

Groupe 3 CCNEAC

Salaires brut mensuel : transmettre ses prétentions salariales dans la candidature

Forfait jours annuel : base temps plein de 210 jours

Rémunérations variables : prime de fin d'année et 13^{ème} mois

Prise de poste : dès que possible

POSITIONNEMENT DANS L'ORGANISATION

Travaille sous l'autorité directe des Co-Directeurs de la Biennale de Lyon et du Directeur délégué - Administrateur.

Encadre et anime l'équipe communication (3 permanents).

Travaille en lien fonctionnel (sans relations hiérarchiques) avec

les équipes de la Biennale de Lyon.

LA BIENNALE DE LYON

La Biennale de Lyon est une Association Loi 1901 qui a la charge de mettre en œuvre la Biennale d'art contemporain et la Biennale de la danse.

DESCRIPTION DU POSTE

Il/Elle travaille auprès des Co-Directeurs dans la définition et la conception de la politique de communication pour la Biennale d'art contemporain et la Biennale de la danse dans le cadre des orientations stratégiques. Il/Elle exerce une responsabilité sur la coordination générale du service communication.

Il/Elle veille au bon équilibre stratégique entre les deux Biennales et optimise les partenariats communication et presses en ce sens.

Au sein de l'équipe de direction, il/elle participe à la réflexion sur le développement stratégique de la Biennale de Lyon et de ses activités à moyen et long terme.

MISSIONS PRINCIPALES

Sous l'autorité directe des Co-Directeurs de la Biennale de Lyon et du Directeur délégué - Administrateur, il/elle est chargé.e de :

1. Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication print :

- Définir et optimiser les supports de diffusion print des activités des deux Biennales dans un contexte d'engagement RSE de la Biennale de Lyon ;
- Proposer et négocier le périmètre des missions des agences d'identité visuelle propres à chaque Biennale ;
- Développer et mettre en œuvre des partenariats communication avec un champ d'acteurs le plus large possible (partenaires publics, culturels, privés, touristiques, ...) ;
- Coordonner le suivi rédactionnel des documents de communication ;
- Coordonner l'exécution des documents et leur livraison.

2. Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication web et numérique :

- Travailler à définir les cibles et objectifs en proposant des approches innovantes ;
- Participer à définir la stratégie CRM en lien avec les autres services ;
- Développer et mettre en œuvre des partenariats avec les médias webs et digitaux (réseaux sociaux notamment), influenceurs ;
- Définir une stratégie de contenus et la planifier ;
- Analyser et être proactif dans la capacité à améliorer la performance des outils numériques (newsletters, site internet, réseaux sociaux, ...) afin de développer les audiences.

3. Définir et mettre en œuvre la stratégie des relations presse :

- Proposer et négocier le périmètre des missions des agences de presse en fonction des Biennales ;
- Négocier, suivre et mettre en œuvre les partenariats presse et médias ;
- Constituer une base de contacts presse (du local à l'international) ;
- Encadrer les équipes presse (salariés, agences, tout autre tiers, ...) sur le plan stratégique et organisationnel.

4. Stratégies transverses :

- Analyser et auditer la stratégie de communication de la Biennale de Lyon afin de proposer des axes stratégiques de développement ;
- Participer à la stratégie de développement de la communication commerciale de la billetterie en lien avec le projet de la structure et la direction des publics ;
- Travailler en proximité avec la direction du mécénat pour définir une stratégie de communication spécifique ;
- Elaborer avec le service partenariat, une stratégie de conquête et de fidélisation des partenaires, et notamment des propositions de contreparties adaptées à chaque partenaire ;
- Intégrer et proposer une politique de communication qui puisse mettre en avant la marque Biennale de Lyon.

5. Management et animation du service :

- Définir le budget prévisionnel du service (moyens humains et techniques nécessaires) et en suivre l'exécution ;
- Encadrer et animer l'équipe permanente et temporaire (CDD, équipe ponctuelle sur les événements) ;
- Assurer l'exécution de la gestion du temps de travail de l'équipe et effectuer les entretiens individuels ;
- Etablir le bilan annuel de son activité et le support du bilan général d'activité.

PROFIL

Le directeur·rice de la communication devra avoir les compétences suivantes :

- Formation généraliste niveau bac +5 type IEP, CELSA, ...
- Sensibilité aux problématiques du secteur culturel
- Expérience minimum de cinq années dans un poste similaire
- Réseau professionnel constitué au niveau local et national
- Bonne capacité à créer des liens
- Connaissances en communication 360° et digitale, marketing, relations publiques et commerciales
- Capacité de synthèse, très bon rédactionnel
- Discrétion et respect de la confidentialité
- Maîtrise des outils bureautiques courants
- Capacité d'organiser le suivi budgétaire
- Capacité à gérer et organiser le travail d'une équipe
- Excellente capacité d'expression verbale et écrite
- Bonne maîtrise de la langue anglaise