

Distributeur·rice audiovisuel·le

1 – Emplois repères concernés par le référentiel de compétences

- Chargé·e des ventes / de la distribution
- Responsable des ventes / de la distribution
- Directeur·rice des ventes / de la distribution

2 – Missions

Le·la distributeur·rice audiovisuel·le est en charge de la vente de programmes audiovisuels : fictions unitaires ou séries, documentaires, animation, jeux et divertissements, formats audiovisuels, auprès d'acheteurs chaînes traditionnelles ou nouveaux diffuseurs.

Ses missions sont la veille, la négociation et le suivi de la contractualisation.

3 – Activités

La veille consiste à identifier les acheteurs et leurs attentes et à se tenir informé des tendances et des audiences des programmes audiovisuels, souvent par zones géographiques.

La négociation et le suivi de la contractualisation peuvent intervenir pour un programme finalisé mais aussi pour un projet de programme.

4 – Compétences

Compétences spécifiques à l'audiovisuel

Maîtriser l'écosystème de la diffusion d'un programme audiovisuel : en linéaire, à la demande, sur des chaînes généralistes ou thématiques, des plateformes de contenus ... pour différentes zones géographiques

Identifier les interlocuteurs de la vente et de l'achat de programmes audiovisuels, à l'échelle internationale

Utiliser des outils de veille sur les audiences et les marchés audiovisuels nationaux ou par zones géographiques

Identifier les tendances, les standards et les usages pour différentes zones géographiques

Identifier les mécanismes de la distribution de programmes audiovisuels : pré-vente, vente ; modalités financières (avances, minimum garanti, ...)

Appliquer les règles juridiques et commerciales liées à la vente ou à la pré-vente

Construire et gérer un catalogue de distribution

Compétences transversales/transverses

Utiliser des outils de veille et de recherche sur Internet en tenant compte de leur fiabilité et de leurs limites

Pratiquer la langue anglaise

Rédiger une synthèse de promotion à destination d'un acheteur ou d'un groupe d'acheteurs

Construire un argumentaire à l'oral lors de rdv ou sur des salons professionnels

Mener une négociation commerciale

Assurer le suivi de la contractualisation en lien avec les équipes juridiques support

5 – Évolutions du métier

Les modes de diffusion de programmes audiovisuels se multiplient et requiert une anticipation importante des implications juridiques et commerciales pour chaque zone géographique.

Dans certains cas, le·la distributeur·rice audiovisuel·le peut être impliqué·e dès la conception éditoriale d'un programme audiovisuel et apporter des éléments de compréhension des standards nationaux ou par zone géographique.