



Nous recherchons pour la direction de la médiation et du développement des publics
Sous-direction du Marketing et de la Vente
Service du développement des Publics et de la Fidélisation

Un chargé de marketing et de fidélisation – Education et programme CLEF (F/H) – CDD d'un an

Recrutement par voie contractuelle – Catégorie A
(Date de validité de l'offre du 16/07/2026 au 13/08/2026 – publication externe)

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 de la médiation et du développement des publics (DMDP) a pour objectif d'améliorer l'expérience et la relation avec les visiteurs du Louvre par la mise en œuvre d'offres de médiation innovantes, d'actions de promotion assurant le succès de sa riche programmation, la définition et la mise en œuvre d'une stratégie tarifaire et de distribution adaptée, le développement des études nécessaires à une meilleure connaissance des publics du Louvre.

Au sein de la sous-direction du marketing et de la vente, le service du développement des publics et de la fidélisation a notamment pour mission de valoriser et de promouvoir l'ensemble de l'offre culturelle du musée (collections permanentes, expositions, activités de médiation, rencontres et spectacles), de développer les publics cibles du musée et d'enrichir l'expérience visiteur.

Il recrute **un chargé de marketing et de fidélisation (F/H)** plus spécifiquement en charge des actions marketing à destination des publics de l'éducation, du champ social et de l'accessibilité et du programme de fidélisation CLEF (carte Louvre éducation et formation) à destination de la communauté des responsables de groupes de ces publics (F/H) et qui compte aujourd'hui plus de 9 000 membres.

MISSION PRINCIPALE :

Le **chargé de marketing et de fidélisation (F/H)** au sein d'une équipe de sept personnes contribue à la mise en œuvre de la stratégie marketing pour les publics et les programmes dont il a la charge : relation client (CRM, information des visiteurs sur les médias propriétaires comme Louvre.fr et les newsletters), fidélisation (programme CLEF, carte Louvre éducation et formation), partenariats, campagnes e-marketing. Ses fonctions liées à des cibles de publics prioritaires du musée l'amènent à assurer un rôle transversal au sein de la DMDP, notamment par un travail soutenu avec la sous-direction de la médiation et de la transmission.

Il ou elle aura notamment la responsabilité

- du suivi des encadrants des publics de l'éducation, du champ social et de l'accessibilité (individuels et groupes) et de l'animation de la relation avec les professionnels et les bénévoles de ces secteurs membres de la communauté CLEF;
- de développer ces publics et d'assurer le suivi de la fréquentation des activités du musée (visites guidées, ateliers et formations) qui leur sont destinés ;
- d'animer le programme CLEF : définition et programmation de l'offre de formation et des événements réservés aux membres en lien avec les services de la médiation, orchestration des campagnes de recrutement, de promotion et de fidélisation, accompagnement des adhérents et amélioration du parcours visiteur avec les services en charge de la vente et des réservations, suivi des indicateurs et évaluations.

ACTIVITES :

- Piloter les campagnes marketing, notamment à partir de l'outil CRM (GRC), du site internet du musée, des leviers digitaux ;
- S'appropriier l'outil de CRM (Efficacy) et l'outil de vente (Vivaticket), élargir et organiser la base de données ;
- Animer, informer et stimuler un réseau de partenaires institutionnels ;
- Conduire et animer les comités projet et opérationnel du programme CLEF, réunissant les équipes de programmation, de vente et de communication ;
- Concevoir des newsletters et des emails avec les prestataires graphiques et de routage électronique ;
- Contribuer sur les pages du site pour informer les publics, nourrir et fluidifier le parcours de visite ;
- Réaliser analyses, reporting, et actions correctrices en lien avec les équipes du musée ;
- Proposer des développements de l'offre de la carte en regard des attentes et de la connaissance de ce public ;
- Assurer le suivi budgétaire et une veille sur les pratiques marketing et digitales.

PROFIL RECHERCHÉ :

- Formation supérieure en marketing, école de commerce, institut d'études politiques ;
- Expérience professionnelle en marketing direct, gestion CRM et traitement des données ;
- Sens du service public et intérêt pour les missions éducatives et sociales des musées ;
- Excellente méthodologie, autonomie, rigueur, réactivité, créativité, esprit d'équipe, coordination ;
- Appétence forte pour les techniques marketing et la culture data ;
- Aisance rédactionnelle ;
- Langue : bonne maîtrise de l'anglais a minima.

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) ;
- Forfait mobilité durable pour l'utilisation régulière de vélos, remboursement des frais de transport à hauteur de 75 % (dans la limite de 104,04 € par mois) sous réserve de justificatifs, des actions écoresponsables tout au long de l'année ;
- Remboursement partiel des transports et 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 marketing et de fidélisation – Education et programme CLEF (F/H) »