

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition musicale



Édition phonographique

6 familles, 35 métiers

Le Syndicat national de l'édition, par le biais de sa commission paritaire nationale de l'emploi et en partenariat avec l'AFDAS, a mis à jour la cartographie des métiers de l'édition pour disposer d'une représentation actualisée de ses métiers, identifier les formations prioritaires et des trajectoires professionnelles potentielles.

La cartographie des métiers de l'édition décrit les principales filières de l'édition (8 au total), ainsi que les principaux métiers de chaque filière (35 au total) en précisant dans des fiches métiers leurs contextes d'exercice, les missions et activités réalisées, les compétences requises et les parcours possibles pour exercer ces métiers.



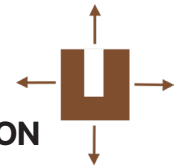
ÉDITION ET ARTISTIQUE

Éditeur(rice) de livres
 Chargé(e) d'édition musicale
 graphique
 Producteur(rice)
 phonographique
 Directeur(rice) artistique
 Correcteur(rice)
 Lecteur(ice) / correcteur(rice)
 Iconographe
 Graveur(se) / copiste
 Graphiste
 Artiste interprète
 Ingénieur(e) du son
 Chargé(e) de production



COMMUNICATION, MARKETING ET PROMOTION

Chef(fe) de projet édition
 phonographique
 Chef(fe) de produit
 Chargé(e) de promotion
 Développeur(se)
 d'audience
 Community manager



DISTRIBUTION

Employé(e) logistique
 Technicien(ne) de
 maintenance
 Chargé(e) de projet
 supply chain digitale
 Administrateur(ice) des
 ventes
 Chargé(e) du matériel
 d'orchestre



COMMERCIAL

Commercial(e)
 Chargé(e) de e-commerce
 Représentant(e)
 Chargé(e) de cession de
 droits / synchro



FABRICATION

Fabricant(e)



FONCTIONS SUPPORT

Comptable droits d'auteur
 Gestionnaire de droits et de
 redevance
 Gestionnaire de copyright
 Chargé(e) de tracking /
 vérificateur
 Contrôleur(euse) de gestion
 Chargé(e) des SI
 Juriste PLA / Business affairs
 Data analyst



FÉVRIER 2026

Cartographie des métiers des éditions

Synthèse des travaux de cartographie
des métiers des Éditions

Cartographie des métiers des éditions



UNE CARTOGRAPHIE COMMUNE AUX TROIS SECTEURS

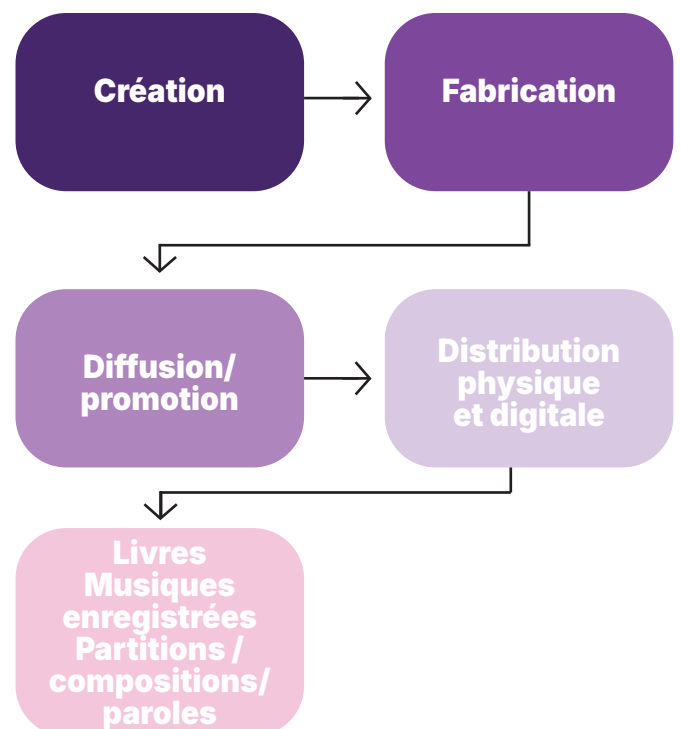
La cartographie répond à un double enjeu de rapprochement et d'établissement d'un référentiel commun de métiers et de compétences.

Édition de livres : L'édition de livres recouvre un large spectre allant du repérage, de la sélection du manuscrit et de l'accompagnement des auteurs jusqu'à la publication et la diffusion des œuvres auprès des lecteurs. Les expertises et compétences mobilisées permettent de constituer des catalogues cohérents, de garantir la qualité des ouvrages et d'organiser leur distribution en librairies, en bibliothèques et sur les canaux numériques. Le travail éditorial repose sur une relation de confiance avec les auteurs et un équilibre constant entre diversité culturelle et viabilité économique.

Édition phonographique : L'édition phonographique (producteurs de musique enregistrée détenant un label ou une maison de disques) assure la conception, la production et la distribution des enregistrements musicaux. Elle coordonne l'ensemble de la chaîne, depuis la direction artistique jusqu'à la mise à disposition des œuvres sur les plateformes de diffusion et sur support physique dans les réseaux de distribution. Elle mobilise des expertises multiples dans un environnement fortement concurrentiel et international.

Édition de musique : L'édition musicale a pour mission de protéger, administrer et valoriser les œuvres des auteurs et compositeurs. Elle s'appuie sur la gestion des droits, la production de partitions, la structuration des catalogues et la recherche d'opportunités d'exploitation des œuvres (interprétation publique, reproduction, synchronisation, adaptation). Elle requiert une expertise juridique et stratégique, au service du développement des carrières et du rayonnement des créations en France comme à l'international.

Les trois éditions interviennent sur une chaîne de valeur commune...



...pour un produit propre à chacun des trois secteurs.

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition de musique



Édition phonographique

UNE CARTOGRAPHIE COMMUNE AUX TROIS SECTEURS

Des secteurs traversés par des facteurs d'évolution similaires

Les trois secteurs réunis comptabilisent environ 21 750 salariés permanents* dont une part importante relevant du secteur du livre.



Édition de livres

16 900 salariés permanents



Édition phonographique

4 400 salariés permanents

et 15 400 contrats d'intermittence (artistes, techniciens en CDDU)**



Édition de musique

450 salariés permanents

et 400 contrats d'intermittence (artistes, techniciens en CDDU)**

Les secteurs connaissent des transformations qui modifient leurs activités, métiers et compétences :

Numérisation des pratiques et généralisation du streaming

Diversification des produits et des formats éditoriaux (livres numériques, audio, etc.), modification des modèles économiques, nouveaux modes de découvrabilité des contenus, outils d'IA/IAG...

Obligation d'accessibilité des livres numériques, réglementation européenne sur l'Intelligence Artificielle...

Évolution constante du contexte législatif et réglementaire

Nouveaux modes de production

Usage stratégique de la donnée, intégration croissante des enjeux environnementaux...

*source : Base tous Salariés, Insee, 2022 (derniers chiffres publiés)

** source: chiffres Audiens 2024

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition de musique



Édition phonographique

LA FICHE MÉTIER

La cartographie des éditions couvre l'ensemble des activités emblématiques des éditions à travers **35 fiches métiers** et **6 familles**.

ÉDITION ET ARTISTIQUE

Regroupe les métiers chargés de la **sélection des œuvres**, de la réalisation des supports (livres, partitions), de la production des enregistrements, de la relation avec les auteurs et **artistes-interprètes**, de la construction des catalogues et de la cohérence artistique et éditoriale des projets.

COMMERCIAL

Couvre les métiers dédiés à la **vente des œuvres** et des enregistrements, à la **relation avec les clients** (libraires, disquaires, plateformes) et au développement notamment des licences d'exploitation (synchronisation).

COMMUNICATION, MARKETING ET PROMOTION

Concerne les métiers qui élaborent et mettent en œuvre les stratégies de **valorisation des œuvres**, des auteurs et des artistes auprès des publics.

FONCTIONS SUPPORT

Rassemble les métiers qui assurent le **bon fonctionnement de la structure** (administration, finance, juridique, ressources humaines, systèmes d'information) et sécurisent l'activité notamment à travers le calcul et le versement des droits d'auteurs et des rémunérations par les Organismes de Gestion Collective.

DISTRIBUTION

Regroupe les métiers chargés de la **distribution des œuvres** et des **enregistrements** vers les **canaux de vente** et de **diffusion**, de la gestion des flux, des commandes et de la disponibilité des produits.

FABRICATION

Rassemble les métiers qui organisent la **production matérielle ou technique** des œuvres et des enregistrements (livres, supports musicaux, contenus numériques) et en garantissent la qualité, les coûts et les délais.

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition de musique



Édition phonographique

LA CARTOGRAPHIE DANS SON ENSEMBLE

ÉDITION ET ARTISTIQUE	Édition(s) concernée(s)
Editeur(ice)	EL
Chargé(e) d'édition musicale	EM
Producteur (ice) phonographique, directeur(ice) de label	EP
Directeur(ice) artistique	EM, EP
Correcteur(ice)	EL
Lecteur(ice)-correcteur(ice)	EL
Iconographe	EL
Graveur(se) / copiste	EM
Graphiste	EL
Artiste interprète	EP
Ingénieur(e) du son	EP
Chargé(e) de production	EP
COMMERCIAL	
Commercial(e)	EL, EP, EM
Chargé(e) de e-commerce	EP, EM
Représentant(e)	EL
Chargé(e) de cession de droits	EL, EP, EM
COMMUNICATION, MARKETING ET PROMOTION	
Chef(fe) de projet édition phonographique	EP
Chef(fe) de produit	EL
Chargé(e) de promotion	EL, EP, EM
Développeur(se) d'audience	EP
Community manager	EL, EP, EM
FONCTIONS SUPPORT	
Comptable droits d'auteur	EL
Gestionnaire de droits et de redevance	EM, EP
Gestionnaire de copyright	EM
Chargé(e) de tracking / vérificateur	EM
Contrôleur(se) de gestion	EL, EP, EM
Chargé(e) des SI	EL, EP, EM
Juriste PLA / Business affairs	EL, EP, EM
Data analyst	EL, EP
DISTRIBUTION	
Technicien(ne) de maintenance	EL
Employé(e) logistique	EL, EM
Chargé(e) de projet Supply chain digital	EP
Administrateur(ice) des ventes	EL, EP, EM
Chargé(e) du matériel d'orchestre	EM
FABRICATION	
Fabricant(e)	EL, EP, EM

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition de musique



Édition phonographique

FAMILLE : ÉDITION ET ARTISTIQUE

●	Éditeur(ice) de livres	
●	Chargé(e) d'édition musicale graphique	
●	Producteur(ice) phonographique	
●	Directeur(ice) artistique	
●	Correcteur(ice)	
●	Lecteur(ice)-correcteur(ice)	
●	Iconographe	
●	Graveur(se) / copiste	
●	Graphiste	
●	Artiste interprète	
●	Ingénieur(e) du son	
●	Chargé(e) de production	

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres












Édition de musique



Édition phonographique

FAMILLE : COMMERCIAL

●	Commercial(e)	  
●	Chargé(e) de e-commerce	 
●	Représentant(e)	
●	Chargé(e) de cession de droits/ Synchro	  

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition de musique



Édition phonographique

FAMILLE : COMMUNICATION, MARKETING ET PROMOTION

●	Chef(fe) de projet édition phonographique	
●	Chef(fe) de produit	
●	Chargé(e) de promotion	
●	Développeur(se) d'audience	
●	Community manager	

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



















Édition de musique



Édition phonographique

FAMILLE : FONCTIONS SUPPORT

●	Comptable droits d'auteur			
●	Gestionnaire de droits et de redevance			
●	Gestionnaire de copyright			
●	Chargé(e) de tracking / vérificateur			
●	Contrôleur(se) de gestion			
●	Chargé(e) des SI			
●	Juriste PLA / Business affairs			
●	Data analyst			

Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres

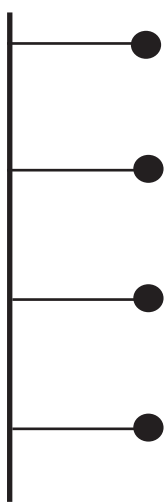


Édition de musique



Édition phonographique

FAMILLE : DISTRIBUTION



Chef(fe) de projet édition phonographique



Chef(fe) de produit



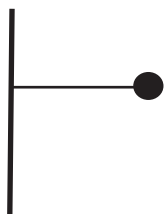
Chargé(e) de promotion



Développeur(se) d'audience



FAMILLE : FABRICATION



Fabricant(e)



Cartographie des métiers des éditions



Édition de livres



Édition de musique



Édition phonographique

CONTEXTE DES TRAVAUX ET RESSOURCES

Contexte des travaux

Initiés début 2025, les travaux de cartographie interviennent dans un contexte de fusion des branches de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition musicale.

Ces travaux ont été conduits par le cabinet Sauléa, avec l'appui de l'Afdas en tant qu'opérateur de compétences de la branche.

Observatoire des métiers

L'Observatoire Prospectif des Métiers et des Qualifications (OPMQ) de la branche des Éditions a pour mission d'analyser l'évolution des métiers et des emplois dans les entreprises de la branche.

Les travaux de cartographie ont ainsi été réalisés en 2025 par le cabinet Sauléa à l'initiative de la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation, CPNEF des Éditions, réunissant les organisations syndicales de salariés et d'employeurs, avec l'appui technique de l'opérateur de compétences Afdas.

Ressources

Consultez la cartographie et les autres publications sur la page Observatoire des éditions sur le site des Observatoires Afdas :

<https://observatoires.afdas.com/observatoires/les-editions>

Consulter la Cartographie sur le site du Syndicat national de l'Édition, SNE : <https://www.sne.fr/>



Éditeur(ice) de livres

Appellations voisines : Responsable d'édition, Chef de projet éditorial, Responsable éditorial



CONTEXTE DE TRAVAIL

L'éditeur travaille au sein de maisons d'édition et supervise les différentes étapes de la chaîne d'édition. Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale, en s'adaptant aux aléas.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

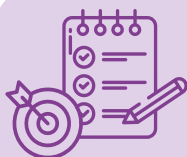
Le métier peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : assistant d'édition, éditeur, responsable d'édition / responsable littéraire, directeur littéraire et directeur éditorial.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- assurer une veille active sur les tendances littéraires et les communautés en ligne afin d'adapter les choix éditoriaux ;
- assurer la réalisation éditoriale d'un livre dans différents formats ;
- encadrer une équipe éditoriale ou intervenir de manière polyvalente (gestion de contrats, correction, préparation de copie, etc.) ;
- participer à des comités de lecture ;
- participer à la réalisation du programme ;
- garantir la qualité des traductions ;
- entretenir et accompagner à long terme la gestion du fonds éditorial et / ou des œuvres confiées.



MISSIONS

L'éditeur participe à la réalisation du programme éditorial de son périmètre. Plus particulièrement, il :

- recherche et propose des auteurs et les illustrateurs ;
- participe à la négociation des contrats ;
- supervise la réalisation des ouvrages dans le respect des budgets et du planning - en s'assurant de leur qualité et leur accessibilité ;
- réalise la finalisation des textes, en relation étroite avec l'auteur ;
- participe aux prises de décision concernant la réalisation physique ou numérique des ouvrages et le choix des illustrations ;
- rédige les quatrièmes de couverture et les argumentaires de vente des ouvrages.



Éditeur(ice) de livres

Appellations voisines : Responsable d'édition, Chef de projet éditorial, Responsable éditorial



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Contribuer à l'élaboration du programme éditorial
- Apporter des projets d'ouvrages à mettre en œuvre (recherche d'auteurs et d'ouvrages)
- Émettre des propositions d'améliorations en respectant le style rédactionnel de l'auteur
- Superviser et coordonner la préparation de copies, la correction des épreuves et la fabrication des ouvrages
- Valider la maquette - en lien avec l'auteur
- Participer à la promotion et la commercialisation des ouvrages
- Gérer et respecter un budget
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus
- Assurer une veille artistique
- Connaître et prendre compte les enjeux environnementaux dans ses pratiques éditoriales
- Arbitrer les choix éditoriaux et de fabrication en intégrant les impacts environnementaux

Connaissances :

- Orthographe, règles de ponctuation, grammaire, syntaxe et code typographique
- Techniques de narration
- Culture générale, littéraire et artistique
- Logiciels de Publication Assistée par Ordinateur (PAO)
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle
- Chaîne de production éditoriale
- Les publics, leurs attentes et comportements de lecture
- Marché de l'édition du livre : chaîne de valeur, acteurs, tendances, typologies de lectorat
- Maîtrise de l'anglais ou d'une autre langue étrangère

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Communiquer avec l'ensemble des acteurs de la chaîne éditoriale



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier d'éditeur de livres est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +5 dans les secteurs de l'édition, des métiers du livre, des sciences humaines, de l'information, de la littérature, de l'art, ...

Expérience :

Le métier d'éditeur de livres est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 à 2 ans dans le secteur ou dans des fonctions similaires (presse, etc.). Une expérience de 2 à 5 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable d'édition, directeur littéraire et directeur éditorial.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de cession de droits, Chargé de partenariats, Lecteur-Correcteur**
- Par la formation : **Rédacteur en chef, Journaliste, Éditeur de presse, Secrétaire de rédaction**
- Par la reconversion : **Directeur artistique, Formateur en édition / écriture / métiers du livre, Coach littéraire, Fabricant, Iconographe, Chargé de promotion**



Chargé(e) d'édition musicale graphique

Appellations voisines : Chef de projet édition musicale, Éditeur de musique imprimée, Éditeur de partitions contemporaines



CONTEXTE DE TRAVAIL

Il exerce principalement au sein de maisons d'édition musicale – des structures pouvant aller de très petites à des filiales de grands groupes. Il travaille en lien étroit avec les directeurs éditoriaux (pédagogie) ou artistique, auteurs/compositeurs, les sous-traitants.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

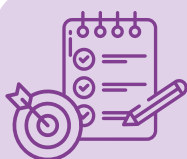
Le métier peut s'exercer à plusieurs niveaux de responsabilité : assistant d'édition musicale, éditeur musical, responsable d'édition musicale, directeur éditorial musical.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille de la structure et son champ (musique imprimée sur partition, édition de partition à visée pédagogique, etc.). Il peut :

- réaliser lui-même de la copie musicale ou de la mise en page ;
- assurer la direction artistique d'enregistrements, réaliser des captations vidéos à visées pédagogique et/ou promotionnelle.



MISSIONS

Il assure la publication des partitions instrumentales et ouvrages pédagogiques (nouveautés et retirages) dans les délais et budgets impartis.

- il achève la préparation des manuscrits transmis par le directeur éditorial ;
- il choisit les sous-traitants (graveur, illustrateur, graphiste) ;
- il conçoit ou fait réaliser des chartes graphiques puis les fait valider par le directeur éditorial et l'auteur ;
- il gère les corrections jusqu'à l'épreuve finale à partir de ses remarques, de celles des auteurs et directeurs de collection ;
- il veille au respect de la charte de copie musicale de l'entreprise et à la jouabilité des partitions (tourne) ;
- il fournit l'ensemble des éléments (fichiers et informations techniques) au service fabrication ;
- il prépare les fichiers multimédia pour leur publication en ligne ;
- il contribue à la promotion des ouvrages (rédaction de la 4^e de couverture, préparation d'extraits, de la couverture au format web).



Chargé(e) d'édition musicale graphique

Appellations voisines : Chef de projet édition musicale, Éditeur de musique imprimée, Éditeur de partitions contemporaines



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Contribuer à l'élaboration du programme éditorial
- Identifier les auteurs et/ou compositeurs à signer
- Gérer et respecter un budget
- Assurer une veille artistique
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Culture générale et artistique
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle

Compétences relationnelles :

- Négocier avec les artistes, partenaires et prestataires
- Diplomatie et sens du relationnel
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 (BTS, BUT) à Bac +5 (master) ou équivalent, dans les secteurs de la musique (licence de musicologie, cycle 3 conservatoire) et/ou de l'édition de livres (licence ou master).

Expérience :

Le métier est accessible à des personnes ayant une première expérience de 3 à 5 ans dans l'édition musicale, l'édition de livre. Une expérience de 5 à 10 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable d'édition ou de directeur d'édition musicale.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Responsable éditorial**
- Par la formation : **Directeur éditorial**
- Par la reconversion : **Directeur artistique**



Producteur(ice) phonographique, directeur(ice) de label

Appellations voisines : Producteur de musique, Responsable ou Directeur de label



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le producteur phonographique exerce au sein d'une maison de disques ou d'un label, ou une société de production.

Il travaille en étroite collaboration avec :

- les artistes et leurs représentants (managers, attachés de presse indépendants, éditeurs, tourneurs) ;
- les services marketing, communication, distribution, digital et marques.

Le métier implique des horaires variables et une forte disponibilité.



MISSIONS

Le producteur phonographique impulse et conduit des projets musicaux de la signature du contrat avec l'artiste jusqu'à la distribution du projet. Il accompagne les artistes sur les plans artistiques, financier, marketing, commercial, juridique et stratégique. En particulier, il manage son équipe et supervise :

- la signature des contrats d'artistes et la négociation des contrats d'enregistrement ;
- le lancement et le développement des projets, du studio à la distribution ;
- la gestion des budgets ;
- la sortie des projets musicaux (promotion, marketing, distribution) de manière stratégique pour assurer l'impact commercial de la production ;
- la construction d'un réseau solide composé de tous les professionnels du monde de la musique pour garantir la promotion et la distribution des projets, et pour faire connaître ses artistes.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier ne comprend pas de déclinaison hiérarchique ; dans une grande maison, le directeur de label a pu commencer au marketing, à la promotion ou au service artistique. Le producteur peut développer sa propre société de production / son propre label ou se spécialiser dans un secteur particulier après quelques années.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- être amené à s'impliquer dans toutes les étapes du projet, de la création à la diffusion, en passant par la distribution, la promotion et le marketing ;
- créer un label ou se spécialiser dans un secteur musical (jazz, hip-hop, musiques du monde, etc.).



Producteur(ice) phonographique, directeur(ice) de label

Appellations voisines : Producteur de musique, Responsable ou Directeur de label



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Identifier les auteurs et/ou compositeurs à signer
- Valider ou organiser l'ensemble du processus de production musicale
- Valider ou superviser les enregistrements, le mixage et la finalisation des enregistrements
- Gérer et respecter un budget
- Suivre les tendances artistiques
- Faire se rencontrer l'artiste et le public
- Faire preuve de créativité
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Outils de marketing et de promotion (médias, réseaux sociaux...)
- Outils de production musicale (informatique, technique - MAO)
- Culture générale et artistique
- Maîtrise de l'anglais
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle
- Fondamentaux en comptabilité et fiscalité

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Manager une équipe
- Négocier avec les artistes, partenaires et prestataires
- Diplomatie et sens du relationnel
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité
- Communiquer avec l'ensemble des acteurs de la chaîne de production



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de producteur phonographique est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 à Bac + 5 ou équivalent, en administration, gestion de production, droit, en gestion et administration des entreprises culturelles, management des industries musicales et du spectacle vivant ou encore certains programmes spécifiques dans des écoles spécialisées en production musicale. Il est possible d'accéder à ce métier sans diplôme spécialisé, mais avec une longue expérience de terrain.

Expérience :

Le métier de producteur phonographique est accessible à des personnes ayant une solide expérience professionnelle dans les secteurs de la musique enregistrée, du spectacle. Une longue expérience (> 10 ans) au sein d'une maison de disques ou d'une société de production peut être requise pour accéder au poste de directeur ou directrice de label.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Directeur artistique, éditeur musical**



Directeur(ice) artistique

Appellations voisines : Responsable de la direction artistique



CONTEXTE DE TRAVAIL

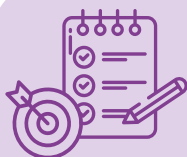
Le directeur artistique travaille le plus souvent au sein d'un label, d'une maison de disques ou d'un éditeur musical. Il s'agit d'un métier qui allie des qualités créatives, artistiques et relationnelles avec une vision commerciale.

La charge de travail peut périodiquement varier en fonction des plannings de production et des talents identifiés.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant directeur artistique, Talent scout (dénicheur de talents), Coordinateur directeur artistique ou encore Responsable de la direction artistique (d'un label, par exemple)



MISSIONS

Le directeur artistique est responsable de l'identité musicale et visuelle, et de la direction créative d'un artiste signé ou d'un projet. Il veille à la cohérence artistique du projet, de sa signature à sa production en lien avec le marketing et la promotion. Plus particulièrement, il :

- détecte et accompagne des artistes ;
- guide l'artiste en accompagnant la création de l'identité et la cohérence du projet ;
- coordonne et supervise le processus créatif avec les intervenants internes et externes (auteurs-compositeurs, réalisateur, musiciens, studios, copistes, etc.) ;
- propose et choisit les collaborations artistiques (artistes, arrangeurs, mixeurs, etc.) ;
- gère la production dans le respect du budget et des délais ;
- réalise une veille des tendances artistiques ;
- identifie de nouvelles inspirations et de nouveaux outils créatifs.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Les fonctions de direction artistique et de marketing tendent à se rapprocher. Dans l'édition de livres, le directeur artistique recouvre une autre réalité qui ne correspond pas aux missions et compétences décrites au sein de cette fiche mais plutôt à celles de la fiche métier « graphiste ».



Directeur(ice) artistique

Appellations voisines : Responsable de la direction artistique



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Avoir une grande culture et des connaissances musicales
- Identifier les auteurs et/ou compositeurs à signer
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre (gestion du planning, etc.)
- Guider l'artiste dans sa création musicale (choix du répertoire, etc.)
- Faire preuve de créativité
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Outils de production musicale (informatique, technique - MAO)
- Outils de marketing et de communication (médias, réseaux sociaux...)
- Maîtrise de l'anglais
- Techniques de négociation

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Fédérer des équipes autour d'un projet commun
- Être à l'écoute des souhaits et objectifs des artistes
- Communiquer avec l'ensemble des acteurs de la chaîne de production



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de directeur artistique est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 à Bac +5 ou équivalent dans les secteurs de la musique, de l'art et des industries créatives. Des écoles spécialisées en musique et industries culturelles proposent des masters spécialisés. Il est possible d'accéder à ce métier sans diplôme spécialisé, mais avec une longue expérience de terrain (passif de musicien, travail en label ou en studio, réalisateur artistique, mixeur, etc.)

Expérience :

L'expérience requise est variable en fonction du niveau hiérarchique :

- aucune expérience requise pour accéder aux fonctions d'assistant artistique, de directeur artistique junior ou de Talent scout (dénicheur de talents) ;
- entre 1 à 2 ans d'expérience en tant qu'assistant artistique ou dans un métier similaire pour Coordinateur artistique ;
- entre 5 à 10 ans d'expérience minimum en fonction du périmètre du métier pour Directeur artistique ou responsable de la direction artistique.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Responsable de cellule, programmateur radio, chef de projet**
- Par la formation : **Directeur de label**



Correcteur(ice)



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le correcteur exerce à domicile dans le cadre d'un contrat de travail en tant que « travailleur à domicile » au sens de l'annexe 4 de l'accord du 19 décembre 2018 (CCN de l'édition). Il peut être multi-employeurs.

En interne, ce dernier travaille sous la responsabilité du responsable service correction, et avec le service éditorial et fabrication. À l'externe, il peut être en lien avec les auteurs et/ou traducteurs.



MISSIONS

Le correcteur est chargé de la lecture des épreuves d'un ouvrage en garantissant la qualité de la correction du texte. En particulier, il :

- effectue la lecture et la correction des épreuves en se concentrant sur les aspects orthographiques, typographiques, grammaticaux, stylistiques et de mise en page en respectant les délais ;
- effectue une lecture critique pour vérifier la cohérence du texte ;
- rectifie les contresens, les maladresses ou autres erreurs d'écriture.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Correcteur ou Responsable service correction.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- vérifier la traduction de certains textes : le cas échéant, la maîtrise de langues étrangères est appréciée ;
- réécrire un passage en respectant le style de l'auteur ;
- mobiliser des langues étrangères ;
- vérifier la conformité des corrections portées aux épreuves de l'ouvrage avant impression.



Correcteur(ice)



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Lire et corriger les erreurs orthographiques, grammaticales et typographiques du texte
- Comprendre et appliquer les différentes consignes de correction de l'ouvrage
- Adapter les règles et consignes grammaticales, orthographiques, syntaxiques et typographiques aux différents types d'ouvrages
- Contrôler la conformité de l'appareil critique (tables, index, bibliographie, etc.)
- Organiser son travail de lecture et de correction en fonction de sa charge de travail, des délais impartis et des aléas de production
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Culture générale, littéraire et artistique
- Orthographe, règles de ponctuation, grammaire, syntaxe et code typographique
- Techniques d'écriture
- Les publics, leurs attentes et comportements de lecture
- Logiciels de mise en page
- Logiciels de correction de texte

Compétences relationnelles :

- Échanger sur son activité auprès du responsable du service correction



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de correcteur est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou Bac +3 ou équivalent ou dans des écoles spécialisées en littérature ou en journalisme. Un niveau de formation Bac +5 ou équivalent spécialisé dans un genre littéraire peut être également conseillé. Les formations professionnelles certifiantes de niveau III ou II spécialisées en correction au sein d'écoles spécialisées sont le plus souvent requises pour exercer le métier.

Expérience :

Le métier de correcteur est accessible sans expérience particulière. Les fonctions hiérarchiques (responsable service correction) peuvent nécessiter entre 3 à 5 ans d'expérience.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Lecteur, lecteur-correcteur, secrétaire de rédaction**
- Par la formation : **Editeur de livres, fabricant**



Lecteur(ice)-Correcteur(ice)

Appellations voisines : Lecteur externe, Lecteur professionnel, Bêta lecteur, Préparateur de copie



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le lecteur-correcteur exerce à domicile dans le cadre d'un contrat de travail en tant que « travailleur à domicile » au sens de l'annexe 4 de l'accord du 19 décembre 2018 (CCN de l'édition). En interne, ce dernier travaille sous la responsabilité du responsable service correction, et avec les correcteurs et le service éditorial et fabrication. À l'externe, il est en lien avec les auteurs et/ou traducteurs. Il peut être multi-employeurs.



MISSIONS

Le lecteur-correcteur réalise un travail de préparation de copie en garantissant la cohérence et le sens des textes ainsi que la qualité des ouvrages qui lui sont confiés. Plus spécifiquement, il :

- effectue la lecture critique des manuscrits ;
- effectue la préparation du texte pour la composition (vérifie la cohérence et l'exactitude des informations) ;
- vérifie les principales informations du fonds (noms propres, dates, topographie, etc.) ;
- fait des propositions d'amélioration stylistique ;
- échange et formule ses retours critiques à l'éditeur et/ou l'auteur.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Lecteur, Lecteur-Correcteur ou Responsable service correction



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille, l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- garantir la qualité de la correction orthographique et typographique des ouvrages qui lui sont confiés ;
- vérifier la traduction de certains textes ; le cas échéant, la maîtrise de langues étrangères est appréciée ;
- effectuer un travail de réécriture du texte (structure, coupe, etc.).



Lecteur(ice)-Correcteur(ice)

Appellations voisines : Lecteur externe, Lecteur professionnel, Bêta lecteur, Préparateur de copie



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Effectuer une lecture critique, argumentée et objective sur le fond et sur la forme de l'ouvrage
- Relire, réécrire, corriger le texte
- Comprendre et s'adapter aux codes spécifiques des différents genres littéraires
- Rédiger des notes de lecture argumentées et critiques
- Émettre des propositions d'améliorations en respectant le style rédactionnel de l'auteur
- Organiser son travail de lecture et de correction en fonction de sa charge de travail, des délais impartis et des aléas de production
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux des outils d'IA générative dans le traitement et la génération de contenus écrits

Connaissances :

- Orthographe, règles de ponctuation, grammaire, syntaxe et code typographique
- Techniques d'écriture
- Logiciels de correction de texte
- Chaîne de production éditoriale
- Culture générale, littéraire et artistique

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Réaliser des retours utiles et constructifs aux éditeurs, voire aux auteurs



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de lecteur-correcteur est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou Bac +3 ou équivalent ou dans des écoles spécialisées en littérature ou en journalisme. Un niveau de formation Bac +5 ou équivalent spécialisé dans un genre littéraire peut être également conseillé. Les formations professionnelles certifiantes de niveau III ou II spécialisées en correction au sein d'écoles spécialisées sont le plus souvent requises pour exercer le métier.

Expérience :

Le métier de lecteur-correcteur est accessible à des personnes ayant déjà une expérience de plusieurs années, dans l'édition, le journalisme ou même la formation. Ils peuvent également être auteurs. Les fonctions hiérarchiques (responsable service correction) peuvent nécessiter entre 3 à 5 ans d'expérience.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Secrétaire de rédaction, correcteur, lecteur**
- Par la formation : **Éditeur de livres**



Iconographe

Appellations voisines : Photothécaire, Documentaliste spécialisé

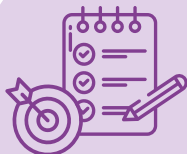


CONTEXTE DE TRAVAIL

L'iconographe réalise la plupart de ses recherches sur des supports numériques mais peut être amené à se déplacer ponctuellement (bibliothèque, collectionneur...).

En interne, il travaille sous l'autorité de l'éditeur, du directeur artistique ou éditorial et est en lien avec les graphistes.

En externe, il travaille en relation avec les détenteurs de fonds photographiques, les agences photographiques, les photographes indépendants, les bibliothèques, les musées, les autres services iconographiques extérieurs et les ayants droit.



MISSIONS

L'iconographe recherche et choisit les images (photographies, dessins, peintures...) qui illustreront un beau livre, un ouvrage scolaire, une couverture de roman, etc. en tenant compte du sens du texte, des attentes de l'éditeur et de l'auteur et du budget.

En particulier, il :

- Assure la recherche des illustrations fixes ou animées ;
- Gère un fonds d'images fixes ou animées ;
- Contrôle l'utilisation des images faites par la maison d'édition, notamment du point de vue du droit ;
- Assure un suivi technique et juridique : règlement des droits d'image et d'auteurs ;
- Garantit la qualité des illustrations d'un point de vue technique.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

En fonction des organisations, il peut exister un responsable iconographe supervisant les missions des iconographes de la maison d'édition.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille, l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- Administrer la base de données des illustrations ;
- Effectuer la recherche documentaire liée à la réalisation d'ouvrages ;
- Négocier les prix d'achats des droits d'image avec les ayants droits ;
- Gérer les situations avec les ayants droit lorsqu'une question juridique se présente au sujet de l'image ou des droits ;
- Travailler avec le service juridique pour la gestion des enjeux liés à l'utilisation des images ;
- Manager l'équipe d'iconographes.



Iconographe

Appellations voisines : Photothécaire, Documentaliste spécialisé



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Posséder un sens esthétique pour justifier des choix d'illustrations
- Comprendre et évaluer les besoins des éditeurs / auteurs afin de proposer une solution documentaire adaptée
- Rechercher des illustrations fixes ou animées dans des bases ou sources adaptées
- Construire, organiser et enrichir une base de données documentaire
- Constituer et enrichir un fonds photographique et étoffer son carnet d'adresses de fournisseurs
- Assurer une veille créative et technologique
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération d'images

Connaissances :

- Chaîne de production éditoriale
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle
- Sources iconographiques du secteur
- Techniques de recherche iconographique
- Procédés photographiques et graphiques (qualité des images, taille, résolution)
- Logiciels d'archivage d'image
- Logiciels d'art graphique (papier et numérique)

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Développer et entretenir un réseau professionnel



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier d'iconographe est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 jusqu'à Bac+5 ou équivalent, dans les secteurs de l'édition, de l'art, de la communication et de la documentation.

Expérience :

Le métier d'iconographe est accessible sans expérience particulière.



PASSERELLES MÉTIERS

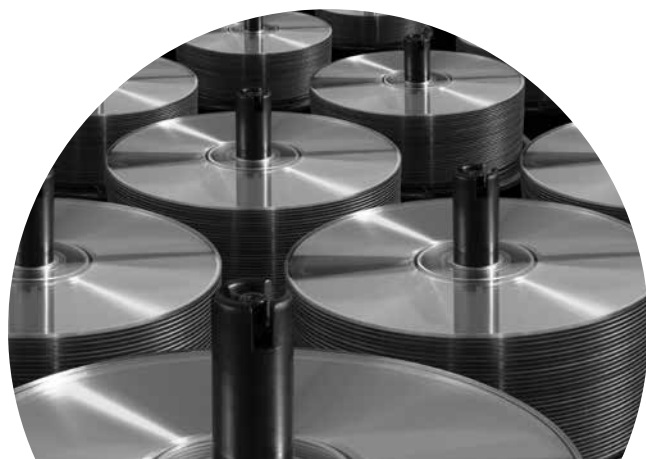
- Par expérience : **Photographe, documentaliste multimédia**
- Par la formation : **Graphiste, infographiste**
- Par la reconversion : **Éditeur de livres**



Métier pouvant comporter une forte dimension digitale

Graveur(se) / Copiste

Appellations voisines : Graveur musical, Préparateur de partition, Score editor, Compograveur

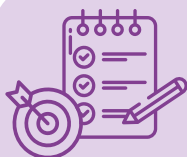


CONTEXTE DE TRAVAIL

Le graveur-copiste travaille la plupart du temps sous le statut d'indépendant pour des maisons d'édition et rarement sous le statut de salarié.

Il peut-être amené à travailler dans l'urgence pour fournir aux musiciens un matériel lisible en un temps restreint (par exemple, lors des sessions d'enregistrement).

Dans les maisons d'édition musicale, il travaille en lien avec les compositeurs, les éditeurs, et les interprètes / orchestres.



MISSIONS

Le métier de graveur/copiste participe à la préparation et à la mise en forme des partitions. Le graveur/copiste transcrit une œuvre musicale dans une forme lisible, claire et professionnelle, en vue de son impression sur papier ou de sa diffusion numérique. Plus particulièrement, il :

- met au propre la partition à partir d'un manuscrit ou d'un fichier, fourni par le compositeur ;
- utilise les logiciels de gravure musicale pour créer des partitions précises, esthétiques et conformes aux standards éditoriaux ;
- s'assure de la lisibilité du document : mise en page, espacement des notes, justesse des alignements, respect des règles typographiques musicales ;
- s'adapte à différents formats demandés : partition conductrice (ou partition d'orchestre), parties séparées pour les instrumentistes, partitions d'études, etc. ;
- fournit aux musiciens un matériel lisible en effectuant notamment des corrections signalées par les interprètes ou chefs d'orchestre.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- avoir un rôle de création dans la conceptualisation de la pensée du compositeur par l'invention de nouveaux graphismes et signes musicaux.
- dans les très petites structures, ses fonctions peuvent être exercées par l'éditeur lui-même.

Les deux métiers de graveurs et copistes sont totalement unifiés depuis le développement des logiciels numériques. Le graveur-copiste maîtrise ainsi la gravure numérique et la mise en forme des partitions, lorsqu'il ne délègue pas cette fonction.



Graveur(se) / Copiste

Appellations voisines : Graveur musical, Préparateur de partition, Score editor, Compograveur



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Avoir l'oreille et une grande culture musicale
- Déchiffrer une œuvre artistique musicale
- Comprendre les demandes et apporter des solutions techniques pour traduire une idée créative
- Lire, transposer et maîtriser les règles typographiques de l'écriture musicale
- Être capable d'identifier et corriger d'éventuelles erreurs ou incohérences musicales
- Savoir organiser son temps pour répondre à la demande
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Chaîne de production éditoriale
- Graphisme des partitions des grands éditeurs
- Règles typographiques et musicales
- Normes d'édition musicale
- Logiciels Publication Assistée par Ordinateur (PAO)
- Logiciels de gravure (EPS, DORICO, Sibellus, MuseScore)
- Maîtrise de l'anglais

Compétences relationnelles :

- Savoir écouter et comprendre les demandes musicales pour les traduire graphiquement.



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de graveur/copiste est accessible après un cursus d'études au conservatoires (écriture, orchestration, analyse, composition...). Il existe également des formations de niveau Bac +3 ou Bac +5 spécialisées en musicologie.

Expérience :

Le métier de graveur/copiste est accessible après sans expérience professionnelle antérieure.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Instrumentaliste, auteur-compositeur**
- Par la reconversion : **Éditeur musical (musique classique), Graphiste / maquettiste dans l'édition musicale**



Graphiste

Appellations voisines : Concepteur graphiste, Designer graphique, Graphiste-maquettiste, Dessinateur-maquettiste, Artiste attaché



CONTEXTE DE TRAVAIL

Il est en contact avec un grand nombre d'interlocuteurs en interne comme à l'externe (chef de studio, services éditorial, fabrication, marketing et commercial, mais aussi photographes, illustrateurs, iconographes, auteurs...). Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale.

Le graphiste peut exercer en indépendant ou sous le statut de salarié.



MISSIONS

Le graphiste apporte des réponses créatives sur différents projets éditoriaux. Il élabore et conçoit les créations graphiques d'ouvrages et de supports commerciaux / marketing en respectant un cahier des charges défini auparavant par le directeur artistique ou l'éditeur. Les propositions doivent raconter visuellement et structurer les idées de ce dernier. En particulier, le graphiste :

- présente les propositions de créations graphiques aux services internes, en lien avec le directeur artistique ;
- prend part aux prises de décisions avec les services internes au sujet des propositions de créations graphiques ;
- réalise des projets en s'appuyant sur des prestataires internes et externes (maquettiste, photographe, etc.) ;
- vérifie la conformité de la production graphique finale avant transmission au service fabrication.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant graphiste, Maquettiste, Responsable graphique ou maquette, jusqu'au Directeur artistique.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure. Selon les organisations du travail, le graphiste peut intervenir aux différentes étapes de la réalisation et, de ce fait, son périmètre varie : création, exécution, impression. Dans une petite structure, il interviendra à chacune des étapes - rencontre des clients, création et participation au montage de la page, à la photogravure, à la numérisation, à l'incorporation des textes et des images, contrôle et validation des différentes étapes de l'exécution et suivi de l'impression en lien avec le service fabrication. Dans les plus grosses structures, les postes sont plus spécialisés (création / exécution).



Graphiste

Appellations voisines : Concepteur graphiste, Designer graphique, Graphiste-maquettiste, Dessinateur-maquettiste, Artiste attaché



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Réaliser des prémaquettes, maquettes et propositions graphiques en respectant le brief et le cahier des charges
- Proposer des modifications graphiques
- Ajuster les maquettes et le graphisme suite aux demandes
- Respecter les consignes typographiques, orthographiques et iconographiques
- Gérer et respecter un budget
- Assurer une veille créative et technologique
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus visuels

Connaissances :

- Procédés de la photographie, du graphisme et de la réalisation (qualité des images, taille, résolution) afin d'identifier les meilleures solutions techniques
- Logiciels Publication Assistée par Ordinateur (PAO)
- Culture générale, littéraire et artistique
- Maîtrise de l'anglais
- Chaîne de production éditoriale

Compétences relationnelles :

- Argumenter les choix et prendre en compte les demandes d'amélioration
- Collaborer avec les membres de l'équipe et les prestataires en communiquant ses retours et impressions sur les travaux
- Rendre compte de son activité auprès du chef de studio et du directeur artistique
- Dialoguer avec les éditeurs et les auteurs, les tenir informés de l'avancement du projet



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de graphiste est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 jusqu'au Bac +5 pour les diplômes les plus spécialisés (ou équivalent) dans les domaines du design graphique, de la communication visuelle, de la typographie, de la conception éditoriale ou encore du graphisme de manière plus générale. Certaines écoles très spécialisées proposent des cursus spécifiques menant vers ce métier.

Expérience :

Le métier de graphiste est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 à 2 ans dans le graphisme (maquettiste, iconographe...) dans le secteur de l'édition ou ailleurs (publicité, marketing, journalisme...). Une expérience de 5 à 10 ans peut être requise pour accéder au niveau de directeur artistique ou chef de studio littéraire et directeur éditorial.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Maquettiste, iconographe, motion design**
- Par la formation : **Chef de studio, directeur artistique (dans la branche ou hors branche), photographe**
- Par la reconversion : **Chargé de communication, community manager**



Artiste-Interprète

Appellations voisines : Chanteur, Choriste, Instrumentiste, Musicien soliste ou d'accompagnement

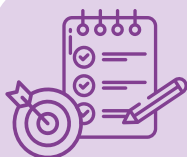


CONTEXTE DE TRAVAIL

L'artiste-interprète travaille souvent en équipe sur un plateau artistique.

Les horaires, durées et fréquences de travail peuvent être irréguliers selon les projets (déplacements, périodes d'intense activité avant la sortie d'un disque, etc.) et il peut être amené à voyager en France ou à l'étranger dans le cadre de représentations.

L'artiste interprète est engagé par un contrat de travail, le plus souvent à durée déterminée, et peut bénéficier du régime d'assurance chômage applicable aux intermittents du spectacle. Enfin, il peut être multi-employeurs.



MISSIONS

L'artiste-interprète représente, chante, récite, déclame, joue ou exécute de toute autre manière une œuvre littéraire et artistique. En particulier, il :

- participe à la préparation et à la préproduction du projet musical (maquettes, essais, répétitions) ;
- interprète les œuvres lors des sessions d'enregistrement en studio ou sur scène ;
- adapte son interprétation selon le style, la direction artistique et les exigences de production ;
- collabore avec d'autres intervenants artistiques (instrumentistes, chanteurs, compositeurs...), les ingénieurs du son, le producteur phonographique, le directeur artistique, etc. ;
- gère sa carrière et son image publique, souvent avec l'aide d'agents ou de managers ;



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités, le niveau de responsabilités et le cadre de l'activité :

- l'enregistrement peut être réalisé soit dans le cadre d'un concert, soit dans le cadre d'un studio ;
- suite à l'enregistrement, il peut éventuellement participer aux étapes de mixage et de mastering ;
- ses missions intègrent de plus en plus la maîtrise d'outils numériques d'enregistrement et de production sonore ;
- il peut travailler dans différents styles musicaux (jazz, rock, rap, variété...) mais également participer à des projets liés au spectacle (comédies musicales par exemple), au cinéma (B.O des films) ou encore à la publicité.

L'artiste-interprète peut également être auteur et/ou compositeur : il peut être chargé de l'écriture, des arrangements, harmonies et de la composition des œuvres dont il a la charge de l'interprétation dans le cadre de l'enregistrement.



Artiste-Interprète

Appellations voisines : Chanteur, Choriste, Instrumentiste, Musicien soliste ou d'accompagnement



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Déchiffrer une œuvre artistique musicale
- Interpréter une œuvre artistique musicale en fonction du style et de la direction artistique
- Proposer et améliorer des axes d'interprétations
- Savoir s'adapter à différents styles et aux directions artistiques
- Proposer des ajustements à l'auteur sur le contenu de l'œuvre
- Assurer une veille artistique
- Mémoriser sa prestation pour l'améliorer dans une nouvelle prise
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Environnement technique de l'enregistrement (prise de son, ...)
- Techniques de chant / de respirations / de jeu d'instruments
- Utilisation de logiciels spécialisés liés à l'enregistrement audio (Musique Assistée par Ordinateur, montage audio...)
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle

Compétences relationnelles :

- Construire et entretenir des relations avec son public
- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier est accessible à partir d'une formation de niveau Bac, de niveau Bac +3 (diplôme d'études musicales DEM, diplôme national supérieur professionnel de musicien DNSPM par exemple) ou d'un niveau Bac +5 (via les formations supérieures en chant, musicologie, instruments du conservatoire de Paris par exemple).

Expérience :

Le métier d'artiste-interprète est accessible après une première expérience professionnelle d'enregistrement en studio par exemple.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Il n'existe pas de hiérarchie formelle : on distingue l'artiste-interprète principal et d'accompagnement.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Copiste, éditeur musical**
- Par formation : **Producteur phonographique, directeur de label**



Ingénieur(e) du son

Appellations voisines : Chef opérateur son, Technicien du son, Ingénieur en enregistrement, Ingénieur studio

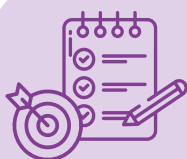


CONTEXTE DE TRAVAIL

L'ingénieur du son travaille dans un studio d'enregistrement ou sur des spectacles.

Il est amené à manipuler des équipements parfois lourds. Selon les lieux de travail (concerts, spectacles...), le métier peut à ce titre devenir relativement physique. Le rythme de travail est très irrégulier en fonction des enregistrements prévus, des concerts... L'ingénieur du son peut être mobilisé le week-end, le soir ou la nuit.

Les ingénieurs du son travaillent le plus souvent sur commande autour d'un projet, sur des périodes courtes et intenses, ils sont donc le plus souvent intermittents du spectacle. Il peut être multi-employeurs.



MISSIONS

L'ingénieur du son a pour mission d'obtenir la meilleure qualité possible pour un morceau, une chanson ou un concert, tout en respectant les choix de l'artiste et du producteur. En particulier, il :

- procède à la diffusion ou à l'enregistrement des sons (voix, instruments,...) dans les studios selon les impératifs de la production et la réglementation relative aux niveaux sonores ;
- optimise les réglages du son lors des répétitions, ou des enregistrements studio ;
- réalise le mixage du son à la suite de l'enregistrement ;
- gère les équipements audio et les studios d'enregistrement pour assurer la qualité du son ;
- le cas échéant, est en charge des étapes de mastering / pressage ;
- conseille les artistes sur les choix techniques et esthétiques du son.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. L'ingénieur du son peut être amené à coordonner une équipe de techniciens.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier d'ingénieur du son peut s'opérer à différents niveaux de responsabilité : d'Assistant son, Technicien à Ingénieur du son.



Ingénieur(e) du son

Appellations voisines : Chef opérateur son, Technicien du son, Ingénieur en enregistrement, Ingénieur studio



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Avoir l'oreille et une grande culture musicale
- Diffuser une composition sonore (bande son, musique, effets sonores)
- S'assurer du bon fonctionnement d'équipements sonores
- Déterminer le type et l'emplacement du matériel sonore
- Mixer des sources sonores
- Enregistrer des voix et des sons additionnels
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Techniques de l'enregistrement, du mixage et de la diffusion sonore
- Notions d'électroacoustique
- Techniques de la prise de son
- Outils et équipements audio
- Environnement technique de l'enregistrement (prise de son, ...)

Compétences relationnelles :

- Animer, coordonner une équipe
- Développer et entretenir un réseau professionnel



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier d'ingénieur du son est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou équivalent dans les secteurs du son et de l'audiovisuel. Des écoles spécialisées proposent par la suite des cursus de formation spécifiques. Le métier est également accessible avec un diplôme de niveau Bac en audiovisuel, cinéma, spectacle ou musique, et complété par une solide expérience professionnelle.

Expérience :

Le métier d'ingénieur du son est accessible sans expérience antérieure pour le premier niveau hiérarchique (assistant son). 3 à 5 ans d'expérience peuvent être requis pour un ingénieur du son amené à manager une équipe de techniciens.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Ingénieur du son dans d'autres secteurs de la production audiovisuelle**
- Par formation : **Métiers du mixage (cinéma, radio, etc.)**
- Par reconversion : **Producteur phonographique**



Chargé(e) de production

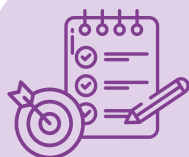
Appellations voisines : Chargé de production Label, coordinateur artistique (édition de musique)



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chargé de production travaille sous la supervision du producteur. Il est rattaché au directeur artistique dans la mesure où il supervise la production d'une œuvre. Il peut travailler au sein des maisons de disques ou des labels indépendants.

Il possède de nombreuses responsabilités (respect des délais, gestion de budgets, management d'une diversité d'acteurs...).



MISSIONS

Le chargé de production supervise administrativement et budgétairement l'enregistrement et la production d'albums.

En particulier, il :

- assure la gestion budgétaire, administrative et juridique du projet ;
- établit les contrats de l'équipe de production (ingénieurs du son, artistes...), et s'assure du versement des salaires ;
- assure la mise en œuvre et le suivi des moyens matériels, humains ou financier d'une production (budget prévisionnel, plan de financement, négociation des contrats, coordination des plannings artistiques et techniques...) ;
- constitue le contact privilégié d'interlocuteurs divers : techniciens, artistes-interprètes, agents, fournisseurs, ... impliqués dans la production de l'œuvre.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Le chargé de production peut être amené à avoir la charge de la production d'un spectacle (show case, ...) et à devoir gérer l'hébergement, la restauration et les déplacements des artistes.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé de production peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant de production, puis spécialisation dans un secteur / un style particulier jusqu'à devenir Directeur de production ou Producteur.



Chargé(e) de production

Appellations voisines : Chargé de production Label, coordinateur artistique (édition de musique)



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Organiser et coordonner l'ensemble du processus de production musicale
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre
- Évaluer les coûts, les besoins logistiques et financiers d'un projet
- Analyser les contraintes techniques pour établir un budget précis et un calendrier de production fiable
- Anticiper les aléas et savoir s'adapter aux imprévus
- Gérer et respecter un budget
- Établir et suivre un planning
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Outils de production musicale (informatique, technique - MAO)
- Culture générale et artistique
- Maîtrise de l'anglais
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle
- Fondamentaux en comptabilité et fiscalité
- Techniques de négociation

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chargé de production est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou équivalent dans l'audiovisuel, en administration, gestion de production, droit, ou plus spécifiquement en gestion et administration des entreprises culturelles. Certains cursus de niveau Bac + 5 dans les écoles de production musicale mènent vers ce métier.

Expérience :

Le métier de chargé de production est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 ou 2 ans minimum en gestion de projet dans les secteurs de la musique, du spectacle, de la radio. Une expérience de 4 à 6 ans peut être requise pour accéder au niveau de directeur de production.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de production dans d'autres secteurs de la production audiovisuelle (spectacle vivant, production télévisée...)**
- Par formation : **Chef de projet**
- Par reconversion : **Producteur phonographique, directeur de label**



Comptable droits d'auteur

Appellations voisines : Comptable auteur, Gestionnaire de comptes auteur



CONTEXTE DE TRAVAIL

En interne, le comptable-auteur travaille en lien étroit avec les éditeurs, l'équipe juridique, cessions de droits ou encore la direction financière. À l'externe, il est en proximité avec les auteurs auxquels il apporte conseils et accompagnement. L'activité est cyclique et peut connaître des pics de charges en fin d'année fiscale.



MISSIONS

Le comptable-auteur assure l'ensemble du suivi administratif, comptable et fiscal lié aux auteurs publiés par la maison d'édition. Il garantit la fiabilité des opérations tout en assurant une relation de confiance forte avec les auteurs, souvent en demande d'accompagnement.

Plus particulièrement, il :

- suit les contrats, s'assure de leur application et traite les règlements des droits d'auteurs ;
- suit la comptabilité : saisie des opérations, gestion des droits d'auteur, calcul et paiement des redevances ;
- gère les à-valoir : versements, soldes, suivi de l'amortissement, alertes en cas de dépassement ;
- réceptionne, contrôle et traite les déclarations de droits forfaitaires ;
- effectue la numérisation et la gestion des pièces justificatives ;
- assure les clôtures mensuelles ;
- produit et suit les attestations fiscales ;
- répond aux questions des auteurs, éditeurs, agents littéraires.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de comptable droits d'auteurs peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : assistant comptable auteur, comptable-auteur confirmé, responsable comptabilité auteur.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille, l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Les activités liées à la comptabilité peuvent être externalisées (en particulier dans les plus petites structures).

Le degré de proximité relationnelle entre le comptable et l'auteur peut varier selon l'ancienneté du métier et les demandes des auteurs.



Comptable droits d'auteur

Appellations voisines : Comptable auteur, Gestionnaire de comptes auteur



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Contrôler et enregistrer les factures, déclarations et pièces justificatives
- Appliquer les règles comptables et fiscales propres au droit d'auteur
- Lire et interpréter un contrat d'édition (parties financières, échéances, conditions de paiement)
- Participer à la préparation des bilans comptables
- Garantir la fiabilité des comptes et des documents comptables
- Assurer un rôle d'information auprès des auteurs
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans l'analyse de données chiffrées et la génération de contenus

Connaissances :

- Comptabilité analytique
- Droits et obligations issues du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)
- Droit d'auteur, droit de la propriété intellectuelle
- Régime fiscal des artistes auteurs
- Logiciels de comptabilité
- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition

Compétences relationnelles :

- Restituer de façon claire et pertinente des analyses complexes
- Être pédagogue
- Créer une relation de confiance durable avec les auteurs



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de comptable droits d'auteurs est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 dans les domaines de la comptabilité, de la gestion ou de la finance, à laquelle une solide connaissance du secteur de l'édition et de ses spécificités s'ajoute.

Expérience :

Le métier de comptable droits d'auteurs est accessible sans expérience antérieure pour le premier niveau hiérarchique (assistant comptable auteur). 5 à 10 ans d'expérience peuvent être requis pour un responsable comptabilité auteur - en particulier lorsqu'il travaille en indépendant ou dans les grosses maisons d'édition.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Comptable, assistant de gestion**
- Par la formation : **Gestionnaire de droit, de redevance et de copyright, assistant commercial, chargé de clientèle**
- Par la reconversion : **Contrôleur de gestion**



Édition
de **musique**



Édition
phonographique



Gestionnaire de droits et de redevances

Appellations voisines : Responsable gestion des droits d'auteur, Gestionnaire comptes auteur, Gestionnaire répartition de cessions



CONTEXTE DE TRAVAIL

Ce métier s'exerce au sein d'une structure d'édition musicale ou d'un éditeur phonographique. Le chargé de gestion des droits travaille en interaction permanente avec :

- les services juridique, comptable, le gestionnaire de copyright (pour l'édition de musique) et le service éditorial en interne ;
- les auteurs, compositeurs, artistes-interprètes, leurs héritiers, les labels ou éditeurs partenaires.



MISSIONS

Le gestionnaire de droits et/ou de redevances :

- suit et contrôle la transcription des données contractuelles dans les systèmes de gestion de royalties ;
- calcule les droits et établit les décomptes de redevances dues aux auteurs, compositeurs, artistes-interprètes et héritiers, labels et éditeurs partenaires (dans le cadre de contrats de licence ou de distribution) ;
- prépare et vérifie les redditions des comptes destinées aux auteurs, compositeurs ou interprètes ;
- répond aux questions des ayants droit portant sur les décomptes.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de gestionnaire de droits et de redevances peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : assistant droit d'auteur et copyright, responsable financier ou juridique, responsable département copyright et royalty / responsable royalties.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille de la structure. Il gère principalement les droits d'auteur en lien avec la SACEM et la SDRM.



Gestionnaire de droits et de redevances

Appellations voisines : Responsable gestion des droits d'auteur, Gestionnaire comptes auteur, Gestionnaire répartition de cessions



COMPÉTENCES REQUISES

Connaissances :

- Logiciels et outils de gestion des droits
- Fondamentaux en droits d'auteur et droits voisins
- Fonctionnement de la SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique)
- Fonctionnement des organismes de gestion collective de producteurs (SCPP / SPPF)
- Fondamentaux en comptabilité et fiscalité
- Maîtrise de l'anglais
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème

Compétences relationnelles :

- Communiquer avec précision et diplomatie
- Travailler en réseau et coopérer avec des profils métiers diversifiés
- Informer et conseiller les auteurs, artistes et ayants droit



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de gestionnaire de droits est accessible à partir d'un niveau de formation Bac +2 minimum ou équivalent en administration, gestion, économie, droit, management culturel ou gestion des industries culturelles. Des formations professionnelles existent dans les droits d'auteur, la production musicale ou la gestion des droits musicaux.

Expérience :

Le métier de gestionnaire de droits est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 ou 2 ans dans des fonctions similaires (gestion des droits d'auteurs) dans les secteurs de la musique, du spectacle, de la radio. Une expérience de plusieurs années peut être requise pour accéder au niveau de responsable juridique ou financier.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de tracking / Responsable copyright**
- Par la formation : **Juriste PLA (Propriété Littéraire et Artistique) / Business Affairs**
- Par la reconversion : **Directeur du service copyright / redevance (Royalties)**



Gestionnaire de copyright

Appellations voisines : Responsable copyright, Responsable copyright national, Responsable copyright international



CONTEXTE DE TRAVAIL

Ce métier s'exerce au sein d'une structure d'édition musicale. Le chargé de copyright travaille en interaction permanente avec :

- les services juridique, comptable, royalty et éditorial en interne ;
- les auteurs, compositeurs, leurs héritiers, éditeurs partenaires.



MISSIONS

Le gestionnaire de copyright assure la structuration et le suivi des contrats d'édition relatifs à la cession ou l'exploitation des droits attachés à une œuvre musicale dans le respect de la législation nationale ou internationale en vigueur.

Plus particulièrement, il :

- structure, suit et contrôle les données contractuelles et le cas échéant, leur transcription dans les systèmes de gestion employés par l'éditeur ;
- suit et enregistre les contrats d'édition et/ou de sous-édition, ainsi que plus généralement, tous contrats conclus avec des éditeurs partenaires ;
- gère la documentation des œuvres auprès de toute société de gestion collective dont l'éditeur est membre ainsi qu'auprès des sous-éditeurs,
- assure la gestion administrative des dossiers auteurs, compositeurs et éditeurs partenaires ou représentés ;
- répond aux questions des ayants droit relatives au copyright et la documentation.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de gestionnaire de copyright peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant copyright, Responsable Copyright, Responsable département copyright et royalty.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille de la structure :

- ses missions peuvent ne porter que sur les œuvres du catalogue de l'éditeur (Copyright national) ou que sur les œuvres étrangères représentées (Copyright international) ou que sur les relations avec les représentants à l'étranger (sous-édition)
- les activités de copyright et de redevances peuvent être agrégées



Gestionnaire de copyright

Appellations voisines : Responsable copyright, Responsable copyright national ou Responsable copyright international



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métier :

- Rédiger, analyser et suivre des contrats de cession ou de sous-édition
- Assurer la gestion administrative des dossiers

Connaissances :

- Logiciels et outils de gestion des droits et des contrats
- Fondamentaux en droits d'auteur
- Fonctionnement de la SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) et de la SEAM
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Maîtrise de l'anglais

Compétences relationnelles :

- Communiquer avec précision et diplomatie
- Travailler en réseau et coopérer avec des profils métiers diversifiés
- Informer et conseiller les auteurs, artistes et ayants droit



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de gestionnaire de copyright est accessible à partir d'un niveau de formation Bac +2 minimum ou équivalent en administration, gestion, économie, droit, management culturel ou gestion des industries culturelles.

Des formations professionnelles existent dans les droits d'auteur, la production musicale ou la gestion des droits musicaux.

Expérience :

Le métier de gestionnaire de copyright est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 ou 2 ans dans des fonctions similaires (gestion des droits d'auteurs) dans les secteurs de la musique, du spectacle, de la radio. Une expérience de plusieurs années peut être requise pour accéder au niveau de responsable juridique ou financier.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de tracking**
- Par la formation : **Juriste PLA (Propriété Littéraire et Artistique) / Business Affairs**
- Par la reconversion : **Directeur du service Copyright & Royalties**



Métier pouvant comporter une forte dimension digitale

Chargé(e) de tracking

Appellations voisines : Publishing tracking, Responsable tracking, Data analyst tracking



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Assistant service tracking, chargé de tracking



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. La fonction de chargé de tracking peut être intégrée dans les missions du gestionnaire de droits.



MISSIONS

Le chargé de tracking ou vérificateur est chargé de :

- vérifier que les sommes perçues via la SACEM correspondent à la diffusion des œuvres.
- recenser les tournées en France ou à l'étranger et vérifier la collecte par la société de gestion correspondante ;
- anticiper les erreurs possibles dans la remontée des informations (faute de frappe dans le nom, etc.).



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chargé de tracking est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 à Bac +5 ou équivalent en administration, gestion, comptabilité, économie, droit, administration, management culturel ou gestion des industries culturelles. Des cursus intégrant l'analyse de données peuvent également mener à ce métier.

Expérience :

Le métier de chargé de tracking est accessible à des personnes ayant une expérience de 2 à 4 ans dans le secteur ou dans un métier proche (data analyst par exemple).



Chargé(e) de tracking

Appellations voisines : Publishing tracking, Responsable tracking, Data analyst tracking



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Gérer les bases de données et assurer leur intégrité
- Collecter, structurer, nettoyer et enrichir des données issues de sources multiples (plateformes, CRM (Customer Relationship Management), ventes, réseaux sociaux).
- Concevoir et automatiser des tableaux de bord interactifs
- Interpréter des données quantitatives complexes
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Logiciels et outils de gestion des droits et des contrats
- Logiciels de gestion et traitement de bases de données
- Fonctionnement des organismes de gestion collective de producteurs (SCPP / SPPF)
- Fonctionnement de la SACEM
- Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Maîtrise de l'anglais

Compétences relationnelles :

- Curiosité, rigueur et esprit d'analyse
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Data analyst**
- Par la formation : **Gestionnaire de droit, de redevance et de copyright**
- Par la reconversion : **Directeur du service copyright / redevance**



Contrôleur(se) de gestion

Appellations voisines : Contrôleur financier



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le contrôleur de gestion travaille en lien étroit avec les services comptable, la direction financière et les équipes opérationnelles. Son travail varie selon des pics d'activités (impératifs de clôtures d'activité, etc.).



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de contrôleur de gestion peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : assistant contrôleur de gestion, contrôleur de gestion et responsable du contrôle de gestion.



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de contrôleur de gestion est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 ou équivalent jusqu'à Bac +5 en économie, gestion ou finance ou gestion des entreprises et des administrations. Le contrôleur de gestion peut avoir suivi une formation en école de commerce ou IAE (institut d'administration des entreprises).

Expérience :

Le métier de contrôleur de gestion est accessible à des personnes sans expérience spécifique. Dans certaines structures, une expérience de 2 à 3 ans peut être requise pour accéder au poste de contrôleur de gestion.



MISSIONS

Le contrôleur de gestion joue un rôle dans la stratégie financière de sa structure : il rend compte et optimise la performance économique. Plus particulièrement, il :

- analyse les indicateurs financiers de la structure et propose des axes d'amélioration ;
- élabore les budgets prévisionnels et en suit leur exécution ;
- pilote les tableaux de bord, reporting et analyses destinées à la direction ;
- suit et analyse les écarts entre les prévisions et les réalisations, en alertant en cas de dérive ;
- évalue et optimise les coûts, les procédures et les modèles de calcul pour améliorer la rentabilité ;
- participe à la bonne gestion de l'entreprise et de chacune de ses entités ;
- assure la fiabilité des données financières liées aux ventes physiques, numériques, aux droits dérivés et à l'exploitation internationale le cas échéant.



Contrôleur(se) de gestion

Appellations voisines : Contrôleur financier



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métier :

- Analyser des données financières et produire des rapports clairs
- Préparer des reportings financiers
- Concevoir et automatiser des tableaux de bord interactifs
- Interpréter des données quantitatives complexes
- Restituer de façon claire et pertinente des analyses complexes
- Formaliser des procédures internes
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans l'analyse de données chiffrées et la génération de contenus

Connaissances :

- Outils et méthodes de contrôle de gestion
- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Logiciels de traitement de données
- Principes comptables et états financiers

Compétences relationnelles :

- Curiosité, rigueur et esprit d'analyse
- Capacité à vulgariser et restituer clairement des analyses complexes auprès d'équipes non techniques.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Comptable, commissaire aux comptes**
- Par la formation : **Gestionnaire de droit, redevance et copyright, auditeur**
- Par la reconversion : **Comptable-auteur, business analyst**



Chargé des SI

Appellations voisines : Responsable du pôle informatique,
Ingénieur sécurité / système



CONTEXTE DE TRAVAIL

Il travaille en lien avec l'ensemble des services de sa structure et peut, à ce titre, être sollicité par de nombreux interlocuteurs. En fonction des éditions, il peut être en charge de projet structurants en matière d'appui à la digitalisation des structures, de leurs usages et / ou produits (développement de l'activité avec la mobilisation des nouvelles technologies).



MISSIONS

Le chargé des SI garantit le fonctionnement, la sécurité et l'adaptation des outils informatiques et numériques nécessaires à l'activité éditoriale (livre, musique enregistrée, phonographique).

Plus particulièrement, il :

- installe, configure et sécurise les équipements informatiques et les infrastructures réseau ;
- assure la gestion des logiciels métiers de l'édition (ERP éditoriaux, outils droits d'auteur/royalties, solutions de distribution, bases de métadonnées, outils de dépôt numérique).
- accompagne les équipes dans l'usage des outils numériques (support utilisateurs, formation, documentation) ;
- réalise une veille technologique sur les pratiques du secteur de l'édition et les nouvelles technologies.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités :

- le chargé de SI peut manager une équipe et peut être affecté à des tâches polyvalentes ou être spécialisé dans un domaine informatique (sécurité, maintenance, achats).
- pour les structures de petite ou de moyenne taille, ses fonctions peuvent être déléguées auprès de prestataires externes par la direction.
- dans les grands groupes d'éditions composés de plusieurs maisons, elles peuvent être centralisées au sein d'une structure centrale.

Son périmètre peut inclure des missions connexes : référent RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données), responsabilités en matière de sécurité informatique, etc.



Chargé des SI

Appellations voisines : Responsable du pôle informatique,
Ingénieur sécurité / système



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métier :

- Installer, configurer et sécuriser des infrastructures informatiques (réseaux, serveurs, postes utilisateurs)
- Administrer et paramétrer des logiciels métier propres à l'édition, à la musique enregistrée ou au phonographique
- Gérer des projets SI en coordonnant besoins utilisateurs, planning, budget et déploiement
- Diagnostiquer et résoudre des incidents techniques en garantissant la continuité de service
- Mettre en œuvre des mesures de cybersécurité et veiller à la conformité réglementaire (RGPD, gestion des données sensibles)
- Méthodes de gestion de projet (agile, etc.)
- Comprendre les usages, limites et enjeux environnementaux, légaux et informatiques liés à l'intégration de l'IA/IAG dans les solutions informatiques
- Maîtrise des normes et dispositions du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)

Connaissances :

- Logiciels et outils métiers du secteur éditorial (ERP (Enterprise Resource Planning), outils de gestion de droits, etc.)
- Capacité à vulgariser et restituer clairement des analyses complexes auprès d'équipes non techniques
- Être pédagogue
- Travailler en réseau et coopérer avec des profils métiers diversifiés



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chef de projet informatique**
- Par la formation : **Chargé de tracking**
- Par la reconversion : **Data analyst**



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé des systèmes d'information (SI) peut s'exercer à différents niveaux de responsabilités : de technicien de maintenance informatique à responsable du pôle informatique en passant par chargé des systèmes d'information.



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chargé des SI est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou équivalent jusqu'à Bac +5 en informatique. L'obtention de certifications et titres professionnels peuvent venir compléter la formation initiale.

Expérience :

Le métier de chargé des SI est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 à 2 ans dans des fonctions similaires, sur des secteurs potentiellement différents. Une expérience de plusieurs années peut être requise pour accéder au niveau de responsable du pôle informatique.



Juriste PLA (Propriété Littéraire et Artistique) / Business Affairs

Appellations voisines : Juriste propriété intellectuelle et artistique, Juriste



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le juriste PLA / Business Affairs exerce au sein de la direction juridique. Il interagit quotidiennement avec l'ensemble des services (éditorial, marketing, commercial, production, RH, direction artistique, etc.) et peut être amené à se déplacer dans le cadre de ses missions (réunions, négociations, audiences).

La charge de travail varie en fonction de l'activité, des périodes de production contractuelle, de l'actualité réglementaire ou de l'existence de contentieux.



MISSIONS

Le juriste en Propriété littéraire et artistique (PLA) / Business Affairs a pour mission d'assister les autres services sur le plan juridique ainsi que de gérer les dossiers pré-contentieux et contentieux. Plus particulièrement, il :

- rédige et analyse des documents juridiques et contrats, participe aux négociations et assure le suivi de la relation contractuelle ;
- apporte conseil et expertise juridique à tous les services sur l'ensemble des problématiques rencontrées ;
- effectue une veille juridique approfondie, analyse les projets de réglementation et suit toute actualité ayant un impact potentiel sur l'entreprise.

À ce titre, il peut être sollicité en amont des réformes en qualité d'expert, dans le cadre de consultations professionnelles ou institutionnelles, afin de contribuer à l'élaboration ou à l'évolution des normes applicables dans le secteur.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Assitant(e) juridique, Responsable juridique, Directeur juridique



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- être amené à mobiliser des sources juridiques (droit, jurisprudence) internationales et européennes ;
- être amené à travailler avec des cabinets d'avocats ;
- dans les structures de grandes tailles, être spécialisé (droit numérique juridique, droit des contrats...) ou sectorisé (direction jeunesse, acquisition droits étrangers, contrats de traduction...).



Juriste PLA (Propriété Littéraire et Artistique) / Business Affairs

Appellations voisines : Juriste propriété intellectuelle et artistique, Juriste



COMPÉTENCES REQUISES

Compétence métier :

- Rédiger et sécuriser des contrats (contrats d'édition ou de sous-édition, etc.)
- Analyser et interpréter des textes juridiques complexes
- Gérer des dossiers pré-contentieux et contentieux
- Assurer une veille technique
- Négocier les clauses contractuelles avec les partenaires (ayants droit, agents, avocats, prestataires)
- Assister et conseiller les services sur des questions d'ordre juridique
- Comprendre les usages et limites et maîtriser les enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur
- Droit des contrats, réglementation commerciale, concurrence, et des conditions de vente
- Sources juridiques nationales, européennes et internationales
- Techniques de négociation
- Procédures contractuelles internes
- Curiosité, rigueur et esprit d'analyse
- Bonne communication écrite et orale
- Maîtrise de l'anglais

Compétences relationnelles :

- Travailler en réseau et coopérer avec des profils métiers diversifiés
- Capacité à vulgariser et restituer clairement des analyses complexes auprès d'équipes non techniques
- Diplomatie et sens du relationnel



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Gestionnaire de droit, de redevance et de copyright**
- Par la formation : **Chargé de cessions de droits**



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +5 en droit avec différentes spécialisations : droit de la propriété intellectuelle, droit des affaires, droit des biens culturels.

Expérience :

Le métier est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 ou 2 ans. 4 à 5 ans d'expérience dans le droit de la propriété intellectuelle ou des nouvelles technologies peuvent être requis pour accéder à ce poste dans les environnements complexes ou les grandes structures.



Data Analyst

Appellations voisines : Analyste de données, Data Scientist, Business analyst, Consultant en Data Analytics



CONTEXTE DE TRAVAIL

Ce métier est surtout présent dans les structures de moyenne ou grande taille. Il peut être rattaché à la direction des systèmes d'information lorsqu'elle existe, ou sur des fonctions commerciales.

Les missions du Data Analyst peuvent également être intégrées dans l'activité d'autres fonctions au sein des organisations.

Il travaille en étroite collaboration avec les services marketing et commercial afin de rendre compte des effets réels des campagnes marketing menées dans le cadre de la promotion des produits / artistes, au service de la décision. À l'externe, le Data Analyst est en lien avec les distributeurs numériques, plateformes de streaming, organismes de gestion collective, partenaires promotionnels, etc.



MISSIONS

Le Data Analyst est chargé de collecter, consolider et interpréter les données issues des plateformes de streaming, des ventes physiques et numériques et des campagnes marketing. Il éclaire les décisions artistiques, commerciales et stratégiques à partir d'analyses quantitatives et qualitatives. Plus particulièrement, il :

- suit et analyse les performances des œuvres, albums, playlists ou artistes sur les plateformes de diffusion ;
- mesure l'évolution des ventes et des écoutes pour ajuster la stratégie de promotion, de sortie ou de cession de droits ;
- développe des tableaux de bord interactifs (reportings automatisés, visualisations) à destination des directions marketing, commerciale et artistique ;
- identifie les segments d'auditeurs, les comportements de consommation et les leviers de fidélisation ou de développement d'audience ;
- collabore étroitement avec les équipes marketing, commerciales, artistiques et distribution pour améliorer la diffusion et la valorisation des œuvres ;
- contribue à la veille concurrentielle et à l'évaluation de la performance des contenus en lien avec les tendances du marché musical et de l'audiovisuel.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités, le niveau de responsabilité et l'étendue de ses missions :

- dans une grande maison de disques ou un groupe d'édition musicale, il intervient dans des équipes data spécialisées, avec un fort degré de segmentation ;
- dans une structure indépendante, il est souvent plus polyvalent : il assure à la fois la collecte, la modélisation et la présentation des données, en lien direct avec les responsables marketing et les artistes ;
- selon son profil, il peut être amené à participer à la stratégie et produire des recommandations sur l'acquisition ou de développement des publics, à la gestion des droits numériques, voire à la prévision de revenus liés aux exploitations.



Data Analyst

Appellations voisines : Analyste de données, Data Scientist, Business analyst, Consultant en Data Analytics



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métier :

- Mettre en place des modèles statistiques ou prédictifs pour identifier les tendances et anticiper les évolutions du marché
- Collecter, structurer, nettoyer et enrichir des données issues de sources multiples (plateformes, CRM, ventes, réseaux sociaux).
- Concevoir et automatiser des tableaux de bord interactifs
- Interpréter des données quantitatives complexes
- Restituer de façon claire et pertinente des analyses complexes
- Interpréter les données chiffrées et en déduire l'évolution des comportements des utilisateurs
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Statistiques appliquées
- Outils de web analyse / web analytics
- Outils de statistiques / de mesure de l'activité
- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Droits et obligations issues du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)
- Langage informatique (SQL, Python, R, C++...)
- Outils de datavisualisation

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Curiosité, rigueur et esprit d'analyse
- Capacité à vulgariser et restituer clairement des analyses complexes auprès d'équipes non techniques.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Lead data analyst, head of data analyst**
- Par la formation : **Ingénieur, data scientist**
- Par reconversion : **Data product manager**



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : chef de projet data, directeur du pôle data, etc.



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de data analyst est accessible à partir d'un niveau Bac +3 ou équivalent dans le domaine de l'informatique et des data sciences. Une formation de niveau Bac +5 est toutefois le plus souvent requis, dans la statistique et le traitement de l'information, les mathématiques ou l'économétrie, en big data et intelligence artificielle (par exemple, école de commerce avec une spécialisation analytique).

Expérience :

Le métier de data analyst est accessible à partir de 1 ou 2 ans d'expérience. Une expérience plus longue, de 5 ans minimum, peut être requise pour accéder au niveau de responsable de pôle data.



Commercial(e)

Appellations voisines : Chef des ventes, Chargé de développement commercial, Responsables comptes clés, Directeur des ventes, Responsable ventes directes, Directeur commercial

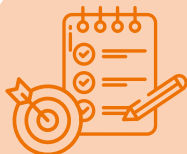


CONTEXTE DE TRAVAIL

Le commercial travaille en équipe avec l'ensemble des commerciaux sous la responsabilité de la direction commerciale, en lien avec les services de marketing, communication et promotion.

Il peut être interne à la maison d'édition / maison de disques ou label, ou faire partie d'une structure de diffusion externe.

Son métier nécessite des déplacements réguliers, notamment dans les phases de négociation.



MISSIONS

Le commercial met en œuvre la stratégie commerciale, coordonne sa mise en œuvre et en contrôle ses résultats.

En particulier, il :

- décline la stratégie de vente ;
- définit, en fonction des produits ou des projets, la cible de clients et de prospects ;
- organise, en lien avec les éditeurs, les campagnes de ventes ;
- réalise le suivi des clients, traite les demandes ou réclamations de leur part ;
- met en place les moyens nécessaires à la gestion des campagnes, à la gestion des commandes, de la facturation et des données clients ;
- assure une veille des marchés et de la concurrence et fait remonter les informations pertinentes à sa hiérarchie, aux éditeurs et aux équipes marketing ;
- suit et analyse les résultats en termes d'objectifs et de budgets.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de commercial peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant commercial, Attaché commercial, Chargé de ventes, Responsable des ventes ou Directeur des ventes / Directeur commercial.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de e-commerce, administrateur des ventes (chargé de clientèle), chargé de supply chain digital, représentant ou délégué pédagogique**
- Par la formation : **Chargé de cession de droits / synchro, Agents technico-commerciaux aux librairies musicales**
- Par la reconversion : **Chargé de marketing, chargé de promotion, data analyst**



Commercial(e)

Appellations voisines : Chef des ventes, Chargé de développement commercial, Responsables comptes clés, Directeur des ventes, Responsable ventes directes, Directeur commercial



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Évaluer le potentiel de vente d'une œuvre ou d'un programme pour définir la stratégie commerciale
- Comprendre et connaître le marché pour adapter son approche commerciale
- Négocier et gérer des contrats commerciaux
- Gérer et respecter un budget
- Analyser les tendances de vente pour ajuster les stratégies commerciales
- Faire remonter au service marketing et éditorial les informations pertinentes
- Développer un portefeuille clients et prospects
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans l'analyse de données chiffrées et la génération de contenus

Connaissances :

- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Droit des contrats, réglementation commerciale, concurrence, et des conditions de vente
- Techniques de vente
- Techniques de négociation
- Outils CRM (Customer relationship management)
- Logiciel de gestion des commandes

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Développer un argumentaire commercial visant à convaincre
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité
- Créer et entretenir des relations avec les clients, les éditeurs, les distributeurs mais aussi les différentes équipes au sein de la structure



ACCÈS AU MÉTIER

Formation : Le métier de commercial est accessible à partir d'une formation de niveau Bac, Bac +3 ou équivalent dans les domaines du commerce, des éditions ou de l'administration. Les formations de niveau Bac +5 (école de commerce, marketing, master en commercialisation du livre) peuvent faciliter l'accès aux postes de direction.

Expérience : Le métier de commercial est accessible après une première expérience d'1 ou 2 ans pour le premier niveau hiérarchique (chargé des ventes). Jusqu'à 6 ans d'expérience peuvent être requis pour accéder au métier de directeur commercial. Dans l'édition musicale, une attention particulière est accordée à l'expérience métier et la maîtrise des environnements de travail.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- définir et décliner la politique commerciale « grands comptes » ou accompagner les responsables comptes clés dans leur négociation, et assurer leur suivi et leur développement ;
- définir l'organisation de l'équipe commerciale et les encadrer, participer au recrutement des commerciaux, veiller au développement de leurs compétences et à leur formation ;
- conseiller les équipes éditoriales sur les produits ou projets au regard des marchés, leurs prix et les modes de commercialisation les plus adaptés ;

En fonction de la maturité de la transition digitale dans les organisations, les équipes commerciales peuvent être mixtes (positionnées sur la vente physique ET supply chain digitale) ou bien spécialisées exclusivement sur l'un de ces canaux.



Chargé(e) de e-commerce

Appellations voisines : Responsable de e-commerce, Responsable D-to-C (direct to consumer), Chef de projet merchandising, Chargé de boutique digitale musique, e-commerce partitions



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chargé de e-commerce travaille en étroite collaboration avec les services de l'édition, de la communication/promotion/marketing, fabrication ou encore juridique, notamment pour valoriser les œuvres et les droits associés.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé de e-commerce peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Responsable e-commerce ou Directeur e-commerce.



MISSIONS

Le chargé e-commerce a pour mission de développer la vente directe aux publics finaux pour un catalogue musical ou des produits physiques. Dans la lignée du commercial, il développe la stratégie commerciale de vente directe, le merchandising artiste, les précommandes, les boutiques officielles en ligne ou encore les offres exclusives / premium. Ses missions sont très variées, en particulier il :

- déploie et administre les boutiques direct-to-consumer (site de marque, boutique artiste, catalogue en ligne) ;
- construit et pilote une stratégie de vente directe autour des sorties musicales ;
- met en œuvre des offres exclusives : préventes, éditions limitées, coffrets ;
- optimise l'expérience d'achat (UX) pour des publics variés ;
- pilote les opérations de webmarketing liées aux sorties en lien avec le marketing, promotion et communication ;
- suit les tendances D2C musique ;
- valorise le fonds (édition musicale) en remettant en avant des publications plus anciennes.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités, le niveau de responsabilités ou encore le type de produits / projets, le niveau d'intégration de la chaîne de production et l'esthétique musicale.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Commercial, Agents technico commerciaux aux librairies musicales**
- Par la formation : **Administrateur des ventes, représentant ou délégué pédagogique**
- Par la reconversion : **Chargé de marketing, chargé de promotion, data analyst**



Chargé(e) de e-commerce

Appellations voisines : Responsable de e-commerce, Responsable D-to-C (direct to consumer), Chef de projet merchandising, Chargé de boutique digitale musique, e-commerce partitions



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Évaluer le potentiel de vente d'une œuvre ou d'un programme pour définir la stratégie commerciale
- Comprendre et connaître le marché pour adapter son approche commerciale
- Gérer et respecter un budget
- Créer un site et gérer le back office de manière continue
- Maîtriser les plateformes de e-commerce
- Analyser les effets de la stratégie de e-commerce (nombre de visites, taux de conversion, etc.)
- Analyser les tendances de vente pour ajuster les stratégies commerciales
- Maîtriser les différents langages des navigateurs webs (HTML/CSS/Javascript)
- Saisir les méta-données pour permettre le référencement des contenus
- Interpréter les données chiffrées et en déduire l'évolution des comportements des utilisateurs
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Outils de marketing digital
- Outils de web analyse / web analytics
- Outils CRM (Customer relationship management)
- Techniques de vente

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité
- Développer un argumentaire commercial visant à convaincre



ACCÈS AU MÉTIER

Formation : Le métier de chargé e-commerce est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou équivalent dans le domaine du marketing, marketing digital et du commerce : management commercial opérationnel ou négociation et digitalisation de la relation client, jusqu'à un niveau Bac +5 ou équivalent.

Expérience : Le métier de chargé e-commerce est accessible à une personne ayant une première expérience en stage ou en alternance (chargé de e-vente par exemple). Une expérience de 5 à 7 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable ou de directeur e-commerce.



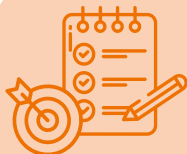
Représentant(e)

Appellations voisines : Attaché commercial, Commercial, Délégué commercial, Commercial B to B, Délégué pédagogique



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le représentant travaille en itinérance, se déplace régulièrement dans le cadre de ses visites client (et établissements scolaires pour le délégué pédagogique) - à ce titre, le permis de conduire est souvent un pré-requis dès lors qu'il travaille en région non urbaine. Il travaille sous l'autorité d'un directeur et/ou d'un chef des ventes ou de la direction commerciale, et en relation avec les services commerciaux, le service distribution et diffusion.



MISSIONS

Le représentant accompagne le développement commercial de sa structure en réalisant ses objectifs de ventes, sur le terrain. Il est chargé spécifiquement d'entretenir des relations avec les librairies, les centres de diffusion et les GSS (grandes surfaces spécialisées).

En particulier, il :

- entretient et développe une clientèle ;
- assure la promotion des ouvrages dans une zone géographique donnée (défendre les nouveautés et travailler le réassort du fonds éditorial) ;
- fait des recommandations à ses clients en matière de choix des ouvrages (libraires, centres de diffusion, grandes surfaces spécialisées ou GSS) ;
- remonte au service éditorial, marketing et numérique toute information concernant le marché et la position compétitive des ouvrages ;
- réalise des ventes : prise de commandes, ventes d'outils aux clients, service après-vente ;
- met en place des opérations promotionnelles.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de représentant peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : en commençant en tant qu'assistant, il peut évoluer vers un poste de direction des ventes ou direction commerciale.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- participer à des événements (conférence, salon professionnel, etc.) visant à valoriser les ouvrages, les auteurs et / ou les maisons d'édition ;
- réaliser les études sur le terrain pour les éditeurs.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Négociateur comptes-clés, commercial, libraire**
- Par la formation : **Administrateur des ventes, chargé de partenariats**
- Par la reconversion : **[Pour les délégués pédagogiques uniquement] Formateur, chargé de promotion**



Représentant(e)

Appellations voisines : Attaché commercial, Commercial, Délégué commercial, Commercial B to B, Délégué pédagogique



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Maîtriser le catalogue défendu pour construire un argumentaire commercial
- Conseiller et prescrire des contenus aux clients – libraires, centres de diffusion, Grandes surfaces spécialisées (GSS) – et des contenus pédagogiques pour les établissements scolaires
- Former les acteurs aux fonctionnalités numériques des contenus pédagogiques
- Structurer et prioriser une tournée commerciale
- Structurer un fichier de prospection
- Techniques d'animation de réunions
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans l'analyse de données chiffrées et la génération de contenus

Connaissances :

- Environnement et actualités pédagogiques (réforme des programmes, etc.)
- Applicatifs métiers / outils d'aide à la vente
- Droit des contrats, réglementation commerciale, concurrence, et des conditions de vente
- Techniques de vente
- Techniques de négociation

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Développer un argumentaire commercial visant à convaincre
- Faire preuve de leadership et d'adaptabilité



ACCÈS AU MÉTIER

Formation : Le métier de représentant est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 lié à la formation de libraire, jusqu'à Bac +3 ou Bac +5 ou équivalent en commerce, négociation ou management.

Des formations certifiantes peuvent faciliter l'accès au métier de représentant (ex : master spécialisé en commercialisation ou métiers du livre, formation au métier de libraire).

Expérience : Le métier de représentant est accessible à des personnes ayant une première expérience dans le secteur de l'édition ou de la librairie.

Les délégués pédagogiques sont souvent issus du secteur de l'enseignement, avec une expérience commerciale.

Chargé spécifiquement d'entretenir des relations avec les établissements d'enseignement scolaires et les librairies pour développer la vente des ouvrages scolaires, le délégué pédagogique (aussi appelé « représentant commercial pédagogique ») est un représentant spécialisé qui est chargé de :

- conseiller les éditeurs sur les ouvrages et les outils pédagogiques à développer ;
- présenter les spécificités des collections, en tenant compte des formats mixtes (papier et numérique) ;
- former les enseignants aux usages et fonctionnalités des ressources numériques (démonstrations, webinaires, tutoriels, tests) ;
- remonter les usages réels de terrain (freins, besoins, taux d'équipement, appétence numérique, préférence papier / numérique) ;
- réaliser les études sur le terrain pour les éditeurs.



Chargé(e) de cession de droits / Chargé(e) d'Export / Responsable Sous-Édition

Appellations voisines : Chargé de co-édition (éditions du livre) / Responsable export (éditions phonographiques) / Responsable sous-édition (éditions musicales)



MISSIONS

Ce métier a pour mission commune, dans les différents secteurs d'activité, d'exploiter un catalogue d'œuvres et/ ou d'enregistrements : il accompagne et négocie des autorisations d'exploitation auprès d'éditeurs, de maisons de disques ou labels étrangers dans le cadre de la cession de droits. Dans le cadre de la synchro, il peut intervenir également auprès de producteurs audiovisuels / agences / marques pour transposer la musique à l'image.

Ce métier intervient sur les aspects juridiques, commerciaux et financiers de la cession de droits. En particulier, il :

- prospecte des partenaires susceptibles d'être intéressés par l'acquisition des droits (éditeurs étrangers, sociétés de production, etc.) ;
- assure la promotion du catalogue d'œuvres ou enregistrements qu'il représente, auprès de son réseau de professionnels ;
- assure la promotion des auteurs, compositeurs et artistes qu'il représente ;
- anime et fidélise son réseau de clients ;
- consulte les auteurs et ayants droit sur les adaptations proposées (en particulier pour les adaptations audiovisuelles ou spectacle vivant) ;
- rédige, adapte et contrôle les contrats de cession de droits ;
- suit le projet et les engagements contractuels fixés au contrat (paiement, exploitation, mentions obligatoires, etc.) ;
- assure le reporting ainsi que le suivi budgétaire.



CONTEXTE DE TRAVAIL

Il travaille sous l'autorité de la direction générale et d'un directeur de cession de droits ou de synchronisation. En interne, il travaille en relation avec le service comptabilité auteur, le service éditorial, la direction artistique, le service juridique, les fonctions support, la fabrication, la direction générale, et le service marketing. À l'externe, il travaille avec les auteurs, compositeurs ou artistes, les agents, les éditeurs / maisons de disques ou labels étrangers (cession de droits).



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé de cession de droits, chargé d'export ou responsable sous-édition peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Assistant cession de droits, Chargé des droits, Attaché cessions de droits, Responsable de cession de droits, Directeur de cession de droits.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Aquisiteur de droits (dans ou hors branche), chargé de partenariats**
- Par la formation : **Commercial**
- Par la reconversion : **Éditeur (livre, musique), producteur phonographique, directeur de label**

Le chargé de synchro, dans les éditions phonographique et musicale, exploite les œuvres musicales ou les enregistrements des artistes ou du catalogue qu'il représente, en négociant des autorisations d'exploitation pour une utilisation dans tous les secteurs de l'audiovisuel : publicité, jeux vidéos, cinéma, téléfilms, émissions télévisées, sites internet, représentations artistiques. Il permet l'exploitation des projets musicaux dans le domaine audiovisuel.

Le chargé de synchro a pour responsabilité de :

- vérifier la cohérence artistique entre l'artiste et l'œuvre dont les droits sont cédés et le projet audiovisuel envisagé ;
- répondre aux briefs obtenus par les clients en proposant des contenus répondant à la problématique du client.

À l'externe, il est donc amené plus spécifiquement à prospecter et à travailler avec des producteurs audiovisuels, agences de publicité (« music supervisor »), ou encore studios de jeux vidéos.



Chargé(e) de cession de droits / Chargé(e) d'Export / Responsable Sous-Edition

Appellations voisines : Chargé de co-édition (éditions du livre) / Responsable export (éditions phonographiques) / Responsable sous-édition (éditions musicales)



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Identifier les œuvres ou enregistrements susceptibles d'intéresser des acquéreurs ou partenaires, en lien avec la direction éditoriale ou artistique
- Évaluer le potentiel de vente d'une œuvre ou d'un enregistrement pour définir la stratégie commerciale
- Comprendre et connaître le marché pour adapter son approche commerciale
- Assurer le dépôt et la protection des œuvres auprès des sociétés de gestion collectives
- Assurer le suivi des adaptations
- Gérer et respecter un budget
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Maîtrise de l'anglais et/ou autres langues étrangères
- Répertoire ou catalogue de la maison de disques ou d'édition ou du label
- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Techniques de vente
- Droit des contrats, réglementation commerciale, concurrence, et des conditions de vente
- Techniques de négociation
- Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur
- Culture générale, littéraire et artistique

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Négocier avec les artistes, partenaires et prestataires
- Représenter la maison d'édition ou de disques / le label auprès des clients ou prospects



ACCÈS AU MÉTIER

Formation : Le métier de chargé de cession de droits / chargé d'export / responsable sous-édition est accessible à partir d'une formation de niveau bac +5 ou équivalent dans le domaine du droit de la propriété intellectuelle, commerce, droit de l'édition, littérature (éditions du livre), ou dans le domaine de l'industrie musicale. Une attention particulière est portée à l'expérience métier et la maîtrise des environnements de travail et du catalogue en fonction du secteur considéré (éditions du livre, musique ou phonographique) plus qu'au niveau de diplôme.

Expérience : Le métier de chargé de cession de droits / chargé d'export / responsable sous-édition est accessible à des personnes ayant plusieurs années d'expérience, en fonction de la taille de la structure et du catalogue d'œuvres ou enregistrements à appréhender.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités, mais également le secteur d'activité concerné (livre, phonographique, musique). Il peut consister en :

- la cession de droits de traduction auprès d'éditeurs étrangers ;
- la cession de droits audiovisuels, spectacles vivants et radiophoniques pour des adaptations de l'œuvre ;
- la cession de droits auprès d'éditeurs poche pour une réédition au format poche ;
- la cession de droits graphiques ;
- la gestion de coéditions internationales ;

Dans une petite structure, il assure souvent l'ensemble de la chaîne, de la prospection jusqu'à la signature du contrat, avec une forte polyvalence commerciale et juridique. Dans un grand groupe d'édition ou une major, le métier peut être segmenté avec des spécialisations en fonction du territoire, du type d'œuvre ou encore du type de contrat.

Le métier peut également inclure une fonction de représentation lors d'événements professionnels ou un rôle de coordination d'équipe. En fonction des organisations, le chargé de cession de droits peut être amené à se déplacer (foires du livre, marchés professionnels, festivals, salons, etc.).



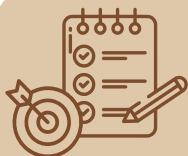
Technicien(ne) de maintenance

Appellations voisines : Agent de maintenance, chargé de maintenance



CONTEXTE DE TRAVAIL

Ses fonctions peuvent se réaliser dans un entrepôt de distribution ou dans un atelier de maintenance. Il est particulièrement en lien avec le responsable maintenance ou le directeur technique, les employés polyvalents logistique et les fournisseurs. Il est également en lien avec les chefs d'équipe et responsables de services qui alertent sur les pannes constatées sur les installations.



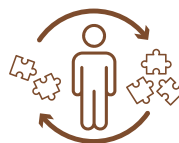
MISSIONS

Le technicien de maintenance effectue l'installation, l'entretien et le dépannage des équipements en sélectionnant les moyens et techniques adaptés. En particulier, ses missions comprennent la réalisation d'interventions de maintenance préventive, curative et corrective.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Responsable maintenance, directeur maintenance, directeur logistique



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Les fonctions de technicien de maintenance peuvent être externalisées.



Technicien(ne) de maintenance

Appellations voisines : Agent de maintenance, chargé de maintenance



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Définir un programme d'opérations de maintenance préventive ou de travaux
- Réparer un équipement, une machine, une installation
- Mettre en place et appliquer une démarche des contrôles nécessaire au maintien de la qualité
- Rechercher et repérer les signaux/défaillances d'une machine qui exigent de réagir et d'alerter la hiérarchie
- Prioriser les urgences entre plusieurs dépannages simultanés en coordination avec les opérateurs
- Mettre en œuvre une démarche structurée de recherche de panne
- Appliquer une méthodologie de dépannage
- Analyser des données de maintenance
- Comprendre, interpréter des schémas électriques et documents techniques

Connaissances :

- Outil de diagnostic et de dépannage
- Fonctionnement des installations
- Documents et notices techniques
- Amont / aval de la chaîne de production
- Gestes et postures lors des interventions
- Règles et certifications en matière d'environnement et de développement durable (tri, recyclage des déchets)
- Règles d'hygiène, de qualité, de sécurité
- Logiciel de Gestion de Maintenance Assistée par Ordinateur (GMAO)

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Coordonner les différents intervenants



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de technicien de maintenance est accessible à partir d'une formation de niveau Bac professionnel en maintenance des équipements industriels, électrotechnique ou équivalent, jusqu'à Bac +2 en mécanique et Automatismes Industriels et Maintenance des Systèmes ou équivalent.

L'accès au métier peut être réglementé et soumis à des habilitations électriques, CACES et sécurité incendie, etc.

Expérience :

Le métier de technicien de maintenance est accessible sans expérience préalable.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Employé logistique**



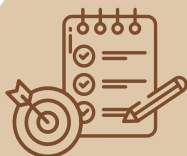
Employé(e) logistique

Appellations voisines : Logisticien(ne), Employé polyvalent logistique, cariste, manutentionnaire, préparateur de commande



CONTEXTE DE TRAVAIL

Ses fonctions peuvent se réaliser dans un entrepôt de distribution. Il est particulièrement en lien avec les chefs d'équipe et responsables des services logistiques. Son activité est rythmée par des cycles d'activité - en lien avec les dates des sorties des œuvres notamment.



MISSIONS

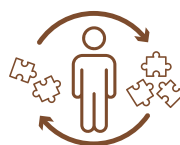
L'employé logistique assure la manutention des marchandises selon les indications données par le logiciel de distribution. Le métier nécessite une grande polyvalence, car l'employé logistique est chargé de :

- réceptionner et stocker les marchandises ;
- assurer le chargement et le déchargement des marchandises ;
- préparer les commandes ;
- effectuer les inventaires réguliers des stocks ;
- expédier les commandes.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Responsable logistique, chef d'équipe, responsable gestion de stocks, directeur technique.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Les fonctions de l'employé logistique peuvent être externalisées.



Employé(e) logistique

Appellations voisines : Logisticien(ne), Employé polyvalent logistique, cariste, manutentionnaire, préparateur de commande



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Charger, décharger, manutentionner les produits
- Contrôler la quantité et la qualité des ouvrages réceptionnés
- Suivre la gestion des zones de stockage
- Appliquer les règles et procédures de la chaîne logistique (rangement, ordre des livres dans la zone de casage)
- Appliquer les techniques de levage et de manutention sécurisées

Connaissances :

- Fonctionnement des installations
- Amont / aval de la chaîne de production
- Gestes et postures lors des interventions
- Règles et certifications en matière d'environnement et de développement durable (tri, recyclage des déchets)
- Règles d'hygiène, de qualité, de sécurité
- Logiciels de distribution

Compétences relationnelles :

- Alerter en cas de dysfonctionnement
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier d'employé de logistique est accessible à partir d'une formation de niveau Bac ou Bac professionnel, dans le domaine de la logistique.

L'accès au métier peut être réglementé et soumis à des habilitations électriques, CACES et sécurité incendie, etc.

Expérience :

Le métier d'employé de logistique est accessible sans expérience préalable.



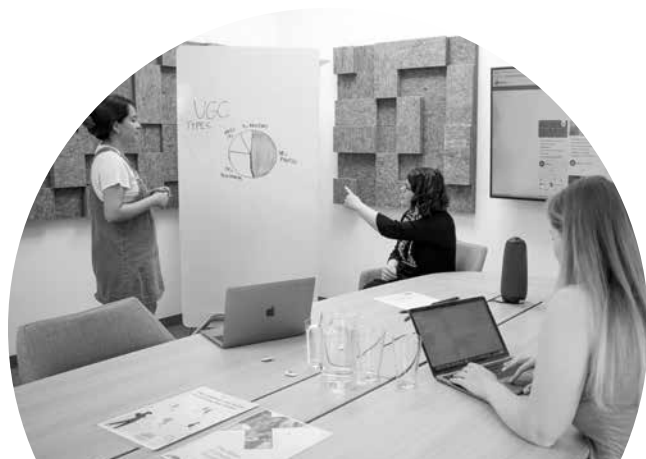
PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chef d'équipe**
- Par formation : **Technicien de maintenance**



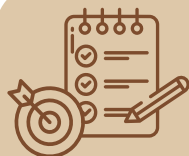
Chargé(e) de projet supply chain digitale

Appellations voisines : Chargé de distribution digitale, Coordinateur(trice) supply chain, Coordinateur(trice) production digitale, Gestionnaire de diffusion digitale



CONTEXTE DE TRAVAIL

En interne, il est en interaction constante avec les services marketing, fabrication, juridique, communication ou de la direction artistique. Il est également en interaction directe avec les artistes distribués. À l'externe, il collabore avec les plateformes de streaming, les agrégateurs digitaux, les distributeurs internationaux et éventuellement des prestataires techniques.



MISSIONS

Le chargé de projet supply chain digitale est responsable de la distribution des productions musicales au format digital (plateformes de streaming, téléchargement, services internationaux). Il garantit la conformité, la qualité, les délais et la disponibilité des œuvres sur l'ensemble des canaux de diffusion dédiés. Plus particulièrement, il :

- assure la livraison des titres sur toutes les plateformes mondiales ;
- assure la conformité avec les cahiers des charges techniques : formats audio, vidéo, images, métadonnées, normales de validation, etc. ;
- garantit la qualité des métadonnées : compositeurs, éditeurs, contributeurs, mots clés, crédits afin de maximiser le référencement de l'œuvre ;
- coordonne son activité avec les stratégies marketing mises en place et notamment participe à la coordination des plannings et des dates de sorties et leurs distributions sous format physique le cas échéant.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé de projet supply chain digitale peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité en évoluant vers les métiers de coordinateur supply chain digitale, responsable Digital Operations jusqu'à directeur supply chain / distribution.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Le chargé de projet supply chain digitale peut être également chargé de la fabrication et la distribution des supports physiques (vinyles, cassettes, etc.).

Ce métier peut être externalisé dans les plus petites structures.



Chargé(e) de projet supply chain digitale

Appellations voisines : Chargé de distribution digitale, Coordinateur(trice) supply chain, Coordinateur(trice) production digitale, Gestionnaire de diffusion digitale



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Comprendre les demandes et apporter des solutions techniques pour traduire une idée créative
- Gérer et optimiser les métadonnées pour améliorer la découvrabilité des titres et albums
- Appliquer et contrôler les cahiers des charges techniques
- Se conformer aux guidelines des plateformes de streaming mondiales
- Conseiller et suggérer des stratégies de mise en ligne (après analyse des risques et opportunités)
- Piloter les plannings de sortie digitale
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Outils de gestion et de livraison digitale (agrégateurs, plateformes, etc.)
- Chaîne de distribution digitale
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Compréhension des enjeux de communication et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Plateformes de streaming et leur interface professionnelle
- Maîtrise de l'anglais

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Favoriser la coordination entre la distribution et le reste des acteurs de la chaîne de production



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chargé de projet supply chain digitale est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 à Bac +5 ou équivalent, dans les secteurs du commerce, de la communication ou du marketing, ou une formation universitaire en industries culturelles et créatives.

Expérience :

Le métier de chargé de projet supply chain digitale est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 à 2 ans dans le secteur ou des fonctions similaires.

Une expérience de 2 à 5 ans peut être requise pour accéder au niveau de Responsable Digital Operations ou directeur supply Chain digitale.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de contenu**
- Par formation : **Data Analyst**
- Par reconversion : **Coordination droits digitaux**



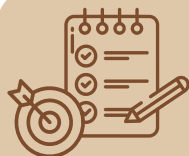
Administrateur(ice) des ventes

Appellations voisines : Chargé de distribution, coordinateur back office



CONTEXTE DE TRAVAIL

En interne, l'administrateur des ventes travaille avec les services éditoriaux, commerciaux, comptabilité, marketing et juridiques. À l'externe, il est principalement en lien avec les librairies, disquaires ou autres distributeurs internationaux. Son activité est rythmée par des cycles - en lien avec les dates des sorties des œuvres.



MISSIONS

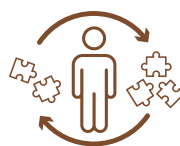
L'administrateur des ventes a pour missions de gérer les commandes des clients jusqu'à la distribution et la livraison aux points de vente ou directement auprès des clients finaux. Plus particulièrement, il :

- enregistre, traite et suit les commandes clients (libraires, distributeurs, disquaires, etc.) ;
- assure le lien avec les distributeurs et toute la coordination logistique (suivi des stocks, suivi des transporteurs, gestion des retours et des invendus, etc.) ;
- assure le lien avec les équipes commerciales, marketing, fabrication / production, service juridique, etc. ;
- traite les réclamations et litiges clients.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Ce métier peut être exercé à plusieurs niveaux hiérarchiques : assistant administration des ventes jusqu'à responsable ou directeur administration des ventes.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilité. Les fonctions d'administrateur des ventes peuvent être externalisées.



Administrateur(ice) des ventes

Appellations voisines : Chargé de distribution, coordinateur back office



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Organiser le traitement des commandes
- Piloter une démarche qualité, un processus d'amélioration continue
- Réaliser la gestion administrative des contrats
- Assurer le suivi des commandes et des livraisons
- Établir les tableaux de bord liés à l'activité commerciale
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans l'analyse de données chiffrées et la génération de contenus

Connaissances :

- Logiciels de distribution
- Logiciel de gestion des commandes
- Circuits et écosystème de distribution des œuvres
- Amont / aval de la chaîne de production

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Coordonner les différents intervenants



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier d'administrateur des ventes est accessible à partir d'un niveau Bac +2 ou équivalent, en gestion commerciale, gestion de la PME, techniques de commercialisation par exemple.

Expérience :

Le métier d'administrateur des ventes est accessible sans expérience professionnelle spécifique. Une expérience de plusieurs années peut être requise pour accéder au niveau de directeur d'administration des ventes.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Commercial, Gestionnaire Approvisionnements, Gestionnaire e-commerce, Gestionnaire SAV Supply Chain, Gestionnaire back office commercial, Représentant**
- Par reconversion : **Chargé de Production, Data analyst**



Chargé(e) du matériel d'orchestre

Appellations voisines : Bibliothécaire musical, gestionnaire de bibliothèque d'orchestre, chargé de location de partition



CONTEXTE DE TRAVAIL

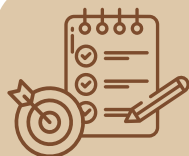
Il est amené à collaborer avec des compositeurs, copistes, chefs d'orchestre, bibliothécaires d'orchestre, services administratifs.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités, il peut :

- assurer la facturation du service.
- louer le matériel sous format numérique, via des plateformes sécurisées.



MISSIONS

Le chargé du matériel d'orchestre gère l'ensemble des partitions et matériels imprimés (parfois sous format numérique) mis à disposition des orchestres pour les répétitions, les concerts ou les enregistrements. Plus particulièrement, il :

- assure la gestion des commandes et des locations, depuis la réception des demandes des orchestres, conservatoires ou bibliothécaires d'orchestre jusqu'à l'établissement du devis en fonction de la nomenclature de l'œuvre ;
- rédige les contrats de mise à disposition des partitions à partir d'un modèle ;
- prépare les partitions en tenant compte des demandes spécifiques (avec ou sans annotations, etc.) ;
- assure l'envoi et la réception des partitions, en vérifiant que les éléments rendus soient complets ;
- gère l'archivage et le stockage des partitions.



Chargé(e) du matériel d'orchestre

Appellations voisines : Bibliothécaire musical, gestionnaire de bibliothèque d'orchestre, chargé de location de partition



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Lire des partitions complètes notamment d'orchestre
- Comprendre, déchiffrer et formaliser les annotations de partitions
- Organiser, numéroté et entretenir un stock de partitions
- Constituer et appliquer une nomenclature
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Logiciels de notation musicale
- Droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur
- Fonctionnement du marché de la musique éditoriale
- Fondamentaux en matière de gestion de bases de données
- Droit des contrats, réglementation commerciale, concurrence, et des conditions de vente

Compétences relationnelles :

- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler en réseau et coopérer avec des profils métiers diversifiés



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chargé de matériel d'orchestre est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 ou équivalent en édition musicale ou dans la musique - métiers de la scène lyrique, musicologie, etc.

Expérience :

Le métier de chargé de matériel d'orchestre est accessible sans expérience professionnelle spécifique.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Graveur(se) / copiste**
- Par formation : **Responsable Synchro**
- Par reconversion : **Instrumentaliste, artiste interprète**



Chef(fe) de projet édition phonographique

Appellations voisines : Chef de projet, Chef ou Chargé de produit, Brand manager, Attaché commercial, Délégué commercial, Commercial B to B, Agent de talent



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chef de projet travaille à l'intersection des pôles artistique, commercial, digital et communication. Le métier implique une forte réactivité et une grande disponibilité, notamment lors des phases de sortie, de tournées ou de campagnes promotionnelles. Les horaires peuvent être irréguliers (soirées, week-ends).



MISSIONS

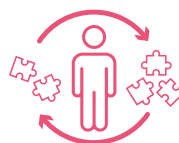
Le chef de projet en édition phonographique pilote la stratégie marketing, communication et commerciale d'un projet musical depuis la phase de post-production jusqu'à sa diffusion sur le marché. Il est responsable de la mise en valeur du projet artistique, de la gestion de l'image de l'artiste, et de la cohérence globale des actions de promotion et de diffusion, dans le respect du budget imparti. En particulier, il :

- définit et met en œuvre la stratégie marketing d'un projet en concertation avec l'artiste, la direction artistique et la direction du label ;
- pilote les actions de lancement commercial (date de sortie, formats, partenaires,...) ;
- coordonne l'ensemble des intervenants internes et externes (promotion, distribution, relations médias, direction artistique) ;
- supervise la réalisation des contenus promotionnels : clips, visuels, teasers ;
- suit les indicateurs de performance (écoutes, ventes) et ajuste la stratégie si nécessaire ;
- représente le projet et conseille l'artiste sur la cohérence de son image et le positionnement de ses sorties ;
- gère le budget marketing et promotionnel, en assurant l'équilibre entre ambitions artistiques et contraintes économiques ;
- peut contribuer à la valorisation du catalogue.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de Chef de projet phonographique peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité, d'Assistant marketing à Chef de projet phonographique. Il travaille sous la supervision du directeur marketing.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- se spécialiser sur un ou plusieurs artistes ou segments (urbain, pop, catalogue, etc.) ;
- avoir un rôle plus polyvalent, cumulant parfois des fonctions de communication, commercialisation, voire de direction artistique ;
- être rattaché à la promotion du catalogue tandis que d'autres se concentrent sur les nouveaux talents ;

L'importance croissante des plateformes de streaming et des réseaux sociaux conduit à une adaptation permanente des stratégies de sortie et de développement d'audience.



Chef(fe) de projet édition phonographique

Appellations voisines : Chef de projet, Chef ou Chargé de produit, Brand manager, Attaché commercial, Délégué commercial, Commercial B to B, Agent de talent



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Concevoir, mettre en œuvre et suivre des actions marketing multi-canal
- Présenter et défendre un projet auprès de partenaires internes et externes
- Rédiger des contenus marketing (argumentaires, newsletters, communiqués, fiches produits)
- Adapter les stratégies de lancement selon les formats de diffusion et les canaux promotionnels (radio, télévision, presse, plateformes)
- Pitcher un projet musical auprès des médias
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre
- Analyser les effets d'une stratégie marketing
- Gérer et respecter un budget
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Enjeux marketing et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Outils du marketing digital
- Médias traditionnels (presse, télévision, radio) et digitaux
- Outils d'analyse de marché

Compétences relationnelles :

- Bonne communication écrite et orale
- Diplomatie et sens du relationnel
- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chef de projet phonographique est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 à Bac +5 ou équivalent, dans les domaines du commerce, de la communication ou du marketing ou plus largement dans les industries culturelles et créatives. Plusieurs écoles spécialisées forment de manière spécifique au métier de chef de projet.

Expérience :

Le métier de chef de projet phonographique est accessible, à un premier niveau, après un stage de fin d'études ou une première expérience en marketing musical, communication ou production phonographique (assistant marketing, chargé de communication, assistant chef de projet). 4 à 5 ans d'expérience peuvent être requis pour maîtriser suffisamment l'environnement de la production phonographique.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de marketing, chargé de promotion**
- Par la formation : **Producteur phonographique**
- Par reconversion : **Directeur de label**



Chef(fe) de produit

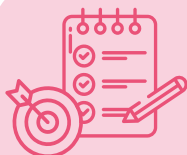
Appellations voisines : Chef de marque, Gestionnaire de produit, Responsable ou Spécialiste produit, Chef de produit webmarketing



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chef de produit travaille sous la responsabilité du responsable marketing, du chef de groupe de produits ou du directeur marketing.

En interne, il travaille en relation avec tous les services (éditorial, commercial, communication et promotion), impliquant des temps de coordination et de concertation. À l'externe, il travaille en relation avec différents prestataires (agences de publicité, fournisseurs, influenceurs, etc.).



MISSIONS

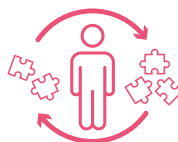
Le chef de produit est responsable de la gestion marketing et du développement d'un ouvrage. En particulier, il :

- participe à l'élaboration du plan marketing annuel multi-canal ;
- assure le lancement et l'animation du produit ;
- réalise des études de marché et des analyses de performance ;
- assure une veille concurrentielle ;
- gère le budget du plan d'action marketing ;
- recommande, suit et contrôle les actions commerciales et promotionnelles.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chef de produit peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité, d'assistant marketing jusqu'à directeur marketing en passant par responsable de produit, chef de groupe, chef de marque, responsable marketing.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- développer et gérer les partenariats avec les influenceurs, sites et autres supports en lien avec la thématique des produits ;
- être soutien opérationnel sur les salons et divers événements.



Chef(fe) de produit

Appellations voisines : Chef de marque, Gestionnaire de produit, Responsable ou Spécialiste produit, Chef de produit webmarketing



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Concevoir, mettre en œuvre et suivre des actions marketing multi-canal
- Collecter et analyser des données et des informations
- Adapter les stratégies de lancement selon les types et spécificités du produit à promouvoir et les canaux promotionnels (radio, TV, presse, plateformes)
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre
- Analyser les effets d'une stratégie marketing
- Assurer une veille artistique
- Rédiger des contenus marketing (argumentaires, newsletters, communiqués, fiches produits)
- Gérer et respecter un budget
- Être à l'écoute des tendances du marché
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans l'analyse de données chiffrées, le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Enjeux marketing et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Marché de l'édition de livres : chaîne de valeur, acteurs, tendances, typologies de lectorat
- Outils du marketing digital
- Outils d'analyse de marché

Compétences relationnelles :

- Bonne communication écrite et orale
- Diplomatie et sens du relationnel
- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chef de produit est accessible après un cursus de niveau Bac +3 à Bac +5 ou équivalent, dans les domaines du marketing, du commerce, de l'économie et gestion, de l'édition, etc.

Expérience :

Le métier de chef de produit est accessible après une première expérience en stage ou en alternance. Une expérience de 2 à 4 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable marketing.



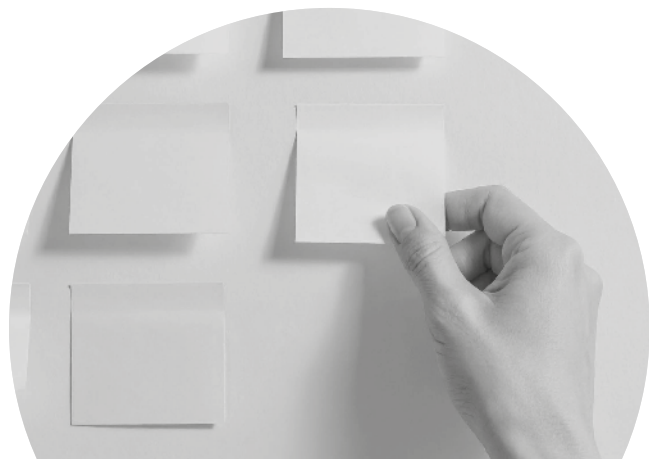
PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de promotion, Community manager**
- Par la formation : **Développeur d'audience**
- Par reconversion : **Chef de projets**



Chargé(e) de promotion

Appellations voisines : Responsable communication, Attaché de presse, Chargé de relations médias



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chargé de promotion travaille au sein d'une maison d'édition, d'un label ou d'une maison de disques ou chez un éditeur de musique.

Il collabore étroitement avec les équipes éditoriales, marketing, commerciales et artistiques pour garantir la cohérence entre la stratégie de communication et le positionnement des auteurs ou artistes.

Les rythmes de travail sont étroitement liés aux périodes de sortie, de tournée ou de salons professionnels.



MISSIONS

Le chargé de promotion a pour mission principale d'assurer la visibilité médiatique et publique d'un livre, d'un artiste, d'un album ou d'un catalogue éditorial. Il est le relai entre la maison d'édition, le label ou la maison de disques, les auteurs / artistes-interprètes et les médias, ainsi que le garant de la cohérence de l'image du projet artistique ou éditorial. En particulier, il :

- conçoit et met en œuvre la stratégie de relations média et relations publiques pour valoriser les œuvres et les artistes/auteurs ;
- rédige les dossiers et communiqués de presse, prépare les éléments de langage et organise les interviews ;
- gère le relationnel avec les auteurs / artistes (ou leur manager), fait vivre et développe le réseau des journalistes, influenceurs et les partenaires média dans le cadre des actions de promotion ;
- suit le calendrier des sorties et des campagnes promotionnelles et en évalue les retombées ;
- coordonne de multiples partenaires externes au service de la promotion de l'artiste / auteur (stylistes, habilleurs, maquilleurs pour les éditions musicale et phonographique...)
- assure la présence des œuvres et artistes dans les événements ;
- peut participer à la stratégie de contenu numérique (podcasts, teasers, formats réseaux sociaux).



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de chargé de promotion peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité, d'assistant promotion à directeur promotion en passant par responsable de produit.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Éditions du livre : métiers de relation libraires et des salons.**
- Par la formation : **Community Manager, chargé de marketing, chargé de communication**



Chargé(e) de promotion

Appellations voisines : Responsable communication, Attaché de presse,
Chargé de relations médias



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Concevoir et mettre en œuvre des stratégies de promotion et de relations médias adaptées aux publics et supports
- Élaborer et suivre un plan média et un budget promotionnel
- Rédiger des outils promotionnels (newsletters, communiqués ou dossiers de presse)
- Représenter la maison d'édition / le label auprès des médias
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Compréhension des enjeux de communication et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Médias traditionnels (presse, télévision, radio) et digitaux
- Culture générale, littéraire et artistique

Compétences relationnelles :

- Développer et entretenir un réseau professionnel
- Bonne communication écrite et orale
- Diplomatie et sens du relationnel
- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



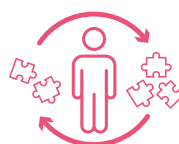
ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de chargé de promotion est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 ou équivalent à Bac +5 dans des domaines de la communication, de l'édition, de l'industrie musicale, du journalisme, etc. Il existe aujourd'hui des parcours spécialisés dans l'édition phonographique en particulier.

Expérience :

Le métier de chargé de promotion est accessible à des personnes ayant une première expérience de 2 à 3 ans dans des fonctions commerciales. Une expérience de 5 à 6 ans peut être requise pour accéder au niveau de responsable voire directeur de promotion.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- coordonner les attachés de presse internes et externes ;
- cumuler les fonctions de communication, promotion et marketing opérationnel ou coordonner des attachés de presse externes (petites structures)

Dans les grands groupes, la fonction est plus spécialisée, parfois scindée entre relations média, relations publiques, influence digitale et événementiel ou en fonction du type de média (presse, radio, etc.), voire par genre.

Les missions varient également selon le secteur d'activité (livre, musique) :

- dans l'édition du livre, le poste de chargé de relations avec les libraires tend à se développer.
- dans l'édition musicale, le poste implique souvent un lien étroit avec les producteurs, les attachés de presse ou managers des artistes et les médias spécialisés (radios musicales, plateformes de streaming).



Développeur(euse) d'audience de plateformes

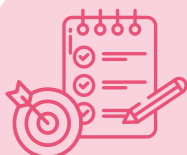
Appellations voisines : Chargé de l'acquisition d'audience, Chef de marché streaming, Streaming manager



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le développeur d'audience de plateforme travaille en étroite coordination avec :

- le service marketing,
- les équipes data et analytiques (ou le data analyst),
- la direction artistique et les chefs de projets.



MISSIONS

Le développeur d'audience de plateformes conçoit, met en œuvre et pilote la stratégie de développement des audiences sur les plateformes de streaming et de diffusion. Son objectif est de maximiser la visibilité, l'engagement et la découvrabilité des artistes, des œuvres et des catalogues sur ces espaces numériques. Plus particulièrement, il :

- analyse les données d'écoute, d'ajouts en playlist, de partages et de fidélisation pour identifier les tendances de consommation ;
- optimise la présentation et la valorisation des catalogues à travers la gestion des métadonnées, visuels et descriptifs ;
- collabore avec les plateformes de streaming pour promouvoir les sorties et améliorer la position éditoriale (playlists, bannières, suggestions algorithmiques) ;
- met en place des campagnes ciblées d'acquisition et de fidélisation (publicités intégrées, notifications, recommandations sponsorisées) ;
- coordonne la collecte et la structuration des données issues des plateformes et en assure le reporting auprès de la direction marketing et des labels ;
- participe à la veille concurrentielle et technologique pour anticiper les évolutions des plateformes et adapter les stratégies de diffusion.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à plusieurs niveaux de responsabilité : assistant / analyste junior, responsable de la stratégie d'audience, directeur digital marketing.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- être positionné sur une activité très analytique (axé sur les indicateurs de performance et la data) ou plus stratégique (pilotage global de l'audience et coordination marketing) ;
- assurer des missions de gestion de métadonnées ou de relation avec les plateformes de diffusion (dans les structures indépendantes).
- s'intégrer à une équipe dédiée au marketing digital et à la performance des contenus (dans les grands groupes).
- gérer le catalogue patrimonial, en plus des nouvelles sorties, pour renforcer la valorisation du fonds.



Développeur(euse) d'audience de plateformes

Appellations voisines : Chargé de l'acquisition d'audience, Chef de marché streaming, Streaming manager



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Analyser le trafic d'un site web via les outils de web analyse / web analytics
- Piloter la stratégie d'audience en lien avec les services marketing et distribution
- Gérer et optimiser les métadonnées pour améliorer la découvrabilité des titres et albums
- Concevoir et suivre des campagnes d'acquisition et de fidélisation sur les plateformes
- Concevoir des tableaux de bord pour le suivi des performances
- Assurer une veille artistique
- Interpréter les données chiffrées et en déduire l'évolution des comportements des utilisateurs
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Plateformes de streaming et leur interface professionnelle
- Langages des navigateurs webs (HTML/CSS/ Javascript)
- Compréhension des modèles de monétisation (écoute, abonnement, synchronisation, etc.)
- Outils de marketing digital
- Outils de web analyse / web analytics
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Droits et obligations issues du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)

Compétences relationnelles :

- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Capacité à vulgariser et restituer clairement des analyses complexes auprès d'équipes non techniques



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de développeur d'audience de plateforme est accessible à partir d'une formation de niveau Bac + 5 ou équivalent dans des domaines du marketing digital, data marketing, du commerce et de la gestion (en universités, en écoles de commerce...).

Expérience :

Le métier de développeur d'audience de plateforme est accessible après 1 ou 2 années d'expérience dans l'analyse de données, le marketing musical ou la distribution numérique.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de promotion, community manager, responsable innovation et Marketing digital, coordination social media & influence, responsable contenus**
- Par la formation : **Chef de projet, chef de produit, chargé éditorial**
- Par reconversion : **Métiers commerciaux (chargé de partenariat, commercial, représentant), data analyst**



Community Manager

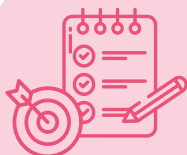
Appellations voisines : Animateur de communautés, Chargé de communication digitale, Gestionnaire de communauté, Responsable de la communication en ligne, Responsable réseaux sociaux, Chef de projet réseaux sociaux



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le community manager travaille sous la responsabilité du service communication (marketing et/ou promotion). Il collabore étroitement avec les équipes éditoriales, artistiques et digitales pour assurer la cohérence des messages afin de coordonner les campagnes et interpréter les performances. Il peut être amené à travailler avec les agences, graphistes, vidéastes ou encore influenceurs.

Si ses missions peuvent s'exercer en distanciel, il peut être souvent mobilisé lors d'événements : avant-premières, concerts, dédicaces, salons, festivals ou lancement d'ouvrages.



MISSIONS

Le community manager anime, développe et fédère les communautés autour d'un artiste, d'un auteur, d'une œuvre, d'un enregistrement, d'une maison d'édition ou d'un label. Il joue un rôle clé dans la visibilité, la notoriété et l'image de ces derniers notamment sur les réseaux sociaux. En particulier, il :

- définit et met en œuvre la stratégie de présence et d'engagement sur les réseaux sociaux ;
- crée, planifie et diffuse des contenus adaptés à chaque plateforme (posts, stories, reels, vidéos, playlists...) ;
- entretient un lien régulier et positif avec les communautés (lecteurs, fans, influenceurs, etc.) ;
- assure la modération des échanges et le respect des chartes éthiques et juridiques ;
- collabore avec les équipes marketing, communication, éditoriales et artistiques pour garantir la cohérence du discours et de l'identité visuelle ;
- analyse les indicateurs de performance et ajuste les stratégies ;
- identifie et sollicite les relais d'influence (partenariats, campagnes sponsorisées, collaborations créatives) ;
- garantit le respect du budget qui lui est alloué et de sa ventilation entre les différents projets ;
- réalise un travail de veille continue.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier peut s'exercer à plusieurs niveaux de responsabilité, de social media manager à responsable de communication digitale



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de communication, attaché de presse, chargé de promotion**
- Par la formation : **Chef de produits**
- Par reconversion : **Webmaster**



Community Manager

Appellations voisines : Animateur de communautés, Chargé de communication digitale, Gestionnaire de communauté, Responsable de la communication en ligne, Responsable réseaux sociaux, Chef de projet réseaux sociaux



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Élaborer et piloter une stratégie de communication sur les réseaux sociaux adaptée aux publics cibles et aux plateformes
- Créer et planifier des contenus engageants (textes, images, sons, vidéos) en cohérence avec l'identité éditoriale ou artistique
- Repérer les tendances du web (trends)
- Savoir s'adapter à différents styles et aux directions artistiques
- Faire preuve de réactivité dans la modération en ligne
- Maîtriser les réseaux sociaux et leurs codes
- Saisir les méta-données pour permettre le référencement des contenus
- Rédiger des contenus (newsletters, communiqués, posts, pitches)
- Faire preuve de créativité, de réactivité et d'adaptabilité
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IG dans le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Compréhension des enjeux de communication et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Fondamentaux des outils graphiques
- Outils de marketing digital
- Fonctionnement de l'industrie et du secteur de l'édition
- Charte de modération
- Outils de web analyse / web analytics
- Bonne communication écrite et orale

Compétences relationnelles :

- Diplomatie et sens du relationnel



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de community manager est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 jusqu'à Bac +5 ou équivalent, dans les secteurs de d'édition, de la communication, du marketing digital, du commerce, de la littérature, ou du management culturel.

Expérience :

Le métier de community manager est accessible après une période de stage ou d'alternance : une attente particulière est adressée à l'égard de la connaissance du secteur et des spécificités des différentes éditions. Une expérience de 2 à 4 ans est attendue pour les métiers à plus fortes responsabilités de social media manager par exemple.



VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- dans un grand groupe ou une grande maison, se sous-spécialiser : social media, contenus, reporting, paid media, etc. ;
- dans une structure indépendance ou petite, assurer une fonction plus transversale : animation, création de contenus, partenariats, publicité, relations presse.



Fabricant(e)

Appellations voisines : Chef de secteur fabrication, Technicien de fabrication, Responsable de fabrication, Chef de projet fabrication



CONTEXTE DE TRAVAIL

Le fabricant exerce son activité principalement depuis son poste de travail où il coordonne la fabrication des ouvrages de son périmètre. Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale.

Il est en contact avec un grand nombre d'interlocuteurs au sein de l'entreprise et à l'extérieur ce qui nécessite des capacités d'organisation et relationnelles. En interne, le fabricant travaille en relation avec le service éditorial, artistique, marketing et commercial / distribution, tandis qu'en externe il travaille directement avec les prestataires et les fournisseurs.

Son activité est impactée par la transition écologique (utilisation de matériaux durables, de matières premières biosourcées, développement de matériaux plus respectueux de l'environnement, etc.).



MISSIONS

Le fabricant organise et supervise l'ensemble du processus de fabrication d'un produit éditorial : livre, partition, recueil, support graphique, matériel promotionnel, packaging - en veillant à leur qualité et le respect des règles relatives à l'accessibilité et à la conception des ouvrages.

En particulier, il :

- constitue les dossiers de fabrication à partir des besoins des services éditoriaux, artistiques ou label ;
- prépare les appels d'offres, sollicite les devis et compare les propositions techniques ;
- négocie les conditions d'achat avec les prestataires (imprimeurs, façonniers, papetiers, fabricants de packaging) et met à jour le référencement fournisseurs ;
- passe les commandes, suit l'avancement, contrôle la conformité et la qualité des ouvrages ou supports fabriqués (contrôle du test pressing des vinyles pour le phonographique) ;
- coordonne les différents intervenants (imprimeurs, graveurs, façonniers, transporteurs) et assure le suivi des livraisons.



DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de fabricant peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité : Chargé de fabrication, Responsable de fabrication, Chef de fabrication, Directeur de fabrication.



PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chef de fabrication, responsable de fabrication**
- Par la formation : **Imprimeur**
- Par la reconversion : **Créatif dans une agence de création, graphiste**



Fabricant(e)

Appellations voisines : Chef de secteur fabrication, Technicien de fabrication, Responsable de fabrication, Chef de projet fabrication



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences métiers :

- Comprendre les demandes et apporter des solutions techniques pour traduire une idée créative
- Superviser les modalités pratiques de fabrication de l'ouvrage
- Contrôler la conformité des produits
- Gérer et respecter un budget
- Établir et suivre le planning de l'ensemble des ouvrages afin de respecter les délais de fabrication
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/AG dans l'analyse de données, le traitement et la génération de contenus

Connaissances :

- Règles et certifications en matière de sécurité, d'environnement et de développement durable (tri, recyclage des déchets)
- Chaîne éditoriale et process de fabrication
- Amont / aval de la chaîne de production
- Fournisseurs, prestataires et pratiques commerciales
- Outils de Gestion de Production Assistée Par Ordinateur (GPAO)
- Maîtrise de l'anglais

Compétences relationnelles :

- Favoriser la coordination entre la fabrication et le reste des acteurs de la chaîne de production
- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire
- Gérer la relation avec les prestataires en veillant à servir les intérêts de l'entreprise



ACCÈS AU MÉTIER

Formation :

Le métier de fabricant est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +2 ou équivalent dans les secteurs de l'édition, de la communication et des industries graphiques.

Expérience :

Le métier de fabricant est accessible à des personnes ayant une première expérience de 1 ou 2 ans. Une expérience de 3 à 6 ans peut être requise pour accéder au niveau de chef de fabrication ou directeur de fabrication.



VARIABILITÉ

Ses missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- organiser, animer et contrôler l'activité des chargés de fabrication qu'il encadre ;
- conseiller les équipes éditoriales, artistiques, label, marketing et communication sur les choix techniques et économiques ;
- assurer l'interface entre les services internes et les partenaires extérieurs ;
- maintenir une veille sur les matériaux, innovations techniques et contraintes réglementaires liées à la fabrication éco-responsable.

Dans les structures les plus petites, ces fonctions sont souvent externalisées.