

8 filières, 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

- Directeur éditorial
- Directeur littéraire
- Responsable d'édition
- Éditeur
- Assistant d'édition
- Responsable service correction
- Lecteur correcteur
- Correcteur
- Iconographe



ARTISTIQUE

- Directeur artistique
- Chef de studio
- Concepteur graphiste
- Maquettiste



MARKETING

- Directeur marketing
- Responsable des études marketing
- Chef de produit



COMMERCIAL, VENTE

- Directeur commercial
- Directeur des ventes
- Responsable ventes directes
- Responsable comptes clés
- Représentant
- Délégué pédagogique
- Responsable cession de droits



FABRICATION

- Directeur de fabrication
- Chef de fabrication
- Chargé de fabrication



COMMUNICATION, PROMOTION

- Attaché de presse
- Responsable promotion



FONCTIONS SUPPORT

- Finance, comptabilité
- Droits d'auteur
- Juridique
- Informatique



DISTRIBUTION

- Technicien de maintenance
- Responsable gestion de stock
- Employé polyvalent logistique

ASSISTANT D'ÉDITION

appellations voisines : assistant éditorial, assistant de service éditorial, secrétaire d'édition



MISSIONS

Assure le suivi administratif et éditorial des ouvrages qui lui sont attribués dans le respect des budgets et des plannings :

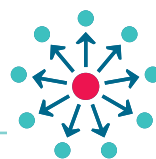
- > seconde l'éditeur ou le responsable d'édition pour le suivi de la réalisation du programme éditorial,
- > effectue le suivi administratif des différents intervenants sur l'ouvrage,
- > participe à la communication des ouvrages,
- > participe à la coordination des différents intervenants de la chaîne de conception.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille et l'organisation du travail, l'assistant d'édition peut être amené à réaliser les activités suivantes :

- mettre à jour les informations relatives aux ouvrages dans la base de données,
- commander, suivre et contrôler les prestations externes (traduction, lettrage, relecture),
- réaliser les maquettes des ouvrages,
- réaliser, en relation avec l'auteur, la finalisation des textes,
- préparer les dossiers marketing et communication.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- adapter les règles et consignes grammaticales, orthographiques, syntaxiques et typographiques aux différents styles d'ouvrage,
- posséder une bonne culture générale et maîtrise de la langue française,
- appréhender le sens général du texte pour pouvoir vérifier la cohérence globale,
- recueillir et relire les différents jeux d'épreuves des ouvrages et s'assurer que les contenus sont conformes aux commandes, et le cas échéant apporter les corrections nécessaires,
- participer à la mise au point des textes (contrôle le calibrage, rééquilibre les chapitres, veille à la cohérence de la table des matières) et à la préparation des copies,
- participer à la rédaction d'argumentaires et des documents nécessaires à la promotion des ouvrages.

Compétences de gestion :

- coordonner l'envoi des épreuves,
- préparer les bons à tirer des ouvrages avant impression,
- établir et suivre le circuit des contrats entre l'auteur et les structures administratives,
- assurer le suivi des plannings et des budgets, et alerter en cas de retard.

Compétences relationnelles :

- être l'interlocuteur du service éditorial pour ce qui concerne les ouvrages dont il s'occupe.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du responsable d'édition et/ou d'un éditeur.

En interne, il travaille en relation avec l'éditeur, le responsable d'édition, le responsable du service correction, les correcteurs et les lecteurs-correcteurs, le service artistique, la fabrication, le commercial et le marketing.

En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les traducteurs, les agents, les éditeurs étrangers.



FILIÈRES DE FORMATION

Plusieurs formations professionnelles certifiantes de niveau III peuvent préparer à l'exercice du métier d'assistant d'édition (ex : DUT information/communication, option métiers du livre et du patrimoine).

Néanmoins, un niveau d'étude supérieur (niveau I et II) et une expérience professionnelle (ex : stage en entreprise, alternance, apprentissage,...) sont généralement nécessaires pour accéder plus facilement au métier.



CONDITIONS D'EXERCICE

Au cœur de la chaîne éditoriale, l'assistant d'édition est en contact avec tous les intervenants de la chaîne éditoriale. Il participe à la coordination des divers intervenants (auteur, correcteur, maquettiste...). Ce métier s'exerce en interne au sein d'un service éditorial. L'assistant d'édition doit s'adapter à une charge de travail qui fluctue périodiquement en fonction des plannings de production.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

L'assistant d'édition est le métier d'entrée dans la famille éditoriale. Après une phase d'adaptation au poste de quelques mois, l'assistant d'édition peut voir ses responsabilités et son champ d'activités évoluer rapidement. Au terme de quelques années au sein d'une même structure, l'assistant d'édition peut évoluer vers le métier d'éditeur. A plus long terme, il pourra poursuivre son parcours vers la fonction de responsable éditorial et directeur éditorial, dans le cadre d'une mobilité interne ou externe. Il peut également s'orienter vers le métier de coordinateur éditorial.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR



MISSIONS

Réalise la lecture d'un jeu d'épreuves de l'ouvrage en garantissant la qualité de la correction orthographique, typographique et grammaticale du texte :

- > effectue la lecture et la correction des épreuves en se concentrant sur les aspects orthographiques, typographiques, grammaticaux et de mise en page en respectant les délais,
- > effectue une lecture critique pour vérifier la cohérence du texte.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail de la maison d'édition et le périmètre des activités défini, le correcteur peut être amené à réaliser les actions suivantes :

- effectuer ses ajustements sur ordinateur; il doit alors maîtriser les logiciels de mise en page,
- vérifier la traduction de certains textes; la maîtrise de langues étrangères est alors appréciée,
- réécrire un passage en respectant le style de l'auteur,
- vérifier la conformité des corrections portées aux épreuves de l'ouvrage avant impression.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- adapter les règles et consignes grammaticales, orthographiques, syntaxiques et typographiques aux différents types d'ouvrages,
- posséder une bonne culture générale et maîtriser la langue française,
- échanger avec le service correction pour connaître les différentes consignes de correction de l'ouvrage,
- effectuer la lecture des épreuves de l'ouvrage et corriger les erreurs d'orthographe, de grammaire, de syntaxe et de typographie et le cas échéant, proposer une amélioration du texte,
- contrôler la conformité de l'appareil critique (tables, index, bibliographie, etc.).

Compétences de gestion :

- organiser son travail de lecture et de correction en fonction de sa charge de travail, des délais impartis et des aléas de production.

Compétences relationnelles :

- échanger sur son activité auprès du responsable service correction.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du responsable service correction.

En interne, il travaille en relation avec le service éditorial et fabrication, le responsable service correction et les lecteurs-correcteurs.

En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les traducteurs.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau III ou II au sein d'écoles spécialisées sont le plus souvent requises pour exercer le métier.

Une formation de niveau II telle qu'une licence de lettres modernes ou une licence professionnelle techniques et pratiques rédactionnelles appliquées à l'édition, ou encore une formation de niveau I telle qu'un master option métiers du livre et de l'édition ou édition multimédia et rédaction professionnelle, peuvent être conseillées.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le métier de correcteur est le plus souvent exercé à domicile dans le cadre d'un contrat de travail. On parle de travailleur à domicile. Les conditions d'exercice du métier sont encadrées par l'annexe 4 « Travailleurs à domicile » - *Accord du 25 septembre 2006*.

Les correcteurs peuvent être multi-employeurs.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Avant d'exercer le métier, les correcteurs ont souvent exercé des fonctions dans l'édition (éditeur, assistant d'édition, responsable d'édition), le journalisme, l'enseignement. Certains sont auteurs. Après plusieurs années d'expérience, un correcteur peut envisager de devenir lecteur-correcteur ou responsable service correction. Il peut également se diriger vers les métiers de l'éditorial en intégrant les postes d'assistant édition ou d'éditeur suivant l'expérience et l'organisation de l'entreprise.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DIRECTEUR ÉDITORIAL

appellations voisines : directeur de département ou de service



MISSIONS

Conçoit et recommande à la direction une politique éditoriale dont il supervise la réalisation :

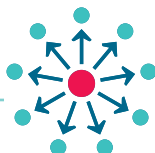
- > sélectionne les nouveaux projets en fonction de la rentabilité et de la situation des marchés,
- > sélectionne les auteurs,
- > établit, valide et suit le budget de l'éditorial et assume la responsabilité des résultats,
- > encadre et anime l'équipe éditoriale,
- > gère les relations publiques.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille et l'organisation du travail, le directeur éditorial peut être amené à effectuer un certain nombre de tâches liées à l'édition du livre :

- effectuer tout ou partie des tâches de l'éditeur, en particulier pour les ouvrages complexes,
- relire la 4^e de couverture et les argumentaires commerciaux,
- valider le titre, la trame, la structure et les supports commercial/marketing.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- Maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- construire, proposer et valider auprès de la direction générale la politique éditoriale de la maison d'édition,
- valider les nouveaux projets en fonction des objectifs de qualité éditoriale, de rentabilité et de la situation du marché,
- superviser la recherche d'auteurs et valider leur sélection,
- gérer la relation avec les auteurs importants,
- superviser la bonne réalisation des projets éditoriaux (édition, fabrication, commercialisation) et intervenir en cas de problème,
- promouvoir le programme éditorial auprès des différents services et des équipes commerciales,
- assurer une veille sur l'actualité concurrentielle et suivre les tendances pour accompagner le lancement et la création des ouvrages,
- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper les évolutions et les attentes du marché.

Compétences de gestion :

- Définir et préparer la programmation éditoriale annuelle, la mettre en œuvre avec les équipes et la suivre,
- élaborer et valider le budget de son secteur d'activité et en suivre la réalisation.

Compétences en management :

- Définir l'organisation des équipes, participer et/ou valider les recrutements, veiller au développement des compétences et à la formation, coordonner les actions.

Compétences relationnelles :

- Entretenir tous contacts et relations extérieures de haut niveau,
- assurer les fonctions de représentation de la maison d'édition et la faire connaître,
- travailler à la qualité des échanges avec les différents interlocuteurs.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur général ou du directeur de l'ensemble des départements de l'éditorial.

Il encadre les postes de directeur littéraire, responsable d'édition, éditeur et d'assistant d'édition.

En interne, il travaille en relation avec l'ensemble des services (marketing, communication, fabrication, distribution, support).

En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les fournisseurs, les libraires.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I (ex : master professionnel métiers du livre et de l'édition, information et communication, arts et culture, master professionnel lettres, écoles de commerce et scientifique, Ecoles Normales Supérieures (ENS) ou de Sciences Politique) préparent à l'exercice du métier.

La fonction de directeur éditorial comme celle de directeur littéraire est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le directeur éditorial est une fonction interne à la maison d'édition. Il assure la responsabilité de la ligne éditoriale définie. Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des rythmes des plannings éditoriaux.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le directeur éditorial parvient à ce poste à l'issue d'une carrière professionnelle dans les métiers de l'édition du livre. Un directeur éditorial démarre le plus souvent sa carrière en ayant exercé un ou plusieurs métiers de la famille éditoriale (éditeur, responsable d'édition ou directeur littéraire). Leur profil peut être plus large suivant les maisons d'édition et le domaine littéraire : écrivains, enseignants ou journalistes, qui se sont peu-à-peu imprégnés des usages du métier.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DIRECTEUR LITTÉRAIRE

appellations voisines : directeur de collection



MISSIONS

Choisit des auteurs et sélectionne des ouvrages en lien avec le programme éditorial :

- > participe à la définition de la politique éditoriale,
- > coordonne la recherche des auteurs,
- > anime une structure de sélection des manuscrits,
- > négocie, établit et suit les contrats avec les auteurs,
- > participe à la gestion des relations publiques.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille et l'organisation du travail, le directeur littéraire peut être amené à animer une équipe éditoriale dans le cadre d'un projet d'ouvrage.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- participer à l'élaboration de la politique éditoriale et à la stratégie de développement éditorial à court et moyen terme,
- proposer de nouveaux produits, de nouveaux concepts ou des améliorations de produits existants afin de développer ou de renouveler la ligne éditoriale de la maison,
- effectuer la recherche de nouveaux auteurs et fidéliser les auteurs déjà présents dans la maison d'édition,
- négocier et coordonner l'établissement des contrats et le paiement des ayants droit,
- participer à la structure de sélection des manuscrits,
- assurer le suivi de la réalisation des projets éditoriaux (édition, fabrication, commercialisation),
- réaliser des lectures de manuscrits et rédiger des rapports de lecture afin de déterminer s'il est pertinent ou non de les publier,
- participer à la promotion du programme éditorial auprès des différents services et des équipes commerciales,

- assurer une veille sur l'actualité concurrentielle et suivre les tendances pour accompagner le lancement et la création des ouvrages,
- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper les évolutions et les attentes du marché.

Compétences de gestion :

- participer à la finalisation du budget de son secteur d'activité, en suivre la réalisation et rendre compte des résultats au directeur éditorial,
- assurer le suivi des budgets et plannings du programme éditorial dont il a la charge.

Compétences relationnelles :

- entretenir les contacts et les relations extérieures en lien avec son secteur d'activité,
- défendre la marque auprès des médias et des interlocuteurs institutionnels,
- travailler à la qualité des échanges avec les différents interlocuteurs.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur éditorial.
En interne, il travaille en relation avec le service éditorial (directeur éditorial, responsable d'édition, éditeurs, assistant d'édition).
En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les fournisseurs, les libraires.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I (ex : master professionnel métiers du livre et de l'édition, information et communication, arts et culture, master professionnel lettres, écoles de commerce et scientifique, Écoles Normales Supérieures (ENS) ou de Sciences Politiques) préparent à l'exercice du métier.
La fonction de directeur littéraire comme celle de directeur éditorial est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le directeur littéraire est un apporteur d'affaires et assure au sein des maisons d'édition, une mission de coordination des projets éditoriaux qu'il aura initié avec l'appui des équipes (éditeurs, assistant d'édition).



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le directeur littéraire accède au poste à l'issue d'une carrière professionnelle dans les métiers de l'édition du livre (éditeur, responsable d'édition). Il peut accéder directement au poste dans le cas où il est spécialiste d'un sujet.
Le directeur littéraire peut évoluer vers le métier de directeur éditorial dans le cadre de mobilité interne ou externe. Cela peut être notamment le cas lorsqu'il est externe et qu'il souhaite intégrer une maison d'édition.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

ÉDITEUR

métiers connexes : coordinateur éditorial,
éditeur numérique, chargé de projet multimédia
(informatique éditorial)



MISSIONS

Participe à la réalisation du programme éditorial de son périmètre,
> supervise la réalisation des ouvrages,
> réalise la finalisation des textes, en relation étroite avec l'auteur,
> participe aux prises de décision concernant la réalisation physique des ouvrages et le choix des illustrations,
> rédige les argumentaires de vente des ouvrages.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille et l'organisation du travail, l'éditeur peut être amené à :

- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper les évolutions et les attentes du marché,
- animer un ou plusieurs assistants d'édition et/ou effectuer tout ou partie de leurs activités,
- assurer la réalisation éditoriale d'un livre numérique en utilisant les possibilités techniques offertes par le numérique,
- entretenir et accompagner à long terme la gestion du fonds éditorial et/ou des œuvres confiées.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- respecter les consignes grammaticales, orthographiques, syntaxiques et typographiques,
- posséder une bonne culture générale et maîtrise de la langue française,
- contribuer à l'élaboration du programme éditorial,
- apporter des projets d'ouvrage à mettre en œuvre dans un cadre défini (recherche d'auteurs et d'ouvrages),
- contribuer à la finalisation des ouvrages avec les auteurs conformément aux cahiers des charges fixés,
- échanger avec l'auteur pour faire part de ses propositions d'ajustements sur l'ouvrage (structure, choix des illustrations, etc),
- superviser et coordonner la préparation des copies, la correction des épreuves et la fabrication des ouvrages,
- participer à la préparation de la maquette avec l'appui des concepteurs graphistes,
- proposer le contenu rédactionnel du matériel promotionnel et commercial ainsi que la 4^e de couverture,
- assurer une veille sur l'actualité concurrentielle et suivre les tendances pour accompagner le lancement et la création des ouvrages.

Compétences de gestion :

- suivre et respecter les budgets et les plannings des ouvrages de son périmètre de responsabilité.

Compétences relationnelles :

- communiquer avec l'ensemble des acteurs de la chaîne éditoriale.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du responsable d'édition ou du directeur éditorial. Selon l'organisation, il peut encadrer un ou plusieurs assistant(s) d'édition. En interne, il travaille en relation avec le directeur éditorial, les autres éditeurs, les lecteurs correcteurs et correcteurs, le service artistique, la fabrication et le marketing. En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les traducteurs, les éditeurs externes à qui il peut déléguer une partie de l'exécution de son travail, les éditeurs étrangers.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I sont aujourd'hui le plus souvent requises pour l'accès au métier (ex : master professionnel métiers du livre et de l'édition, master professionnel information et communication, master professionnel arts et culture, master professionnel lettres).



CONDITIONS D'EXERCICE

L'éditeur est un véritable chef de projet qui assure la coordination entre les auteurs, correcteurs, maquettistes, fabricants autour d'un projet commun : le livre. 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.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

L'éditeur débute le plus souvent son parcours professionnel comme assistant d'édition, qui reste le métier d'entrée dans la filière. Avec de l'expérience, au sein d'une maison d'édition, un éditeur peut voir son champ d'activité évoluer et son périmètre de responsabilité s'élargir après quelques années. Il peut évoluer ensuite vers le métier de responsable éditorial, de directeur littéraire ou directeur éditorial. À plus long terme et après plusieurs années d'expérience, il peut également accéder au métier de directeur éditorial, dans le cadre d'une mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR



ICONOGAPHE

appellations voisines : documentaliste iconographe,
gestionnaire iconographe
métiers connexes : responsable service iconographique,
responsable iconographe



MISSIONS

Effectue la recherche iconographique liée à la réalisation d'ouvrages :

- > assure la recherche des illustrations fixes ou animées,
- > contrôle l'utilisation des images faite par la maison d'édition,
- > règle les droits d'images et d'auteurs,
- > garantit la qualité des illustrations d'un point de vue technique,
- > garantit le respect du budget iconographie.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail l'iconographe peut être amené à administrer la base de données des illustrations; effectuer la recherche documentaire liée à la réalisation d'ouvrages; rechercher des images ou illustrations pour le service marketing pour des opérations promotionnelles.

Le responsable iconographe, s'il existe, est également en charge de négocier les prix d'achats des droits d'image avec les ayants droits; gérer les situations problématiques avec les ayants droits lorsqu'une difficulté se présente avec l'image ou les droits; travailler avec le service juridique pour la gestion des problèmes liés à l'utilisation des images; manager l'équipe d'iconographes.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- **Artistique :**
 - respecter les règles et consignes iconographiques,
 - maîtriser les logiciels spécialisés de gestion d'image,
 - maîtriser les procédés de la photographie et du graphisme (qualité des images, taille, résolution) afin d'identifier les meilleures solutions techniques,
 - posséder un sens esthétique pour justifier des choix de photos,
 - évaluer la faisabilité des demandes et/ou proposer des solutions de remplacement,
 - rechercher des illustrations fixes ou animées correspondant aux attentes des éditeurs / auteurs et les proposer,
 - contrôler la qualité technique des illustrations pour assurer la meilleure utilisation possible,
 - garantir la bonne utilisation des images en respectant la réglementation en matière de droits d'auteur et d'images,
 - constituer et enrichir un fonds photographique et étoffer son carnet d'adresses de fournisseurs,
 - assurer une veille sur l'actualité et les tendances artistiques ainsi que sur la création d'image.

- **Éditoriale :**

- maîtriser l'ensemble de la chaîne éditoriale.

Compétences de gestion :

- établir un contrat pour l'ensemble des images en prenant en compte la taille des illustrations, le nombre de tirages et le nombre de ventes de livre,
- gérer et suivre le budget de l'iconographie dans le respect du cahier des charges des ouvrages.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur artistique ou du directeur éditorial.

En interne, il travaille en relation avec l'éditeur et les concepteurs graphistes.

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



FILIÈRES DE FORMATION

Un cursus généraliste de documentation permet de devenir iconographe (école des bibliothécaires documentalistes, Institut national des techniques de la documentation). D'autres formations permettent également d'accéder au métier : — les formations professionnelles de niveau III : DUT information communication, option métiers du livre et du patrimoine, DEUST métiers des bibliothèques et de la documentation ;

— de niveau II : licences professionnelles sciences humaines et sociales, ressources documentaires et bases de données, spécialités image fixe-image animée et son ; fonds iconographiques et audiovisuels ; licences dans les domaines des arts avec un parcours documentation ; licences histoire de l'art (ex : école du Louvre) ;

— de niveau I : masters en information et documentation ; diplôme de chef de projet en ingénierie documentaire et gestion des connaissances (INTD).)



CONDITIONS D'EXERCICE

L'iconographe réalise la plupart de ses recherches sur informatique mais peut être amené à se déplacer pour effectuer des recherches connexes (bibliothèque, collectionneur...). Il est en relation avec de nombreux prestataires (ayants droits, photographes, personnel de bibliothèque et musée...).



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Les iconographes qui intègrent le métier sont souvent d'anciens photographes ou des personnes ayant travaillées dans une agence de photo ou dans un service documentation. Après plusieurs années d'expérience, les iconographes évoluent généralement vers la fonction de responsable iconographe, si le poste existe. Ils peuvent également évoluer vers les métiers de l'édition (assistant d'édition puis éditeur) en particulier dans le milieu du livre illustré. Ils peuvent aussi s'orienter vers la presse ou des entreprises privées avec fonds d'archive.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR



LECTEUR-CORRECTEUR

appellations voisines : préparateur de copie, réviseur, rewriter



MISSIONS

Réalise un travail de préparation de copie en garantissant la cohérence et le sens des textes, ainsi que la qualité de la correction orthographique et typographique des ouvrages qui lui sont confiés :

- > effectue la lecture critique de manuscrits / supports,
- > effectue la préparation du texte pour la composition,
- > contribue à la mise au point de manuscrits / supports,
- > entretient des relations avec l'éditeur et/ou l'auteur.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail de la maison d'édition et le périmètre des activités défini, le lecteur-correcteur peut être amené à :

- effectuer ses ajustements sur ordinateur; il doit alors maîtriser les logiciels de mise en page,
- vérifier la traduction de certains textes ; la maîtrise de langues étrangères est alors nécessaire,
- effectuer un travail de réécriture du texte (structure, coupe, etc.).



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- adapter les règles et consignes grammaticales, orthographiques, syntaxiques aux différents types d'ouvrages et contribuer à définir les règles typographiques,
- posséder une bonne culture générale et maîtriser la langue française,
- appréhender le sens général du texte,
- effectuer la lecture critique de l'ouvrage aussi bien sur le fond que sur les aspects orthographiques, typographiques et grammaticaux,
- contrôler la véracité des données historiques, scientifiques, chronologiques, juridiques citées dans le texte,
- établir ou contrôler l'appareil critique (tables, index, bibliographie, etc.),
- émettre des propositions d'améliorations en respectant le style rédactionnel de l'auteur.

Compétences de gestion :

- organiser son travail de lecture et de correction en fonction de sa charge de travail, des délais impartis et des aléas de production.

Compétences relationnelles :

- échanger sur son activité auprès du responsable service correction.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du responsable service correction.

En interne, il travaille en relation avec le responsable service correction, les correcteurs et le service éditorial.

En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les traducteurs.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau III ou II au sein d'écoles spécialisées sont le plus souvent requises pour exercer le métier.

Une formation de niveau II telle qu'une licence de lettres modernes ou une licence professionnelle techniques et pratiques rédactionnelles appliquées à l'édition, ou encore une formation de niveau I telle qu'un master option métiers du livre et de l'édition ou édition multimédia et rédaction professionnelle, peuvent être conseillées.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le métier de lecteur-correcteur est le plus souvent exercé à domicile dans le cadre d'un contrat de travail. On parle de travailleur à domicile. Les conditions d'exercice du métier sont encadrées par l'annexe 4 « Travailleurs à domicile » - *Accord du 25 septembre 2006*.

Les lecteurs-correcteurs peuvent être multi-employeurs.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Les lecteurs-correcteurs ont souvent occupé des postes de professeur, journaliste, auteur ou ancien salarié de l'édition avant d'entrer dans le métier. Après plusieurs années d'expérience, un lecteur-correcteur peut envisager de devenir responsable service correction.

Il peut également se diriger vers les métiers de l'édition en intégrant les postes d'assistant d'édition ou d'éditeur suivant l'expérience et l'organisation de l'entreprise.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

RESPONSABLE D'ÉDITION

appellations voisines : responsable éditorial
métiers connexes : chargé de projet multimédia
(informatique éditorial)



MISSIONS

Réalise un programme éditorial :

- > établit et suit le programme éditorial de son domaine de responsabilité,
- > effectue la recherche d'auteurs,
- > propose de nouveaux produits ou des améliorations de produits existants et participe aux prises de décisions,
- > établit le budget de son domaine de responsabilité et suit sa réalisation,
- > manage des éditeurs et/ou assistants d'édition.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille et l'organisation du travail, le responsable d'édition peut être amené à :

- effectuer tout ou partie des activités de l'éditeur, en particulier pour les ouvrages complexes ou certains auteurs,
- participer à l'élaboration du matériel promotionnel et commercial,
- entretenir et accompagner à long terme la gestion du fonds éditorial et/ou des œuvres confiées.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Éditoriale :

- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- posséder une bonne culture générale et maîtriser la langue française,
- préparer et proposer le programme éditorial de son domaine de responsabilité, conformément à la politique éditoriale,
- participer à la recherche d'auteurs, recommander ceux à sélectionner et participer à leur fidélisation,
- proposer de nouveaux produits, de nouveaux concepts ou des améliorations d'ouvrages existants afin de développer ou de renouveler la ligne éditoriale de la maison d'édition,
- participer à la présentation du programme éditorial auprès des différents services et des équipes commerciales,
- veiller au bon déroulement de l'ensemble de la chaîne de réalisation de l'ouvrage (édition, fabrication, commercialisation),
- assurer une veille sur l'actualité concurrentielle, suivre

les tendances pour accompagner le lancement et la création des ouvrages.

• Marketing/Commerciale :

- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper les évolutions et les attentes du marché.

Compétences de gestion :

- établir ou participer à l'établissement du budget de son domaine de responsabilité et suivre sa réalisation en vue de maximiser les résultats.

Compétences en management :

- animer et contrôler le travail des éditeurs et/ou assistants d'édition en veillant au respect de la ligne éditoriale, des délais et du budget.

Compétences relationnelles :

- interagir et piloter les différents intervenants de la chaîne éditoriale,
- travailler à la qualité des échanges avec les différents interlocuteurs.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du responsable d'édition ou du directeur éditorial. Selon l'organisation, il peut encadrer un ou plusieurs assistant(s) d'édition. En interne, il travaille en relation avec le directeur éditorial, les autres éditeurs, les lecteurs correcteurs et correcteurs, le service artistique, fabrication et marketing. En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les traducteurs, les éditeurs externes à qui il peut déléguer une partie de l'exécution de son travail, les éditeurs étrangers.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I sont aujourd'hui le plus souvent requises pour l'accès au métier (ex : master professionnel métiers du livre et de l'édition, master professionnel information et communication, master professionnel arts et culture, master professionnel lettres).



CONDITIONS D'EXERCICE

L'éditeur est un véritable chef de projet qui assure la coordination entre les auteurs, correcteurs, maquettistes, fabricants autour d'un projet commun : le livre. 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.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

L'éditeur débute le plus souvent son parcours professionnel comme assistant d'édition, qui reste le métier d'entrée dans la filière. Avec de l'expérience, au sein d'une maison d'édition, un éditeur peut voir son champ d'activité évoluer et son périmètre de responsabilité s'élargir après quelques années. Il peut évoluer ensuite vers le métier de responsable éditorial, de directeur littéraire ou directeur éditorial.

A plus long terme et après plusieurs années d'expérience, il peut également accéder au métier de directeur éditorial, dans le cadre d'une mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

RESPONSABLE SERVICE CORRECTION

appellations voisines : chef correcteur, responsable
préparation-correction, directeur des textes



MISSIONS

Garantit la cohérence et la qualité orthographique et grammaticale des textes et ouvrages en coordonnant l'activité du service :

- > supervise la correction des ouvrages / supports,
- > établit et suit les plannings de correction,
- > contrôle les coûts de correction et de préparation de copie,
- > contrôle la qualité finale de l'ouvrage avant impression,
- > encadre et anime l'équipe correction,
- > entretient les relations et les liens avec l'éditeur et/ou l'auteur d'une part et la fabrication d'autre part.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

En fonction du plan de charge des équipes, du calendrier de production et des aléas de la programmation, le responsable service correction peut être amené à :

- réaliser tout ou partie des activités des lecteurs-correcteurs et des correcteurs,
- assurer la correction des textes annexes (couverture, 4^e de couverture, support promotionnel, etc.),
- envoyer le manuscrit en composition et établir le bon à tirer.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- définir, formaliser et faire appliquer la charte orthographique de l'ensemble des ouvrages,
- participer et veiller à l'unification des règles d'écriture,
- effectuer un survol de l'ouvrage afin de mesurer la quantité de travail à fournir et d'identifier les lecteurs-correcteurs et correcteurs à mobiliser au regard de leurs compétences,
- assurer le suivi et le contrôle du travail de ses équipes pour garantir la qualité finale de l'ouvrage.

Compétences en management :

- définir l'organisation de l'équipe, participer et/ou valider les recrutements, veiller au développement des compétences des collaborateurs et à leur formation.

Compétences de gestion :

- établir et gérer les plannings des correcteurs en anticipant le nombre d'ouvrages à traiter et la charge de travail,
- établir un bon de commande de production,
- veiller aux plannings de production et aux coûts de correction afin de respecter les délais de livraison des ouvrages et le budget.

Compétences relationnelles :

- communiquer sur les problèmes rencontrés lors du suivi des ouvrages aux éditeurs, aux auteurs et à la fabrication,
- adapter sa communication en fonction de ses interlocuteurs.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur éditorial ou du directeur de fabrication.

Il encadre les postes de lecteurs-correcteurs et correcteurs.

En interne, il travaille en relation avec le service éditorial, artistique, fabrication et marketing.

En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les traducteurs, les concepteurs graphistes.



FILIÈRES DE FORMATION

Il n'existe pas véritablement de formation spécifique au métier de responsable service correction. Les formations du domaine éditorial et littéraire peuvent préparer au métier. Les formations professionnelles certifiantes de niveau III ou II au sein d'écoles spécialisées sont le plus souvent requises pour exercer le métier, de même que les formations de niveau II telle qu'une licence de lettres modernes ou une licence professionnelle techniques et pratiques rédactionnelles appliquées à l'édition, ou encore une formation de niveau I telle qu'un master option métiers du livre et de l'édition ou édition multimédia et rédaction professionnelle.

La fonction de responsable service correction est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le responsable service correction exerce son activité au sein d'une maison d'édition, où il coordonne et planifie l'ensemble de l'activité de son service.

En fonction de la configuration de ses équipes (travailleurs à domicile ou non), le responsable service correction doit adapter son style de management, de communication et son pilotage.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Un responsable service correction débute généralement sa carrière en exerçant un ou plusieurs métiers dans l'édition (éditorial, fabrication, correction). Après plusieurs années d'expérience, il peut prendre la responsabilité du service correction. Le responsable service correction peut se diriger vers les métiers de l'édition suivant son expérience et l'organisation de l'entreprise.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

CHEF DE STUDIO

appellations voisines : directeur artistique adjoint,
chargé de mission studio



MISSIONS

- > Coordonne la réalisation graphique d'une ou de plusieurs familles d'ouvrages et de supports commercial/marketing web et print,
- > organise et suit le planning et le budget de réalisations graphiques des ouvrages,
- > assure les relations et le suivi des réalisations avec l'éditorial, la fabrication, le marketing et le commercial,
- > sélectionne, suit et contrôle les productions des prestataires externes,
- > présente les propositions de créations graphiques aux services internes,
- > garantit la qualité graphique et technique des ouvrages et supports commercial/marketing.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail le chef de studio peut être amené à :

- assurer l'encadrement technique et artistique des équipes graphiques (concepteurs graphistes, maquettistes),
- élaborer des conceptions graphiques d'ouvrages spécifiques (complexité graphique, notoriété de l'auteur),
- veiller à l'organisation de l'archivage des projets graphiques.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- **Artistique :**
 - maîtriser les logiciels de Publication Assistée par Ordinateur (PAO),
 - identifier et recommander les meilleures solutions techniques des créations graphiques en fonction du cahier des charges de l'ouvrage,
 - contrôler la qualité technique et artistique de la production graphique,
 - assurer une veille sur l'évolution stylistique, artistique et sur les procédés techniques.
- **Éditoriale :**
 - maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
 - respecter les consignes typographiques, orthographiques et iconographiques.

Compétences de gestion :

- réaliser un reporting sur l'état d'avancement des ouvrages au directeur artistique et aux services éditorial, fabrication, commercial et marketing,
- négocier et acheter, en lien avec le directeur artistique, des prestations externes au meilleur rapport qualité / prix tout en garantissant le maintien de bonnes relations à long terme avec les prestataires externes.

Compétences relationnelles :

- ajuster la production, en relation avec le directeur artistique, en faisant des propositions de réorganisation du travail,
- travailler à la qualité des échanges avec les différents interlocuteurs (fabrication, éditorial, etc.).



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur artistique. Il peut encadrer les postes de concepteurs graphiques et de maquettistes. En interne, il travaille en relation avec les services fabrication, éditorial, marketing et commercial. En externe, il travaille en relation avec les photographes, les illustrateurs, les photogreveurs, les photocompositeurs, les iconographes extérieurs et les auteurs, les cas échéants.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations professionnelles certifiantes de niveau III peuvent préparer à l'exercice du métier de chef de studio (ex : BTS design graphique option communication et médias imprimés, BTS communication visuelle option graphisme édition publicité, et le Diplôme des Métiers d'Art (DMA) arts graphiques option illustration ou typographie). Une expérience de plusieurs années est également appréciée. Des formations certifiantes de niveau II permettent de préparer à l'exercice du métier de chef de studio et de se spécialiser dans le domaine (ex : les écoles des beaux-arts et les écoles d'arts appliqués).



CONDITIONS D'EXERCICE

Le chef de studio assure la coordination des équipes et des projets graphiques. Il est en relation avec de nombreux prestataires/services (imprimeur, photographe, direction artistique, service fabrication, etc.) avec lesquels il doit collaborer et s'organiser. Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale, en intégrant les aléas et en faisant preuve d'organisation et de souplesse.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le chef de studio débute généralement sa carrière en tant que maquettiste et/ou concepteur graphique. Il peut arriver qu'il intègre directement le poste en venant d'autres secteurs professionnels. Après plusieurs années d'expérience, un chef de studio peut envisager de devenir directeur artistique.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

les métiers de l'édition

ARTISTIQUE

CONCEPTEUR GRAPHIQUE

appellations voisines : graphiste, graphiste-maquetiste, concepteur-graphiste, artiste attaché



MISSIONS

Élabore et conçoit les créations graphiques d'ouvrages et de supports commercial/marketing en lien avec la charte graphique :

- > réalise des propositions relatives à la conception graphique d'ouvrages et/ou de supports commercial/marketing à partir du brief,
- > présente les propositions de créations graphiques aux services internes, en lien avec le chef de studio,
- > prend part aux prises de décisions avec les services internes au sujet des propositions de créations graphiques (couvertures, affiches, images),
- > réalise des projets en s'appuyant sur des prestataires internes et externes (maquetiste, photographe, etc.),
- > vérifie la conformité de la production graphique finale avant transmission au service fabrication.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail et le type d'ouvrages à réaliser, le périmètre du métier de concepteur graphiste peut être élargi aux missions suivantes :

effectuer le suivi de fabrication de l'ouvrage en lien avec le service fabrication (correction de photogravure, calage imprimeur) ; réaliser la mise en page intérieure de l'ouvrage ; participer à la structure éditoriale d'un projet et réaliser la transcription graphique du livre.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Artistique :

- maîtriser les logiciels de Publication Assistée par Ordinateur (PAO),
- réaliser des prémaquettes et maquettes en intégrant les éléments du brief et en respectant le cahier des charges (caractéristiques, budget, planning),
- proposer des modifications de maquettes en vue d'optimiser la mise en page,
- ajuster les maquettes suite aux demandes d'amélioration.

• Éditoriale :

- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- respecter les consignes typographiques, orthographiques et iconographiques.

Compétences de gestion :

- coordonner et contrôler la production des prestataires internes et externes et alerter en cas de dépassement (budget, planning, etc.),
- rendre compte de son activité auprès du chef de studio et du directeur artistique.

Compétences relationnelles :

- expliciter les choix techniques arrêtés et prendre en compte les demandes d'amélioration des maquettes,
- collaborer avec les membres de l'équipe et les prestataires en communiquant ses retours et impressions sur les travaux,
- dialoguer avec les éditeurs, les tenir informés de l'avancement du projet.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un directeur artistique et/ou chef de studio.

Il peut parfois confier une partie de son projet à un maquettiste interne ou externe.

En interne, il travaille en relation avec le chef de studio et les services éditorial, fabrication, marketing et commercial. En externe, il travaille avec les photographes, les illustrateurs, les photogreveurs, les photocompositeurs, les iconographes extérieurs et les auteurs le cas échéant.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations professionnelles certifiantes de niveau III peuvent préparer à l'exercice du métier de concepteur graphique (BTS design graphique option communication et médias imprimés, BTS communication visuelle option graphisme édition publicité, et le Diplôme des Métiers d'Art (DMA) arts graphiques option illustration ou typographie).

Des formations certifiantes de niveau II permettent de se spécialiser dans le domaine (ex : les écoles des beaux-arts et les écoles d'arts appliqués,...). Enfin, il est possible de poursuivre son cursus avec des formations de niveau I comme le Diplôme National Supérieur des Arts décoratifs ou le Master directeur artistique en art graphique et design numérique.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le concepteur graphique travaille sur ordinateur en utilisant les logiciels de la Publication Assistée par Ordinateur (PAO).

Son activité étant variée, il est en contact avec un grand nombre d'interlocuteurs au sein de l'entreprise. Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale, en intégrant les aléas et en faisant preuve d'organisation et de souplesse.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Un concepteur graphique débute généralement sa carrière en tant que maquettiste. Après plusieurs années d'expérience, le concepteur graphique évolue souvent vers le métier de chef de studio ou de directeur artistique, dans le cadre de mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

les métiers de l'édition

ARTISTIQUE

DIRECTEUR ARTISTIQUE

appellations voisines : directeur studio artistique,
directeur de création



MISSIONS

Définit l'identité graphique d'une ou de plusieurs familles d'ouvrages et de supports commercial/marketing dont il porte la responsabilité artistique :

- > définit la ligne graphique des ouvrages et propose des orientations en lien avec la stratégie éditoriale,
- > recrute et manage l'équipe artistique et les prestataires extérieurs,
- > supervise la conception et la réalisation graphique d'une ou de plusieurs familles d'ouvrages, des supports commercial/marketing et des opérations événementielles,
- > présente les conceptions graphiques au service éditorial, marketing et commercial pour validation,
- > définit et supervise le budget et planning des réalisations graphiques,
- > réalise une veille stylistique et artistique.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille et l'organisation du travail le directeur artistique peut être amené à :

- réaliser la conception graphique d'ouvrages spécifiques (complexité graphique, notoriété de l'auteur), en liaison avec le service éditorial et la fabrication,
- gérer les questions de droits à l'image et droits d'utilisation des images des ouvrages en lien avec l'iconographe,
- gérer les graphistes free-lance.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Artistique :

- maîtriser les logiciels de Publication Assistée par Ordinateur (PAO),
- définir et piloter la mise en œuvre des projets graphiques,
- garantir graphiquement et artistiquement la ligne éditoriale en contrôlant l'ensemble des créations graphiques,
- assurer une veille sur l'évolution stylistique, artistique et sur les procédés techniques.

• Éditoriale :

- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,
- respecter les consignes typographiques, orthographiques et iconographiques.

Compétences de gestion :

- établir, suivre, analyser le budget du studio artistique en vue de maximiser les résultats,
- organiser et répartir la programmation du travail des équipes et intervenants externes,
- négocier et acheter des prestations externes au meilleur rapport qualité / prix tout en garantissant le maintien de bonnes relations à long terme avec les prestataires externes.

Compétences en management :

- transmettre aux équipes artistiques les informations ascendantes et descendantes liées à la production,
- assurer le management de l'équipe artistique en veillant à développer l'activité du service et à développer les compétences des collaborateurs.

Compétences relationnelles :

- argumenter et promouvoir un projet graphique auprès des services éditorial, marketing et commercial,
- travailler à la bonne qualité des échanges avec les différents interlocuteurs.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur général. Il encadre les postes de chef de studio, conception graphiste, maquettiste et iconographe. En interne, il travaille en relation avec le service éditorial, marketing, commercial et fabrication. En externe, il travaille en relation avec les photographes, les illustrateurs, les photographeurs, les photocompositeurs, les iconographes extérieurs et les auteurs.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations certifiantes de niveau II permettent de préparer l'exercice du métier de directeur artistique (exemples : les écoles des beaux-arts avec les Diplômes National d'Art, les écoles d'arts appliqués comme l'ENSBA ou l'ENSAD, les écoles privées comme l'ESAG et les Gobelins). Il est possible également de poursuivre son cursus avec des formations de niveau I comme le Diplôme National Supérieur des Arts décoratifs ou le master directeur artistique en art graphique et design numérique. La fonction de directeur artistique est une fonction dont les compétences s'acquièrent essentiellement par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le métier de directeur artistique s'exerce le plus souvent au sein des maisons d'édition. C'est un métier qui demande de grandes qualités créatives, artistiques et de gestion. Le directeur artistique doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale, en intégrant les aléas et en faisant preuve d'organisation et de souplesse.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Un directeur artistique débute généralement sa carrière en exerçant des métiers de la famille professionnelle artistique. Après plusieurs années d'expérience, son champ de responsabilité peut évoluer pour assurer la gestion de projets artistiques plus importants.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

ARTISTIQUE

MAQUETTISTE

appellations voisines : graphiste-maquettiste,
assistant pré-presse



MISSIONS

Contribue à l'élaboration graphique d'ouvrages standards ou intégrés à une série/collection et de supports commercial/marketing en lien avec la charte graphique :

- > conçoit les prémaquettes/maquettes en recommandant si nécessaire des modifications visant à optimiser la mise en page,
- > participe aux réunions de présentation des propositions graphiques aux services internes, en lien avec le concepteur graphiste et le chef de studio,
- > contrôle la conformité de sa production avec le concepteur graphiste ou le chef de studio et le directeur artistique avant transmission des documents à la fabrication.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail, le maquettiste peut être amené à piloter les prestataires extérieurs associés à la réalisation de la maquette.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- **Artistique :**
 - maîtriser les logiciels de Publication Assistée par Ordinateur (PAO),
 - réaliser des prémaquettes et maquettes en intégrant les éléments du brief et en respectant le cahier des charges (caractéristiques, budget, planning) et/ou les faire évoluer,
 - proposer des modifications de maquettes en vue d'optimiser la mise en page.
- **Éditoriale :**
 - maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et les contraintes à chaque étape,
 - respecter les consignes typographiques, orthographiques et iconographiques.

Compétences de gestion :

- rendre compte de son activité auprès du concepteur graphiste et du chef de studio.

Compétences relationnelles :

- expliciter les choix techniques et artistiques,
- collaborer avec les membres de l'équipe et les prestataires externes en communiquant ses retours et impressions sur les travaux.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur artistique et/ou du chef de studio.

En interne, il travaille en relation avec le concepteur graphiste, le chef de studio, le directeur artistique et les services fabrication, éditorial, marketing et commercial.

En externe, il peut être amené à travailler avec les photographes, les illustrateurs, les photogreveurs, les photocompositeurs, les iconographes extérieurs.



FILIÈRES DE FORMATION

Plusieurs formations professionnelles certifiantes de niveau III permettent de préparer l'exercice du métier de maquettiste (exemples : BTS design graphique option communication et médias imprimés, BTS communication visuelle option graphisme édition publicité, Diplôme des Métiers d'Art (DMA) arts graphiques option illustration ou typographie).



CONDITIONS D'EXERCICE

Le maquettiste travaille sur ordinateur en utilisant les logiciels de la Publication Assistée par Ordinateur (PAO).

Il doit s'adapter à une charge de travail qui varie périodiquement en fonction des plannings de production et de la programmation éditoriale.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le maquettiste est le métier d'entrée dans la filière artistique de l'édition. Après plusieurs années d'expérience, le maquettiste évolue généralement vers le métier de concepteur graphique, puis de chef de studio.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

MARKETING

CHEF DE PRODUIT

appellations voisines : chef de marque, gestionnaire de produit, responsable ou spécialiste produit, chef de produit webmarketing

métiers connexes : chef de groupe de produits, responsable marketing, community manager



MISSIONS

Responsable de la gestion marketing et du développement d'un produit ou d'une famille de produits :

- > participe à l'élaboration du plan marketing annuel,
- > assure le lancement et l'animation du produit,
- > gère le budget de son champ d'action,
- > recommande, suit et contrôle les actions commerciales et promotionnelles.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon la taille de l'entreprise et l'organisation du travail, le chef de produit peut être amené à réaliser les activités suivantes :

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



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Marketing :

- maîtriser les outils du marketing, les techniques d'études marketing quantitatives et qualitatives,
- préparer le plan d'actions promotionnelles et publicitaires des produits dont il a la charge,
- proposer des opérations de soutien (publicité online, événements, jeux-concours, etc.) si nécessaire,
- coordonner la politique d'animation et de contenus des pages sur les réseaux sociaux pour les produits dont il a la charge,
- suivre les ventes afin d'ajuster la stratégie marketing en utilisant les résultats des études, les systèmes d'information et les outils,
- mettre en œuvre et suivre les actions marketing (PLV, publicités, promotions, sites internet, événements grand public, outils de trade marketing, réseaux sociaux).

• Commerciale :

- connaître les produits, les marchés, les circuits de

distribution et ceux de la concurrence pour adapter la stratégie commerciale,

- contrôler le budget et l'ensemble des frais liés à la commercialisation du produit afin de s'assurer de sa rentabilité.

Compétences de gestion :

- suivre et respecter le budget de son activité.

Compétences relationnelles :

- communiquer auprès de la force commerciale afin d'assurer la promotion du produit,
- créer et entretenir la relation avec les éditeurs et les services commerciaux,
- coordonner l'avancement de l'ensemble des services et prestataires concernés : logistique, approvisionnement, design, agence de communication, agence d'achat d'espaces, etc.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité, selon l'organisation, du responsable marketing, du chef de groupe de produits ou du directeur marketing.

En interne, il travaille en relation avec les services de l'éditorial, du commercial, de la communication et de la promotion.

En externe, il travaille en relation avec différents prestataires (agences de publicité, fournisseurs, etc).



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations certifiantes de niveau I (Ex : master marketing, économie et gestion, écoles de commerce, master Édition - spécialité marketing) peuvent préparer à l'exercice du métier.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le chef de produit travaille en relation avec les services de l'entreprise et des prestataires externes, ce qui implique des temps de concertation et de coordination.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le chef de produit est un des métiers d'entrée de la fonction marketing. Le chef de produit peut avoir une expérience sur le terrain comme commercial avant de rejoindre le métier.

Après plusieurs années d'expérience, il pourra évoluer vers le poste de chef de groupe et de responsable marketing.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DIRECTEUR MARKETING

appellations voisines : directeur marketing et support commercial



MISSIONS

Élabore et met en œuvre la stratégie marketing de l'entreprise :

- > définit la stratégie à moyen et long terme, pour l'ensemble des produits de l'entreprise,
- > supervise le lancement des nouveaux produits,
- > participe à la détermination des objectifs commerciaux,
- > supervise une équipe qu'il recrute, organise et motive,
- > conçoit les politiques produits, prix, communication (publicité, promotion) et choisit les agences chargées de la mise en œuvre de celles-ci,
- > établit et gère le budget du service,
- > réalise une veille créative et technologique en vue de proposer de nouvelles solutions.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et le périmètre de poste, le directeur marketing peut être amené à :

- coordonner les opérations webmarketing venant appuyer la stratégie globale (publicité online, événements blogueurs/lecteurs, jeux-concours, etc.), pour ce faire, il est accompagné d'un responsable webmarketing dans l'élaboration et la mise en place de la stratégie digitale.
- assurer la gestion du service commercial,
- prendre en charge les activités de communication et de promotion de la maison d'édition,



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- maîtriser les outils du marketing stratégique, les techniques d'études marketing qualitatives et quantitatives, et la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes,
- appliquer les techniques de webmarketing et de e-commerce (prospection, référencement, responsive design), et une méthodologie de veille créative et technologique sur l'évolution des supports et des formats marketing,
- définir les objectifs et le plan d'études pour l'année,
- valider la stratégie de marketing opérationnel,
- établir et veiller à la mise en œuvre du plan marketing des produits par les différents services,
- définir le mix produit (prix, produit, distribution, communication / promotion, etc), participer au choix de lancement des produits,
- proposer le développement de nouveaux produits en s'appuyant sur une bonne connaissance du marché,
- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper les évolutions et les attentes du marché,
- manipuler les données commerciales pour adapter sa stratégie,
- comprendre et respecter le cadre juridique de la gestion des données (achat, collecte, traitement, vente),

- participer à la détermination des tirages et arrêts de commercialisation,
- suivre et analyser le chiffre d'affaires et les taux de retour,
- participer auprès de la direction éditoriale à la politique éditoriale de la maison d'édition.

Compétences de gestion :

- élaborer le budget de son domaine d'activité et le suivre.

Compétences en management :

- définir l'organisation de l'équipe, participer et/ou valider les recrutements, veiller au développement de leurs compétences.

Compétences relationnelles :

- proposer à sa direction toute action collective permettant d'améliorer l'efficacité des plans,
- assurer la liaison des services marketing avec les fonctions éditoriales, distribution, commercial, communication, etc.),
- créer et entretenir des relations de confiance et de partenariat avec les clients, et les différents services de l'entreprise,
- compiler et présenter l'information lors de réunions éditoriales, commerciales-marketing.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur général.
Il encadre les postes du service : responsable des études marketing, chefs de groupe de produits, chefs de produit, chargés d'études, etc.
Il travaille en relation avec les services communication, commercial, éditorial et distribution.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I (Ex : écoles de commerce ou master édition, master en économie ou gestion à l'Université) préparent à l'exercice du métier de directeur marketing.
La fonction de directeur marketing comme celle de directeur commercial est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.
Ces qualifications doivent toutefois s'accompagner de plusieurs années d'expérience, ainsi que de compétences managériales et de gestion.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le directeur marketing travaille en équipe (coordination, encadrement, reporting).
Selon l'organisation du travail, il peut être interne à la maison d'édition ou faire partie d'une structure de diffusion externe. Dans ce cas, il peut travailler pour plusieurs éditeurs.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Les directeurs marketing débutent généralement leur carrière en exerçant différents postes dans un service commercial (responsables comptes clés, etc) ou un service marketing (chefs de produits ou responsables des études marketing, etc.) au sein du secteur ou dans un autre secteur.
Le directeur marketing peut évoluer vers des fonctions de direction dans un service commercial et de distribution, dans le cadre de mobilité interne et externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

RESPONSABLE DES ÉTUDES MARKETING

métiers connexes : chargé d'études



MISSIONS

Organise et anime le service des études marketing :

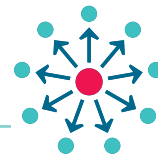
- > participe à l'élaboration de la stratégie de marketing auprès du directeur marketing,
- > centralise les besoins en étude des services sur le plan marketing et commercial,
- > prépare un programme annuel d'études avec les méthodologies adaptées,
- > analyse les données, élabore des recommandations et des hypothèses d'action,
- > établit, fait valider et gère le budget des études marketing.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Dans certaines entreprises, le responsable des études marketing dépend du service commercial et assure des missions de diffusion.

- Ainsi, il peut venir en appui aux commerciaux :
- enrichir des argumentaires de vente,
 - développer des outils informatiques d'aide à la vente (ex : applications pour analyser le chiffre d'affaires client, information sur leur zone de chalandise, suivi du fonds, etc),
 - former les librairies sur les informations du marché.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Marketing :

- définir les moyens et méthodologies adéquats pour réaliser les études marketing (études qualitatives ou quantitatives, veille concurrentielle, réalisations en interne ou prestataires, etc),
- extraire, analyser et synthétiser les données recueillies pour répondre aux besoins,
- réaliser les études selon les moyens définis,
- gérer le panel : relation du partenariat, achat d'informations pour donner des indicateurs,
- animer ou sélectionner le prestataire qui animera des réunions de consommateurs.

• Commerciale :

- connaître les marchés, les réseaux de distribution pour garantir la bonne manipulation des données,
- participer aux décisions (stocks, définit tirages) en rapport avec le suivi des ventes,
- donner aux équipes commerciales les informations pour optimiser les ventes.

Compétences de gestion :

- suivre et respecter le budget accordé pour les études marketing,
- superviser la réalisation des études en interne ou en externe (choix du prestataire, coordination).

Compétences relationnelles :

- collecter et retranscrire en langage technique (statistiques) l'ensemble des besoins des équipes marketing et commerciales,
- présenter les résultats des études aux acteurs concernés afin de communiquer l'impact sur les ventes et les stratégies des différentes fonctions.

Compétences en management :

- assurer l'encadrement et la coordination des équipes du service des études marketing.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur marketing, du directeur commercial le cas échéant.
Il encadre les équipes du service des études marketing (ex : chargés d'études).
Il travaille en relation avec le service commercial et l'éditorial, la communication, la distribution, etc.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations certifiantes de niveau I (Ex : écoles de commerce spécialité marketing, ou master Édition – option marketing) peuvent préparer à l'exercice du métier de responsable des études marketing.
Une expérience professionnelle confirmée dans le domaine de l'édition est fortement souhaitée afin de garantir la compréhension des spécificités du secteur.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le responsable des études marketing travaille en équipe en mode projet : il coordonne les acteurs internes et externes, encadre, reçoit et transmet un reporting sur son activité.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le responsable des études marketing débute le plus souvent sa carrière comme chargé d'études dans le secteur de l'édition. Il peut également avoir précédemment évolué dans des services commerciaux ou marketing en dehors du secteur. Après plusieurs années d'expérience, le responsable des études marketing peut voir son champ de responsabilité s'élargir. Il peut également évoluer vers des services commerciaux (exemple : négociateur comptes clés) dans le cadre de mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DÉLÉGUÉ PÉDAGOGIQUE

appellations voisines : représentant commercial
pédagogique



MISSIONS

Entretien des relations avec les établissements d'enseignement et les librairies :

- > assure la promotion des ouvrages et des outils multi-supports (outils numériques, outils collectifs) dans une zone géographique donnée,
- > remonte les informations sur l'état du marché et la situation compétitive des ouvrages aux responsables éditoriaux et marketing,
- > facilite la réalisation d'enquêtes marketing scolaires sur le terrain,
- > présente et forme les acteurs aux ressources pédagogiques et à leurs fonctionnalités numériques,
- > réalise des ventes : prise de commandes, vente d'outils aux établissements, service après-vente.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et les périmètres de poste, le délégué pédagogique peut être amené à :

- organiser et/ou participer à un événement (conférence, salon professionnel, etc.) visant à valoriser les produits ou la marque,
- conseiller les éditeurs sur les ouvrages et outils pédagogiques à développer,
- identifier lors de ses contacts les personnes susceptibles d'être auteur et les recommander au service éditorial.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- **Commerciale :**
 - maîtriser l'environnement professionnel pour adapter son approche commerciale (fonctionnement de l'Éducation Nationale, modes de financement des livres, modalités de prise de décision en équipement des classes, ...)
 - se tenir informé de l'actualité pédagogique en consultant les nouveaux programmes de l'Éducation Nationale, l'actualité des financements des collectivités locales,
 - intégrer un discours pédagogique pour asseoir son argumentaire commercial en se familiarisant avec un catalogue de ressources pédagogiques et ses outils,
 - conseiller et prescrire des contenus pédagogiques,
 - développer un argumentaire commercial à partir d'un contenu pédagogique visant à convaincre le client,
 - former les acteurs aux fonctionnalités numériques des contenus pédagogiques lors de conférences, d'ateliers, de démonstrations dans les établissements.

• Marketing :

- identifier et analyser l'information pertinente à remonter aux responsables éditoriaux et marketing.

Compétences de gestion :

- établir et suivre un planning de visites d'établissement en accord avec les calendriers des acteurs,
- structurer un fichier de prospection pour organiser sa tournée et adapter la prescription de contenus,
- utiliser les outils d'aide à la vente (système d'informations commerciales) pour connaître l'historique client, prendre les commandes et assurer l'information des acteurs internes.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir des relations avec les enseignants, la hiérarchie de l'Éducation Nationale, les acteurs culturels et institutionnels pertinents,
- mobiliser les participants d'enquête marketing scolaires sur le terrain.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un responsable régional ou d'un directeur commercial/marketing. En interne, il travaille en relation avec le service marketing, le service éditorial, le service commercial. En externe, il travaille avec les établissements d'enseignement, les institutions comme l'Éducation Nationale ou les collectivités locales, ou encore les librairies.



FILIÈRES DE FORMATION

Pour exercer le métier de délégué pédagogique, une formation supérieure est appréciée ; mais il n'y a pas de niveau minimum de qualification.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le délégué pédagogique travaille en itinérance, il se déplace régulièrement dans le cadre de ses visites dans les établissements et librairies.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Les délégués pédagogiques qui occupent les postes sont le plus souvent issus du secteur de la formation professionnelle initiale et continue. Après plusieurs années d'expérience, il peut évoluer vers le métier de responsable régional et plus largement vers d'autres fonctions commerciales.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DIRECTEUR COMMERCIAL

appellations voisines : directeur du développement commercial

métiers connexes : directeur export



MISSIONS

Définit la stratégie commerciale, coordonne sa mise en œuvre et contrôle ses résultats :

- > recommande à la direction générale une politique commerciale et des projets de développement,
- > décline la stratégie de vente et définit les moyens et l'organisation de la force de vente,
- > coordonne l'exécution des plans d'action et met en œuvre les actions correctives le cas échéant,
- > suit et analyse les résultats en termes d'objectifs et de budgets,
- > supervise son équipe qu'il anime, organise et motive, etc.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et le périmètre de poste, le directeur commercial peut être amené à :

- assurer l'encadrement et la gestion de plusieurs services (exemple : marketing et commercial),
- accompagner les responsables comptes clés dans leur négociation, et assurer leur suivi et leur développement.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- connaître les marchés, les clients et les circuits de distribution pour anticiper l'évolution des marchés,
- maîtriser le droit des contrats, la réglementation commerciale et le droit de la concurrence,
- rechercher de nouveaux marchés et de nouveaux circuits de distribution,
- conseiller les éditeurs sur les produits au regard des marchés, leurs prix et les modes de commercialisation les plus adaptés,
- favoriser le développement commercial de l'entreprise structurant en définissant les moyens nécessaires à la force de vente, l'administration des ventes et au développement de partenariats,
- identifier les cibles commerciales pertinentes pour la force de vente,
- manipuler les données : analyser les données, comprendre le fonctionnement des outils de gestion de la relation client, etc.,
- participer à la détermination des tirages, du prix de vente, des réimpressions, des pilons et arrêts de commercialisation,
- suivre et analyser le chiffre d'affaires et les taux de retour,
- maîtriser la chaîne éditoriale afin d'en comprendre les enjeux et contraintes à chaque étape,

- participer auprès de la direction éditoriale à la politique éditoriale de la maison d'édition.

Compétences de gestion :

- établir et suivre des objectifs commerciaux et les budgets nécessaires pour les atteindre,
- manipuler les données : analyser les données, comprendre le fonctionnement des outils de gestion de la relation client ; etc.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir des relations d'échange, de confiance et de partenariat avec les clients, les éditeurs et les autres fonctions amont et aval de l'entreprise (informatique, logistique, marketing, communication, etc.),
- compiler et présenter l'information lors de réunions éditoriales et commerciales.

Compétences en management :

- encadrer et réaliser le suivi commercial des équipes en utilisant les outils propres à la fonction commerciale et en suivant les procédures ressources humaines.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité de la direction générale. Il encadre les postes du service commercial (responsable ventes directes, délégué pédagogique responsable comptes clés, représentants, directeur des ventes, etc). En interne, il travaille en relation avec les services marketing, éditorial, diffusion, comptabilité, et la direction générale.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I spécialisées dans les métiers du livre (ex : master édition) ou le commerce (ex : école de commerce, master en économie ou gestion) préparent à l'exercice du métier de directeur commercial.

La fonction de directeur commercial comme celle de directeur des ventes est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le directeur commercial travaille en équipe (coordination, encadrement, reporting) au sein d'une maison d'édition.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Un directeur commercial peut démarrer sa carrière en occupant plusieurs postes dans un service commercial (attaché commercial, responsable comptes clés, directeur des ventes, ...).

Après plusieurs années d'expérience, il pourra accéder à d'autres postes de directeur (ex : directeur marketing diffusion, directeur relations clients), dans le cadre d'une mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DIRECTEUR DES VENTES

appellations voisines : directeur d'une équipe de vente, directeur export
métiers connexes : responsable des ventes



MISSIONS

Définit la stratégie de vente, coordonne sa mise en œuvre et contrôle ses résultats :

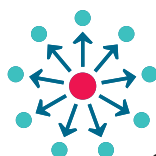
- > dirige les équipes de vente et assure le pilotage de leurs activités,
- > participe à la définition de la stratégie commerciale en proposant des projets de développement et des budgets (politique des retours, conditions commerciales, remises, etc.),
- > apporte son support dans la négociation de contrats importants,
- > suit et contrôle les budgets des frais commerciaux,
- > se tient informé de l'évolution des marchés et de la concurrence et fait remonter les informations pertinentes à sa hiérarchie, aux éditeurs et aux équipes marketing.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et le périmètre de poste, le directeur des ventes peut être amené à participer à des salons nationaux ou internationaux. La maîtrise de plusieurs langues est appréciée.

COMPÉTENCES REQUISES



Compétences techniques :

• Commerciale :

- connaître les clients, le marché, les produits et ceux de la concurrence pour adapter la stratégie commerciale,
- veiller au respect du droit des contrats, des procédures et des conditions de vente,
- évaluer le potentiel de vente d'un ouvrage ou d'un programme pour définir la stratégie commerciale,
- optimiser et stimuler les initiatives commerciales envers les points de vente (ex : librairies),
- gérer et négocier des contrats commerciaux,
- développer un argumentaire commercial visant à convaincre le client.

• Marketing :

- être force de proposition sur les actions correctives en termes de PLV et de merchandising,
- identifier et analyser l'information pertinente sur les évolutions du marché à remonter aux éditeurs et aux équipes marketing.

Compétences de gestion :

- former aux outils d'aide à la vente (système d'informations commerciales) et exploiter les informations,
- coordonner les actions, suivre les plannings et les budgets commerciaux,
- organiser avec les éditeurs les réunions de présentation des programmes aux commerciaux.

Compétences en management :

- définir l'organisation de l'équipe, participer au recrutement des commerciaux, veiller au développement de leurs compétences et à leur formation, contrôler leurs résultats,
- accompagner les commerciaux pendant leurs visites si besoin,
- assigner les objectifs quantitatifs et qualitatifs aux membres des équipes de vente,
- former les représentants/commerciaux sur le terrain.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir des relations avec les éditeurs et les distributeurs.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un directeur commercial ou d'un directeur de diffusion commerciale. Il encadre les postes de représentants et d'assistants. Selon les organisations du travail, il peut être amené également à encadrer les agents, responsables relations librairies et/ou comptes clés. En interne, il travaille en relation avec le service éditorial, le service marketing, la direction, le service presse. En externe, il travaille avec les agents externes indépendants, les librairies.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I (ex : école de commerce, master en commercialisation du livre) peuvent préparer à l'exercice du métier. La fonction de directeur des ventes comme celle de directeur commercial est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le directeur commercial travaille en équipe (coordination, encadrement, reporting). Il peut être interne à la maison d'édition, ou faire partie d'une structure de diffusion externe ; dans ce cas, il travaille pour plusieurs maisons d'édition.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le directeur des ventes démarre généralement sa carrière comme responsable d'une équipe de vente ou encore négociateur comptes clés. Il peut aussi venir du marketing, et de l'éditorial. Le directeur des ventes peut envisager de devenir directeur commercial et/ou marketing, dans le cadre d'une mobilité interne ou externe.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

REPRÉSENTANT

appellations voisines : attaché commercial,
commercial B to B

métiers connexes : agent commercial



MISSIONS

Accompagne le développement commercial de sa structure en réalisant ses objectifs de ventes sur le terrain :

- > entretient et développe une clientèle,
- > prend les commandes et s'assure de leur mise en œuvre par les services concernés : mise en marché des nouveautés et suivi,
- > conseille la clientèle en matière de choix et d'implantation des ouvrages,
- > tient informée sa hiérarchie de toute information concernant le marché et la position compétitive des ouvrages de l'entreprise,
- > met en place des opérations promotionnelles.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et les périmètres de poste, le représentant peut être amené à :

- organiser et/ou participer à un évènement (conférence, salon professionnel, etc.) visant à valoriser les produits ou la marque,
- réaliser les études sur le terrain pour les éditeurs.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

• Commerciale :

- connaître ses produits pour construire son argumentaire commercial,
- maîtriser les conditions commerciales applicables,
- mettre en pratique les techniques de vente,
- développer un argumentaire commercial visant à convaincre le client,
- comprendre le marché et le client pour conseiller les points de vente (clients de la zone, chiffre d'affaires, historique des ventes, concurrence),
- analyser les résultats du point de vente pour adapter son offre commerciale (quantité, choix des titres).

• Marketing :

- conseiller les points de vente sur l'optimisation de la mise en avant des produits,
- être force de proposition sur les actions correctives en termes de PLV et de merchandising.

Compétences de gestion :

- former aux outils d'aide à la vente (système d'informations commerciales) et exploiter les informations,
- coordonner les actions, suivre les plannings et les budgets commerciaux,
- organiser avec les éditeurs les réunions de présentation des programmes aux commerciaux.

Compétences en management :

- utiliser les outils d'aide à la vente (système d'informations commerciales) pour connaître l'historique client, prendre les commandes et assurer l'information des acteurs internes,
- structurer un fichier de prospection pour organiser sa tournée et adapter son approche commerciale.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir un réseau de clients/de prospects,
- communiquer les informations pertinentes à sa hiérarchie.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un directeur des ventes. En interne, il travaille en relation avec le service commercial, le service distribution et diffusion. En externe, il travaille avec les clients/prospects.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau IV (ex : bac professionnel vente), ou de niveau III (ex : BTS négociation et relation client ; technico-commercial ; management des unités commerciales et les DUT techniques de commercialisation,) peuvent préparer à l'exercice du métier de représentant.

Des formations certifiantes de niveau I et II facilitent l'accès au métier de représentant (ex : master spécialisé en commercialisation ou métiers du livre, formation au métier de libraire).



CONDITIONS D'EXERCICE

Le représentant travaille en itinérance, il se déplace régulièrement dans le cadre de ses visites aux points de vente.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Les représentants présentent des profils variés, ils sont souvent eux-mêmes issus des points de vente (librairies, hypermarchés) ou ont pu occuper des postes d'assistant commercial.

Après avoir occupé un poste de représentant, il est envisageable de s'orienter vers des postes de négociateurs comptes-clés et de directeur des ventes.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR



RESPONSABLE COMPTES CLÉS

appellations voisines : responsable grands comptes, négociateur, responsable du développement commercial, Key account manager, responsable clients nationaux
métiers connexes : responsable d'une équipe de vente



MISSIONS

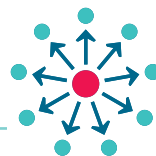
Prend en charge les grands comptes au sein de la structure commerciale :

- > définit les cibles commerciales avec la direction commerciale,
- > propose les moyens nécessaires à la mise en œuvre de la politique commerciale,
- > garantit la gestion commerciale des grands comptes et participe, le cas échéant, à l'ouverture de nouveaux comptes clés,
- > réalise le suivi des clients, traite toute demande ou réclamation de leur part,
- > assure le reporting de chiffres d'affaires, participe à l'analyse des résultats commerciaux.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon les organisations du travail et les périmètres de poste, le responsable comptes clés peut être amené à accompagner, encadrer des commerciaux sur le terrain, aux outils d'aide à la vente notamment.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- connaître les clients, le marché, les produits et ceux de la concurrence pour adapter son approche commerciale,
- élaborer un plan d'action commercial en définissant un plan de prospection, les actions de pénétration du marché, une stratégie de négociation,
- appliquer et respecter le droit des contrats, les procédures et les conditions de vente,
- gérer et négocier des contrats commerciaux,
- développer un argumentaire commercial visant à convaincre le client,
- identifier l'information pertinente pour analyser les résultats commerciaux et prendre les mesures correctives le cas échéant.

Compétences de gestion :

- suivre les plannings et budgets, coordonner les actions pour piloter son activité et assurer un reporting,
- structurer un fichier de prospection pour adapter son approche commerciale,
- utiliser les outils d'aide à la vente pour connaître l'historique client, prendre les commandes et assurer l'information des acteurs internes.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir des relations avec les éditeurs et les clients.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un directeur commercial. En interne, il travaille en relation avec le service marketing, le service éditorial, le service commercial, la direction, le service presse. En externe, il travaille avec les agents externes indépendants et les clients comptes-clés.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations professionnelles certifiantes de niveau I spécialisées dans les métiers du livre ou le commerce (ex : master d'école de commerce ou master universitaire en marketing/vente) peuvent préparer à l'exercice du métier.

Les titulaires d'un bac+2/3 (niveau II/III) peuvent accéder au poste après plusieurs années d'expérience.

La fonction de responsable comptes clés comme responsable ventes directes est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Il peut être interne à la maison d'édition ou faire partie d'une structure de diffusion externe. Dans ce cas, il peut travailler pour plusieurs maisons d'édition.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le responsable comptes clés débute généralement sa carrière comme représentant ou responsable d'une équipe de vente dans un service commercial. Après plusieurs années d'expérience et l'acquisition de compétences en gestion et en management, le responsable grands comptes peut évoluer vers des métiers de directeur grands comptes et directeur des ventes.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

RESPONSABLE VENTES DIRECTES

appellations voisines : chef des ventes directes, responsable de coordination commerciale, animateur de marché
métiers connexes : responsable régional des ventes



MISSIONS

Supervise une équipe chargée des ventes directes :

- > encadre une équipe de télévendeurs et/ou d'opérateurs de saisie chargés de la prise de commandes par téléphone,
- > organise, en liaison avec les éditeurs, les campagnes de ventes directes et assure leur pilotage avec son équipe,
- > définit, en fonction des ouvrages, la cible de clients et de prospect,
- > réalise le suivi des clients, traite toute demande ou réclamation 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.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- analyser le marché et la position de son offre par rapport à la concurrence pour définir un plan d'action commercial adapté,
- établir un plan de prospection pour adapter son approche commerciale,
- conduire une négociation commerciale concluante,
- valoriser les catalogues sur de nouveaux points de vente,
- proposer des produits clés en main aux entreprises,
- superviser la mise en œuvre de la stratégie de prospection.

Compétences de gestion :

- développer le chiffre d'affaires des produits dont il a la charge et suivre les budgets,
- alimenter un tableau de bord des ventes réalisées pour assurer un reporting fiable,
- assurer le suivi commercial, financier et administratif des actions mises en œuvre.

Compétences en management :

- garantir la qualité et l'efficacité de la relation commerciale en gérant l'organisation d'un service de vente directe,
- être un appui technique pour l'équipe de vente sur le terrain,
- recruter, former et suivre l'activité de son équipe.

Compétences relationnelles :

- entretenir les relations avec les éditeurs,
- faire remonter au service marketing et éditorial les informations terrain afin de contribuer à l'amélioration de l'offre produits.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur des ventes ou du directeur commercial.
Il encadre une équipe de commerciaux, chargés de ventes directes.
En interne, il travaille en relation avec les services marketing, diffusion.
En externe, il travaille avec les clients/prospects.



FILIÈRES DE FORMATION

Les formations certifiantes de niveau II dans le domaine commercial peuvent permettre d'accéder au métier.
La fonction de responsable ventes directes comme celle de responsable comptes clés est une fonction dont les compétences s'acquièrent par l'expérience professionnelle.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le métier de responsable ventes directes implique des déplacements et un travail collectif avec l'équipe de commerciaux qu'il supervise.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Un responsable des ventes directes peut poursuivre sa carrière en tant que directeur des ventes, après avoir acquis de l'expérience et des compétences de gestion et de management.



SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

COMMUNICATION/PROMOTION

ATTACHÉ DE PRESSE

appellations voisines : chargé de communication

métiers connexes : assistant attaché de presse,
responsable des relations presse (relations médias)



MISSIONS

Diffuse auprès des médias des informations sur la maison d'édition, ses auteurs et leurs ouvrages en vue du développement de sa notoriété et de ses ventes :

- > conçoit et coordonne la réalisation des dossiers et communiqués, destinés à développer la notoriété d'un ouvrage ou d'un auteur,
- > enrichit, développe et entretient les relations avec les journalistes, blogueurs et/ou influenceurs,
- > organise des interviews d'auteurs, manifestations et autres événements destinés à l'information des médias et du public,
- > élabore les listes de presse et assure l'envoi des dossiers et communiqués de presse.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

En fonction de la structure et de la taille du service, le périmètre du poste peut être différent :

- réaliser une revue de presse recueillant les publications autour des produits édités, puis effectuer un envoi aux auteurs et éditeurs,
- exercer des missions de chargé de communication et de promotion (conception et diffusion de supports de communication et de promotion),
- animer les pages des réseaux sociaux.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- construire l'information à diffuser et identifier les cibles médias visées,
- présenter la structure, son catalogue, les ouvrages publiés à l'oral comme à l'écrit,
- établir et alimenter le fichier de presse : informations sur les journalistes, blogueurs, historique des relations, préférences,
- aller chercher l'interlocuteur pertinent dans tous types de médias,
- constituer, à partir du fichier de presse, une liste de journalistes, blogueurs pour l'envoi du livre/des épreuves avant sa sortie (liste de presse),
- convaincre de l'intérêt de la publication par le journaliste, blogueur, et/ou influenceur, pour suggérer des sujets rédactionnels aux médias,
- réaliser des outils et supports de communication en fonction de la stratégie de l'entreprise (communiqué de presse, programme de nouveautés, etc.),
- maîtriser les techniques de diffusion de l'information en fonction des supports de presse, des médias, des journalistes et des politiques éditoriales.

Compétences de gestion :

- suivre et respecter le budget alloué,
- planifier la réalisation matérielle et logistique des actions d'information au service de la promotion de l'image et des produits de la société.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir des relations avec les auteurs,
- créer et entretenir des relations avec les médias, les leaders d'opinion pour développer le réseau média de la structure,
- adapter sa communication en fonction de ses interlocuteurs pour maximiser la qualité des échanges.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du directeur/responsable des relations presse (relations médias).
En interne, il travaille en relation avec le service éditorial, le service marketing, communication et promotion.
En externe, il travaille en relation avec les auteurs, les journalistes, les blogueurs et influenceurs.



FILIÈRES DE FORMATION

Une qualification de niveau III (ex : BTS ou DUT) ou une qualification de niveau I et II (ex : licence en information et communication, master dans les métiers du livre) sont appréciées pour exercer le métier d'attaché de presse.



CONDITIONS D'EXERCICE

L'attaché de presse est amené à rencontrer des journalistes, blogueurs et influenceurs, et à être présent lors d'événements, son activité implique des déplacements.
Il partage son temps entre travail en interne dans la maison (nécessité d'être en connexion avec le service éditorial notamment), et travail à l'extérieur (représenter la production et les auteurs), ce qui suppose une certaine indépendance et une autonomie.
Véritable métier « au service des autres », la fonction d'attaché de presse requiert une grande disponibilité.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Un attaché de presse peut évoluer vers le poste de responsable d'un service presse après plusieurs années d'expérience.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

COMMUNICATION/PROMOTION

RESPONSABLE PROMOTION

appellations voisines : responsable publicité

métiers connexes : responsable communication,
chargé de promotion



MISSIONS

Coordonne et met en œuvre des opérations publicitaires et promotionnelles :

- > participe à la définition de la politique publicitaire et promotionnelle,
- > participe, avec la direction commerciale et les prestataires extérieurs, à la conception des messages publicitaires et des documents promotionnels (catalogues, bulletins) et coordonne leur réalisation,
- > établit et gère le budget publicité et promotion du service,
- > établit le planning des campagnes et opérations de promotion, suit leur déroulement et analyse leurs retombées,
- > coordonne la réalisation des opérations effectuées en interne.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail et le périmètre d'activité, le responsable promotion peut être amené à mettre en œuvre des actions promotionnelles à destination des prescripteurs de contenus pédagogiques.

Dans ce cas, il devra maîtriser l'environnement professionnel pédagogique et se tenir informé de l'actualité pédagogique en consultant les nouveaux programmes de l'Éducation Nationale, l'actualité des financements des collectivités locales, etc.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- appréhender les produits, les marchés, les circuits de commercialisation et ceux de la concurrence pour adapter la stratégie commerciale,
- appliquer les techniques de webmarketing et de e-commerce : prospection, référencement, etc.,
- recommander et conseiller sur les supports et les actions pertinentes à mener autour du produit et de ses cibles,
- utiliser les logiciels photos et vidéos nécessaires à la conception des messages publicitaires,
- réaliser une veille créative et technologique sur l'évolution des supports et des formats publicitaires.

Compétences de gestion :

- maîtriser les systèmes d'information commerciale et les outils de traitement de l'information commerciale ou marketing pour suivre et analyser l'activité,
- coordonner la conception de supports promotionnels (spots publicitaires, supports imprimés de promotion),
- sélectionner et piloter les prestataires pour la réalisation des campagnes et opérations promotionnelles,
- organiser des animations à des salons, expositions,
- élaborer et suivre les plannings et les budgets pour piloter son activité et assurer un reporting.

Compétences en management :

- encadrer et gérer l'équipe de son service.

Compétences relationnelles :

- créer et entretenir de bonnes relations avec les prestataires tout en négociant au mieux les intérêts de l'entreprise.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité de la direction générale. Selon l'organisation, le service peut être rattaché au service marketing et au service commercial. Dans ce cas, il travaille sous l'autorité du directeur marketing ou commercial. Il encadre les membres de son service (ex : chargé de promotion). En interne, il travaille en relation avec le service éditorial, le service marketing, et le service commercial. En externe, il travaille en relation avec les prestataires vidéo, photos, et les agences de graphisme.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations certifiantes de niveau I (ex : écoles de commerce avec une spécialisation en marketing/commerce) peuvent préparer à l'exercice du métier de responsable promotion.



CONDITIONS D'EXERCICE

Il n'y a pas de condition particulière d'exercice du métier.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le responsable promotion débute le plus souvent sa carrière comme chargé de promotion. Par la suite, le responsable de promotion peut intégrer un service presse ou marketing dans le secteur de l'édition. Des mobilités externes permettent au responsable promotion d'évoluer vers des postes en régie publicitaire ou en agence de communication.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

DROITS D'AUTEUR

responsable gestion des droits d'auteur, gestionnaire comptes auteur, chargé des droits d'auteur, gestionnaire répartition de cessions



MISSIONS

Les missions des droits d'auteur portent sur la gestion, l'établissement et le contrôle d'un portefeuille de comptes d'auteurs dans le respect des obligations et procédures en vigueur, notamment l'information de l'auteur quant à la vie du contrat (gestion administrative, comptable et financière). A ce titre, ce service est l'interlocuteur des auteurs et ayant droit, et du service éditorial pour toute question relative au paiement de droits d'auteur lié au contrat.

La famille droits d'auteur couvre les activités suivantes : saisie des données du contrat dans le logiciel ; paiement de l'auteur et ses ayants droit / éditeur / agent selon les éléments du contrat ; édition des bordereaux de droits d'auteur ; réponse aux éventuelles questions des auteurs et/ou des éditeurs

Les métiers de la famille Droits d'auteur doivent maîtriser les systèmes d'information internes, ainsi que les dispositions juridiques relatives aux droits d'auteur et aux droits voisins.

Le service droits d'auteur est en relation avec : le service éditorial, le service commercial, les auteurs.



ÉVOLUTIONS DES MÉTIERS DE LA FAMILLE

Depuis quelques années, le livre numérique vient questionner les conditions applicables en matière de droits d'auteur.

Les métiers de la famille droits d'auteur doivent se tenir informés des nouvelles dispositions juridiques et adapter les contrats par de nouvelles conditions d'application à toutes catégories d'œuvres.



CONDITIONS D'EXERCICE

Les métiers de la famille droits d'auteur s'exercent la plupart du temps au sein des maisons d'édition.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

FINANCE COMPTABILITÉ

directeur administratif et financier, contrôleur de gestion, chef comptable, responsable comptabilité fournisseurs ou clients, comptabilité générale, comptable, assistant comptable



MISSIONS

La famille finance/comptabilité a pour principale mission de suivre, renseigner et conseiller sur les flux financiers et comptables de l'entreprise. La famille finance/comptabilité couvre les activités de :

- comptabilité : enregistrement des flux, justification des comptes à la commission aux comptes,
- recouvrement : facturation des rémunérations des droits cédés,
- contrôle de gestion : conseil et support aux directions pour piloter leurs performances,
- trésorerie le cas échéant.

La famille finance/comptabilité est en relation avec l'ensemble des directions des services qui fournissent et demandent des informations tout au long de l'année.



ÉVOLUTIONS DES MÉTIERS DE LA FAMILLE

Les missions des métiers de la finance/comptabilité étaient auparavant orientées vers la production de chiffres, la satisfaction des obligations comptables et fiscales et le management des ressources financières.

Aujourd'hui, les attentes de l'entreprise envers ces professionnels de la gestion financière évoluent. Les métiers de la finance/comptabilité doivent être en mesure d'exploiter les données financières pour proposer des analyses à plus grande valeur ajoutée pour la gestion et le pilotage financier de l'entreprise. Ils sont ainsi chargés d'élaborer des systèmes de mesure de la performance financière pertinents et cohérents avec les axes stratégiques définis.

Les nouvelles tendances en matière de finance, permises par les nouvelles technologies, peuvent venir modifier les pratiques professionnelles des acteurs de cette famille, telles que le sociofinancement (crowdfunding). Cette ressource bouleverse la façon dont les petites entreprises peuvent trouver des financements.

Sur le plan comptable, les logiciels utilisés sont de plus en plus intégrés aux systèmes d'information, permettant ainsi un accès et un traitement des informations plus rapide et complet.



CONDITIONS D'EXERCICE

Les métiers de la famille finance/comptabilité s'exercent dans tous les types de structures à un poste de travail en interne.



SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

INFORMATIQUE

directeur infrastructures informatiques, administrateur de base de données, architecte de système d'informations, chef de projet web, ingénieur sécurité/système, technicien d'exploitation, technicien de maintenance informatique



MISSIONS

La mission de la famille informatique est de garantir la cohérence de l'infrastructure du système d'information et la qualité du service rendu aux utilisateurs dans un souci de productivité. Le service informatique est en charge de faire évoluer et d'optimiser les outils et le matériel informatique (nouveaux équipements et automatisation), d'assurer le juste dimensionnement des ressources, de définir les standards matériels et logiciels de l'entreprise, les procédures, les normes.

À ce titre, les grandes missions de cette famille sont : installer le nouveau matériel protégeant le système informatique, de le configurer ; veiller à ce que les informations des systèmes d'information soient disponibles à tout moment, de faire évoluer la base de données en apportant des modifications ; assurer la disponibilité des ressources nécessaires au fonctionnement des systèmes de production, d'exploitation informatiques et télécoms de l'entreprise.

En interne, la famille informatique est en relation avec l'ensemble des acteurs de la chaîne éditoriale. Toutes les familles sont utilisatrices de ses services. En externe, il gère la relation fournisseur et la conformité des licences.



ÉVOLUTIONS DES MÉTIERS DE LA FAMILLE

Les métiers de cette fonction sont soumis à une évolution continue de leurs compétences du fait des nouveautés technologiques informatiques et logiciels régulières. D'autres facteurs viennent impacter les compétences de ces métiers :

- les nouveaux moyens de publication,
- la numérisation des fonds et la création d'offres numériques,
- le e-commerce,
- le webmarketing.

L'apparition de nouveaux supports implique aujourd'hui la maîtrise de ces derniers et l'adaptation des ouvrages à ces nouveaux formats numériques.

Les métiers de l'informatique prennent une place de plus en plus importante du fait de la numérisation de certaines activités dans les entreprises, à l'exemple de l'administrateur de base de données ou DBA (database administrator). La diffusion des progiciels de gestion intégrés rend également indispensable la présence des métiers numériques au sein des entreprises.



CONDITIONS D'EXERCICE

Les professionnels de cette famille interviennent sur les différents postes afin d'exercer un support ainsi qu'un accompagnement aux utilisateurs des logiciels de l'entreprise, quel que soit leur service.



SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

JURIDIQUE

directeur juridique, responsable juridique, juriste,
assistant juridique



MISSIONS

La famille juridique a pour mission de prévenir et gérer les risques juridiques, de prendre en charge l'ensemble des questions juridiques qui se posent en matière d'édition (propriété littéraire et artistique, prix unique du livre, réglementation relative à la vente et à la promotion du livre, droit immobilier, droit social, etc.). Les grandes missions se décomposent de la façon suivante :

- rédaction juridique : évaluation des risques encourus par l'entreprise, rédaction et suivi de l'exécution de tous contrats, rédaction des courriers et actes juridiques (requêtes, assignations, mise en demeure, conclusions, etc.),
- gestion des contentieux : montage et instruction de dossiers contentieux et précontentieux,
- conseil : assistance auprès des principaux acteurs de l'entreprise, évaluation des risques, conseil sur les aspects juridiques, préconisation de solutions,
- anticipation et gestion des risques liés à la propriété littéraire et artistique (PLA).

La famille juridique est en relation, entre autre, avec la famille éditoriale, la famille commerciale, les fonctions cession et acquisition de droits.



ÉVOLUTIONS DES MÉTIERS DE LA FAMILLE

Comme pour toutes les créations artistiques, la mise à disposition au public se fait de plus en plus sous format numérique. Ces évolutions s'accompagnent de l'apparition et du développement de nouveaux moyens de publication, mais également de la numérisation des fonds et la création d'une offre numérique, du e-commerce, de nouveaux acteurs et du webmarketing.

Des profils spécialisés dans les aspects juridiques du numérique seront de plus en plus nécessaires, les nouvelles technologies rendant plus pointues la gestion des droits d'image.

La numérisation des publications peut avoir des avantages pratiques considérables, mais la législation dans ce secteur reste relativement récente, surtout en termes de protection de la création artistique face au potentiel piratage. La famille juridique doit sans cesse s'adapter en créant de nouvelles mesures contractuelles de protection de la propriété intellectuelle.

Par ailleurs, on assiste à une judiciarisation de l'édition, les actions en justice impliquant les maisons d'édition sont de plus en plus nombreuses. Cela a eu pour conséquence une intervention grandissante de la justice dans la vie éditoriale. Ainsi, au cours de ces dernières années, la jurisprudence en matière de presse, de droits de la personnalité et de propriété intellectuelle a connu un développement considérable, et les règles jusqu'alors d'interprétation stricte ont vu leur champ s'élargir. Le cadre juridique de l'édition du livre, à maîtriser par la fonction juridique, s'est donc accru.



CONDITIONS D'EXERCICE

Les métiers de la famille juridique peuvent s'exercer au sein de la maison d'édition, ou de façon externalisée avec l'appui d'un cabinet spécialisé.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR



EMPLOYÉ POLYVALENT LOGISTIQUE

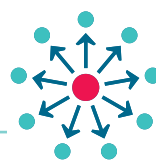
appellations voisines : cariste, manutentionnaire,
préparateur de commande, caseur
métiers connexes : ordonnanceur, planificateur



MISSIONS

Assure la manutention des marchandises selon les indications données par le logiciel de distribution :

- > réceptionne les marchandises,
- > prépare les commandes,
- > expédie les commandes,



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- décharger, contrôler la quantité et la qualité des marchandises réceptionnées,
- ranger les palettes dans le lieu de stockage prévu
- mettre à disposition des quantités dans les cartons
- réapprovisionner les tours de stockage,
- vérifier la conformité des éléments avant que le carton parte au poste suivant : vérification de la qualité des ouvrages, du poids du carton,
- disposer les produits commandés dans le carton selon les informations données par le logiciel,
- appliquer les règles d'hygiène, de qualité et environnement en vigueur dans la structure,
- respecter les règles et procédures de la chaîne logistique (rangement, ordre des livres dans la zone de casage),
- garantir la sécurité des opérations en mettant en œuvre les règles et consignes de gestes et postures,
- maîtriser le fonctionnement des installations.

Compétences de gestion :

- utiliser le logiciel de distribution et en appliquer les indications,
- prendre en compte le planning et les impératifs de production.

Compétences en management :

- alerter les interlocuteurs en cas de dysfonctionnement.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation du travail et le périmètre des activités, l'employé polyvalent logistique peut être amené à :

- Réaliser des activités de cariste ou de manutentionnaire



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un chef d'équipe.
Il travaille en interne avec les chefs d'équipe,
ainsi qu'avec ses pairs en amont et en aval de
son poste.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations certifiantes de niveau IV en filière
logistique, notamment peuvent préparer à
l'exercice du métier d'employé polyvalent
logistique.



CONDITIONS D'EXERCICE

L'activité est soumise à des habilitations de type
CACES et à des autorisations internes de
conduite des équipements.
L'emploi est soumis à d'importantes règles de
sécurité et de postures.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Après plusieurs années d'expérience, l'employé
polyvalent logistique peut envisager une
évolution vers des postes de chef d'équipe ou
en secrétariat logistique/service relation client de
la distribution.

Dans le cadre de mobilité externe, l'employé
polyvalent logistique peut occuper des postes
identiques dans d'autres secteurs professionnels
comme le bâtiment, la grande distribution ou
l'industrie, etc.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

RESPONSABLE DE GESTION DE STOCK

appellations voisines : gestionnaire de stock,
gestionnaire d'approvisionnement



MISSIONS

Conçoit, gère et optimise la gestion des stocks de livres :

- > calcule l'emplacement idéal des marchandises à l'aide d'outil de gestion des stocks,
- > met en place l'organisation qui garantit la disponibilité des marchandises en fonction de la planification des livraisons et des commandes,
- > participe à des projets d'optimisation de la gestion des stocks.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Suivant l'organisation du travail et le périmètre des activités, le responsable de gestion de stock peut être amené à développer des outils de gestion des stocks.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- maîtriser la chaîne logistique, le matériel d'entreposage, ses règles et ses contraintes,
- adapter les règles de gestion des stocks aux spécificités de la marchandise,
- paramétrer le logiciel selon la planification des livraisons avec les fournisseurs en fonction de divers critères (type d'emballages, quantité, fréquence de tournées des camions),
- anticiper et planifier les périodes de forte demande,
- analyser et traiter des données pour être force de proposition sur l'optimisation de la gestion des stocks.

Compétences de gestion :

- utiliser le logiciel de gestion des stocks,
- suivre les ventes et les prévisions pour assurer la disponibilité des produits,
- superviser le traitement des commandes en veillant au respect des plannings et des délais,
- suivre et tenir à jour les indicateurs utiles à l'analyse des stocks.

Compétences en management :

- coordonner l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement dans les délais impartis,
- transmettre aux opérateurs les informations utiles au bon déroulement de leur activité.



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité d'un responsable ordonnancement/planification.

Il encadre les postes d'employé polyvalent logistique.

En interne, il travaille en relation avec le service logistique, éditorial, marketing et commercial.

En externe, il travaille en relation avec les fournisseurs et les transporteurs.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations certifiantes de niveau I (ex : titres d'Ingénieur en spécialité logistique industrielle, master en spécialité logistique distribution / management de projet logistique, master de Système d'Information appliqué à la logistique en école de commerce) peuvent préparer à l'exercice du métier de responsable de gestion de stock.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le responsable de gestion de stock travaille principalement dans un entrepôt où il organise le travail de son équipe.

Le numérique est omniprésent dans son activité car il utilise des logiciels de gestion logistique.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le responsable de gestion de stock peut débuter sa carrière par un poste d'employé polyvalent logistique dans le secteur de l'édition, ou par un poste de chargé logistique dans un autre secteur (automobile, habillement, industrie, etc) Après plusieurs années d'expérience, il peut évoluer vers des postes de responsable logistique ; responsable d'exploitation dans le cadre d'une mobilité interne ou externe.



SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR

TECHNICIEN DE MAINTENANCE

appellations voisines : agent de maintenance



MISSIONS

Effectue l'installation, l'entretien et le dépannage des équipements en sélectionnant les moyens et techniques adaptées :

- > réalise la maintenance préventive,
- > assure la maintenance curative,
- > réalise la maintenance corrective.



ÉLÉMENTS DE VARIABILITÉ

Selon l'organisation et la taille, le technicien peut être amené à :

- former les opérateurs à l'utilisation de la machine,
- gérer les commandes de pièces.



COMPÉTENCES REQUISES

Compétences techniques :

- maîtriser le fonctionnement des installations,
- appliquer et respecter les règles d'hygiène, de qualité, de sécurité et les consignes de gestes et postures lors de ses interventions,
- définir un programme d'opérations de maintenance préventive ou de travaux,
- prendre les pièces et les outillages, replacer les pièces non utilisées et les outillages dans le respect des consignes définies,
- déterminer l'urgence entre plusieurs dépannages simultanés en coordination avec les opérateurs,
- mettre en œuvre une démarche structurée de recherche de panne, appliquer une méthodologie du dépannage,
- étudier la faisabilité technique de plusieurs solutions possibles, déterminer et argumenter le choix d'une solution,
- remédier aux défauts constatés ou prévoir les interventions appropriées,
- remettre le poste de travail en situation opérationnelle (remise au format, réglages, validation de l'outil par l'opérateur),
- signaler les consommations de pièces et alerter pour maintenir un stock minimal,

- proposer des points d'améliorations (plan de maintenance, diminution du risque d'accidents, diminution du risque de pannes, etc.).

Compétences de gestion :

- collecter, analyser et synthétiser des informations et des documents de l'intervention (fiches de suivi, historique des pannes, comptes rendus d'avancement des travaux d'installation, etc.),
- prendre en compte le planning et les impératifs de production,
- évaluer la durée, les moyens nécessaires, les coûts et les délais de réalisation à son intervention,
- saisir ou enregistrer les informations liées à son intervention sur les documents à disposition ou dans le logiciel de GMAO.

Compétences relationnelles:

- veiller à une bonne coordination avec le service distribution et les différents intervenants externes,
- solliciter et faire intervenir des prestataires techniques pour assurer la maintenance des équipements en dehors de son champ d'intervention.

TECHNICIEN DE MAINTENANCE



PLACE DANS L'ORGANIGRAMME DES EMPLOIS

Il travaille sous l'autorité du responsable de maintenance ou du directeur du service technique. En interne, il travaille en relation avec les employés polyvalents logistique, les chefs d'équipes. En externe, il travaille en relation avec les fournisseurs, les représentants des fabricants des équipements, les sous-traitants du site de distribution.



FILIÈRES DE FORMATION

Des formations certifiantes de niveau IV (ex : bac pro maintenance des systèmes mécaniques automatisés – MSMA) et/ou de niveau III (ex : BTS Mécanique et Automatismes Industriels et Maintenance des systèmes) peuvent préparer à l'exercice du métier de technicien de maintenance.



CONDITIONS D'EXERCICE

Le technicien de maintenance travaille au sein de l'entrepôt de distribution et dans un atelier de maintenance. L'emploi est soumis à d'importantes règles de sécurité et de postures. L'activité peut être soumise à des habilitations électriques, CACES et sécurité incendie EPI, etc.



MOBILITÉS PROFESSIONNELLES

Le métier de technicien de maintenance est le métier d'entrée de la filière. Selon les organisations du travail, il peut avoir débuté sa carrière en tant qu'agent de maintenance dans le secteur de la distribution de livre ou dans d'autres secteurs d'activité (service maintenance dans le secteur alimentaire, commerce, etc.). Après plusieurs années d'expérience et l'acquisition de compétences managériales, le technicien de maintenance peut évoluer vers le poste de responsable de maintenance.

SOURCE : CPNE DE L'ÉDITION - MARS 2017
POUR PLUS D'INFORMATIONS : WWW.SNE.FR