

Acheteur d'espaces

CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES

Métiers apparentés

Acheteur media
Acheteur media affichage
Acheteur media cinéma
Acheteur media internet
Acheteur media print
Acheteur media radio
Acheteur media TV
Assistants de la publicité, des relations publiques
Cadres de la publicité
Cadres de la publicité / Acheteur d'espaces publicitaires, cadre

Codes

- **CITP88** : 2419
- **PCS-ESE 2003** : 375a
- **CITP2008** : 2431
- **PCS-ESE 2003** : 464a
- **ROME1999** : 32222

DESCRIPTIF

L'acheteur d'espace achète pour le compte de ses clients les espaces publicitaires les plus adaptés au produit à valoriser. Il travaille dans un service ou une agence achat média.

On entend par espace un encart dans un media papier (presse, affiche publicitaire), un créneau horaire dans un média radio, télé ou cinéma, ou des bannières sur le web.

Selon le type d'espace on parle d'espace print pour les supports papier , d'espace digital pour internet et les smartphone, d'espace vidéo pour le cinéma et la télévision et enfin d'espace radio.

Les prix négociés par l'acheteur d'espaces varient en fonction du type de support, de l'emplacement de l'encart et de la durée et du créneau horaire, du calendrier et de la durée de la campagne.

L'acheteur doit optimiser le rapport qualité/coût de la campagne publicitaire. il peut être aidé pour cela de logiciels spécialisés, et d'une bonne connaissance des différents supports.

CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES DE LA PROFESSION

Aspects sociologiques :

o

Formation professionnelle :

Pas de formation spécifique
connaissances en gestion et communication nécessaires niveau BTS ou plus.

Evolution de carrière

Pas de réelle évolution de carrière dans ce métier mais tremplin pour d'autres postes.

CARACTÉRISTIQUES MÉDICO-PROFESSIONNELLES

Lieux de travail

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
plateau ouvert	éclairage localement insuffisant 	concevoir un éclairage adapté 			
		assurer la maintenance de l'éclairage			
			traumatisme lié à une chute de plain pied		
			lésions traumatiques de plusieurs parties du corps		
			fatigue visuelle		
	autre ambiance thermique en general 	adapter l'aération et la ventilation			
		isoler thermiquement les locaux 			
		préserver le confort thermique 			
		installer des lampes dégageant peu de chaleur type LEDS			
		aérer et ventiler les locaux			

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
			inconfort thermique lié à la chaleur		
			inconfort thermique lié au froid		
	climatisation du local	effectuer la maintenance de la climatisation	conjonctivite		
			affections aiguës des voies respiratoires supérieures		
	eclairage localement insuffisant 	concevoir un éclairage adapté 			
		assurer la maintenance de l'éclairage			
			traumatisme lié à une chute de plain pied		
			lésions traumatiques de plusieurs parties du corps		
			fatigue visuelle		

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
	bruit de fond 	effectuer le traitement acoustique des locaux à la conception (plafonds, murs, postes)			
		réduire le bruit de fond			
			effets extra-auditifs du bruit 		
			effets extra-auditifs du bruit 		
			effets extra-auditifs du bruit 		
	autre ambiance thermique en general 	adapter l'aération et la ventilation			
		isoler thermiquement les locaux 			
		préserver le confort thermique 			
		installer des lampes dégageant peu de chaleur type LEDS			
		aérer et ventiler les locaux			

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
			inconfort thermique lié à la chaleur		
			inconfort thermique lié au froid		

Organisation du travail

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
délais à respecter	travail sous contrainte de temps imposée (travail à la chaîne, cadence élevée, salaire au rendement,	veiller à la gestion des volumes de travail	troubles névrotiques, troubles liés à des facteurs de stress et troubles somatoformes		
disponibilité opérationnelle					
temps de réaction adapté					
contact avec l'annonceur	coactivité (plusieurs activités concomitantes dans un même lieu)	établir un plan de prévention entre entreprise intervenante et utilisatrice 			
		bien organiser la coactivité			

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
contact avec la régie publicitaire	coactivité (plusieurs activités concomitantes dans un même lieu)	établir un plan de prévention entre entreprise intervenante et utilisatrice 			
		bien organiser la coactivité			
mode opératoire imposé					

Tâches

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
rechercher le meilleur rapport qualité/prix	faible latitude de décision dans l'organisation de son travail				
réserver l'espace proposé	activité demandant une vigilance, une concentration, une attention soutenue	respecter les temps de repos	troubles névrotiques, troubles liés à des facteurs de stress et troubles somatoformes		
	nuisances de l'acheteur d'espace publicitaire	ordonnance de prévention pour acheteur d'espaces publicitaires			

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
déclencher la facturation à l'annonceur					
déclencher le règlement à la régie publicitaire					
réviser l'offre en fonction des déprogrammations	aleas a gerer generant une charge mentale particuliere		anxiété généralisée		
			maladies hypertensives		
			cardiopathies ischémiques		

Outils et équipements

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
poste informatique fixe	ecran de visualisation 			réaliser un examen approprié des yeux et de la vue (écran de visualisation) 	
					recherche de pathologies osseuses, articulaires et périarticulaires

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
		choisir un siège ergonomique			
		choisir du mobilier de poste informatique adapté			
		installer ergonomiquement le poste de travail avec écran 			
		aménager un espace de travail spacieux			
		choisir des logiciels ergonomiques 			
		alterner les tâches			
			syndrome de l'oeil sec 		
			fatigue visuelle		
			RG 57 (attention : liste limitative)		

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
téléphone fixe					

Produits, matériaux et publics concernés

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
PUBLICS					
annonceurs	contrainte relationnelle				recherche des effets sur la santé décrits
		faciliter la communication			
			troubles névrotiques, troubles liés à des facteurs de stress et troubles somatoformes		
régie publicitaire					

Tenues de travail

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELLES	NUISANCES ET CONTRAINTES À RECHERCHER	PRÉVENTIONS	EFFETS SUR LA SANTÉ	SUIVI DE L'ÉTAT DE SANTÉ	
				RÉGLEMENTAIRES	RECOMMANDÉES
tenue civile					

EN SAVOIR PLUS

Santé et travail

1. Afin de définir si un salarié bénéficie d'un Suivi Individuel Renforcé de son état de santé, il est nécessaire de vérifier s'il appartient à l'une des catégories suivantes des postes à risques particuliers (Art. R. 4624-23) :

- a) à l'amiante
- b) aux rayonnements ionisants
- c) au plomb dans les conditions prévues à l'art. R.4412-160
- d) au risque hyperbare
- e) aux agents biologiques des groupes 3 et 4
- f) aux agents cancérigènes, mutagènes ou toxiques pour la reproduction de catégories 1 A et 1B
- g) montage et démontage d'échafaudage

Présente également des risques particuliers tout poste pour lequel l'affectation sur celui-ci est conditionnée à un examen d'aptitude spécifique prévu par le présent code.

S'il le juge nécessaire, l'employeur complète la liste des postes entrant dans les catégories mentionnées au I. par des postes présentant des risques particuliers pour la santé ou la sécurité du travailleur ou pour celles de ses collègues ou des tiers évoluant dans l'environnement immédiat de travail mentionnés au premier alinéa de l'article L. 4624-2, après avis du ou des médecins concernés et du comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail ou, à défaut, des délégués du personnel s'ils existent, en cohérence avec l'évaluation des risques prévue à l'article L. 4121-3 et, le cas échéant, la fiche d'entreprise prévue à l'article R. 4624-46. Cette liste est transmise au service de santé au travail, tenue à disposition du directeur régional des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi et des services de prévention des organismes de sécurité sociale et mise à jour tous les ans. L'employeur motive par écrit l'inscription de tout poste sur cette liste.

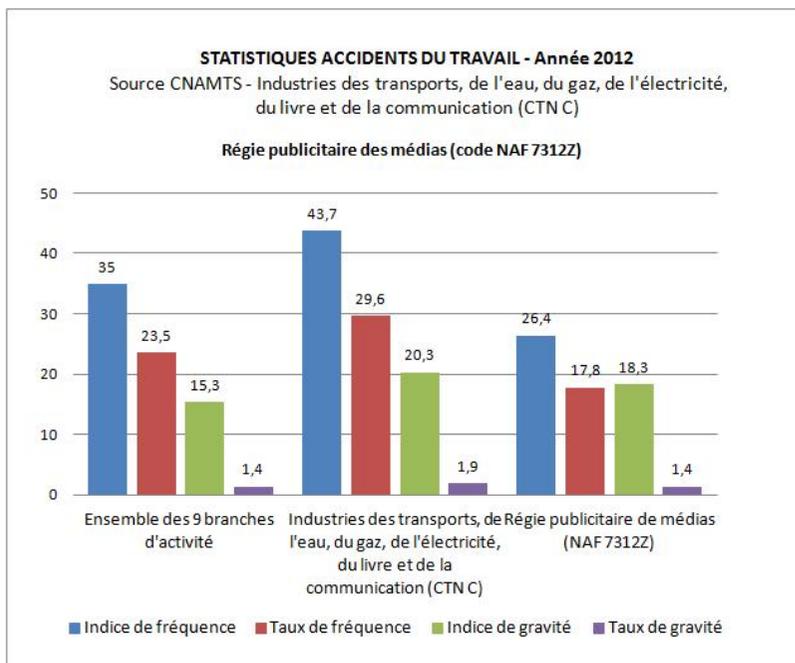
2. Dans ce métier, un certain nombre de situations ou nuisances peuvent après évaluation par l'employeur, poste par poste, être considérées comme **des facteurs de risques professionnels** cités dans le compte professionnel de prévention (C2P) :

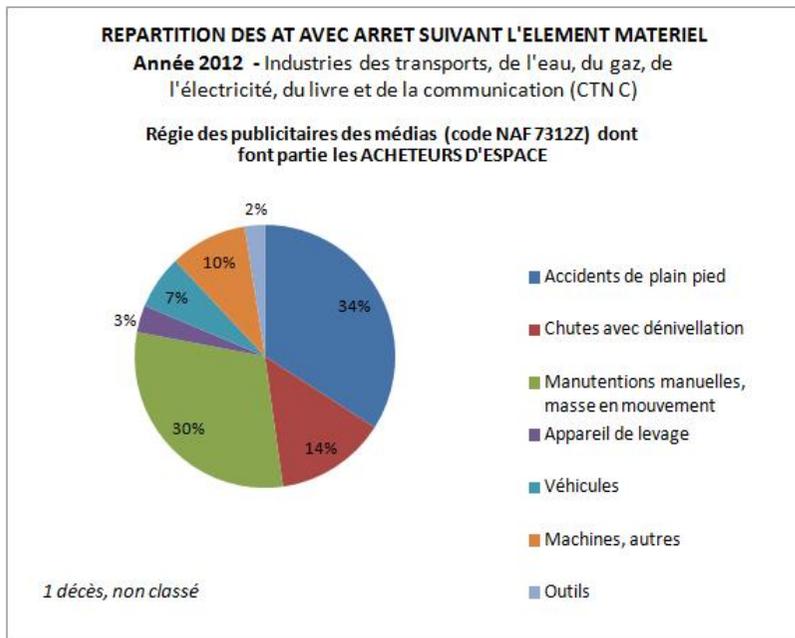
- Activités en milieu hyperbare
- Bruit
- Equipes successives alternantes
- Températures extrêmes
- Travail de nuit
- Travail répétitif

3. Les différents **tableaux de maladies professionnelles** pouvant être concernés dans cette profession sont :

- **Tableau n°57 : Affections périarticulaires provoquées par certains gestes et postures de travail**

4. Statistiques accidents du travail année 2012 "Régie publicitaire des médias (code NAF 7312 Z)" dont font partie les ACHETEURS D'ESPACE :





Caractéristiques exceptionnelles

Mots clés : acheteur d'espace, annonceur, espace publicitaire, support publicitaire, régie publicitaire (externe ou interne), print, digital, campagne publicitaire, média acheteur.

Glossaire métier

Un **media acheteur** est une autre appellation de l'acheteur d'espace publicitaire.

Une **campagne publicitaire** est un ensemble cohérent d'actions publicitaires entreprises sur une même période et visant à promouvoir le même produit ou service.

Une campagne publicitaire peut comprendre l'utilisation de plusieurs messages, supports et média.

L'**annonceur** est l'organisation ou entreprise à l'origine d'une opération de communication publicitaire ou marketing qui vise à promouvoir ses produits ou sa marque.

Dans le cadre d'une action de communication, l'annonceur est le client d'un support publicitaire et/ou d'une agence.

Un **support publicitaire** est l'élément ou canal de communication servant de support au message publicitaire.

Un **espace publicitaire** est un espace réservé à l'annonce publicitaire au sein d'un support.

Une **régie publicitaire** interne est le service d'une entreprise support publicitaire qui a en charge la commercialisation des espaces publicitaires. Les grands supports publicitaires ont généralement leur propre régie publicitaire interne qui assure la promotion et la commercialisation de leurs espaces.

La **régie publicitaire externe** est une société ou organisme qui assure la commercialisation d'un ensemble de supports publicitaires n'ayant pas, pour des raisons de taille critique du potentiel publicitaire, les moyens ou la volonté d'assurer eux-même la commercialisation de leurs espaces.

Le recours à une régie externe permet de mutualiser les coûts de commercialisation.

Il existe deux types de régies externes.

Les régies externes créées à l'initiative d'un ensemble de supports publicitaires complémentaires, ces régies peuvent avoir des statuts particuliers (GIE, syndicat,...).

Les régies publicitaires externes classiques qui sont des sociétés représentant une grande variété de supports publicitaires et qui se rémunèrent par une commission sur les ventes.

Les régies externes sont notamment très présentes dans le domaine de l'Internet qui comporte des modes de commercialisations et d'utilisations des espaces publicitaires qui lui sont propres.

Conclusions

Le métier d'acheteur d'espace est technique et encadré par des arbres décisionnels prédéterminés par l'outil informatique. Il s'agit d'un poste sédentaire avec les contraintes d'un travail sur écran et une faible latitude décisionnelle. Les facteurs organisationnels et relationnels sont à rechercher et à prévenir.

Règlementation

Références bibliographiques

ADRESSES UTILES

Association des Agences-Conseil en communication : www.aacc.fr

Fiche métier FMP issue de la **FMP Acheteur d'espaces** consultable sur <https://www.fmpresanse.fr>