

# Chargé / Chargée de communication en galerie d'art

Chargé de presse | Chargé des relations extérieures | Chargé des relations presse  
Chargé des relations publiques | Responsable de communication

## Description de l'emploi

Le **chargé de communication** exerce ses activités sous la responsabilité du directeur dans des **galeries d'art ancien ou contemporain**. Il organise et met en œuvre les **actions de communication** selon la stratégie de la galerie.

Il réalise et/ou assure le pilotage des **différents outils/supports de communication** (plaquette publicitaire, brochure, newsletter, catalogue...) destinés à **promouvoir l'image** et les activités de la galerie, **les œuvres d'art et les artistes** auprès des différents publics.

Il réalise selon les besoins et les objectifs de communication des **interventions** avec les artistes. Il rédige des **descriptifs d'œuvres et d'expositions** en lien, le cas échéant, avec l'équipe de vente de la galerie

Il assure le **suivi des relations avec les partenaires et les médias** (dossiers et communiqués de presse).

En lien avec sa direction, il sélectionne, négocie et assure le **suivi des prestataires externes** (agence de communication, graphiste, photographe, imprimeurs...).

Il participe à l'**organisation des expositions**, vernissages et aux autres événements (performance...) dans la galerie ou en dehors (salons...) par la **rédaction** et la **diffusion des invitations**. Il peut aussi participer à la **scénographie/mise en scène de l'exposition** en lien avec l'artiste et sa direction.

Il se charge également de la **communication digitale** de la galerie : mise à jour du site Internet de la galerie et des réseaux sociaux.

## Activités

- Participation à la politique de communication et proposition d'actions de développement.
- Planification et mise en œuvre du plan de communication multicanal (impression, web, réseaux sociaux, vidéo, relations avec les médias, organisation d'événements...) en fonction des objectifs.
- Recherche documentaire, collecte des informations en interne comme à l'externe et gestion de base de données d'illustrations.
- Création et conception de supports de communication en cohérence avec les objectifs, les usages, le public cible et le message.
- Formalisation d'un projet de création de support/outil de communication à destination d'un prestataire externe.
- Veille sur les prestataires/fournisseurs.
- Opérations administratives et de suivi associées à la sélection et à la gestion des prestataires (graphistes, imprimeurs) en charge du projet de création du support/outil de communication.
- Organisation, le cas échéant, de conférences de presse, rédaction et diffusion d'articles, de dossiers de presse, communiqués de presse.
- Élaboration et diffusion de contenus pour les médias des réseaux sociaux et le site Internet.
- Veille sur l'actualité et les tendances artistiques, la concurrence, les tendances des consommateurs, la presse et la publicité.
- Transmission ascendante des informations sur le suivi des activités.

## Accès à l'emploi

### Profil recherché :

- Formation de niveau Bac+3 à Bac+4/5 en communication (université ou école) ou une formation généraliste, complétée par un 2<sup>e</sup> ou un 3<sup>e</sup> cycle en communication.
- Maîtrise des logiciels et des outils de création graphique.
- Bon rédactionnel et bon niveau d'orthographe.
- Les qualités relationnelles sont également déterminantes.
- La pratique de l'anglais est requise.

### Formations fréquentes (liste non exhaustive) :

- Licence professionnelle** - Métiers de la communication : chargé de communication (niv. 6)
- BUT** - Information-Communication : Communication des organisations (niv. 6)
- MASTER** - Information, communication (niv. 7)
- Diplôme d'école spécialisée en communication** (Celsa, Iscom, ISTE...)

## Compétences

Domaines de compétences	Compétences
<p><b>Mettre en œuvre le plan de communication</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participer à la stratégie de communication en étroite collaboration avec la direction de la galerie.</li> <li>2. Appréhender les objectifs attachés à chacune des actions de communication.</li> <li>3. Planifier les actions à mener en accord avec l'activité et les événements de la galerie.</li> <li>4. Participer à l'évaluation du plan de communication, au retour sur investissement des opérations de communication et de promotion, et proposer, le cas échéant, des mesures correctives en lien avec sa direction.</li> <li>5. Réaliser une veille documentaire relative aux différentes actions de communication, tendances du secteur, de la concurrence, actualiser ses connaissances dans son domaine d'activité.</li> <li>6. Participer à des manifestations, colloques, expositions, et représenter la galerie.</li> <li>7. S'informer et se documenter sur le travail des artistes de la galerie.</li> </ol>
<p><b>Organiser, mettre en place et suivre les actions de communication</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Étudier et sélectionner le ou les supports/outils de communication les plus pertinents et les plus en cohérence avec les objectifs de communication de la galerie.</li> <li>2. Définir les contenus des supports en fonction des messages à transmettre, du public cible et des objectifs de communication recherchés.</li> <li>3. Réaliser ou faire réaliser les supports et les actualiser : écrits/articles, photos, catalogues, films, annonces des événements, invitations, newsletters, campagnes d'e-mailing..., en veillant au respect de la législation en vigueur.</li> <li>4. Appliquer les techniques de communication écrite et orale.</li> <li>5. Utiliser des logiciels graphiques et de conception (Illustrator, InDesign, Photoshop, Xpress...).</li> <li>6. Organiser, le cas échéant, une conférence de presse en choisissant les médias appropriés, rédiger et diffuser les dossiers de presse, communiqués de presse.</li> <li>7. Conduire et rédiger, le cas échéant, des interviews.</li> <li>8. Mobiliser et gérer le fonctionnement des principaux leviers digitaux : contenu, réseaux sociaux, référencement, analyse des performances, e-mailing.</li> <li>9. Actualiser le contenu du site en ligne : éditorialisation quotidienne et agencement visuel du site.</li> <li>10. Évaluer l'e-réputation du site Internet et améliorer son positionnement.</li> <li>11. Publier sur les réseaux sociaux (page Facebook, Instagram...) pour promouvoir l'activité de la galerie, les œuvres, événements, expositions, et gagner en visibilité.</li> <li>12. Informer la direction et l'équipe de la galerie de l'avancée des projets d'action de communication.</li> </ol>
<p><b>Gérer et vérifier la réalisation d'une prestation de communication</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Réaliser une veille fournisseurs afin d'identifier des prestataires en communication.</li> <li>2. Rechercher et sélectionner un ou plusieurs prestataires et leur transmettre les cahiers des charges pour élaborer le support/l'outil de communication dans le cadre du budget imparti.</li> <li>3. Négocier le contrat de prestation en lien avec la direction.</li> <li>4. Passer les commandes et assurer le suivi et le contrôle de la prestation.</li> </ol>

## Compétences comportementales

-  Savoir travailler en équipe, avoir l'esprit d'équipe
-  Être rigoureux/organisé
-  Savoir bien s'exprimer, être à l'aise dans le relationnel
-  Savoir anticiper pour agir, être proactif
-  Être autonome et aller de l'avant (curiosité, volonté d'apprendre)
-  Savoir gérer plusieurs tâches simultanément, gérer sa charge cognitive
-  Savoir écouter et communiquer pour convaincre

## Relations fonctionnelles internes/externes

### Typologie de point de vente :

#### Commerces indépendants

**En interne** : Le chargé de communication est en relation avec le directeur de la galerie et avec l'équipe interne : assistant de galerie, régisseur, vendeur-conseil en art...

**En externe** : Il est en relation avec la clientèle, les artistes, la presse et les prestataires de services ou de conseils (agence de communication, photographe, graphiste, imprimeur...).

## Principaux facteurs d'évolution de l'emploi

- Les méthodes de travail et les activités du chargé de communication ont évolué en même temps que le développement de l'outil digital et des réseaux sociaux. Il doit s'adapter ainsi aux nouvelles tendances de la communication. Ses missions s'inscrivent davantage dans un environnement de travail multipartenaires.

## Mobilité professionnelle

Avec l'expérience, le chargé de communication peut évoluer vers des fonctions de responsable/directeur de la communication dans tout autre type d'entreprise ou agence de conseil en communication.

Code ROME **E1103** – Communication