

C musée A d'art contemporain P C de Bordeaux

Le CAPC musée d'art contemporain de Bordeaux

Recrute

Un-e responsable de la communication

<https://recrutement.bordeaux.fr/Pages/Offre/detailoffre.aspx?idOffre=738&idOrigine=502&LCID=1036>

Contexte général

Depuis sa fondation en 1973, le CAPC – originellement Centre d'arts plastiques contemporains –, devenu en 1984 musée d'art contemporain et labellisé « Musée de France » en 2002, est une régie directe de la Ville de Bordeaux dont il est un acteur culturel essentiel. Au cours de ses quarante-cinq ans d'histoire, ce lieu de recherche et d'expérimentation a su rapprocher artistes et visiteurs, curieux de découvrir de nouvelles formes d'art. Ces rencontres se sont faites autour de production d'œuvres qui pour beaucoup ont rejoint sa collection. Cette collection, riche de plus de 1 600 pièces signées par plus de 200 artistes du monde entier, assemble des œuvres d'artistes tels que Daniel Buren, Nan Goldin, Simon Hantaï, Sol LeWitt, Annette Messager ou encore Richard Serra. En résonance avec ses expositions de collection et ses expositions temporaires, le CAPC propose un important programme culturel (performances, débats et concerts). Avec l'arrivée d'une nouvelle direction en septembre 2019, le CAPC entame désormais un nouveau chapitre de son histoire. Le CAPC est composé d'une équipe de 52 personnes.

Définition du poste

Le-la Responsable de la communication propose et met en œuvre, en accord avec sa hiérarchie, une stratégie globale de communication, et en assure la cohérence, la coordination et l'évaluation.

Il-elle développe et assure les relations avec la presse locale, nationale, internationale et la presse spécialisée.

Il-elle participe à l'inscription du CAPC dans les réseaux institutionnels, culturels et médias.

Il-elle coordonne les relations avec l'agence de presse et le studio graphique.

Il-elle coordonne la communication en lien avec les services de la Ville (direction générale des affaires culturelles, direction de la communication, unité signalétique).

Il-elle est acteur-riche du développement des projets numériques du CAPC.

Il-elle assure le management du centre communication et encadre deux personnes.

Le centre communication fait partie du service développement des publics et communication du CAPC.

Activités principales

- Définir et mettre en œuvre en accord avec sa hiérarchie les orientations stratégiques en matière de communication et d'information vers l'extérieur
- Concevoir et mettre en œuvre des actions de communication et développer des outils afférents
- Coordonner et gérer les relations avec la presse et les divers médias en lien avec l'agence de presse
- Veiller à la cohérence des outils de communication en regard de l'identité graphique du musée
- Assurer les relations publiques
- Assurer le suivi et le développement du site internet
- Coordonner l'animation des réseaux sociaux
- Participer aux projets de développement numérique
- Représenter le CAPC dans des réseaux locaux et régionaux de l'art contemporain

Savoirs

- Ingénierie de la communication (rétroplanning, reporting, gestion des fichiers, évaluation...)
- Maîtrise des langages de la communication (écrit, oral, multimédia, graphisme)
- Expertise dans les outils de l'information, de la communication et du multimédia

- Maîtrise des outils informatiques et logiciels d'infographie

- Connaissance du secteur de la création contemporaine
- Très bonne connaissance des réseaux culturels locaux, nationaux et internationaux
- Connaissance de la presse généraliste et spécialisée
- Très bonne culture générale
- Bonne culture en histoire de l'art
- Connaissance des procédures de la collectivité en matière d'information et de communication
- Maîtrise des langues étrangères (anglais de très bon niveau indispensable)

Savoir-Faire

- Savoir analyser les enjeux et besoins en communication
- Savoir définir, décliner en actions et mettre en œuvre, en accord avec sa hiérarchie des orientations stratégiques en matière de communication, et relations avec la presse
- Savoir superviser la définition, la rédaction et la cohérence des divers supports en fonction des publics ciblés
- Savoir identifier de nouveaux développements en matière de communication, notamment numériques
- Savoir hiérarchiser l'information
- Savoir proposer et mettre en œuvre une méthode de travail (définition de la méthode, suivi, planning/rétroplanning, suivi des échéances, reporting, circulation de l'information, évaluation)
- Savoir constituer des bases de données
- Savoir rendre compte des actions
- Savoir assurer la remontée d'information vers sa hiérarchie et la Direction
- Savoir encadrer et animer une équipe

Savoir-être

- Sens des relations et du travail en équipe
- Aisance dans la prise de parole en public
- Sens du contact
- Aisance à l'expression orale et écrite
- Sens de la diplomatie et adaptation à un contexte et un auditoire
- Rigueur et fiabilité
- Autonomie, réactivité
- Esprit d'initiative
- Esprit de synthèse
- Confidentialité

Rémunération

Selon expérience - Poste ouvert aux titulaires de la fonction publique catégorie A ou aux contractuels

Expérience

- Expérience confirmée dans la communication d'institutions culturelles
- Expérience confirmée dans la gestion d'équipe et le suivi budgétaire

Calendrier de recrutement

- Les candidatures sont à faire avant le 6 février 2021 sur <https://recrutement.bordeaux.fr/Pages/Offre/detailoffre.aspx?idOffre=738&idOrigine=502&LCID=1036>
- Les entretiens de recrutement auront lieu le 26 février 2021
- La prise de poste est prévue le 1^{er} mai 2021
- Pour plus de renseignements sur le poste, merci de contacter :
 - o Alexandra Juillard (chargée de recrutement)
 - o Rachel Cordier (Directrice adjointe du CAPC)
 - o Sandra Patron (Directrice du CAPC)

