

CHEF DE PUBLICITE

Descriptif du métier

Les fonctions et les responsabilités du chef de publicité varient énormément selon la taille de l'agence. Dans une petite structure, il est "multi-casquettes" et autonome. Dans les agences plus importantes, il est sous les ordres d'un chef de groupe.

Le chef de publicité est avant tout un commercial de terrain. Il assure la liaison entre l'annonceur (dont il gère le budget) et l'agence de publicité. Tout commence par un entretien avec le client : il faut analyser son besoin, lui proposer diverses stratégies de campagne, avant de le conseiller. Cette première étape franchie, le chef de publicité va faire appel à ses talents d'animateur pour coordonner les équipes de créatifs et de responsables médias. Il s'occupe aussi du suivi de la campagne (affichage, diffusion, etc.). Il doit enfin prospecter pour élargir la clientèle et contribuer au développement de l'agence. Il partage son temps entre son bureau et les rencontres à l'extérieur : prospection et rendez-vous en clientèle, réunions avec le directeur artistique, les créatifs, repérages des lieux d'affichage, etc.

Le métier permet de toucher à de nombreux domaines, tous aussi variés les uns que les autres. En effet, le chef de publicité passe par exemple d'une campagne publicitaire sur une nouvelle voiture à une autre sur un séjour au ski ou une marque de vêtements.

Missions principales

Réaliser une campagne de pub

En agence, le chef de publicité coordonne des campagnes publicitaires pour les annonceurs. Après avoir cerné les attentes de son client, il lui propose une stratégie publicitaire. Avant de signer le contrat, ils évaluent ensemble le budget de la campagne.

Puis le chef de publicité transmet les grandes lignes du projet à l'équipe de créatifs chargée de réaliser la campagne. À lui alors de suivre l'élaboration du plan média et son exécution.

Vendre un espace publicitaire

En régie publicitaire, le chef de publicité vend aux annonceurs l'espace publicitaire du support pour lequel il travaille.

Par exemple, dans la presse écrite, il vend des pages ; à la radio ou à la télévision, il propose des temps de passage à l'antenne.

Communiquer sur un produit

Chez l'annonceur, ce professionnel communique sur les produits ou l'image de l'entreprise. Il doit alors choisir parmi les différents projets qui lui sont soumis, les supports de pub les plus adaptés au message qu'il veut transmettre.

Conditions d'accès au métier

Diplômes requis

Il n'existe pas de cursus spécifique conduisant à ce métier, mais un niveau bac + 5 est généralement requis. Pour débiter sur des postes d'assistant, un DUT information communication option publicité peut néanmoins suffire.

Niveau bac + 5

Masters pro dans les domaines du commerce et du marketing ; master pro humanités, mention management interculturel et communication, spécialité marketing, publicité et communication (CELSA-Sorbonne Université).

Diplôme d'école de commerce ;

Diplôme d'institut d'études politiques (IEP) ;

Diplôme d'école spécialisée en publicité, en presse et relations publiques, en communication...

Le parcours d'études avec l'université Paris 2 Panthéon Assas

- [Master information, communication parcours médias, publics et cultures numériques](#)
- [Master information, communication parcours usages du numérique, innovation, communication](#)
- [Master Marketing, vente parcours marketing et communication / MC2](#)

En formation continue :

- [Master 2 Marketing et communication des entreprises](#)

Qualités et compétences requises

- **Commercial et communicant**

La négociation est au cœur du métier. Qu'il exerce en régie, en agence ou chez un annonceur, le chef de publicité doit avoir la fibre commerciale et posséder une excellente expression orale et écrite.

- **Qualités relationnelles**

Il doit aussi aimer les contacts humains, car il est amené à travailler avec des clients issus de milieux professionnels très divers et avec des collègues d'autres services.

- **Polyvalence**

Il doit s'adapter à tous les univers : celui de ses clients comme celui des créatifs de l'agence.

- **Organisateur et coordinateur**

Des talents d'organisateur et de coordinateur s'imposent également. Grâce à sa polyvalence, le chef de publicité peut dialoguer avec tout le monde. En agence, sa position d'intermédiaire est délicate : il doit faire preuve de diplomatie pour faire passer les messages entre l'agence et le client, entre la création et la fabrication. Connaissances en marketing direct et techniques de l'édition indispensables.

- **Gestionnaire confirmé**

Il doit enfin concilier des impératifs financiers, artistiques et techniques, etc. Bref, c'est un gestionnaire, qui a toujours un œil sur le budget et les délais.

- **Organisé**

Nombre de rendez-vous et de réunions, impératifs budgétaires, artistiques ou techniques : le chef de publicité a le sens de l'organisation pour ne rien oublier.

- **Diplomatie**

Intermédiaire entre les créatifs et le client, le chef de publicité est capable de ménager tout le monde.

Emploi

Salaire du débutant : de 2 100 à 2 500 euros brut par mois.

Mission Orientation-Emploi

CIO

92, rue d'Assas, 75 006 Paris Tél. 01 44 41 58 75

Lundi au Jeudi 9h30 à 17h et Vendredi matin de 9h30 à 12h/cio@u-paris2.fr/ <http://cio.u-paris2.fr>

L'expérience est indispensable. Il y a peu de places pour les débutants. Exercer le métier de chef de pub demande de l'expérience. Le jeune diplômé qui entre en agence commence souvent son parcours par l'apprentissage des techniques de suivi des chaînes graphique et de fabrication. Après la gestion de production, son évolution sera liée à son expérience : chef de pub junior, chef de pub senior et, après 8 à 10 ans d'exercice, chef de groupe, puis directeur de clientèle.

Généralement, c'est la mobilité professionnelle qui permet la promotion et l'accroissement des responsabilités. Les principaux recruteurs concernent les agences, les entreprises de presse, les sociétés d'affichage, les régies publicitaires autonomes des journaux et les annonceurs.

L'Ile-de-France concentre près de la moitié des agences de publicité françaises et 60 % des effectifs du secteur. De même, de nombreux sièges sociaux de grandes entreprises et régies publicitaires sont installés dans la Région. Par conséquent, l'Ile-de-France est un terrain propice à l'emploi des chefs de pub.

Pour aller plus loin

1) Ressources disponibles en salle de documentation du CIO

ONISEP PARCOURS. Les métiers du marketing, de la publicité et de la vente. 2018

L'ETUDIANT. Les métiers du marketing. 2014

L'ETUDIANT. Le grand livre des métiers. 2018

ONISEP. Le dico des métiers. 2013

ONISEP. Atlas de la formation initiale en France. (CD rom pour rechercher des formations dans la France disponible sur les ordinateurs du CIO)

Classeur « J » du CIDJ 2.671

Dossiers métiers n°520 et 521

Logiciel Parcouréo (fiches métiers disponibles)

2) Liens utiles

Métiers et secteurs

- **AACC, Association des agences-conseils en communication**

Ce syndicat professionnel défend les intérêts de plus de 200 agences-conseils en communication, publicité, marketing, etc.

<http://www.aacc.fr/>

- **Graphisearch, l'annuaire des arts graphiques**

Le 1er annuaire des arts graphiques met à votre disposition une base de données de plus de 45 000 entreprises classées par spécialités.

<http://www.graphiline.com/idxA.html>

Emploi et recrutement

- **APEC, Agence pour l'emploi des cadres**

Le site incontournable de l'emploi cadre. Des informations sur le marché du travail, plusieurs milliers d'offres d'emploi et la possibilité de déposer son CV dans la CVthèque ou de recevoir des offres ciblées directement dans sa boîte aux lettres électronique.

<http://www.apec.fr/>

- **Jobmarketingvente.com**

Un annuaire des recruteurs, des offres d'emploi et de stage, sans oublier des fiches sur les métiers du marketing et de la vente.

<http://www.jobmarketingvente.com/>

- **Le portail de l'emploi en Ile-de-France**

Conseils pratiques, démarches, adresses et liens utiles vers les partenaires de l'emploi en Ile-de-France, tout ce qu'il faut pour vous aider dans votre recherche.

<http://emploi.iledefrance.fr/>

Actualités spécialisées

- **IRIS, Institut de relations internationales et stratégiques (Paris)**

Mission Orientation-Emploi

CIO

92, rue d'Assas, 75 006 Paris Tél. 01 44 41 58 75

Lundi au Jeudi 9h30 à 17h et Vendredi matin de 9h30 à 12h/cio@u-paris2.fr/ <http://cio.u-paris2.fr>

Présentation du diplôme privé d'études supérieures "Les métiers de l'humanitaire" (niveau bac + 5).

<http://www.iris-france.org/fr/pages/ipris/diplomes/huma.php3>

- **SNPTV, syndicat national de la publicité télévisée**

Le site propose des offres d'emplois et la rubrique métiers présente les différentes missions et les formations des métiers de la communication et de la presse. A visiter également, les coulisses de la pub TV.

<http://www.snptv.org/>

Sources ayant permis de réaliser cette fiche

- <https://www.oriane.info/>
- <http://www.cidj.com/>
- <http://www.onisep.fr/Decouvrir-les-metiers>
- Classeurs du CIDJ
- ONISEP. Le dico des métiers. 2013