

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.