

Rédacteur/-trice publicitaire BF

écrire, formuler, faire de la publicité, communiquer

Les rédacteurs et les rédactrices publicitaires assurent la conception de supports publicitaires, qu'il s'agisse d'une affiche ou d'un prospectus, d'une brochure ou d'une annonce. Les fenêtres publicitaires au cinéma et à la télévision ou ces dernières années, les présentations sur le web font également partie des domaines dans lesquels ils exercent leur art de l'écriture.

Qu'il s'agisse d'un petit texte d'annonce ou du concept d'une campagne publicitaire complète, c'est le talent particulier des rédacteurs et rédactrices qui permet de mettre en forme l'information pour le produit dont on veut faire la promotion. Un

slogan accrocheur ou un titre amusant, c'est déjà bien, mais ce n'est pas suffisant. En effet, le texte entier doit être adapté au groupe cible, et sur le plan publicitaire, il faut qu'il soit bien réfléchi, bien proportionné et bien formulé.

La rédaction se distingue des autres métiers de l'écriture. Les rédacteurs ne sont pas payés à la ligne, mais pour la qualité de leurs idées et leur mise en œuvre réussie. Parfois, le résultat après une longue journée se résume à une seule ligne de texte. Les rédacteurs ou rédactrices travaillent souvent en agence ou en tant qu'indépendants.



Quoi et pourquoi?

- ▶ Afin que la publicité sur Internet ou à la télévision crée un désir chez les consommateurs, le rédacteur publicitaire formule habilement son texte publicitaire.
- ▶ Afin qu'une grande idée de campagne publicitaire puisse naître et être développée, le rédacteur publicitaire se réunit avec un petit groupe pour un brainstorming.
- ▶ Afin que la petite entreprise puisse élargir son rayon d'action, la rédactrice publicitaire formule des brochures et confère aux produits une présentation attrayante.
- ▶ Afin de pouvoir créer un slogan accrocheur, la rédactrice publicitaire se penche sur les tendances actuelles et fait un jeu de mots.

Les faits

Admission

- En passant l'examen:
- Employé/e de commerce CFC ou autre CFC dans une profession graphique ou dans la vente; ou
 - certificat d'une école de commerce ou de culture générale, maturité spécialisée, professionnelle ou gymnasiale; ou
 - brevet fédéral dans le domaine commercial, des relations publiques, de la communication, de la vente ou du marketing ou diplôme fédéral (EPS, ES, HES) dans le domaine commercial et
 - dans tous les cas, 2 ans d'expérience professionnelle dans l'un des domaines correspondants resp. 3 ans sans les diplômes mentionnés.

Formation

12-18 mois, selon le prestataire, formation en cours d'emploi sous forme de modules. Il y a aussi la possibilité, d'apprendre ce métier «on the job» au sein d'une agence de publicité et de commencer en tant que rédacteur/-trice junior.
Remarque: Les frais de cours sont partiellement couverts par la Confédération.

Les aspects positifs

Les rédacteurs et les rédactrices publicitaires sont responsables du bon ton des textes publicitaires. Celui qui sait rédiger pour la publicité peut également venir à bout de toute autre tâche textuelle qui nécessite la force de persuasion d'un langage imagé, créatif et pointu. Ces professionnels sont de véritables acrobates des mots!

Les aspects négatifs

Les rédacteurs et rédactrices publicitaires doivent faire face à une pression constante des délais et à des horaires de travail irréguliers.

Bon à savoir

Les rédacteurs et rédactrices publicitaires sont des personnes très demandées, car les grands groupes ne sont pas les seuls à avoir besoin de bons textes. Les autorités, les associations et les institutions d'utilité publique souhaitent également transmettre leurs préoccupations à leurs clients de manière professionnelle. Les professionnels travaillent dans des départements de marketing et de publicité, dans des agences ou sont indépendants.

Profil requis

	avantageux	important	très important
bonne culture générale, expressivité	[Progressive bar chart showing importance levels]		
conscience des modes	[Progressive bar chart showing importance levels]		
créativité, talents pour l'improvisation, flexibilité	[Progressive bar chart showing importance levels]		
fluidité de l'expression orale et écrite	[Progressive bar chart showing importance levels]		
intérêt pour les médias et la communication, intérêt pour le marketing	[Progressive bar chart showing importance levels]		
persévérance, patience, précision dans le travail	[Progressive bar chart showing importance levels]		
résilience, équilibre	[Progressive bar chart showing importance levels]		
sens de l'esthétique, sens des couleurs, sens de la forme	[Progressive bar chart showing importance levels]		
talents linguistiques, capacité de communiquer	[Progressive bar chart showing importance levels]		
talents pour la conception	[Progressive bar chart showing importance levels]		

Plans de carrière

