

Chargé·e de communication

CDD

Date de mise en ligne : **20/12/2022**

Date limite de l'offre : **15/01/2023**

Intitulé du poste : **Chargé·e de communication**

Région : **Île-de-France**

Département : **93 - Seine-Saint-Denis**

Type de métier : **Communication / Web**

Type de contrat : **CDD**

Temps de travail : **Temps plein**

Salaire mensuel brut (en euro) : **A ajuster selon expérience**

Niveau de rémunération : **Groupe 5 - Convention Collective Nationale des Entreprises Artistiques et Culturelles.**

Villes des Musiques du Monde / Le Point Fort

Adresse mail de la structure : camille.m@villesdesmusiquesdumonde.com

Adresse : **4 avenue de la division Leclerc**

Code postal : **93300**

Ville : **Aubervilliers**

Site web : www.villesdesmusiquesdumonde.com

Description du poste :

PRESENTATION DE LA STRUCTURE

Villes des Musiques du Monde est une association loi 1901 qui œuvre, depuis plus de 23 ans, au développement du secteur des musiques et danses dites "du monde" et d'un vaste secteur dédié à l'éducation artistique et culturelle. Située dans la commune d'Aubervilliers, elle porte un projet de diffusion, d'accompagnement des artistes, et de soutien à la création. Elle développe un volet important de sensibilisation et de formation musicale ainsi que des projets d'action et de médiation culturelle sur un large territoire.

Le projet se déploie dans sa géographie aussi bien locale, intercommunale, départementale, régionale que nationale et internationale, à travers plusieurs pôles d'activités :

- Le festival Villes des Musiques du Monde,
- L'Ecole des Musiques du Monde,
- L'accompagnement d'équipes artistiques et du Prix des Musiques d'ICI,
- Le développement d'un équipement culturel, Le Point Fort, sur le site du Fort d'Aubervilliers et d'un pôle structurant pour la diffusion, création, résidence, formation et l'éducation artistique et culturelle et un soutien particulier au spectacle musical Jeune Public.

L'association est amenée à produire et coproduire des événements (Festival Babel Minots et Babel Mômes...), à nouer des partenariats diversifiés facilitant la conduite de sa politique en direction des publics et des habitants, à organiser la promotion de son champ d'actions et esthétiques en IDF et sur le territoire national.

Villes des MDM est conventionnée avec la région IDF, le département de SSD, l'EPT Plaine Commune et la ville d'Aubervilliers. L'association est aussi conventionnée avec l'ensemble des villes de son réseau d'action et en cours de conventionnement avec la Drac IDF.

L'organigramme hiérarchique et fonctionnel décrit l'interactivité de la fonction avec les différents secteurs de l'association.

L'équipe permanente sous la responsabilité d'un directeur, assisté par d'un directeur adjoint et un administrateur général, est composée de 14 salariés. À noter que cette équipe est amenée à évoluer selon les projets à mener (des stagiaires et des CDD en renfort en technique, à la billetterie, la production et les actions).

Le service Communication, sous la responsabilité de la direction et de la responsable de communication, est composée de 3 ETP.

DESCRIPTION DU POSTE

> Missions / Responsabilités

Ce poste de chargé.e de communication est un véritable binôme avec la responsable de communication.

- Participation à l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de communication de Villes des Musiques du Monde et du Point Fort d'Aubervilliers,
- Animation et coordination de la présence de Villes des Musiques du Monde et du Point Fort sur internet et sur les réseaux sociaux
- Participation aux actions de sensibilisation des publics.

> Tâches

Sous la responsabilité de la responsable de la communication, il/elle est impliqué.e activement à l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie et l'évaluation des outils de communication à travers les tâches suivantes :

Communication générale :

- Collecte et suivi du matériel promotionnel des événements et activités et dispatch général (digital, graphisme, médias...),
- Participation à la rédaction des supports et coordination des rédacteurs,
- Réalisation de déclinaisons graphiques print et web,
- Relations prestataires et suivi des rétro-plannings (photographes, vidéastes, imprimeurs, diffuseurs...),
- Alimentation et coordination de la mise à jour des bases de données pour la diffusion des outils de communication (mailing list newsletter...),
- Mise en place et réassort des outils de communication (affiches, programmes, flyers, signalétique et de la communication en direction des publics (Horaires de soirées, de transports, signalétique etc.).

Communication digitale :

Mise en place de la stratégie de communication digitale, de l'animation de la présence des activités de l'association sur internet et sur les réseaux sociaux :

- Déclinaison du plan stratégique de communication digitale, dans le respect de la ligne éditoriale validée par la responsable de la communication,
- Crée, suit et met à jour et gère les contenus du site internet,
- Anime les réseaux sociaux, crée les contenus et réalise le planning éditorial des différents réseaux (Facebook, Instagram, etc.). Développe et fidélise les communautés. Répond aux sollicitations du public,
- Suit et met à jour les supports de diffusion numérique (chaîne YouTube, playlists etc.).
- Réalise les newsletters à destination du grand public, des institutions partenaires ou du réseau professionnel,
- Gère et met à jour les listings presse et grand public ; conception, envoi et analyse statistique des newsletters.
- Analyse des rapports d'envoi de newsletters, statistiques du site internet et réseaux sociaux et donne des préconisations/adaptations de stratégies digitales adaptées aux différents publics,
- Suivi des échanges de visibilité (jeu concours, logo, etc.),
- Suit et coordonne l'annonce des spectacles mis en vente par la chargée de billetterie,
- Veille sur les évolutions des outils et les formats numériques, ainsi que des usages des publics.

Sensibilisation des publics :

- Participation à l'organisation des manifestations spécifiques : inauguration, présentation de la programmation, visites, installations action culturelle...
- Mise en place d'actions en direction de publics spécifiques.

La liste des tâches formulée ci-dessus est à titre indicatif et non exhaustive. Elle peut être augmentée en fonction des besoins ponctuels ou structurels de l'association.

PROFIL

> Savoirs

Principes généraux de communication, de marketing et de connaissance des publics.

Bonne culture musicale et graphique, intérêt pour les musiques du monde, l'éducation populaire et le réseau associatif.

> Savoir-faire

Parfaite maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe.

Bonne connaissance des outils de la chaîne graphique (InDesign, Photoshop, Illustrator, Adobe Premiere...) et des outils de bureautique,

Bonne connaissance et réel intérêt pour les outils digitaux, notamment réseaux sociaux.

> *Savoirs être*

Sens du travail en équipe,
Bonne gestion individuelle du stress et capacité d'initiative,
Aisance relationnelle et rédactionnelle,
Rigueur organisationnelle,
Capacités d'adaptation et à travailler avec des interlocuteurs multiples.

CONDITIONS D'ACCES A L'EMPLOI

Niveau d'étude : métier de la communication et de la culture ; licence, master
Expérience de 2 ans minimum dans le domaine de la culture ou du spectacle vivant.
Langues étrangères : Anglais apprécié
Divers : Permis B apprécié

CONDITIONS DE TRAVAIL

CDD de 12 mois en vue de la création d'un poste en CDI ;
Salaire : Groupe 5 – Convention Collective Nationale des Entreprises Artistiques et Culturelles.
A ajuster selon expérience.
Temps de travail : 35h / semaine
Horaires de travail variables
Positionnement conventionnel : Matériel à disposition : bureau personnel, poste de travail complet (ordinateur avec logiciels + imprimantes + accessoires + connexion Internet).

Contact pour répondre à l'offre :

Nom : **Martinez**
Prénom : **Camille**
Adresse mail : camillem@villesdesmusiquesdumonde.com