

Chargé de l'animation des communautés / Community manager (F/H)

Ref : 2025-2051715

Fonction publique

Fonction publique de l'État

Employeur

Etablissement Public du Palais de la Porte Dorée
L'établissement public du palais de la porte Dorée

Localisation

293 Avenue Daumesnil,
75012 Paris, France

Domaine : Communication

Nature de l'emploi

Emploi ouvert aux titulaires et aux contractuels

Expérience souhaitée

Confirmé

Rémunération

(fourchette indicative pour les contractuels)

Non renseigné

Catégorie

Catégorie A (cadre)

Management

Non

Télétravail possible

Oui

Vos missions en quelques mots

Missions et activités principales

La mission du community manager s'inscrit dans l'action générale du service de la communication et du numérique et se déploie sur l'ensemble des réseaux sociaux. Il participe activement à la e-réputation et à la notoriété de l'institution, des messages qu'elle porte et de sa programmation.

- Définir et mettre en œuvre une stratégie éditoriale narrative sur les réseaux sociaux, en veillant à incarner les valeurs et les missions de l'Établissement par des contenus engageants, structurés autour de storytelling adapté aux différents publics cibles.

- Concevoir, produire et diffuser des contenus numériques et audiovisuels (vidéos courtes, formats stories, live, podcasts, carrousels, infographies, animations graphiques) spécifiquement pensés pour les réseaux sociaux et optimisés pour chaque plateforme. Proposer des contenus favorisant l'engagement (quiz, sondage, concours, appel à témoignages...). Elaborer, tenir à jour et coordonner le suivi du calendrier éditorial.
- Collecte et coordination des contenus auprès des différents services, équipes internes et interlocuteurs externes.
- Adapter les contenus pour favoriser l'accessibilité numérique (sous-titrage, audiodescription, langage clair...).
- Exploiter les opportunités offertes par l'intelligence artificielle (IA) pour optimiser la gestion des réseaux sociaux : analyse prédictive de tendances, génération d'idées de contenus, amélioration de la performance des publications, optimisation des réponses aux internautes, veille automatisée.
- Animer les communautés : développement et mise en œuvre d'une stratégie communautaire, modération et fidélisation des abonnés, relations avec les e-influenceurs, mise en place d'opérations type RP au Palais.
- Modérer : Répondre aux commentaires, avis et messages. Anticiper et gérer les commentaires sensibles, identifier rapidement les sujets à fort potentiel médiatique, polémique ou crise sur les réseaux sociaux et alerter sans délai la cheffe de service en proposant des éléments d'analyse et options de réponses adaptées. Respecter les chartes des communautés.
- Proposer, planifier et faire le suivi de campagnes paid social media
- Assurer une veille éditoriale et concurrentielle : suivi des tendances, des formats innovants, des usages émergents et des évolutions des algorithmes.
- Mesurer, analyser et rendre compte des performances (KPI, engagement, portée, conversion) pour orienter et ajuster la stratégie.
- Participer à l'actualisation des contenus éditoriaux et visuels, intégration et mise en ligne d'articles, événements et ressources multimédia via le CMS de l'établissement. Optimisation SEO des contenus

Profil recherché

Compétences techniques

- Maîtrise professionnelle des réseaux sociaux et de leurs codes éditoriaux spécifiques.
- Définir, concevoir et piloter un plan d'action de communication numérique
- Conception et production de contenus numériques et audiovisuels adaptés aux usages mobiles.
- Connaissance approfondie des outils de veille, d'analyse et de planification.
- Compréhension des enjeux et usages de l'IA appliqués à la communication numérique.
- Maîtrise des contraintes liées à la chaîne graphique et à la vidéo (production, montage, diffusion).

- Droit de l'audiovisuel et droit de la propriété intellectuelle.
- Outils bureautiques classiques.
- Anglais.

Savoir-faire

- Excellente maîtrise de l'écriture web et de la narration visuelle.
- Capacité à créer des contenus créatifs, percutants et adaptés à chaque plateforme.
- Utilisation pertinente d'outils d'IA pour optimiser la création et la diffusion.
- Vision stratégique et capacité à articuler storytelling, marque et objectifs de communication.
- Disposer d'une sensibilité esthétique à l'image photo / vidéo.
- Maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe, aisance rédactionnelle.
- Savoir gérer les contraintes techniques.
- Comprendre les enjeux de communication d'un établissement culturel.
- Être force de proposition.
- Intérêt pour les politiques culturelles, le patrimoine et les questions sociétales (enjeux migratoires, environnement, préservation de la biodiversité).

Savoir être

- Sensibilité aux grands enjeux de société, à l'histoire, à la protection du vivant et de la biodiversité.
- Goût affirmé pour la culture, le patrimoine et la relation avec les visiteurs et les publics.
- Capacité d'adaptation.
- Innovation / création.
- Sens de l'initiative, rigueur.
- Autonomie.
- Sens des relations humaines.
- Sens de l'organisation.
- Réactivité.

Langues

Anglais

Avancé ou indépendant

Éléments de candidature

Documents à transmettre

Pour postuler à cette offre, l'envoi du CV et d'une lettre de motivation est obligatoire

Personne à contacter

recrutement@palais-portedoree.fr

À propos de l'offre

Informations complémentaires

CONTACT(S) POUR LE POSTE coordonnées et fonctions :

1. recrutement@palais-portedoree.fr.

Tous les postes du ministère de la Culture et de ses établissements sont ouverts aux personnes reconnues comme travailleurs handicapés .

Les candidatures seront examinées collégialement. Les personnes présélectionnées seront invitées à un ou plusieurs entretiens. Conformément aux recommandations de la CNIL et aux dispositions du code du travail des mises en situation ou des tests d'évaluation contribueront à l'appréciation de la capacité à occuper l'emploi.

Dans le cadre de sa stratégie de Responsabilité Sociale des Organisations (RSO), le ministère de la Culture s'engage à promouvoir l'égalité professionnelle et la prévention des discriminations dans ses activités de recrutement. Une cellule d'écoute est mise à la disposition des candidats ou des agents qui estimeraient avoir fait l'objet d'une rupture d'égalité de traitement.

Conditions particulières d'exercice

Disponibilité liée aux événements et à l'actualité : travail possible en soirée et le week-end.

Fondement juridique

Postes ouverts aux agents titulaires de la fonction publique relevant de la catégorie A, corps principal des Ingénieur des services culturels (ISCP) et groupe RIFSEEP 4 ou par voie de détachement dans ce corps ou aux agents contractuels groupe d'emploi 3 de la circulaire Albanel.

Statut du poste

Vacant à partir du 01/11/2025

Métier de référence

Animatrice / Animateur de réseaux sociaux et de communautés numériques

Qui sommes nous ?

L'établissement public du palais de la porte Dorée est un établissement public à caractère administratif placé sous la tutelle des ministères chargés de la culture, de l'éducation nationale, de la recherche et de l'intégration.

Il regroupe, au sein du palais de la porte Dorée, monument historique classé arts déco, l'aquarium tropical et le musée national de l'histoire de l'immigration. Il propose une large programmation scientifique et des spectacles vivants.

Avec plus de 600.000 visiteurs par an, le palais de la porte Dorée est un grand lieu de vie culturelle de l'est parisien. Tourné dès son origine vers le monde et sa diversité, il s'appuie sur des collections patrimoniales du musée et du monument et sur ses collections vivantes de l'aquarium tropical pour éclairer les débats contemporains et changer les regards sur la question des migrations, des bouleversements climatiques et des enjeux d'identité et de mémoire.

L'établissement compte 100 agents, dont 25 agents titulaires et 75 agents contractuels répartis dans six directions. Le secrétariat général dispose de 4 services (affaires financières ; ressources humaines ; affaires juridiques et commande publique ; systèmes d'information). Il dispose d'un budget annuel de 18 à 20 M€ (personnel 6,5 M€, fonctionnement 8,5 M€, le reste en investissement).

La Direction de la communication, des publics et de la RSO (DCPR) est en charge des actions de communication de l'ensemble de l'Établissement, du développement des publics et de l'expérience des visiteurs. La DCPR compte une vingtaine d'agents.

Elle est composée du service du développement des publics et de l'EAC, du service de la médiation et des ressources pédagogiques, du service de l'accueil et de l'expérience de visite et du service de la communication et du numérique ((composé d'une cheffe de service, d'une chargée de communication, d'une chargée de conception graphique, d'un responsable du développement web et numérique, d'une chargée de conception et d'édition de contenus multimédias et d'un/une Community manager).

Liaisons hiérarchiques : Responsable du développement web et numérique

Liaisons fonctionnelles : Service de la communication et du numérique, les autres services de l'établissement et les partenaires externes