



L'Expo BAVARDE : Chargé·e de communication



Juliette, Chargée de Communication au Théâtre Paul Eluard de Choisy-le-Roi

Le·la chargé·e de communication dans le spectacle est responsable de la mise en œuvre de **la politique générale de communication** d'un événement, d'un festival, d'une structure de diffusion ou de production, d'un établissement culturel, d'une entreprise, d'une administration ou d'une collectivité.

Il·elle analyse le projet artistique pour en traduire le message, **définit le plan de communication** en collaboration avec un·e graphiste, choisit les **supports de communication** (affiches, tracts, plaquettes, etc.) et coordonne les actions de promotion.

Il·elle assure le **suivi des relations** avec les fournisseurs et organise la **gestion**

de la diffusion. Il·elle peut aussi se charger de la mise en œuvre d'une ligne éditoriale, de **l'animation d'un site internet** ainsi que des **réseaux sociaux**. Il·elle est en charge de la **communication externe** (auprès du grand public), **interne** (entre les différents services) et parfois **institutionnelle** (auprès des financeurs, des élus...).

Les statuts

Il existe deux statuts pour le métier de chargé·e de communication dans le spectacle.

Le premier est celui de **salarié** que l'on va retrouver dans des lieux (salles de concert, de théâtre, etc) privés, subventionnés et dans une partie des lieux publics. Il arrive dans les lieux publics que le salarié soit **titulaire de la fonction publique** (fonctionnaire) notamment dans les salles municipales ou les théâtres municipaux.

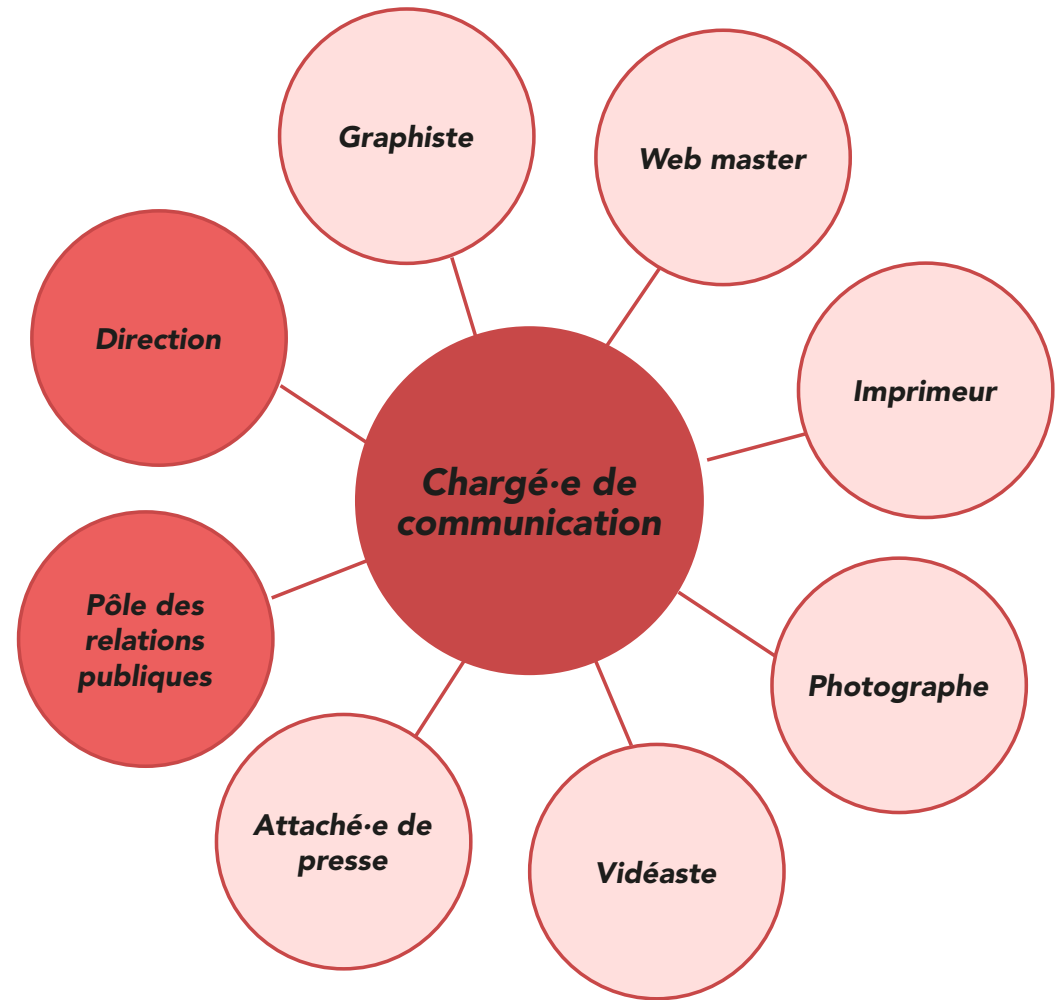
Le second, qui est plus rare, est celui de **free-lance**. Le·la chargé·e de communication travaille alors à son compte. Il·elle travaille à la mission et facture son intervention. Cela peut arriver, par exemple, pour faire la promotion d'un festival ou pour promouvoir une action particulière mise en place par une entreprise culturelle.



Les conditions de travail

Les horaires d'un·e chargé·e de communication dans le spectacle vont être assez fixes puisqu'il s'agit d'un travail **dit « de bureau »**. Il·elle sera là en général de 10h à 18h. En fonction de la taille des structures, le·la chargé·e de communication peut être amené·e à devoir être présent·e lorsqu'il y a des représentations, c'est-à-dire **le soir et le week-end**. Ces heures supplémentaires seront alors rattrapées à un autre moment. Par exemple s'il·elle doit rester un soir jusqu'à 22h, il est possible qu'il·elle ne commence sa journée du lendemain qu'à partir de 14h.

Le métier de chargé·e de communication est composé de **tâches très variées** et s'organise autour d'un **cahier des charges** avec des deadlines à respecter. Il faut aussi être capable de **tenir un budget** qui est souvent fixé en début de saison (au mois de septembre) par la direction. De plus, le·la chargé·e de communication est en contact permanent avec différents professionnels et **travaille donc en équipe** de façon régulière. Ci-après, un organigramme listant les différent·e·s professionnel·le·s avec lequel·le·s les chargé·e·s de communication travaillent le plus souvent **en interne** et **en externe**.



Les salaires

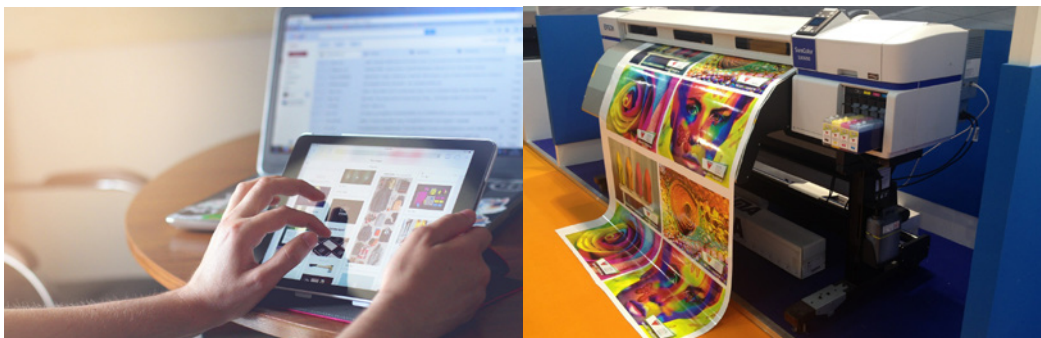
Pour les salarié·e·s comme pour les fonctionnaires, le salaire moyen pour le poste de chargé·e de communication est d'environ **1 900€ net par mois**. Pour les free-lance, les salaires sont plus variables et sont à **négoier en fonction de la mission** (durée, nombre de tâches à effectuer, etc.).

Les différentes missions :

Il existe **deux grandes missions principales** dans le métier de chargé-e de communication dans le spectacle : **le print et le web**.

Le print consiste à la création de tous les **outils de communication faits sur papier**. Dans le spectacle, l'outil de communication majeur est la **plaquette de saison**. Elle va regrouper toutes les informations concernant la programmation du lieu (les spectacles, les dates, les tarifs...). Cette plaquette est faite en **collaboration avec un·une graphiste**. Dans un premier temps, le·la chargé-e de communication va **s'occuper de tout le contenu** : rédaction des textes de présentation des spectacles, photos, logos...

Dans un deuxième temps, le graphiste va s'occuper de mettre en page la plaquette en respectant la charte graphique du lieu (guide des polices, couleurs, visuels... à utiliser sur les supports). La plaquette de saison est l'élément principal de communication mais n'est pas le seul. Le·la chargé-e de communication doit aussi s'occuper des **feuilles de présentation** de chaque spectacle qui sont remis aux spectateurs à l'entrée d'un spectacle, des **affiches de ces spectacles**, des **tracts**, etc.



De l'autre côté, il y a **le web** qui rassemble **toute la communication faite en ligne** : les réseaux sociaux, le site internet, les mails, etc. **Les outils de communication du print vont aussi être utilisés sur le web**, la plaquette de saison va, par exemple, être mise en ligne sur le site internet du lieu. Il en ira de même pour les affiches. Ces outils peuvent également servir dans les mails envoyés aux partenaires, aux publics, etc. Ainsi que sur les réseaux sociaux sur lesquels il va aussi falloir **entretenir une communauté** et donc employer les techniques de communication mises au point spécialement pour ce canal. C'est aussi dans le web que l'on va pouvoir **se servir de la vidéo pour mettre en avant le lieu**, un spectacle, une compagnie, un groupe, etc.

S'ajoute à ces deux grandes missions principales, d'autres **missions adjacentes**. Le·la chargé-e de communication est en **contact permanent avec des professionnels** : avec **le pôle des relations avec les publics** pour faire la communication sur une de leurs actions, avec **la direction** pour établir un plan de communication, avec **les différents professionnels partenaires** tels que les imprimeurs, les graphistes, les photographes, les vidéastes, etc. Afin de réaliser des outils de communication, le·la chargé-e de communication doit également **être en contact directement avec les artistes** afin de récupérer du contenu sur les spectacles et les compagnies ou groupes.

Les capacités et compétences

Le métier de chargé-e de communication dans le spectacle requiert des **capacités et des compétences très variées**.

Il est nécessaire d'avoir certaines compétences techniques telles que la maîtrise des **logiciels de P.A.O.** (Publication Assistée par Ordinateur) comme InDesign, Photoshop, Illustrator, etc. Il faut aussi maîtriser des **techniques de communication** telles que la chaîne graphique et savoir se servir des réseaux sociaux. Ce genre d'outils et de techniques évoluant continuellement, il est important de savoir **s'adapter aux outils technologiques** et aux tendances graphiques du moment. De plus, le·la chargé-e de communication est en **contact avec de nombreux·euses professionnel·le·s** (graphistes, photographes, vidéastes, etc.), il est donc préférable d'avoir au moins quelques connaissances dans ces domaines afin de pouvoir communiquer aisément avec ces professionnel·le·s pour obtenir le résultat souhaité. Il·elle doit également savoir **actionner un réseau de professionnel·le·s** culturel·le·s et institutionnel·le·s.

Pour les capacités, il est recommandé d'avoir une **aisance autant orale qu'écrite**. En effet, le·la chargé-e de communication doit être apte à discuter avec ses différent·e·s interlocuteur·tice·s (publics, artistes, équipe administrative, équipe technique, etc.). Ce travail demande également une **grande autonomie et une grande rigueur**. Une fois le plan de communication établi et validé par la direction, il faut être capable de **gérer son temps de manière autonome** et de prendre des décisions concernant les outils de communication ou le budget par exemple. Il est également préférable d'être **curieux vis-à-vis du monde du spectacle** et d'avoir un bon esprit de synthèse.

Les formations et leurs financements

Il existe plusieurs types de formation pour se former dans les métiers de la communication. Les plus répandues sont **les BTS et les licences**. Il existe également aujourd'hui beaucoup **d'écoles privées** proposant de se former à ce type de métiers.

Certaines de ces formations sont dispensées par des établissements publics et la question du financement ne se pose alors pas. Pour les autres, **il est possible d'obtenir des financements** par le CIF (Congé Individuel de Formation) ; par le CPF (Compte Personnel de Formation) ; par Pôle Emploi pour les demandeurs d'emploi ; par les services sociaux des mairies, les conseils généraux et la DDTE (Direction Départementale du Travail et de l'Emploi) pour les bénéficiaires du RSA. Chaque école ayant ses modalités propres concernant les financements, il est plus simple de se **renseigner directement auprès de celles-ci**.

Ci-après un **listing non-exhaustif** des établissements proposant des formations dans les métiers de la communication.

Licence publique « Information et Communication » en 3 ans :

Université Paris II Panthéon – Assas

01 44 41 59 22

Université de la Sorbonne Nouvelle (Paris)

01 45 87 48 75 ; cecile.demiranda@sorbonne-nouvelle.fr

Université Vincennes Saint-Denis (Saint-Denis)

01 49 40 71 68 ; licence.infocom@univ-paris8.fr

Université Paris Nord (Villetaneuse)

01 49 40 38 75 ; licenceinfocom@univ-paris13.fr

Niveau d'entrée : Bac

Tarif : 400€ maximum par an

Licences professionnelles en 1 an en alternance :

IUT de Paris Descartes

01 76 53 47 00

Formation : « Chef de projet communication »

IUT de Montreuil

01 48 70 37 12 ; cim@iut.univ-paris8.fr

Formation : « Chef de projet communication »

Université Paris Diderot

01 57 27 56 80 ; pminacor@eila.univ-paris-diderot.fr

Formation : « Chargé de communication parcours rédacteur technique »

Université Paris-Est Créteil

01 64 13 44 90 ; scolarite.iutsf@u-pec.fr

Formation : « Chargé de communication parcours rédacteur technique »

Niveau d'entrée : Bac +2 ou BTS

Tarif : 400€ maximum par an



BTS Communication en 2 ans sans attenance :

Lycée Sophie-Germain (Paris)

01 44 54 81 54

Tarif : Non renseigné

Lycée Carcado Saisseval (Paris)

01 45 48 43 46

Tarif : Non renseigné

ISCOM (Paris)

01 55 07 07 77

Tarif : 7 200€ par an

Progress Com (Paris)

01 49 23 73 41 ; contact@progresscom.fr

Tarif : Non renseigné

Cours Diderot (Paris)

04 67 02 06 06 ; contact@coursdiderot.com

Tarif : Non renseigné

Cours Socrate (Paris)

01 42 08 84 83 ; contact@cours-socrate.paris

Tarif : Non renseigné

Lycée privé Jean-Lurçat – Site Gobelins (Paris)

01 44 08 70 20

Tarif : Non renseigné

Groupe Médicis (Paris)

01 45 35 28 28

Tarif : 4 500€ par an

Sup de Pub (Paris)

01 56 07 00 05

Tarif : Non renseigné

ICOGES (Paris)

01 45 58 17 33 ; info@icoges.fr

Tarif : 4 900€ par an

Ecole Nationale de Commerce (Paris)

01 44 85 85 00

Tarif : Non renseigné

ETS Ecole européenne (Paris)

01 44 29 23 60 ; contact@ecole-europeenne.com

Tarif : Non renseigné

CFA ACE (Paris)

01 49 21 43 50 ; m.legenty@ace-expert.com

Tarif : Gratuit

Lycée privé des Petits Champs (Paris)

01 53 27 77 90 ; apprenti@petitschamps.fr

Tarif : Non renseigné

CESACOM (Paris)

01 83 64 75 22 ; info@cesacom.fr

Tarif : 5 400€ par an

L'EPH (Paris)

01 42 61 58 51 ; contact@leph.fr

Tarif : 5 050€ pour la première année ; 5 250€ pour la deuxième

Lycée privé Gregor Mendel (Vincennes)

01 49 57 97 00

Tarif : Non renseigné

Lycée Champlain (Chennevières-sur-Marne)

01 56 86 19 10 ; ce.0941470M@ac-creteil.fr

Tarif : Non renseigné

Niveau d'entrée : Bac

BTS Communication sur 2 ans en alternance :

IMC (Paris)

01 53 32 53 00 ; admissions@imc.randstad.fr

Tarif : Non renseigné

CFA IGS (Paris)

01 80 97 47 01 ; ssoulie@groupe-igs.fr

Tarif : Non renseigné

IICP (Paris)

01 53 82 57 13

Tarif : 6 000€ par an

CERFAL - Campus Montsouris (Paris)

contact@campusmontsouris.fr

Tarif : Non renseigné

ITICS (Paris)

01 43 73 20 40

Tarif : 4 420€ par an ; gratuit en alternance

Lycée privé Passy Saint-Honoré (Paris)

01 53 70 12 70

Tarif : Entre 1 650€ et 2 500€ pour la première année, pas de frais pour la deuxième année qui est en alternance

Niveau d'entrée : Bac



Merci à tous nos partenaires qui nous ont permis de recueillir ces informations



Ainsi qu'à nos partenaires financiers



PRÉFET
DU VAL-DE-MARNE



ARC
INNOVATION
GRAND PARIS





L'Expo BAVARDE : l'envers du décor

est un projet de **remobilisation professionnelle** par la création d'un Escape Game documentaire. Porté par l'association Cultures du Cœur en Val de Marne, le projet intègre dans toutes ses étapes des **personnes en situation d'insertion professionnelle** issues majoritairement des quartiers politique de la ville. L'objectif est de faire découvrir les **métiers du spectacle**, d'aborder la **culture**, l'**accès à l'emploi** et le **traitement des déchets**. Le tout au travers d'un outil de sensibilisation **mobile, ludique, accessible à tous** et composé de **matériaux recyclés**. Il se décline en 4 étapes : sessions-découverte, conception, production et essaiage.

*Merci aussi aux participant.e.s du stage de découverte sur
le métier de chargé.e de communication :*

Ana, Hocine, Kristeva, Rayene, Samantha, Shana & Tiago.



Cultures du Cœur 94

<http://expo-bavarde.wixsite.com/home>

01 43 65 82 89

cdc94@culturesducoeur.org



CULTURES
DU CŒUR
VAL-DE-MARNE