

# Chargé(e) de communication en musée :

*OP Management des Activités Culturelles et Créatives*



*Musée Champollion - Figeac*

# Sommaire :

---

<b>Fiche de description de postes.....</b>	<b>2</b>
<b>Le témoignage de Laurence Marchand.....</b>	<b>3</b>
<b>Le témoignage de Virginie Petit.....</b>	<b>5</b>
<b>Annexes.....</b>	<b>6</b>

# Chargé(e) de communication en musée :

---

*Porte-parole de l'établissement, il coordonne et met en place la politique de communication pour diffuser informations et image institutionnelle, au niveau interne et externe. Son objectif est de créer une image cohérente, solide et durable du musée et d'informer le public sur son offre (communication institutionnelle et événementielle).*

**Autres noms :** Responsable de communication, responsable des relations publiques...

## **Missions :**

- Communication interne :
  - Concevoir les outils et supports pour réunir le personnel autour du projet global de l'établissement
  - Assurer la bonne circulation des informations entre les différents services
- Communication externe :
  - Concevoir et diffuser les supports de promotion destinés au public et leurs contenus (nécessite la maîtrise des outils PAO)
  - Ou négocier avec les prestataires (agences) et suivre la réalisation des supports
  - Rédaction des communiqués, veille et relation presse
  - Conception et organisation des événements
- Communication web :
  - Rédaction des contenus et mise à jour des sites et pages
  - Veille numérique et technologique

## **Salaire :**

Grande diversité des salaires selon le musée et le statut (contractuel ou statutaire)

## **Contraintes :**

Beaucoup d'appelés pour peu d'élus. Concours de la Fonction Publique relativement indispensable pour être en poste dans un musée (places de contractuels peu nombreuses et peu rémunérées). Niveau d'exigence de plus en plus élevé, la différence se fait sur le niveau de diplôme et de plus en plus sur le profil international et les compétences numériques. Rythme soutenu sur certaines périodes, grande disponibilité.

## **Qualités requises :**

Sens du relationnel, capacités rédactionnelles, créativité

## **Formations :** Bac +4/5

- Ecoles de communication (Universités, Sup' de com, Celsa...)
- Ecoles de communication culturelle (IC'COM, IESA...)
- Ecoles de commerce avec spécialisation communication

- + Etudes en sciences humaines sont un plus (histoire de l'art, histoire, arts appliqués etc.)
- + Concours de la fonction publique (recommandé)

# Témoignages de professionnels:

---

## **Laurence MARCHAND, Chargée de communication au Musée Champollion**

Musée Champollion – Les Écritures du Monde, place Champollion 46100 Figeac

### • **Son parcours :**

Après des études de recherches en Histoire de l'art à l'Université de Poitiers (Master 2), Laurence Marchand s'est orientée vers un master pro patrimoine à l'Université du Mirail. Jeune diplômée, elle est alors recrutée en 2005 au Musée Champollion, en tant que chargée de mission inventaire (réalisation d'un inventaire numérique des collections) dans l'optique de l'ouverture du nouveau musée. Au bout d'un an et demi, elle est chargée de mettre en œuvre la politique de communication liée à la réouverture du musée, une mission qui se transforme rapidement en un poste de chargée de communication.

- Il s'agit d'un parcours qui correspond à la plupart des profils en poste aujourd'hui dans les musées (mis à part dans les grands musées nationaux). Issue des sciences humaines et du patrimoine, Laurence Marchand obtient un premier poste dans un musée auquel elle fait ses preuves, avant d'évoluer vers des fonctions de communication. La situation inverse existe également, avec des professionnels issus du secteur privé marchand qui accèdent à un moment de leur carrière à des postes en musée. Mais on assiste de plus en plus à une demande de professionnalisation des profils (en termes de formation et de diplôme), et les candidats affluent. Les postes de ce type échappant au concours de la fonction publique se font de plus en plus rares, car les candidats sont devenus plus nombreux que les postes vacants.

### • **Ses missions :**

« Les objectifs principaux sont de promouvoir le musée, améliorer sa notoriété, véhiculer l'image de la Ville de Figeac. Derrière tous ces grands axes, l'objectif de toute collectivité territoriale se dotant d'un tel équipement culturel est de rendre le territoire attractif, faire venir des touristes (et pourquoi pas des nouveaux habitants) et participer au développement économique (retombées sur les commerces, les prestataires touristiques...). »

#### Communication :

- concevoir et mettre en œuvre un plan de communication dans le respect d'un budget défini
- Mettre en forme les supports de communication (dépliants, affiches, insertions, etc.)
- Assurer les Relations avec la presse : rédaction et mise en forme de communiqués, dossiers de presse, accueil de presse, organisation de conférences de presse
- suivi et mise à jour du site internet du Musée

- diffusion de l'information : diffusion papier, e-mailing, alimentation de sites web, réseaux sociaux, opérations de promotion

- gestion et mise à jour du fichier de contacts

#### Gestion de la politique de promotion touristique

en lien avec les acteurs du territoire : Comité Régional de Tourisme, Comité Départemental du Tourisme, Office de Tourisme...

#### Mécénat :

- prospection sur le territoire en lien avec les autres acteurs culturels et le Pays de Figeac

- rédaction de dossiers de partenariats

- Le musée est un établissement public ancré dans son territoire, et donc en lien avec de nombreux acteurs de ce territoire. Au-delà du public même du musée, le chargé de communication doit identifier et connaître les acteurs du secteur public (et leurs fonctionnements), mais aussi ceux du privé pour développer sa notoriété et d'éventuels partenariats. Il doit alors cibler et adapter ses efforts de communication.

### • **Intérêts et difficultés du poste :**

Pour Laurence Marchand, l'intérêt principal de ce poste est d'œuvrer pour le développement des publics, de rassurer et attirer de nouveaux segments de population. Il s'agit donc d'« aller à la rencontre des autres, quels qu'ils soient, d'où qu'ils viennent ».

Les difficultés qu'elle rencontre viennent du fait d'intégrer et d'adapter à un établissement public, des méthodes issues de l'entreprise. De là naît l'impression d'être coincée entre deux mondes aux enjeux différents.

Enfin, après avoir été contractuelle pour la Mairie de Figeac durant 1 an et demi, elle a été titularisée fonctionnaire municipale. Mais n'ayant pas la concours de la fonction publique, elle l'a été au niveau C (équivalent agent d'accueil) et est donc rémunérée à ce niveau malgré ses fonctions, c'est-à-dire 1200€ net par mois. La première fois qu'elle a tenté le concours en 2004, ils étaient organisés tous les 2 ans. Aujourd'hui, il y a de moins en moins de postes, toujours autant de candidats, et les concours ont lieu tous les 3 ou 4 ans.

### • **Compétences et qualités requises :**

Adaptation et capacité d'écoute sont les maîtres mots de la communication pour Laurence Marchand. Mais ce type de poste, a fortiori dans une petite structure, exige également de la polyvalence pour être présent sur d'autres postes à certaines occasions (accueil et surveillance lors d'évènement particulier, logistique et démontage lors de spectacles etc.)

### • **Le conseil de Laurence Marchand :**

« Chercher à se différencier. Aujourd’hui nous disposons d’outils de communication extraordinaires grâce à internet, mais nous avons tendance à « faire comme les autres ». Dans la communication, il faut chaque jour réfléchir à se différencier de l’autre tout en ne perdant pas de vue l’objectif à atteindre. »

## **Virginie Petit, chargée de communication et de développement culturel et touristique à l’Abbaye-école de Sorèze**

Abbaye-école de Sorèze – rue Saint-Martin BP 90025 81540 Sorèze

### **• Son parcours :**

Après avoir obtenu un master d’histoire de l’art, Virginie Petit est devenue responsable du service culturel d’une petite ville de l’Aude. Elle devient ensuite chargée de communication et du développement des musiques actuelles au sein d’une association départementale de l’Aude, avant d’être chargée de production pour une compagnie de théâtre et un quatuor baroque en Haute Corse. Elle accepte ensuite le poste de chargée de communication et de développement culturel et touristique à l’Abbaye-école de Sorèze.

### **• Ses missions :**

#### Le développement culturel :

- programmations du festival « Musiques des Lumières »
- expositions d’art contemporain
- colloques

#### Le développement touristique :

- accueil de groupes
- prospection
- visites à thème (pédagogiques – nocturnes...)

#### La communication générale :

- relations internes (personnel, élus)
- presses locales, départementales, nationales, spécialisée.

L’encadrement de l’équipe accueil : 5 personnes

### **• Intérêts et difficultés du poste :**

La polyvalence qu’exige le poste et l’aspect relationnel très développé sont pour Virginie Petit les principaux intérêts de son travail.

### **• Compétences et qualités requises :**

Une grande écoute, de la diplomatie, de la réactivité, être disponible et polyvalent.

# Annexes :

---

## Interview de Laurence Marchand - Musée Champollion

### 1°/ Quel est votre parcours jusqu'à votre poste actuel ?

J'ai fait des études supérieures d'Histoire de l'art à l'Université de Poitiers : une maîtrise (master 1) spécialisée en architecture de la période moderne (16<sup>ème</sup> – 18<sup>ème</sup> siècles), un DEA (master 2 recherche). Puis un DESS (Master 2 pro) à l'Université de Toulouse le Mirail, délocalisé à Cahors, dans le Lot. J'ai effectué plusieurs stages pendant mes études, notamment au service patrimoine de Poitiers, au Musée Fenaille de Rodez. A l'issue de mon dernier diplôme, j'ai été recrutée en tant que chargée de mission inventaire au Musée Champollion de Figeac, en mars 2005. L'objectif était de réaliser l'inventaire numérique de l'ensemble des collections et de participer à la réalisation du nouveau musée. Des missions plus d'ordre scientifiques donc, dans un premier temps, que j'ai menées pendant une année et demi environ. Puis, avec les besoins liés à la réouverture du Musée Champollion et le départ de l'une de mes collègues, j'ai été chargée de mettre en œuvre la politique de communication autour de la réouverture du musée. Mon poste a donc évolué vers la communication sans que ça soit prévu à l'origine. Cela m'a rapidement pris tout mon temps, et je suis donc devenue chargée de communication du musée.

### 2°/ Quels sont vos missions et objectifs principaux ? Quelles actions mettez-vous en place pour les atteindre ?

#### Communication :

- > concevoir et mettre en œuvre un plan de communication dans le respect d'un budget défini
- > Mettre en forme les supports de communication (dépliants, affiches, insertions, etc.)
- > Assurer les Relations avec la presse : rédaction et mise en forme de communiqués, dossiers de presse ; accueils de presse, organisation de conférences de presse
- > Suivi et mise à jour du site internet du Musée
- > Diffusion de l'information : diffusion papier, e-mailing, alimentation de sites web, réseaux sociaux, opérations de promotion
- > Gestion et mise à jour du fichier de contacts

Gestion de la politique de promotion touristique du Musée en lien avec les acteurs du territoire (CRT, CDT, OT...)

#### Mécénat :

- > Prospection sur le territoire en lien avec les autres acteurs culturels et le Pays de Figeac
- > Rédaction de dossiers de partenariat

Les objectifs principaux sont de promouvoir le musée, améliorer sa notoriété, véhiculer l'image de la Ville de Figeac. Derrière tous ces grands axes, l'objectif de toute collectivité territoriale se dotant d'un tel équipement culturel est de rendre le territoire attractif, faire venir des touristes (et pourquoi pas des nouveaux habitants) et participer au développement économique (retombées sur les commerces, les prestataires touristiques...)

### 3°/ Quels sont selon vous les principaux intérêts/difficultés de votre poste ?

L'intérêt principal est d'être au service de différents publics. Nous œuvrons pour faire franchir les portes du musée à des gens qui n'en auraient pas forcément le désir (« les musées sont ennuyeux »), ou à qui un musée fait peur (« les musées, c'est pour les gens cultivés »). Communiquer sur un lieu culturel c'est aller à la rencontre des autres, quels qu'ils soient, d'où qu'ils viennent.

Parmi les principales difficultés, je retiendrai celle d'intégrer des méthodes de travail inspirées du milieu de l'entreprise et de les adapter à un service public qui dépend d'une collectivité territoriale. Nous sommes sans cesse entre 2 mondes avec des enjeux financiers différents. Cette dualité refait surface lorsqu'on fait de la recherche de mécénat par exemple : on nous répond souvent « pourquoi aller chercher des financements privés, vous avez déjà des subventions publiques »...

Il ne faut pas oublier que la culture est très malmenée depuis la crise. Il faut convaincre les pouvoirs publics de l'opportunité de projets culturels alors que des gens ont des difficultés tout simplement à se loger, à se soigner... La culture passe toujours après le reste.

Je ne vous ai pas parlé concours tout simplement parce que je n'en ai pas obtenu. Je suis rentrée au musée en tant que contractuelle sur une base de rémunération correspondant à mon niveau d'études donc équivalente à attaché de conservation (catégorie A) et je suis restée contractuelle 1 an et demi. La Mairie de Figeac m'a titularisée c'est-à-dire que je suis passée de contractuelle à fonctionnaire de la fonction publique territoriale (puisque c'est une collectivité territoriale qui m'embauche, à ne pas confondre avec la fonction publique d'Etat, ex. personnel du ministère de la culture ou des grands musées nationaux). Mais comme je n'ai pas de concours de B ou A, on m'a titularisée catégorie C (équivalent agent d'accueil), tout comme ma collègue qui a le même profil que moi mais pas de concours). Nous sommes cependant restées sur les mêmes missions qu'avant, simplement notre salaire et notre statut ne correspond pas à notre niveau de qualification. Pour vous donner un ordre d'idées, je suis payée 1200 € net par mois à temps complet. J'ai passé 4 fois le concours d'assistant de conservation. Lorsque j'ai passé le premier en 2004, il y avait des concours organisés tous les 2 ans. Aujourd'hui, il y a de moins en moins de postes, toujours autant de candidats et les concours sont organisés que tous les 3 ou 4 ans.

#### 4°/ Quelles sont les évolutions à venir sur votre poste ? Quel futur ?

L'avenir est malheureusement sombre. D'une façon générale, beaucoup de personnes travaillant dans la communication ne trouvent pas ou peu de travail. Pour ma part, j'ai la chance d'être fonctionnaire de la mairie de Figeac (puisque le musée est l'un de ses services, je suis donc agent municipal) mais rien ne dit que la communication restera une priorité pour mon employeur. Par chance, ma formation d'historienne de l'art me permet d'avoir des compétences dans d'autres domaines de la culture et je ne travaillerai peut-être pas toute ma vie dans la communication mais l'avenir nous le dira. Quoi qu'il en soit, pour ce qui est évolutions à court terme, pour moi l'objectif est d'améliorer mes connaissances en matière de communication, apprendre à utiliser de nouveaux outils et donc continuer à suivre des formations, à explorer des pistes, pour l'intérêt de la Ville de Figeac et du Musée Champollion.

#### 5° / Quelles sont les compétences et qualités requises pour ce poste ?

Savoir s'adapter, être à l'écoute, se réinventer continuellement, ce sont les maîtres mots de la communication. Et j'ajouterai polyvalence car outre la communication, travailler dans un musée c'est aussi apporter son aide dans différents moments de la vie du musée : faire de l'accueil et de la surveillance lors d'un événement particulier, s'occuper aussi de logistique (montage et démontage du matériel pour un spectacle), etc.

#### 6°/ Des conseils ?

Chercher à se différencier. Aujourd'hui nous disposons d'outils de communication extraordinaires grâce à internet, mais nous avons tendance à « faire comme les autres ». Dans la communication, il faut chaque jour réfléchir à se différencier de l'autre tout en ne perdant pas de vue l'objectif à atteindre.

## **Interview de Virginie Petit – Abbaye-école de Sorèze :**

1°/ Quel est votre parcours jusqu'à votre poste actuel ?

J'ai occupé plusieurs postes différents avec celui-ci. Après une Maîtrise d'Histoire de l'art, j'ai été responsable d'un service culturel d'une petite ville audoise. Ensuite, chargée de communication et du développement des musiques actuelles au sein d'une Association Départementale de Développement de la Musique et de la Danse (11), puis, chargée de production pour une compagnie de théâtre et un quatuor baroque (2B)

2°/ Quels sont vos missions et objectifs principaux ? Quelles actions mettez-vous en place pour les atteindre ?

Mes missions au sein du Syndicat Mixte de l'Abbaye-école de Sorèze sont :

- Le développement culturel. Les actions : programmations du festival « Musiques des Lumières » - expositions d'art contemporain - colloques.
- Le développement touristique. Les actions : accueil de groupes, prospection, visites à thème (pédagogiques – nocturnes...)
- La communication générale – relations internes (personnel, élus) et presses locales, départementales, nationales, spécialisée.
- L'encadrement de l'équipe accueil (5 personnes)

3°/ Quels sont selon vous les principaux intérêts/difficultés de votre poste ?

Les intérêts : polyvalence, contact

4°/ Quelles sont les évolutions à venir sur ce métier/votre poste ? Quel futur ?

Intensité des tâches de travail... diverses mais toujours intéressantes !

5° / Quelles sont les compétences et qualités requises ?

Grande écoute – réactivité – diplomatie – disponibilité et polyvalence indispensable

6°/ Des conseils ?

Autres remarques :

