RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Chef / Cheffe de publicité

Qu'il soit en régie publicitaire ou en agence de publicité, le métier n'est pas le même. En régie, le chef ou la cheffe de publicité vend des espaces publicitaires pour les supports qu'il ou elle représente. En agence, il s'agit de gérer un budget de communication.

SOMMAIRE

Le métier

Compétences requises

Où l'exercer ?

Les études

Emploi et secteur

Salaire du débutant

Pour aller plus loin

Niveau minimum d'accès : **bac + 5**

Salaire débutant : **2160 €**

Statut : **Statut salarié**

Synonymes : Chef / cheffe de publicité (en agence), Chef / cheffe de publicité support (en régie), Responsable de la communication externe (chez l'annonceur), Responsable de la publicité (chez un distributeur)

Secteurs professionnels : Communication, Marketing, publicité

Centres d'intérêt : J'aime diriger, J'ai le sens des affaires, J'aime communiquer, convaincre



© Vladimir Vladimirov/E+/Getty Images

Le métier

Réaliser une campagne de pub

En agence, le chef ou la cheffe de publicité coordonne des campagnes publicitaires pour les annonceurs. Après avoir cerné les attentes de son client, il ou elle lui propose une stratégie publicitaire. Avant de signer le contrat, ils évaluent ensemble le budget de la campagne. Puis, le chef ou la cheffe de pub transmet les grandes lignes du projet à l'équipe de créatifs chargée de réaliser la campagne. Il lui faut alors suivre l'élaboration du plan média et son exécution.

Vendre un espace publicitaire

En régie publicitaire, le chef ou la cheffe de pub vend aux annonceurs l'espace publicitaire du support pour lequel il ou elle travaille. Par exemple, dans la presse écrite, il ou elle vend des pages ; à la radio ou à la télévision, il ou elle propose des temps de passage à l'antenne.

Communiquer sur un produit

Chez l'annonceur, ce professionnel ou cette professionnelle communique sur les produits ou l'image de l'entreprise. Il ou elle doit alors choisir, parmi les différents projets qui lui sont soumis, les supports de publicité les plus adaptés au message que le client veut transmettre.

Compétences requises

Vente et communication

La négociation est au cœur du métier. Qu'il ou elle exerce en régie, en agence ou chez un annonceur, le chef ou la cheffe de publicité doit avoir la fibre commerciale et savoir convaincre. Il ou elle doit aussi aimer les contacts humains, car il faut souvent travailler avec des clients issus de milieux professionnels très divers et avec des collègues d'autres services.

Organisation et coordination

Des talents d'organisation et de coordination s'imposent également. La rigueur est très importante et le sens donné au détail fait toute la différence. En agence, sa position

d'intermédiaire est délicate : il ou elle doit faire preuve de diplomatie pour faire passer les messages entre l'agence et le client, et entre la création et la fabrication.

Gestionnaire hors pair

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

Où l'exercer ?

Au service commercial

Rattaché/e au service commercial d'une agence de pub, le chef ou la cheffe de pub travaille en relation avec d'autres services : la création, le *médiaplanning* (plan média), le studio d'exécution et l'achat d'espaces.

Dans une agence importante, il ou elle est placé/e sous l'autorité du chef ou de la cheffe de groupe, responsable de plusieurs budgets.

Chez l'annonceur, il ou elle travaille en collaboration avec les chefs de produit ou les responsables de la promotion des ventes.

Gérer un portefeuille de clients

En régie, le chef ou la cheffe de pub est intégré/e à une équipe. Chargé/e de vendre des espaces publicitaires, il ou elle dispose d'un portefeuille d'entreprises (annonceurs, agences médias). À chaque régie son organisation : le chef ou la cheffe de pub peut gérer tel ou tel secteur particulier (automobile, édition musicale, agroalimentaire...) ou assurer la promotion d'un ou de plusieurs supports.

Les études

Après le bac

5 ans pour obtenir un master en communication-publicité ou marketing-vente, un diplôme d'école de commerce, ou bien un diplôme d'école spécialisée en publicité, en presse et relations publiques, en communication (Celsa, Iscom, Sup de Pub). Les diplômes de niveau bac + 3 (BUT information- communication, parcours publicité ou licence pro métiers de la communication : publicité) permettent de débuter sur des postes d'assistants.

bac + 5

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Grenoble

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques de Lille

→ Diplôme du programme grande école de BSB

→ Diplôme du programme grande école de SKEMA

→ Diplôme du programme grande école d'Excelia

→ Master mention communication des organisations

→ Master mention marketing, vente

Emploi et secteur

Expérience indispensable

On accède au métier par les stages indispensables en agence. Il faut travailler dur durant cette période pour se faire remarquer et embaucher. Le ou la jeune diplômé/e qui entre en agence commence souvent son parcours par l'apprentissage des techniques de suivi de la chaîne graphique et de la chaîne de fabrication. Généralement, c'est la mobilité professionnelle qui permet la promotion et l'accroissement des responsabilités.

Divers employeurs

Les principaux recruteurs sont les agences, les entreprises de presse, les sociétés d'affichage, les régies publicitaires autonomes des journaux et les annonceurs. La plupart des emplois se situent en Île-de-France.

Stress

En agence, les sommes en jeu et les délais très courts imposés par le client rendent le métier très stressant. Il faut parfois travailler tard et le week-end pour terminer des projets. En régie, les objectifs de vente doivent être atteints pour toucher des primes.

Secteur

Ce métier peut être exercé dans tous les secteurs d'activité : agriculture ; BTP ; commerce et services ; énergie ; industrie.

Communication

Marketing, publicité

Salaire du débutant *

Entre 2160 et 3600 euros brut par mois.

* variable en fonction du lieu d'exercice, du statut.

Pour aller plus loin

Sur le web

Site portail des professionnels du marketing

Offres d'emplois et description des métiers au niveau cadre.

Site de l'Association des agences conseils en communication

Librairie



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

Paru le 14/10/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €



DOSSIERS

Écoles de commerce

Paru le 06/01/2026
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centres d'intérêt

Autres métiers à découvrir

- Traffic manager (responsable de la promotion en ligne)
- Directeur de création
- Correcteur
- Acheteur d'espaces publicitaires

Chargé d'études média