



▪ **Fonction**

Directeur du développement et des publics (Catégorie A).

▪ **Lieu**

Musée de l'Armée
Hôtel national des Invalides
129 rue de Grenelle
75007 Paris

▪ **Description de l'employeur**

Etablissement public administratif (EPA) sous tutelle du ministère des Armées, le musée de l'Armée conserve l'une des collections d'histoire militaire les plus riches du monde avec près de 500.000 pièces, de l'âge du bronze au XXI^e siècle. Musée d'histoire, de société et de sciences et techniques, il est installé au cœur d'un des monuments les plus emblématiques de la capitale, l'Hôtel national des Invalides, propose un parcours chronologique et thématique et conduit une politique culturelle riche et diversifiée qui attire chaque année un public nombreux – 1,2 million de visiteurs en 2018 dont 70% d'étrangers – ce qui le classe au 6^{ème} rang des musées français les plus fréquentés.

Dix ans après l'achèvement du plan de rénovation, le musée prépare l'extension du parcours permanent aux questions de la colonisation et de la décolonisation ainsi qu'à l'histoire militaire postérieure à la Seconde Guerre mondiale et fait évoluer son organisation pour être mieux en mesure de répondre aux enjeux auxquels il doit faire face. Dans ce cadre, une direction du développement et des publics est créée. Elle est en charge d'accueillir, étudier et élargir les publics du Musée, de développer l'offre culturelle et de médiation, de développer les activités commerciales dans un objectif de hausse de la fréquentation et de développement des ressources propres.

▪ **Description du poste**

La direction du développement et des publics a pour mission d'attirer au musée de l'Armée un public français et international nombreux, aux âges et profils variés. Pour cela, elle définit une stratégie de conquête des visiteurs et de fidélisation. La direction du développement et des publics pilote également la politique d'accueil et d'information des visiteurs, elle conçoit les outils et activités de médiation notamment à destination du public scolaire et familial, elle participe à la conception et est en charge de la programmation et production de l'offre culturelle, elle gère les recettes de billetterie et de location d'espaces contribuant ainsi au développement des ressources propres.

Placé sous l'autorité du directeur et de son adjoint, le directeur du développement des publics est chargé de concevoir la politique de connaissance et développement des publics et de la mettre en œuvre ; de définir et mettre en œuvre la politique des publics (accueil, information des visiteurs, vente des billets, réservation des activités) ; de concevoir et élaborer, en lien avec la direction de la conservation, la programmation générale des activités culturelles et de les produire ; de piloter les missions commerciales en propres ou déléguées. Il mène l'analyse financière et les statistiques de la fréquentation et des ventes. Il définit la stratégie de sa direction et sa déclinaison opérationnelle et coordonne les missions de la direction du développement et des publics.

Le directeur des publics et du marketing travaille en collaboration avec le service communication et le service mécénat, rattachés au directeur ainsi qu'avec la direction de la conservation et le secrétariat général. Il supervise le service du développement et le service de l'accueil et de la médiation dont il élabore et pilote les budgets.

Missions principales :

- Définit la stratégie de sa direction ;
- Coordonne l'activité des services placés sous sa responsabilité : service du développement et service de l'accueil et de la médiation ;
- Management des services placés sous sa responsabilité : objectifs, feuille de route, indicateurs, évaluation des résultats et encadrement des équipes ;
- Conçoit et met en œuvre la stratégie de développement des publics (connaissance et fidélisation des visiteurs, analyse des attentes, conquête de nouveaux publics français et international) ;
- Définit la politique des publics (accueil, information des visiteurs, vente des billets, réservation des activités) et propose la politique de tarification ;
- Gère la billetterie (caisses et billetterie en ligne) et développe les canaux de vente ;
- Supervise, en lien avec la direction de la conservation, la conception et programmation de l'offre culturelle et responsable de la production (hors expositions temporaires) ;
- En charge de la politique de médiation et de sa mise en œuvre ;
- Analyse financière et statistique de la fréquentation et des ventes ;
- Développe et suit les partenariats et coopérations engagés avec les opérateurs du tourisme ;
- Pilote les délégations de service public (boutique, restauration, visites guidées, guide multimédia) et évalue les résultats ;
- Promeut et pilote les activités de location d'espaces ;
- Elabore et pilote le budget de la direction ;
- Participe au COMEX et au CODIR.

Missions annexes :

- Développer les ressources propres ;
- Animer les équipes ;
- Etude des publics ;
- Evaluation de la satisfaction ;
- Interlocuteur du prestataire billetterie ;
- Outils et méthodes de médiation ;
- Représente le musée dans les différentes instances.

■ Profil

Bac + 5 : Diplôme universitaire de type Master 2 management des organisations culturelles et ou patrimoine ; Ecoles de commerce ; Sciences Po ; Ecole du Louvre ;

Expérience minimale requise : 5 ans sur des fonctions similaires ;

Expérience indispensable au sein d'un service marketing d'un musée ou site équivalent ;

Expérience indispensable de direction d'un service ou d'un département ;

Expérience internationale souhaitable.

Poste ouvert aux fonctionnaires et aux contractuels.

Connaissances :

- Politiques publiques en matière culturelle ;
- Sociologie des publics ;
- Paysages socio-culturels contemporains ;
- Méthodes et outils de connaissance et analyse des publics ;
- Stratégies de développement des publics et du réseau des partenaires ;
- Conception d'outils de promotion et de diffusion ;
- Techniques de transmission des connaissances pour tous les publics ;
- Promotion et location d'espaces / Meetings-Incentives-Conferencing-Exhibitions (MICE) ;
- Gestion administrative et financière ;
- Anglais.

Savoir-faire :

- Encadrement des équipes ;
- Conduite de projet ;
- Planifier ;
- S'exprimer en public ;
- Animer des réunions ;
- Négocier et convaincre ;
- Construire et suivre un budget ;
- Travailler en transverse.

Savoir être :

- Savoir écouter, déléguer et organiser un travail collectif ;
- Sens des relations et des interactions humaines ;
- Sens de l'initiative et créativité ;
- Sens de l'organisation.

▪ **Modalités de candidature**

Envoyez votre lettre de motivation et votre curriculum vitae par courriel, à l'adresse suivante :
laetitia.cheneau@musee-armee.fr

▪ **Contact**

Laëtitia CHENEAU, chef de la division des ressources humaines

Email : laetitia.cheneau@musee-armee.fr

Téléphone : 01 44 42 37 69