

# 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.