

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.