

Attaché.e à l'information musicale

Stereolux est un lieu culturel référent dans les domaines des musiques actuelles et des arts numériques.

L'association déploie depuis 2016 sa stratégie de communication digitale au cœur d'un écosystème numérique interconnecté qui comprend :

- un site internet éditorialisé, avec moteur de recommandation
- une solution de billetterie qui alimente une base de données publics
- une base de données "pros" (institutionnels, partenaires, prospects, adhérents...)
- un outil Gestion de la Relation Client (CRM) et une solution d'envois en nombre, permettant l'industrialisation des processus de création de contenus, l'amélioration de notre programme de fidélisation, le développement de relations avec de nouveaux publics...

Cet écosystème est complété par une présence sur l'ensemble des réseaux sociaux.

Missions principales

Sous la supervision de la Directrice de la Communication, il.elle assure la mise en œuvre des outils de communication, hormis le site internet, pour la promotion des activités musicales de l'association (concerts, créations / résidences, développement local).

• Promotion des activités musique

Sous la supervision de la Directrice de la Communication, il.elle est en charge de la mise en œuvre des outils de communication pour la promotion des activités musique. Dans ce but, il.elle :

- participe à la définition des plans de communication et au suivi de leur mise en œuvre (ligne éditoriale, outils, cibles, planning, création graphique, partenariats, etc...).
- collecte et compile les contenus relatifs aux activités, tant rédactionnels que visuels ou audiovisuels, auprès de l'ensemble des sources possibles (en interne, rédacteur indépendant, producteurs des artistes, etc...).
- est amené à rédiger certains contenus (articles, interviews...).
- conçoit et/ou gère l'édition des supports papiers dédiés à ces activités, depuis le maquetage jusqu'à l'impression, et des relations avec les prestataires requis.
- adapte ou met en page certains visuels dédiés à ses activités (pour le web notamment)
- assure le suivi du planning des mises en vente de concerts (calendrier de publication, contenu visuels et rédactionnels, etc.) ainsi que le lien avec les agents et tourneurs (validation des éléments nécessaires, relais des temps forts de communication) en étroite collaboration avec la billetterie et le service Musique.
- participe aux différents comités éditoriaux, avec les services de programmation ou la direction, pour développer les actions de communication print et web de la structure (recherche de contenus, d'angles, propositions de sujets etc.).
- coordonne la réalisation du programme trimestriel en alternance avec l'Attaché.e à l'information Arts Numériques, Laboratoire Arts & Technologies, Action culturelle et Jeune Public.
- transmet la stratégie de distribution des supports dont il a la charge, d'affichage extérieur et de street marketing à l'Attaché.e à l'accueil, à l'information et à la Vie associative et supervise sa mise en œuvre.

• Relations médias

En coordination avec la Directrice de la Communication, il.elle assure les relations avec les médias locaux et nationaux pour la promotion des activités musicales. Dans ce but, il.elle :

- assure les relations médias - locaux et nationaux - envoie les éléments de communication, effectue des relances, organise les opérations des médias (interviews, captations, etc.) et assure leur accueil.

- développe la base de journalistes – en local et national - sensibilisés au projet artistique en imaginant et organisant des conférences de presse ou des temps de rencontre privilégiés, à Nantes ou ailleurs.
- suit et met à jour la base de données « médias / journalistes » sur ces domaines d'activités.
- recherche et développe la base de contacts « blogs / influenceurs » en collaboration avec l'Attaché.e à l'information digitale/ community manager.
- gère l'achat et la conception des encarts publicitaires dans les médias (print ou digital).
- propose et discute des possibilités de partenariats et/ou d'opérations spéciales (retransmission, interview public, etc...) avec les médias avec la Directrice de la Communication, assure leur négociation et suit leur mise en œuvre.
- gère les listings d'invitations médias et partenaires médias.
- assure ou supervise la réalisation des revues de presse sur des événements stratégiques de la saison ;

• **Autres tâches**

Parallèlement à ses principales missions, il.elle :

- est amené à assurer des astreintes sur les soirées pour accueillir des médias ou toutes autres tâches de promotion ou de relations publiques.
- met en page divers supports internes ou institutionnels.
- travaille sur l'évaluation et la réalisation des bilans de ses missions, notamment en recensant et analysant des indicateurs et en participant à la rédaction des bilans des activités du service communication.
- participe à la mesure et l'évaluation de l'impact des actions menées
- participe à dynamiser la vie associative à l'occasion de temps privilégiés avec les bénévoles, et particulièrement les bénévoles engagés sur des actions de communication (photo, réseaux sociaux...).

Profil

Formation minimum Bac + 3 ou équivalent en communication

Expérience professionnelle : expérience de 3 ans minimum dans des postes similaires, dans le champ du spectacle vivant.

Savoirs :

- Très bonne connaissance et intérêt prononcé pour le secteur des musiques actuelles (acteurs, réseaux professionnels, économie, relations presse...).
- Très bonne connaissance des différents outils de communication imprimés et numériques (caractéristiques et avantages).
- Connaissance du secteur culturel, du projet de l'association, de ses activités et de son environnement.
- Connaissance des logiciels de mise en page (print et web).
- Langues étrangères : maîtrise de l'anglais indispensable.

Savoir-faire :

- Élaboration et suivi d'un plan de communication (définir des objectifs, les mettre en œuvre, assurer le suivi avec les prestataires).
- Aisance et très bonnes compétences rédactionnelles (écriture d'articles et de dossiers sur les activités).
- S'approprier la programmation de la structure et ses contenus.
- Grande aisance relationnelle, capacité à assurer des relations publiques et relations presse.
- Maîtrise des techniques de veille dans son domaine d'activité.

Savoir-être :

- Autonomie et prise d'initiative.
- Travail en équipe : capacité de coordination, d'écoute et d'organisation.
- Aisance relationnelle et communication
- Faculté d'adaptation à différents contextes.
- Créativité, curiosité.

Poste et rémunération

- CDI à plein temps basé à Nantes à compter du 23 avril 2019.
- Convention Collective des Entreprises Artistiques et Culturelles - Groupe 6 - Attaché à l'information.
- Rémunération sur douze mois à négocier selon expériences et ancienneté sur la base du minima CCNEAC Groupe 6 échelon 3 = 1 726.21 euros bruts mensuels + avantages sociaux en vigueur dans la structure détaillés lors de l'entretien.

Entretiens prévus le jeudi 28 février 2019 (*attention date modifiée*)

CV détaillé et lettre de motivation à **envoyer exclusivement par mail (fichier pdf)** :

recrutement@stereolux.org

PROLONGATION : candidatures à adresser **au plus tard le 15 janvier 2019** (*et non le 6 janvier comme annoncé initialement*)

Référence à noter dans **Sujet du mail** : « **Attaché.e à l'information musique** »