



Nous recherchons pour la Direction des relations extérieures et de la communication
Sous-direction de la communication – Service communication visuelle et publicité

Chargé de promotion (F/H) -CDD de 2 ans

Recrutement par voie contractuelle – Catégorie A

(Date de validité de l'offre du 11/03/2026 au 10/04/2026 – publication interne et externe)

CONTEXTE

Le musée du Louvre est un établissement public administratif sous tutelle du ministère de la Culture regroupant le musée national du Louvre, le musée national Eugène Delacroix, le Jardin des Tuileries, la gypsothèque du Louvre à Versailles et un centre de conservation situé à Liévin. Conformément au décret n° 92-1338 du 22 décembre 1992 modifié, le musée du Louvre a notamment pour mission de conserver, protéger, restaurer pour le compte de l'Etat et présenter au public les œuvres des collections inscrites sur les inventaires du musée du Louvre et du musée national Eugène Delacroix et des œuvres déposées dans le jardin des Tuileries ; d'assurer dans les musées et jardins qu'il regroupe, et par tout moyen approprié, l'accueil du public le plus large, d'en développer la fréquentation, de favoriser la connaissance de leurs collections, de mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la Culture ; d'assurer l'étude scientifique de ses collections ; de concourir à l'éducation, la formation et la recherche dans le domaine de l'histoire de l'art, de l'archéologie et de la muséographie et de gérer un auditorium. Pour l'accomplissement de ses missions, le musée du Louvre coopère notamment avec les collectivités publiques et les organismes de droit public ou de droit privé, français ou étrangers, poursuivant des objectifs répondant à sa vocation.

Les équipes du musée du Louvre (2300 agents environ) contribuent également à la programmation culturelle du Louvre Lens et du Louvre Abu Dhabi.

La direction des relations extérieures et de la communication (DREC) a pour mission de diffuser et valoriser l'image du Louvre en coordonnant et développant les relations avec tous les interlocuteurs et partenaires extérieurs du musée dans le champ de la communication et de la promotion du musée et de sa marque, des relations publiques, des événements, des relations avec les médias, des réseaux sociaux et de la stratégie d'influence, de la recherche de partenaires et mécènes, du développement de ressources propres, mais aussi des concessions, de l'édition de produits dérivés et des collaborations de marques.

Afin de valoriser les collections, les événements et l'actualité du Louvre, elle travaille en relation constante avec les départements de conservation et l'ensemble des directions afin de les accompagner dans la valorisation de leurs missions auprès du public le plus large.

Au sein de la **sous-direction Communication**, le service de la Communication visuelle et publicité a pour mission de promouvoir l'image du Louvre et son offre culturelle (expositions, programmation

de l'auditorium, jardin des Tuileries, grands projets, musée Delacroix) en veillant au respect d'une cohérence graphique et éditoriale pour l'ensemble de ses outils de communication et de ses produits.

Sous la responsabilité de la Cheffe du **service de la Communication visuelle et publicité**, le chargé de promotion contribue à la mise en œuvre de la stratégie de communication du musée par la mise en place de campagnes médias et la réalisation de documents graphiques afin de toucher les publics cibles et de participer au rayonnement du musée du Louvre.

MISSION ET ACTIVITÉS :

Stratégie d'achat d'espaces

- Participer à la définition de la stratégie de communication événementielle et institutionnelle en cohérence avec la stratégie du musée du Louvre.
- Élaborer et mettre en œuvre les achats publicitaires des campagnes de communication print et digitales (affichage, annonces publicitaires, spots télévisés, pré-roll de podcast, sponsoring sur les réseaux sociaux...) en coordination avec l'agence d'achat d'espaces publicitaires dans le respect du budget alloué.
- Participer à la recherche de partenariats média et initier les partenariats de toute autre nature, suivre les négociations, établir les contrats de partenariat et en contrôler la réalisation.
- Coordonner la mise en œuvre de l'ensemble des actions de communication.
- En collaboration avec les autres services de la DREC, établir un bilan commun répertoriant les outils déployés et leur impact.
- Créer et mettre en place des actions d'évaluation du plan de communication.
- Assurer la veille des programmes et des pratiques des autres institutions culturelles.

Pilotage de la réalisation de supports de communication print et digitaux

- Participer à la création de l'identité visuelle d'une exposition ou d'une actualité Louvre, en collaboration avec l'atelier graphique et les départements de conservation, dans le respect des objectifs de communication définis par la DREC.
- Organiser la réunion de lancement communication et les réunions de suivi avec l'ensemble des services concernés et en rédiger le compte-rendu.
- Rédiger les briefs et les transmettre aux interlocuteurs concernés.
- Suivre la réalisation des supports de communication (affiches, teasers des expositions, dépliants, flyers, annonces presse, publicités print et digital...) jusqu'au bon à tirer en lien avec la responsable de l'atelier graphique, les graphistes, et l'agence de communication en charge de la direction artistique.
- Veiller au respect de la charte graphique du musée.

Suivi du déploiement de la marque Louvre sur les outils et produits

- Accompagner et conseiller le déploiement de la marque sur les aspects graphiques.
- Accompagner la réalisation et valider les logo/typo/design des produits co-brandés dans le cadre du déploiement de la marque.
- S'assurer de la présence conforme du Louvre (logo, légendes, mentions...) et de la conformité des contenus sur tous les documents produits par les institutions partenaires sur le territoire français et à l'international.

Suivi budgétaire et juridique avec les différents partenaires

- Assurer en collaboration avec la cheffe de service l'élaboration et le suivi du budget annuel et des questions juridiques relatifs aux activités de communication et de partenariat média dont la mise en œuvre et le suivi des marchés publics du service.

POFIL RECHERCHÉ :

Diplôme en communication et/ou management culturel (niveau bac + 4/5) ;
 Sciences Po, école de commerce ou cursus universitaire dans la communication avec une spécialité culture ;
 Maîtrise de l'anglais ;
 Première expérience souhaitée (1 à 3 ans) ;
 Connaissance du vocabulaire, des techniques, des pratiques professionnelles (organisation et l'environnement) de milieux tels que : médias, hors-médias, réseaux sociaux... ;
 Connaissance des nouvelles tendances en termes de communication/promotion, des nouvelles offres média, hors média et digitales ;
 Intérêt pour les questions relatives à l'image et à la marque ;
 Maîtrise des outils bureautiques standards : suite Office et suite Adobe ;
 Qualités rédactionnelles et de synthèse ;
 Fortes capacités d'organisation, d'adaptation et de travail en équipe ;
 Très bon relationnel ;
 Connaissance du fonctionnement des institutions culturelles et du réseau des musées ;
 Esprit créatif avec une bonne culture générale et un intérêt pour l'histoire de l'art.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES :

- Possibilité de télétravail (après 3 mois d'ancienneté) ;
- Prestations sociales, culturelles et sportives (Association du personnel proposant de nombreuses sorties et activités de loisirs à tarifs attractifs, ainsi qu'un accès à une médiathèque et à un espace forme) ;
- Carte Culture offrant la gratuité ou des réductions tarifaires sur les droits d'entrée et les produits des établissements culturels du ministère ainsi qu'un accès prioritaire (pour le titulaire de la carte et un accompagnant) ;
- Mise à disposition d'un riche catalogue de formations ; accompagnement dans la préparation des concours et des projets individuels ; parcours nouveaux arrivants et formations managériales pour les nouveaux encadrants ;
- Congés : 32 jours de congés annuels + 13 jours de RTT (sur la base d'un temps plein)
- Forfait mobilité durable pour l'utilisation régulière de vélos, remboursement des frais de transport à hauteur de 75 % (dans la limite de 96.36 € par mois) sous réserve de justificatifs, des actions écoresponsables tout au long de l'année ;
- Affiliation mutuelle employeur MGEN ;
- Restaurant du personnel.

Adressez-nous votre candidature (CV et lettre de motivation) à candidatures@louvre.fr en indiquant l'intitulé du poste : Chargé de promotion (F/H) – CDD de 2 ans.