



## **RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING**

Poste permanent, contrat à durée indéterminée, temps plein

---

Le Musée d'art de Joliette (MAJ) met de l'avant le grand pouvoir de l'art pour contribuer à un monde meilleur. En effet, le MAJ valorise l'impact positif de l'art sur la vie des individus et des communautés. Il participe à l'avancement des connaissances en arts visuels globalement et nourrit un dialogue avec les pairs et avec les citoyen·ne·s de proximité. Le MAJ est riche de son histoire, il possède et met en valeur une collection imposante de 8 300 œuvres et crée et diffuse des expositions, des activités culturelles, des programmes d'éducation et de médiation innovateurs dans une approche qui mise sur l'art comme vecteur de changement.

Le MAJ accueille annuellement plus de 30 000 visiteuses et visiteurs qui proviennent à 75% de la région de Lanaudière. Du total des visiteuses et visiteurs, plus de la moitié fréquente le département de l'éducation. Le fonctionnement du Musée est rendu possible grâce à un engagement exemplaire de sa communauté qui contribue annuellement à un travail bénévole qui se calcule en milliers d'heures.

Le site Internet du Musée est actuellement en reconstruction. La base de données des œuvres et celle des relations clients sont en cours de migration. Le ou la titulaire du poste entrera en fonction pour contribuer aux dernières étapes de ce chantier de transformation numérique qui nourrira l'intelligence marketing du MAJ en plus de revamper son image de marque.

### **Sommaire de l'emploi**

Le rôle du ou de la Responsable des communications et du marketing est stratégique et essentiel à la visibilité et à la réputation de l'institution. Le ou la titulaire du poste joue un rôle clé dans la promotion des activités du Musée, le développement de son audience et la gestion de son image publique. Ses activités incluent le développement de la stratégie globale de communication de l'institution, ses relations publiques et médiatiques, le marketing et l'animation des réseaux sociaux. Il ou elle développe des partenariats qui visent l'augmentation de la fréquentation du Musée.

### **Principales activités du département des communications et du marketing**

- Élaborer et mettre en place des stratégies de communication pour promouvoir les expositions, les événements, les activités éducatives et les collections permanentes du Musée.
- Développer un plan de communication global, incluant des objectifs, des cibles et les messages clés à diffuser.
- Entretenir et développer des relations avec les médias locaux et nationaux.
- Rédiger des communiqués de presse, organiser des conférences de presse et gérer les demandes d'entrevues.
- Assurer une couverture médiatique des événements, expositions et autres activités du Musée.
- Concevoir et mettre en œuvre des campagnes marketing visant à promouvoir les expositions temporaires et permanentes, les programmes éducatifs et les événements spéciaux.

- Gérer la stratégie de contenu, en veillant à ce qu'elle reflète l'identité et les valeurs du Musée.
- Superviser et animer les plateformes numériques (site Internet, réseaux sociaux, infolettres) du Musée pour assurer une présence en ligne engageante et dynamique.
- Créer des campagnes publicitaires numériques (Google Ads, Facebook Ads, etc.) pour attirer de nouvelles visiteuses et de nouveaux visiteurs et fidéliser les publics existants.
- Collaborer avec les équipes de design pour produire des supports de communication tels que des publicités, affiches promotionnelles et infolettres.
- Identifier et nouer des partenariats avec des entreprises, institutions culturelles ou organisations locales pour accroître la visibilité du Musée et veiller à la visibilité des bailleurs de fonds dans nos outils communicationnels.
- S'assurer que toutes les communications, internes et externes, respectent l'identité visuelle et les valeurs du Musée et veiller à l'application des politiques linguistiques et de rédaction et de communication inclusive.
- Gérer les crises médiatiques ou les situations sensibles afin de préserver la réputation de l'institution s'il y a lieu.
- Analyser les tendances du marché culturel et des visiteurs pour ajuster les stratégies de communication et de marketing.
- Suivre les indicateurs de performance des campagnes (trafic sur le site Internet, ventes de billets, engagement sur les réseaux sociaux) et ajuster les actions en conséquence.
- Mettre en place des stratégies spécifiques pour attirer différents segments de publics (familles, jeunes, touristes, amateur·trice·s d'art, etc.).

### **Vos compétences, savoir-être et expériences**

- Excellentes compétences en relations interpersonnelles et facilité à établir des partenariats et à collaborer avec des parties prenantes internes et externes afin d'atteindre les objectifs fixés.
- Excellentes compétences en matière de communication écrite et orale, savoir prendre la parole en public et agir comme ambassadeur·trice du Musée.
- Faire preuve d'une approche innovante et créative pour développer des idées et résoudre des problèmes afin d'obtenir des résultats pratiques et réalisables.
- Expérience de la planification et de la mise en œuvre d'initiatives complexes, avec une capacité à faire preuve d'agilité et de rigueur.
- Solides compétences en matière de discrétion et de confidentialité.
- Connaissance approfondie et démontrée des communications et du marketing en application depuis 3 ans.
- Baccalauréat en communications ou dans une discipline connexe.
- Facilité rédactionnelle.
- Connaissance du milieu professionnel des arts visuels, québécois et canadiens, entretien d'un réseau de contacts professionnels avec les médias qui les couvrent.
- Connaissance des meilleures pratiques et tendances muséales qui engagent les publics à travers l'art, les collections et les expositions.
- Excellente maîtrise de l'anglais à l'écrit et à l'oral.

**Conditions de travail :**

- Salaire horaire entre 24,39\_\$ et 34,77\_\$
- Protections d'assurances collectives
- Jours fériés additionnels
- RVER avec contribution de l'employeur
- Accès à plusieurs rabais et avantages culturels et touristiques à travers le Québec
- Possibilité de travail hybride, c'est-à-dire en présence et à distance
- Travail au sein d'une équipe qui a à cœur son institution et dans un magnifique lieu ancré dans sa communauté locale et sis dans la région de Lanaudière qui regorge d'activités culturelles et touristiques.

**Mise en candidature :**

Le dossier de candidature devra comprendre une lettre de motivation et un curriculum vitae, et sera accepté jusqu'au mercredi 9 octobre 2024, à 17 h. Les entrevues se feront en présence, à Joliette, entre le 15 et le 21 octobre 2024.

**Entrée en fonction et horaire :** L'emploi débute dès que possible, en novembre 2024, selon un horaire de base de 35 heures par semaine, du lundi au vendredi. Selon les vernissages et activités, le ou la titulaire sera appelé·e à travailler les soirs et les fins de semaine.

Les candidat·e-s doivent faire parvenir leur dossier complet par courriel à :  
[embauche@museejoliette.org](mailto:embauche@museejoliette.org)

Nous remercions à l'avance toutes les personnes qui soumettront leur candidature. Toutefois, nous ne communiquerons qu'avec les personnes retenues pour une entrevue.

Le MAJ est un employeur qui souscrit au principe de l'égalité des chances et qui s'engage à employer une main-d'œuvre diversifiée.

**MUSÉE D'ART DE JOLIETTE**

450 756-0311

145 rue du Père-Wilfrid-Corbeil,  
Joliette (Québec) J6E 4T4[museejoliette.org](http://museejoliette.org)