

## Chargé.e des partenariats média H/F CDI, à pouvoir fin octobre 2022

Etablissement public national situé dans le Parc de la Villette, la Cité de la musique - Philharmonie de Paris est un grand complexe dédié à la diffusion, à l'éducation et à la transmission musicale qui comprend trois salles de concert, le Musée de la musique, l'Orchestre de Paris, des salles d'exposition temporaire, un ensemble d'espaces pédagogiques et documentaires et des salles de répétition pour les orchestres et les musiciens. L'établissement présente chaque saison environ 500 concerts, trois expositions temporaires et un grand nombre d'activités éducatives. Il accueille quatre orchestres en résidence et administre les orchestres de jeunes Démonstrations sur tout le territoire. Sa mission vise à renouveler et à élargir le public musical en favorisant l'égal accès de tous, adultes, jeunes et familles, aux différentes formes de musique.

Depuis septembre 2021, il accueille également un nouvel espace permanent, la Philharmonie des enfants, dédié à l'éveil artistique des enfants de 4 à 10 ans.

### Définition de poste :

Placé.e sous l'autorité de la directrice de la communication et de la responsable de la stratégie publicitaire et des partenariats médias, le.la chargé.e partenariats média assurera, pour la promotion des concerts, des festivals, des expositions temporaires et des activités de la structure, les tâches listées ci-dessous.

Dans le cadre de la politique de partenariat mise en place avec les médias pour la Cité de la musique - Philharmonie de Paris, le.la chargé.e partenariats médias devra assurer le suivi de chaque partenariat :

- mise en place des plans médias (négociation avec les partenaires médias)
- rédaction et suivi des contrats de partenariat
- envoi des bons-à-tirer aux différents partenaires
- gestion des plannings techniques publicitaires
- envoi des éléments publicitaires aux supports
- rédaction des messages publicitaires (radios/TV)
- veille des parutions publicitaires et campagnes digitales
- gestion des listes d'invités des partenaires médias aux concerts
- participation à l'organisation des visites privées et soirées de relations publiques des partenaires
- analyse des campagnes digitales
- veille concurrentielle

Ces tâches ne sont pas exhaustives et pourront évoluer avec les missions liées au poste.

### Profil recherché :

École supérieure de communication ou marketing (bac + 5) ou niveau universitaire équivalent.  
2 ans d'expérience minimum sur un poste similaire, dans les médias, dans une structure culturelle ou chez un opérateur numérique.

Qualités requises :

- sens de l'organisation
- rigueur, autonomie et disponibilité
- qualités relationnelles et expérience du travail en équipe
- aisance rédactionnelle : français / anglais
- bonne connaissance de la musique et de ses réseaux
- bonne connaissance des médias off et on-line et des réseaux sociaux

Les candidatures sont à adresser directement par mail à [recrutement@cite-musique.fr](mailto:recrutement@cite-musique.fr) ou par courrier à la Direction des Ressources Humaines, 221 avenue Jean Jaurès, 75019 PARIS.

*La Cité de la musique – Philharmonie de Paris a obtenu les doubles labels « égalité professionnelle entre les hommes et les femmes » et « diversité ». A ce titre, elle met en place une politique de prévention des discriminations dès la phase de recrutement. Elle vise également à promouvoir la diversité en élargissant le réseau de diffusion de ses offres d'emploi et de stage.*