

Fiche 7

7.-Communication et développement des institutions

7.1-Chargé de production manifestations (exposition, spectacle, projets de médiation événementielle)

Définition synthétique

Gérer sur les plans budgétaires, juridique, opérationnel, une (des) exposition(s), un (ou des) spectacles, un cycle de conférence ou une programmation

Activités principales

- Assure la gestion des manifestations
- Assure la mise en place des documents d'information liés aux manifestations ainsi que l'accueil des différents intervenants,
- Etablit et transmet de plans de travail, de rétro-planning et feuilles de route, établis en lien avec les chargés de mission du département
- Coordonne la logistique nécessaire à la réalisation du projet, en lien avec le responsable technique de l'auditorium
- Suit et met en œuvre des projets tout en respectant l'enveloppe budgétaire attribuée aux projets par la direction du département
- Prépare les cahiers des charges et des étapes liées à la passation de marchés publics
- Rédige, suit et le cas échéant négocie des éléments juridiques en lien avec les chargés de mission du département : contrats (ayant-droit, auteur, concepteur, réalisateur, artiste, technicien etc...) conventions de coproduction, de commandes et accords de production.

Fiche 7

7.-Communication et développement des institutions

7.2-Directeur de communication

Définition synthétique

Élabore la stratégie globale de communication d'une direction générale ou d'un établissement public du Ministère, tant en interne qu'en externe, supervise la mise en œuvre, la coordination et l'évaluation.

Activités principales

- Aider à la décision et exercer un rôle d'expert auprès des responsables et les services en matière de communication
- Élaborer le plan de communication
- Mettre en place une politique d'évaluation des actions de communication
- Superviser les actions de communication mises en œuvre
- Participer à la communication de crise et être porte-parole, le cas échéant

7.-Communication et développement des institutions

7.3-Chef de projet multimédia

Définition synthétique

Conçoit ou développe un projet multimédia sur différents supports, en accompagne le déploiement et en assure le suivi.

Activités principales

- Recenser et analyser les besoins des utilisateurs, les moyens et les ressources nécessaires en fonction des caractéristiques du projet
- Rédiger le cahier des charges, lancer les consultations, analyser les offres
- Concevoir le projet multimédia et définir son architecture fonctionnelle, phaser le projet (arborescence et contenu)
- Recetter et évaluer les produits multimédias
- Suivre les relations avec les prestataires, contrôler le budget et maîtriser les délais
- Assurer la veille des technologies de l'information et de la communication
- Assurer la veille des réseaux sociaux et d'information (Facebook, Twitter, blogs...)
- Mettre à jour et gérer les outils multimédias, constituer la documentation de référence

Fiche 7

7.-Communication et développement des institutions

7.4-Responsable de communication

Définition synthétique

Elabore la stratégie de communication fixée par l'équipe de direction de son entité.

Activités principales

- Élaborer le plan de communication de son entité
- Superviser les actions de communication mises en œuvre et évaluer les impacts des actions menées
- Concevoir les outils et les supports d'information et de communication
- Assurer une veille permanente quant aux méthodes, aux techniques et aux outils de communication
- Évaluer et gérer un budget communication

Fiche 7

7.-Communication et développement des institutions

7.5-Responsable des campagnes de communication médias

Définition synthétique

Assure la coordination et le pilotage des campagnes de communication médias pour le compte des directions générales et des établissements publics du Ministère.

Activités principales

- Piloter les campagnes d'information et de communication décidées par les cabinets et les directions
- Superviser le médiaplanning et valider les plans média
- Piloter les interventions des agences de communication
- Participer à la programmation des campagnes, à la rédaction des cahiers des charges et au suivi des procédures de marchés publics
- Suivre les achats et le budget des opérations

7.-Communication et développement des institutions

7.6-Responsable d'une politique de promotion du mécénat et des partenariats

Définition synthétique

Chargé de concevoir la politique de promotion et du développement du mécénat et des partenariats publics et privés de l'établissement et de superviser sa mise en oeuvre.

Activités principales

- Concevoir et mettre en œuvre des propositions de mécénat/partenariats et rédiger des projets
- Élaborer la stratégie de communication de l'établissement en vue de développer les activités à caractère scientifique, patrimonial et culturel
- Développer un réseau de mécènes
- Effectuer de la veille sur les entreprises ou fondations cibles, identifier de nouveaux prospects

Fiche 7

7.-Communication et développement des institutions

7.7-Chargé d'une politique de promotion du mécénat et des partenariats

Définition synthétique

Met en œuvre et garantit la cohérence de la politique de promotion du mécénat et des partenariats définis par le responsable. Il aide à la recherche de mécènes et de partenaires pour l'établissement.

Activités principales

- Effectuer les démarches directes ou indirectes relatives à la prospection et au développement du mécénat
- Préparer les propositions de mécénat, négocier les contreparties et rédiger les conventions de partenariats en lien avec le service juridique et les directions de l'établissement concernées
- S'occuper du suivi de l'engagement ou du réengagement des mécènes et parrains, alimenter la base de données de contacts

Fiche 7

7.-Communication et développement des institutions

7.8-Chargé de la presse

Définition synthétique

Gère les relations des directions générales et des établissements publics du Ministère avec la presse et les médias.

Activités principales

- Relations presse :
- Mettre en place et animer les réseaux
- Gérer les contacts et les relations presse
- Concevoir et rédiger des supports presse (communiqués et dossiers de presse)
- Élaborer des fichiers presse
- Conseiller et assister les publics internes
- Suivi, traitement et diffusion de l'information :
- Assurer la veille et la diffusion de la presse écrite, audiovisuelle et en ligne

7.-Communication et développement des institutions

7.9-Chargé de l'audiovisuel - Iconographe

Définition synthétique

Assure la gestion et la réalisation de projets audiovisuels et/ou photographiques. Iconographe

Activités principales

- Piloter des projets de communication image
- Réaliser des reportages photographiques et de prises de vue en studio ; réaliser des tournages et de post-productions de films à la demande
- Concevoir et mettre en œuvre des projets
- Assurer la gestion organisationnelle des reportages et la livraison des produits au commanditaire
Le cas échéant, réaliser des recherches iconographiques (pour tout support)

Iconographe

- *Identification des documents, vérification de la qualité des supports photographiques
- *Respect du droit de la propriété intellectuelle et artistique (recherche des auteurs et ayants droit, négociations des montants de droits)
- *Négociations avec les ressources extérieures d'images (agences et institutions)
- *Accompagnement des services dans l'utilisation de l'image (ex : respect des exigences contractuelles dans les mises en pages illustrées)
- *Recueil des devis et contrats pour engagements financiers
- *Suivi des tableaux de suivi iconographique et budgétaire, et des bases d'images
- *Interface avec les graphistes et le service de fabrication

7.-Communication et développement des institutions

7.10-Maquettiste PAO

Définition synthétique

Conçoit et réalise des supports de communication tels que des plaquettes, des brochures, des cédéroms, des sites Internet...

Il conçoit la maquette d'un ouvrage et assure sa mise en page. Il assemble l'image et l'information afin de réaliser un support attrayant et clair.

Activités principales

- Comprendre les besoins des commanditaires
- Apporter des propositions adaptées et créatives
- Retoucher des photos et les intégrer à l'ouvrage ou au support de communication
- Organiser la mise en page
- Concevoir des éléments visuels de communication (graphismes, logos, enseignes, signalétiques...)
- Le cas échéant, coordonner une équipe et piloter un projet
- Veiller au respect du planning

7.-Communication et développement des institutions

7.11-Chef de projet : études publics et usages

Définition synthétique

*Conduire ou superviser des études qualitatives et quantitatives sur les publics en collaboration avec des prestataires d'études, des chercheurs académiques et tout autre partenaire
Garantir le développement des publics de l'offre culturelle ainsi que la fidélisation des publics déjà acquis selon les axes stratégiques définis par l'établissement. Il a la responsabilité du développement des ventes des programmes culturels et du développement des publics cibles sur les offres nouvelles et les espaces nouveaux.*

Activités principales

- conduire ou faire conduire toute étude d'évaluation ou de prospective, toute enquête ponctuelle ou récurrente, qui soit utile à la connaissance des publics, sur place ou en ligne (composition, évolution, attentes et besoins)
- constituer et gérer une base exploitable de données d'enquêtes sur les publics en veillant à la qualité et à la pertinence des données collectées sur les publics
- assurer une veille active sur les résultats d'études, nationales et internationales, sur les publics des bibliothèques et des lieux culturels ainsi qu'une veille prospective sur les méthodologies d'enquête
- veiller à ce que les résultats des études conduites soient le plus largement possible diffusés, compris et utilisés par les équipes.
- Développer des actions permettant la mise en avant des offres et de la programmation au sein des différents réseaux de relais et prescripteurs
- Prospecter de nouveaux champs de développement et proposer des partenariats de promotion, des opérations d'échange de visibilité, des offres tarifaires