

Chargé(e) de communication digitale

Candidature jusqu'au 22/07/2026 inclus

Date d'embauche prévisionnelle :
Fin Aout 2026

Lieu de travail
**La Cartonnerie,
Reims, Marne, 51**

Établissement : LA CARTONNERIE

Scène de Musiques Actuelles, La Cartonnerie a ouvert en février 2005.

Deux salles de concert (350 et 1 200 places), un lieu de diffusion dédié aux acteurs locaux – le « Floor » (capacité concert : 120 places – capacité restauration : 40 couverts), six studios de répétition, un espace d'expositions.

Ces dernières années, la Cartonnerie a développé un nouveau projet artistique et culturel, et a apporté d'importants changements dans sa communication et notamment en renforçant sa visibilité sur le web et les nouveaux réseaux.

La Cartonnerie est un lieu référent dans le secteur des musiques actuelles (scène labellisée SMAC) et de ce fait se doit de suivre les évolutions en ce domaine et faire évoluer sa communication en conséquence. La structure a ainsi déployé une nouvelle stratégie de communication digitale, s'appuyant notamment sur une présence accrue sur les réseaux sociaux, et souhaite continuer à dynamiser/développer ses supports digitaux. C'est dans ce contexte, et afin de poursuivre et développer le processus engagé, que nous recrutons un.e chargé.e de communication digitale.

Définition du contrat proposé :

- Type de contrat : CDI à temps plein
- Agent de Maîtrise - Groupe 5 de la Convention Collective Nationale des Entreprises Artistiques et Culturelles – rémunération brute à partir de 2 060 € selon l'expérience du.e candidat.e.

Description du poste à pourvoir :

Sous la responsabilité directe de la Responsable de la communication et des Relations Publiques de la REMCA, le/la chargé.e de communication digitale :

- Participe au suivi de la promotion et de la valorisation de toutes les activités (diffusion, action culturelle et accompagnement des pratiques et des publics), auprès de tous les publics (artistes, collectifs et associations, partenaires institutionnels, publics spécifiques, jeune public, etc.),
- Participe au suivi du planning stratégique de communication de la structure : définition des temps forts, échéances, calendrier des prises de parole,
- Apporte son soutien sur les relations avec la presse et les médias, les actions promotionnelles et les actions spécifiques (conférence de presse, interviews...).

Stratégie spécifique à la communication digitale, définition et gestion des outils de marketing

- Élabore la stratégie de communication digitale de la structure, du cahier des charges de chaque projet numérique en cours ou venir
- Site Internet : brief et actualisation du site, stratégie de référencement, suivi technique en lien avec le webmaster et l'hébergeur, actualisation de la stratégie éditoriale, animation, rédaction et suivi des contenus
- Identifie les besoins, propose, adapte et développe les outils de manière à optimiser/dynamiser la visibilité de la structure sur le web en tenant compte de ses besoins impératifs (marketing digital en accord avec la stratégie globale de l'établissement et de ses projets)
- Assiste le développement d'une stratégie et des campagnes CRM, veille à la mise à jour du logiciel et des données CRM en collaboration avec l'équipe du pôle communication / billetterie
- Participe à la définition des outils de marketing
- Analyse, recense, assure le suivi des outils numériques avec les prestataires et les membres de l'équipe (veille, alertes et suivi statistique)
- Assure un suivi budgétaire pour la partie communication digitale en accord avec le/la responsable de secteur et placée sous sa responsabilité

Éditorial, Community/content management :

- Initie et actualise une charte d'animation des réseaux sociaux de la structure (codes, principes, langages, ...)
- Anime les différents comptes de la structure en respectant la spécificité de chacun d'entre eux
- Renforce, développe, renouvelle et optimise les communautés existantes afin d'étendre l'influence de la structure tout en renforçant la fidélisation
- Budgétise et imagine des campagnes webmarketing (référencement, sponsoring, etc.) payantes
- Produit ou supervise la production et met en ligne une pluralité de contenus (sons, vidéos, photos, illustrations, ...) permettant le développement de la visibilité de la structure
- Rédige textes, articles, dossiers ou tout autre document et peut être amené à réaliser des interviews
- Assure une présence digitale lors des différents événements et projets de l'établissement
- Participe aux comités éditoriaux, propose des sujets, est responsable de la planification des publications sur les réseaux sociaux
- Gère les listes de diffusion et s'assure du bon fonctionnement des outils d'e-mailing
- Produit, actualise et opère la diffusion des vidéos promotionnelles sur les écrans dynamiques de l'établissement en fonction des horaires d'ouverture et des concerts
- Coordonne une équipe de bénévoles et/ou de prestataires pour la production de contenus audiovisuels : étudie et budgétise, commande les contenus, élabore les plannings, définit les objectifs, assure le suivi la réalisation et de la diffusion

Reporting, analyse et contrôle des outils et stratégies mises en œuvre

- Analyse le trafic sur les différents outils en ligne (élaboration d'indicateurs, reporting et recommandations stratégiques)
- Renseigne les actions de communication menées en termes qualitatifs et quantitatifs (notamment via l'outil Pim's ou autres outils de statistiques)
- Assure une veille technique et stratégique permanente (outils et usages)
- Propose des modifications ou des évolutions sur les points à améliorer / est force de proposition
- Participe à l'élaboration de bilans exhaustifs

Divers / Missions transversales

- Collecte et suit les demandes promo et coordonne les relations et conditions photographes, vidéastes, médias locaux et régionaux
- Collabore avec les photographes, les bénévoles, les médias et l'ensemble des intervenants du pôle communication

Profil / Compétences

Formation et expérience dans les métiers de l'information et médias numériques ou Communication digitale.

Savoirs :

- Très bonne connaissance des différents outils de communication numérique (caractéristiques et avantages)
- Bonne connaissance des techniques de référencement et mesure d'audience
- Bonne connaissance de l'environnement web et des réseaux
- Connaissance des langages et standards du web
- Connaissances Wordpress, Brevo...
- Bonne maîtrise des logiciels création graphique : Photoshop, Indesign...
- Connaissance du secteur des musiques actuelles, du milieu associatif et culturel souhaitée
- Connaissance en webmarketing
- Notions de montage vidéo
- Langues étrangères : maîtrise de l'anglais indispensable

Savoir-faire :

- Élaboration, mise en œuvre et du suivi d'un plan de communication numérique
- Maîtrise des techniques de veille technologique et concurrentielle
- Bonne maîtrise de la coordination de projet (création de site, vidéos, actions webmarketing...) : formaliser les objectifs, les mettre en œuvre, gérer les relations et assurer le suivi avec les prestataires
- Aisance et très bonnes compétences rédactionnelles
- Créer des bannières, remontage d'images pour courtes vidéos, newsletters
- Mettre en place, gérer, adapter de nouveaux outils

Savoir-être :

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

Modalités pratiques

- Candidature uniquement par mail (CV + lettre de motivation) jusqu'au 22/07/2026 inclus
- À envoyer à : com@cartonnerie.fr
- Les candidatures retenues seront évaluées sur un cas pratique, ainsi qu'un [entretien qui se déroulera courant juillet ou aout 2026](#)