

Présentation du LaM

offre
d'emploi

Situé à Villeneuve d'Ascq, à 1 h 30 de Paris et à 20 minutes du centre de Lille, au cœur d'un remarquable parc de sculptures, le LaM propose un parcours original favorisant la transversalité entre ses trois fonds : art moderne, art contemporain et art brut. Conservant aujourd'hui plus de 7 000 œuvres de Georges Braque, Daniel Buren, Aloïse Corbaz, Henry Darger, Fernand Léger, Annette Messager, Amedeo Modigliani, Pablo Picasso, Kiki Smith..., il offre un panorama inédit de l'art des 20^e et 21^e siècles.

Que ce soit au sein de sa collection permanente, de ses expositions temporaires ou de sa programmation culturelle, riche de plus d'une centaine d'événements par an (spectacles, projections, conférences, ateliers...), il fait la part belle à de nouveaux dialogues et favorise la rencontre entre des artistes qui, tout en témoignant de leur époque, cultivent un regard profondément personnel.

Inauguré en 1983 pour accueillir la donation d'art moderne faite par Geneviève et Jean Masurel, le LaM est devenu au fil des décennies un musée de référence dans le paysage des musées internationaux. En 2023, il célébrera ses 40 ans autour d'une programmation exceptionnelle.

Position	Voie contractuelle de droit privé
Durée	Contrat à durée indéterminée - Temps plein : 35 h
Prise de poste	Sous réserve des nécessités de service
Grade	Équivalent groupe F convention collective de l'animation
Affectation	LaM, 1, allée du Musée. 59 650 Villeneuve d'Ascq
Fonction	UN·E CHARGÉ·E DE COMMUNICATION DIGITALE
Rémunération	Selon la convention collective de l'animation, minimum groupe F
Attributions	Sous l'autorité de la cheffe du service communication, il-elle contribuera au développement de la stratégie de communication du LaM en élaborant une stratégie digitale structurée, dynamique et innovante dans la perspective d'accroître et d'optimiser la visibilité du musée sur les réseaux sociaux et le web. Il-elle mènera les missions suivantes :

Community Management

- Mise en œuvre de la stratégie de communication digitale du musée à travers la production de contenus éditoriaux
- Définition du calendrier rédactionnel en lien avec la cheffe de service
- Rédaction des publications, recherche et création des contenus visuels et iconographiques (photos, vidéos, réels, cartons...)
- Gestion des demandes d'autorisation de reproduction des œuvres
- Interaction avec les communautés du musée et modération
- Suivi et mise en place d'instameets et de collaborations avec des influenceur·euses
- Définition et mise en place de campagnes sponsorisées
- Mise en œuvre de campagnes de crowdfunding
- Développement d'échanges de visibilité avec des structures partenaires
- Suivi des indicateurs de performance qualitatifs et quantitatifs propres aux différents réseaux sociaux en vue d'accroître la notoriété, l'engagement, de faire grandir la communauté mais aussi de la convertir en visiteurs et, enfin, de la fidéliser

Administration du site Internet du musée

- Mise à jour des contenus du site internet
- Gestion de la relation avec le prestataire web : reporting des bugs, suivi de leur résolution, suivi des développements, gestion budgétaire
- Optimisation du référencement du site
- Suivi statistique et reporting

Gestion des newsletters

- Rédaction, mise en forme, planification et envoi des newsletters via l'outil CRM du musée
- Constitution des segments, des publics cibles pour chaque envoi
- Suivi statistique et reporting

Autres

- Veille sur les nouvelles tendances en matière de communication digitale, en particulier dans le secteur culturel et muséal
- Suivi de la mise en œuvre de projets digitaux spécifiques
- Supervision de la lisibilité, de la cohérence graphique et éditoriale des contenus et des supports numériques produits à destination des publics

Profil Formation supérieure (Bac +4/5) en Management culturel, Communication, ou de type Celsa, IEP, avec spécialisation en communication digitale et première expérience réussie dans le développement de communautés en ligne et l'administration de sites web. Formation en histoire de l'art appréciée.

Excellente maîtrise de la langue française, orthographe et syntaxe irréprochables
Bonne culture générale, goût prononcé pour le domaine culturel et connaissance du secteur muséal

Maîtrise des nouveaux médias de communication et réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok...) et des nouveaux formats (story, réel, vidéo)

Solides connaissances en montage vidéo (Première)

Maîtrise d'Indesign, Photoshop et connaissance d'Illustrator

Maîtrise de l'anglais souhaitée

Créativité, réactivité, dynamisme, rigueur et organisation

Aisance relationnelle, capacité d'initiative, goût pour le travail en équipe et en transversalité

Contraintes du poste Disponibilité (horaires particuliers : participation à des manifestations en dehors des heures d'ouverture au public, travail le week-end et jours fériés)

Réception des candidatures Au plus tard le 1^{er} juin 2022

Contact Les candidatures sont à adresser à l'attention de :
Sébastien Delot, Directeur-conservateur
LaM – Lille Métropole Musée d'art moderne, d'art contemporain et d'art brut
1 allée du Musée
59650 Villeneuve d'Ascq
Par mail à l'adresse : recrutement@musee-lam.fr