RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ONISEP L'INFORMATION POUR L'ORIENTATION

Concepteur-rédacteur / Conceptrice-rédactrice

Le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice travaille à trouver des idées et des mots qui transformeront un slogan publicitaire en une formule-choc qui, peut-être, fera bientôt partie de notre culture pub.

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 + 2**

Salaire débutant : **2000 €**

Statuts : **Indépendant, Statut salarié**

Secteur professionnel : Marketing, publicité

Centres d'intérêt : J'aime communiquer, convaincre, J'aime jouer avec les mots



© Grégoire Maisonneuve / Onisep

Le métier

Concevoir un message adapté

Le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice conçoit des messages publicitaires pour tous les types de supports : affiche, film publicitaire, lettres d'informations promotionnelles sur Internet... Son objectif : résumer une stratégie commerciale en une idée simple, forte et concise.

Tenir compte des impératifs

Ce professionnel, cette professionnelle est briefé/e sur les impératifs de la campagne par le service commercial de l'agence de publicité : type de produit à promouvoir, budget, mode de diffusion (télévision, radio, affichage, web...), exigences des clients, cible, délai de réalisation... Puis il ou elle établit un plan de communication avec le directeur/trice artistique, pour élaborer le message publicitaire

Trouver la bonne idée

Durant la phase de création, il s'agit de trouver rapidement une idée originale. Plusieurs projets sont élaborés et soumis au directeur ou à la directrice de création afin d'en présenter un seul à l'entreprise cliente.

Suivre les différentes étapes

Une fois l'idée acceptée, le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice rédige le texte du message publicitaire et suit les différentes étapes (choix du format, de la maquette, de la typographie...) du projet avec le directeur ou la directrice artistique. Ce qui fait la richesse du métier est de rencontrer les autres artistes contribuant au projet : photographes, réalisateurs, illustrateurs, musiciens, etc...

Compétences requises

Créativité et culture

La créativité et la culture sont deux qualités indispensables ! Sans oublier le sens de l'analyse, celui de l'humour et un esprit curieux. Il faut aussi aimer jongler avec les mots. Une solide culture générale, une excellente maîtrise du langage écrit et oral, des

capacités d'analyse et de synthèse et une certaine psychologie de la vente s'imposent également. Il faut en particulier avoir une orthographe irréprochable.

Résistance au stress

Avoir les pieds sur terre est recommandé dans ce métier. En effet, le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice doit gérer les contraintes et son travail doit rester accessible au grand public, afin de doper les ventes et de faire gagner de l'argent aux clients de l'agence. Une bonne résistance au stress est également requise pour gérer les urgences...

Endurance et ténacité

Le goût de la compétition, la ténacité et le dynamisme constituent des atouts pour réussir dans ce secteur. Plus un concepteur-rédacteur ou une conceptrice-rédactrice est efficace, plus il ou elle a de chances de participer à des campagnes intéressantes, qui lui permettront de faire connaître son travail.

Où l'exercer ?

Statut indépendant ou salarié

Le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice fait partie d'une équipe avec un directeur ou une directrice artistique en agence. Un concepteur-rédacteur ou une conceptrice-rédactrice trouve son binôme par l'opportunité de rencontres en agence (lors de stages par exemple) ou à l'école, s'il ou elle est passé par une école spécialisée notamment. Ces deux professionnels travaillent sous la responsabilité du directeur ou d'une directrice de création. Les concepteurs-rédacteurs sont également en relation avec les commerciaux (pour connaître le message à diffuser) et les chargés d'études média (pour cerner la cible du produit à promouvoir).

Un emploi du temps chargé

Le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice doit travailler vite. Il ou elle ne dispose bien souvent que de 2 à 3 semaines entre le rendez-vous avec l'équipe commerciale et la première présentation à l'entreprise cliente. En outre, il ou elle mène toujours plusieurs projets de front... Son emploi du temps est donc chargé et ses horaires irréguliers. La journée peut se finir tard le soir, et les idées peuvent jaillir à tout moment, même en dehors du bureau !

En déplacement

Travaillant dans un bureau, le concepteur-rédacteur ou la conceptrice-rédactrice est néanmoins amené/e à se déplacer : pour rencontrer clients, prestataires (photographes, réalisateurs, illustrateurs, etc.), ou pour suivre le tournage d'un film, d'un *shooting* photo (prises de vues), d'un *casting* (audition), etc. Il ou elle est ainsi amené/e à voyager 2 à 3 fois par an à l'étranger pour les tournages, parfois très loin...

Les études

Après le bac

2 ans pour obtenir le BTS communication ; 3 ans pour le BUT information-communication, parcours publicité ; 4 ans pour un diplôme d'école spécialisée en conception, en communication visuelle ou en conception-rédaction ; 5 ans pour un master, un diplôme d'école spécialisée ou un diplôme d'école de commerce en communication, publicité...

bac + 2

→ BTS communication

bac + 3

→ BUT information-communication parcours publicité

→ Concepteur en communication graphique et numérique

bac + 5

→ Diplôme de l'Institut d'études politiques d'Aix-en-Provence

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

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

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

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

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

→ Master mention culture et communication

→ Master mention histoire

→ Master mention information, communication

Emploi et secteur

Surtout dans les grandes agences

La publicité est un secteur difficile d'accès. En dehors de quelques grands groupes de plus de 100 personnes, les agences sont de petite taille avec des effectifs ne dépassant pas une douzaine de salariés, et n'utilisent pas systématiquement de concepteurs-rédacteurs. Les grandes agences sont situées surtout à Paris et en petite couronne. Ce sont ces agences qui réalisent des films TV pour des gros annonceurs (multinationales, grandes entreprises).

Savoir se mettre en valeur

Les stages sont indispensables pour débuter ; pendant ces derniers il faut constituer un *book* (dossier présentant ses réalisations) et le soumettre à des créatifs, voire créer un site ou un blog. Il faut démontrer une capacité à savoir écrire et une très grande curiosité intellectuelle. Gagner des prix dans les compétitions de créations permet de se faire remarquer et d'évoluer.

Des évolutions professionnelles

Il faut souvent changer d'agence, voire de partenaire d'équipe créative pour évoluer. Cela permet d'évoluer en termes de compétences et de salaire. Seule évolution possible pour un concepteur-rédacteur ou une conceptrice-rédactrice : la direction de création.

Secteur

Marketing, publicité

Salaire du débutant *

À partir de 2000 euros brut par mois.

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

Pour aller plus loin

Sur le web

Site de l'Association des agences conseils en communication

Site de l'Institut de recherches et d'études publicitaires

Librairie



PARCOURS

Les métiers du commerce, du marketing et de la publicité

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



PARCOURS

Les métiers de l'information et de la communication

Paru le 08/11/2021
Broché • 12,00 €
PDF • 8,00 €

Centres d'intérêt

J'aime communiquer, convaincre →

J'aime jouer avec les mots →

Autres métiers à découvrir

Traffic manager (responsable de la promotion en ligne)

Directeur de création

Correcteur

Acheteur d'espaces publicitaires

Chargé d'études média