximité, la vente en ligne vise à toucher de nouveaux publics. La vente en ligne par les revendeurs peut concurrencer la vente en ligne par le lieu de diffusion selon la capacité de référencement de chaque site de vente et selon à qui appartiennent les données relatives aux acheteurs de places, elle peut modifier les possibilités d'actions de fidélisation du public par la structure.

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : Gestionnaire de billetterie
Métiers connexes : Chargé-e de billetterie / Chargé-e de réservation

2 / Missions et activités

Missions

Le-la responsable de billetterie organise, optimise et coordonne la vente de billets pour des spectacles et des événements, en encadrant une équipe de personnels de billetterie.

Activités

- Recrute les agents de billetterie en lien avec l'administrateur-trice, les forme et les encadre.
- Participe au choix du logiciel et recherche une optimisation de son utilisation.
- Participe à la définition de la stratégie de contingentement de la structure et de la politique tarifaire avec le producteur ou le diffuseur.
- Paramètre le logiciel de billetterie en fonction de la stratégie de contingentement de la structure et de la politique tarifaire établies par le producteur ou le diffuseur.
- Veille à l'information et au conseil du public par son équipe et à la mise à jour des informations relatives à la billetterie.
- Contrôle les caisses quotidiennement et rédige des bilans de caisse.
- Établit et transmet des états comptables.
- Participe à la négociation et met en œuvre des accords avec des revendeurs et partenaires.
- Suit l'évolution des ventes avec le service de communication ou de commercialisation en vue de déclencher des opérations de promotion ou de communication.
- Gère les réclamations des spectateurs en appliquant et en ajustant les règles définies avec la Direction et assure les remboursements.
- Procède à la clôture de la billetterie des spectacles et de la saison.
- Produit des états statistiques et des bilans qualitatifs sur la fréquentation de la structure.

> Le-la chargé-e de billetterie réalise certaines activités du responsable de billetterie, en plus des activités d'agent-e de billetterie.

- Accueille, informe et conseille le public au guichet et par téléphone sur la programmation.
- Vend des places au guichet et par téléphone.
- Traite les achats de billets en ligne ou par correspondance.
- Imprime les billets en échange de contremarques et les billets des invités.
- Gère les listes d'attente de spectateurs.
- Peut organiser le travail d'une équipe.
- Recherche une optimisation de l'utilisation du logiciel de billetterie.
- Paramètre le logiciel de billetterie en fonction de la stratégie de contingentement de la structure et de la politique tarifaire établies par le producteur ou le diffuseur.
- Veille à l'information et au conseil du public par son équipe et à la mise à jour des informations relatives à la billetterie.
- Contrôle les caisses quotidiennement et rédige des bilans de caisse quotidiens.
- Établit et transmet certains états comptables.
- Participe à la négociation et met en œuvre des accords avec des revendeurs et partenaires.
- Suit l'évolution des ventes avec le service de communication ou de commercialisation en vue de déclencher des opérations de promotion ou de communication.
- Propose à la Direction un traitement des réclamations.
- Produit des états statistiques et des bilans qualitatifs sur la fréquentation de la structure.

3 / Responsabilités

- Est responsable des opérations de caisse du service de billetterie, éventuellement en relation avec le Trésor Public.
- Garantit la fiabilité des états de billetterie qu'il-elle produit.
- Est responsable de la bonne gestion des réservations.
- Veille au bon fonctionnement des outils de billetterie.

> Le-la chargé-e de billetterie a la responsabilité de veiller à l'application par les agents de billetterie des consignes données par son responsable hiérarchique, il est responsable de la bonne gestion des réservations, il veille au bon fonctionnement des outils de billetterie.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Se tenir informé-e de la programmation de la structure et de ses contenus.
- Répondre oralement aux questions du public sur les conditions d'accueil du public et sur la programmation de la structure.
- Identifier les métiers et le fonctionnement des entreprises du spectacle vivant.
- Identifier le modèle économique et social de l'entreprise.
- Animer des formations pour les agents de billetterie.
- Maîtriser la législation relative à la billetterie de spectacles.
- Assurer une veille sur l'évolution des outils et consommables de billetterie.
- Maîtriser l'utilisation et le paramétrage d'un logiciel de billetterie.
- Suivre et exploiter le logiciel en relation avec le prestataire du logiciel.

Compétences transversales

- Etablir et mettre à jour des plannings de travail en respectant la législation sur la durée du travail.
- Remplir et transmettre des documents d'administration du personnel.
- Animer et encadrer une équipe de travail, y compris les agents travaillant en horaires décalés.
- Réaliser des opérations de caisse et expliquer les écarts.
- Vérifier l'application des règles d'encaissement et décaissement liées aux différentes modalités de paiement.
- Appliquer les règles comptables liées aux activités de billetterie de son entreprise.
- Créer et entretenir des relations de partenariat et/ou commerciales.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Demander et négocier des devis.
- Gérer des litiges avec un client.
- Créer et utiliser des outils d'analyse de l'activité de son service, maîtriser des techniques statistiques et d'analyse qualitative.
- Maîtriser des logiciels de bureautique : un tableur y compris ses fonctions élaborées, un traitement de texte, une base de données et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité de l'administrateur-trice ou du-de la secrétaire général-e.
- Il-elle encadre les personnels de billetterie.
- Il-elle travaille en relation avec le service technique, le service de la communication et des relations avec le public, le service comptable, le responsable de la commercialisation le cas échéant, le service ou responsable CRM (customer relationship management ou gestion de la relation client) le cas échéant.

> Selon l'organisation de l'entreprise, le-la chargé-e de billetterie travaille sous l'autorité de l'administrateur-trice, du-de la secrétaire général-e ou - quand il existe - du-de la responsable de billetterie.

- Il-elle coordonne l'activité d'agents de billetterie.
- Il-elle travaille en relation avec le service technique, le service de la communication et des relations avec le public, le service comptable, le responsable de la commercialisation le cas échéant, le service ou responsable CRM (customer relationship management ou gestion de la relation client) le cas échéant.

6 / Positionnement catégoriel

Responsable de billetterie	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	En cours de référencement / Filière communication - Relations Publiques - Action culturelle / Salarié-e cadre du groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

Chargé-e de billetterie

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	En cours de référencement / Filière communication - Relations Publiques - Action culturelle / Salarié-e non cadre du groupe 5
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Chargé-e de réservation
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7/ Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable de billetterie, une expérience professionnelle confirmée est utile acquise dans un emploi d'agent-e de billetterie et/ou dans un métier de la gestion et du marketing.

Aucune formation professionnelle initiale ou continue ne prépare à ce jour à l'exercice de la totalité du métier de responsable de billetterie. Cependant le-la responsable de billetterie peut développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Selon la taille de la structure, le-la responsable de billetterie peut aussi assurer le poste d'agent-e de billetterie.

Le-la responsable de billetterie peut aussi :

- Mettre en place des opérations promotionnelles en relation avec l'administrateur-trice ou le-la secrétaire général-e.
- Gérer les stocks et la vente de produits dérivés des spectacles.

- Réserver des moyens de transport collectif pour le public et en négocier les devis.

Le périmètre du métier de responsable de billetterie peut être modifié dans les entreprises où existent des responsables de commercialisation : en particulier, le suivi de l'évolution des ventes en vue de déclencher des opérations de promotion ou de communication sera assuré par un responsable de commercialisation.

> Selon la taille de la structure, le-la chargé-e de billetterie peut être en charge d'un secteur spécialisé de la billetterie, sous la responsabilité de son responsable hiérarchique.

9 / Le métier demain

Ce métier n'est pas menacé, ses compétences sont en évolution.

Le-la responsable de billetterie est associé-e à la collecte de données clients via le logiciel de billetterie lors de la mise en place d'un logiciel de gestion de la relation client – CRM ou customer relationship management – qui vise à personnaliser la communication vers les clients.

Le développement du numérique invite le-la responsable de billetterie à maîtriser de nouveaux outils et solutions.

L'évolution régulière et rapide des logiciels de billetterie, les nouvelles formes de monétisation, les nouvelles modalités d'accueil du public, la nécessité de diversifier les publics de la structure imposent aux responsables de billetterie et aux directions des structures une réflexion permanente sur les investissements à réaliser et sur les stratégies à développer.

Certaines structures s'appuient sur leur service de commercialisation pour maintenir un lien fort avec leur public, d'autres au contraire externalisent leur activité de commercialisation en confiant la vente de billetterie à des revendeurs. Cela invite les services de relations avec le public, de billetterie et de commercialisation à repenser globalement la relation avec le public et à adapter les profils des métiers de ces services. La vente au guichet ou par téléphone permet d'y associer du conseil et de la proximité, la vente en ligne vise à toucher de nouveaux publics. La vente en ligne par les revendeurs peut concurrencer la vente en ligne par le lieu de diffusion selon la capacité de référencement de chaque site de vente et selon à qui appartiennent les données relatives aux acheteurs de places, elle peut modifier les possibilités d'actions de fidélisation du public par la structure.

Agent de billetterie · Agente de billetterie

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Caissier·ère / Hôte·sse d'accueil / Caissier·ère /
Caissier·ère de location / Agent·e de billetterie et d'accueil

Métiers connexes : aucun

2 / Missions et activités

Missions

L'agent·e de billetterie vend des places pour des spectacles et des événements.

Activités

- Accueille, informe et conseille le public au guichet et par téléphone sur la programmation.
- Vend des places au guichet et par téléphone.
- Traite les achats de billets en ligne ou par correspondance.
- Imprime les billets en échange de contremarques et les billets des invités.
- Gère les listes d'attente de spectateurs.
- Renseigner les fichiers des publics.

3 / Responsabilités

- Il·elle applique les consignes qui lui sont données.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier le fonctionnement des entreprises du spectacle vivant.
- Se tenir informé·e de la programmation de la structure et de ses contenus.
- Répondre oralement aux questions du public sur les conditions d'accueil du public et sur la programmation de la structure.

- Maîtriser l'utilisation d'un logiciel de billetterie.
- Mettre en œuvre la politique tarifaire et les conditions de réservation selon les publics : individuel, groupe, abonnement...

Compétences transversales

- Réaliser des opérations de caisse et expliquer les écarts.
- Appliquer les règles d'encaissement et de décaissement liées aux différentes modalités de paiement.
- Maîtriser des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il·elle travaille sous l'autorité du·de la responsable de billetterie.

6 / Positionnement catégoriel

Agent·e de billetterie	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Action culturelle / Salarié·e employé du groupe 8 / Rattaché·e à l'emploi de caissier·ère / hôte·sse d'accueil
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière générale / Salarié·e employé·e Rattaché·e à caissier·ère, caissier·ère de location, agent·e de billetterie et d'accueil.
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Aucune expérience professionnelle n'est indispensable.

La formation professionnelle initiale et continue contribue à préparer à l'exercice du métier d'agent-e de billetterie, principalement de niveau IV.

Une formation courte délivrée par le-la responsable de la billetterie permet aux d'agent-e-s de billetterie d'être rapidement opérationnel-le-s.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Dans des entreprises de taille importante, les agent-e-s de billetterie peuvent être spécialisés par public : abonnés, groupes, vente en ligne...

L'hôte-sse d'accueil peut aussi vendre des billets avant les spectacles. Sa qualification est alors celle de caissier-hôte d'accueil (dans la convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles, filière Communication - Relations publiques - Action culturelle, le caissier-hôte d'accueil est salarié-e non-cadre du groupe 8) ou d'agent de billetterie et d'accueil (dans la convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant, filière Accueil - Commercialisation - Communication, l'agent de billetterie et d'accueil est employé).

9 / Le métier demain

Avec les outils de billetterie dématérialisée, l'agent-e de billetterie passe moins de temps à accueillir les clients au guichet et par téléphone et plus de temps à traiter les achats en ligne et à répondre aux courriels. Cette évolution modifiera à terme les compétences liées aux règlements dématérialisés attendues de l'agent-e de billetterie, voire modifiera le nombre d'agent-e-s de billetterie.

Responsable de l'accueil

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : Responsable contrôle et accueil
Métiers connexes : Chef-fe de salle / Chef-fe contrôleur-se

2 / Missions et activités

Missions

- Le-la responsable de l'accueil assure, optimise et coordonne l'accueil du public lors des spectacles et événements du lieu, en encadrant une équipe de personnels d'accueil et en étroite collaboration avec les différents services.

Activités

- Planifie les besoins en personnels d'accueil, les recrute, s'assure de leur formation, élabore et modifie leurs plannings, transmet les informations nécessaires à l'établissement et au suivi de leurs contrats de travail.
- Organise le travail des personnels d'accueil, leur fournit le matériel nécessaire, les informations et consignes spécifiques au spectacle, depuis l'arrivée du public jusqu'à son départ.
- Tient informés le cadre de service et le responsable technique ainsi que les personnels de sécurité de tout événement intérieur ou extérieur et prend les décisions appropriées en lien avec le cadre de service.
- Gère les flux du public à l'entrée, pendant l'entracte, à la sortie.
- Organise l'accueil des publics spécifiques.
- Veille à l'information, au renseignement et au conseil du public.
- Après le spectacle, transmet les informations utiles à chaque service sur le déroulement du spectacle et préconise, le cas échéant, des actions à mener.

> Le-la chef-fe de salle ou le-la chef-fe contrôleur-se réalise, sous l'autorité du responsable de l'accueil, les activités ci-dessus sauf "planifie les besoins en personnels d'accueil, les recrute, s'assure de leur formation, élabore et modifie leurs plannings, transmet les informations nécessaires à l'établissement et au suivi de leurs contrats de travail".

3 / Responsabilités

- Il-elle installe le public du spectacle en temps et en heure.
- Il-elle prend les décisions appropriées en cas d'incident ou d'imprévu, en lien avec le cadre de service.

> Le-la chef-fe de salle ou le-la chef-fe contrôleur-se installe le public du spectacle en temps et en heure.

4 / Principales compétences requises

Compétences spécifiques

- Appliquer et faire appliquer les réglementations liées au spectacle vivant : droit social, règlements de sécurité.
- Evaluer et alerter sur les besoins en moyens d'accueil.
- Réaliser la planification d'une équipe de travail variable.
- Diagnostiquer et proposer des solutions adaptées de circulation du public.
- Mettre en œuvre les règles de protocole lors de spectacles en présence d'autorités ou d'élus.
- Repérer les publics, invités et professionnels d'un spectacle, les parties prenantes d'un spectacle.
- Utiliser le vocabulaire technique de base des équipements du spectacle vivant.
- Se tenir informé-e de la programmation de la structure et de ses contenus.
- Répondre oralement aux questions du public sur les conditions d'accueil du public et sur la programmation de la structure.

Compétences transversales

- Planifier des besoins de recrutement, organiser et mener des recrutements.
- Établir et mettre à jour des plannings de travail en respectant la législation sur la durée du travail.
- Remplir et transmettre des documents d'administration du personnel.
- Animer et encadrer une équipe de travail.
- Animer des formations aux métiers de l'accueil.
- S'assurer de la mise en œuvre des règles d'admission dans le lieu dans le respect de consignes d'hygiène, de sécurité et de sûreté.

- Maîtriser les réflexes et gestes de prévention et de premiers secours, les règles d'évacuation en cas d'incident, éventuellement en détenant le certificat de Sauveteur Secouriste du Travail, voire le certificat de SSIAP, Service de Sécurité Incendie et d'Assistance à Personnes.
- Désamorcer des situations conflictuelles, gérer des conflits.
- Réorganiser le travail de son équipe et les consignes en fonction des aléas.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des services de l'entreprise.
- Transmettre des informations orales, voire écrites.
- Communiquer en une ou plusieurs langues.
- Maîtriser des logiciels de bureautique, a minima un tableur, un traitement de texte, éventuellement une base de données et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice, de l'administrateur-trice ou du-de la secrétaire général-e.
- Il encadre les personnels d'accueil.
- Il travaille en relation avec tous les services, éventuellement avec des prestataires.
- > Le-la-chef-fe de salle ou le-la chef-fe contrôleur-se travaille sous l'autorité du-de la responsable de l'accueil.

6 / Positionnement catégoriel

Responsable de l'accueil

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	En cours de référencement / Filière communication - Relations Publiques - Action culturelle / Salarié-e cadre du groupe 4
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Agent de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

Chef-fe de salle ou chef-fe contrôleur-se

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Non référencé
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e employé-e qualifié-e groupe 1
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable de l'accueil, une expérience professionnelle confirmée dans le domaine de l'encadrement d'équipe est nécessaire. Une culture générale du spectacle vivant est un atout. Le-la responsable de l'accueil a souvent occupé préalablement un poste de personnel d'accueil.

Il n'existe pas de formation professionnelle initiale spécifique à ce métier. Le-la responsable de l'accueil pourra développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Les métiers de l'accueil s'exercent dans les lieux de diffusion de spectacles, qu'ils soient pérennes tels que des salles de spectacles ou temporaires tels que des festivals.

Les activités du responsable de l'accueil peuvent être étendues à :

- Organiser la mise en place de salles/espaces pour des événements.
- Animer des visites du lieu de spectacle.
- Encadrer des personnels d'accueil en journée.
- Accueillir les équipes artistiques.
- Organiser le transport des spectateurs.

- Utiliser les fonctions d'un logiciel de billetterie pour vérifier les achats et réservations, tracer les remboursements de billets.

En cas d'externalisation de la fonction d'accueil, le rôle du responsable d'accueil est d'assurer l'interface avec le responsable de l'accueil de la société prestataire.

9 / Le métier demain

La fonction de responsable d'accueil est nécessaire à la diffusion des spectacles et donc stable. On observe une tendance - encore marginale - à l'externalisation de la fonction d'accueil. Dans ce cas-là un-e salarié-e du lieu - par exemple le-la responsable de l'accueil ou le-la responsable de la billetterie - assure l'interface entre le lieu et le-la responsable de l'accueil de l'entreprise prestataire.

Le-la responsable de l'accueil doit s'adapter aux nouveaux outils de contrôle des billets dématérialisés et aux écrans de contrôle, adapter l'organisation de l'accueil aux évolutions des réglementations des établissements recevant du public et des protocoles de sécurité des publics et de sûreté.

Attaché à l'accueil · Attachée à l'accueil

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellation voisine : Chargé-e de l'accueil
Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités du métier

Missions

- L'attaché-e à l'accueil assure l'accueil, l'orientation et l'information des visiteurs et des utilisateurs du lieu, en période d'ouverture du lieu.

Activités

- Accueille, oriente et informe le public en face-à-face, par téléphone, par courriel...
- Accueille les utilisateurs du lieu et facilite leur accès aux lieux et aux équipements.
- Conseille le public sur les activités du lieu.
- Actualise les informations disponibles dans l'espace d'accueil.

3 / Responsabilités

- Il-elle répond à toute demande extérieure ou la transmet au-à la collègue concerné-e.
- Il-elle est le premier contact du public.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Repérer les publics, les utilisateurs du lieu, les invités et professionnels d'un spectacle, les parties prenantes d'un spectacle.
- Repérer les membres des équipes aptes à répondre aux diverses demandes du public.
- Se tenir informé-e de la programmation de la structure et de ses contenus.
- Répondre oralement et par écrit aux questions du public sur les conditions d'accueil du public et sur la programmation de la structure.

Compétences transversales

- Accueillir toute personne.
- Prendre des mesures appropriées aux situations conflictuelles.
- Mettre en œuvre les règles d'admission dans le lieu dans le respect des consignes d'hygiène, de sécurité et de sûreté.
- Utiliser toutes les fonctionnalités d'un standard téléphonique.
- Analyser une demande formulée en direct ou dans une messagerie et y apporter une réponse adaptée.
- Transmettre des informations oralement et par écrit dans un langage correct et approprié.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble des équipes du lieu.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice adjoint-e, de l'administrateur-trice, du-de la secrétaire général-e, du-de la responsable de l'accueil, voire du-de la directeur-trice de la communication et des relations avec le public.
- Il-elle travaille en relation avec tous les services de l'entreprise.

6 / Positionnement catégoriel

Attaché-e à l'accueil	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Action culturelle / Salarié-e employé-e du groupe 6
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e employé-e qualifié-e du groupe 2
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Sans objet

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Une expérience professionnelle de l'accueil d'usagers dans d'autres secteurs que le spectacle vivant peut être utile.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier d'attaché-e à l'accueil, principalement de niveau IV, généralistes ou sectorielles, par exemple dans le domaine du tourisme ou de l'événementiel. L'attaché-e à l'accueil pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Les métiers de l'accueil s'exercent dans les lieux de diffusion de spectacles, qu'ils soient pérennes tels que des salles de spectacles ou temporaires tels que des festivals. Il peut être amené à communiquer en une ou plusieurs langues.

Lorsque le poste d'attaché-e à l'accueil est à temps partiel il peut être complété par d'autres activités de billetterie, de production, d'administration..., afin de fidéliser le-la salarié-e.

9 / Le métier demain

Les postes d'attaché-e à l'accueil se développent.

L'attaché-e à l'accueil doit adapter son activité aux évolutions des réglementations des établissements recevant du public et des protocoles de sécurité des publics et de sûreté.

Hôte d'accueil · Hôtesse d'accueil

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Ouvreur·se / Contrôleur·se / Postier·ère /
Hôte·sse de salle / Agent·e de vestiaire et d'accueil /
Agent·e de placement et d'accueil

Métier connexe : aucun

2 / Missions et activités du métier

Missions

Assurer l'accueil, le contrôle et le placement des spectateurs lors des spectacles et événements du lieu.

Activités

Depuis l'arrivée du public jusqu'à son départ, il-elle :

- Oriente le public selon les consignes du·de la responsable de l'accueil ou du·de la chef·fe de salle.
- Facilite les flux d'entrée et de sortie.
- Accueille les publics spécifiques.
- Surveille le respect des consignes données au public, observe la survenue d'éventuels incidents et y réagit en fonction des consignes du·de la responsable d'accueil ou du·de la chef·fe de salle.
- Tient le vestiaire le cas échéant.

Avant et à l'issue du spectacle, il-elle :

- Assure un contrôle visuel des lieux et signale toute anomalie au·à la responsable de l'accueil et/ou au·à la chef·fe de salle ou au·à la chef·fe contrôleur·se.

Avant le spectacle, il-elle :

- Contrôle les billets, éventuellement avec un outil de contrôle de billets dématérialisés.
- Place le public en salle et, le cas échéant, distribue la feuille de salle et/ou vend le programme.
- Applique les consignes d'accueil des spectateurs en retard.

- Informe, renseigne et conseille le public à partir des informations transmises par le·la responsable de l'accueil et/ou au·à la chef·fe de salle ou au·à la chef·fe contrôleur·se ou l'adresse à ce dernier.

À l'issue du spectacle, il-elle :

- S'assure du départ effectif de tout le public.

3 / Responsabilités

- Il-elle applique les consignes qui lui sont données.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Appliquer les consignes de gestion des flux du public.
- Appliquer les consignes de protocole lors de spectacles en présence d'autorités ou d'élus.
- Repérer les publics, invités et professionnels d'un spectacle, les parties prenantes d'un spectacle.
- Utiliser un outil de contrôle de billets dématérialisés.
- Répondre oralement aux questions du public sur les conditions d'accueil du public et sur la programmation du lieu à partir des informations communiquées par le·la responsable d'accueil.

Compétences transversales

- Répondre oralement à une question.
- Transmettre des informations orales, alerter en cas de litige ou d'incident.
- Mettre en œuvre les réflexes et gestes de prévention et de premiers secours, les consignes d'évacuation en cas d'incident.
- Prendre des mesures appropriées aux situations conflictuelles.
- Créer et entretenir des relations avec l'ensemble de l'équipe d'hôte·sse·s d'accueil et, le cas échéant, des agents de sécurité.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il travaille sous l'autorité du/de la responsable de l'accueil et en relation avec les autres hôte-sse-s d'accueil.

6 / Positionnement catégoriel

Hôte-sse d'accueil	
Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Filière Communication - Relations publiques - Action culturelle / Salarié-e du groupe 9
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e employé-e
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Référencé mais recouvre un métier différent

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Aucune expérience professionnelle n'est indispensable pour exercer ce métier. Une formation courte délivrée par le/la responsable de l'accueil permet aux hôte-sse-s d'accueil d'être rapidement opérationnel-le-s.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier d'hôte-sse d'accueil, soit généraliste de niveau IV enrichie d'une culture du spectacle vivant, soit dans le domaine du tourisme ou de l'événementiel.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

- Les métiers de l'accueil s'exercent dans les lieux de diffusion de spectacles, qu'ils soient pérennes tels que des salles de spectacles ou temporaires tels que des festivals.
- Selon les lieux de diffusion, les activités de l'hôte-sse d'accueil sont réparties entre les différents métiers relatifs à l'accueil, au contrôle et au placement.
- L'hôte-sse d'accueil peut remettre des réservations.
- L'hôte-sse d'accueil peut aussi aménager des espaces pour des événements, passer le micro lors de débats.
- L'hôte-sse d'accueil peut aussi vendre des billets avant les spectacles. Sa qualification est alors celle de caissier-hôte d'accueil (dans la convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles, filière Communication - Relations publiques - Action culturelle, le caissier-hôte d'accueil est salarié-e non-cadre du groupe 8) ou d'agent-e de billetterie et d'accueil (dans la convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant, filière Accueil - Commercialisation - Communication, l'agent-e de billetterie et d'accueil est employé).

9 / Le métier demain

La fonction d'accueil est nécessaire à la diffusion des spectacles et le nombre de postes d'hôte-sse-s d'accueil est stable. Cependant l'activité de placement diminue au profit de l'accueil et du contrôle.

La sous-traitance de la fonction d'accueil à des entreprises spécialisées est une pratique encore marginale. L'hôte-sse d'accueil est alors salarié-e de l'entreprise spécialisée et non du lieu de diffusion.

L'hôte-sse d'accueil doit utiliser des outils de contrôle des billets dématérialisés et des écrans de contrôle, adapter son comportement aux évolutions des réglementations des établissements recevant du public et des protocoles de sécurité des publics et de sûreté.

cpnef:sv



Afdas.

CPNEF:SV
COMMISSION PARITAIRE NATIONALE EMPLOI FORMATION SPECTACLE VIVANT
48 RUE SAINT-HONORÉ 75001 PARIS
TÉL. : 01 40 26 12 58 / INFO@CPNEFSV.ORG / WWW.CPNEFSV.ORG