

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'approprier 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.