



RECRUTEMENT

Chargé.e de communication digitale

CDI / temps plein

Dans un site patrimonial remarquable en bord de Saône, les Subsistances constituent à la fois un espace de travail pour les artistes et un lieu de vie et de création artistique ouvert à toutes et tous. Théâtre, danse, musique, cirque, arts visuels : toute la diversité de la scène contemporaine s'y épanouit en favorisant la consécration de figures internationales et la révélation de jeunes talents régionaux. Ouvertes sur la ville et sur le monde, les Subsistances partagent le site avec l'École nationale des beaux-arts de Lyon (ENSBA), et bénéficient de deux salles de spectacles, de trois plateaux de répétition, d'une verrière, d'une esplanade extérieure avec bar & terrasse l'été, de 19 chambres et studios pour l'hébergement des artistes.

Une nouvelle étape s'ouvre pour les Subsistances avec l'arrivée de Margot Videcoq à la direction depuis janvier 2026. Son projet souhaite renforcer l'identité du lieu autour d'une programmation plus inclusive, participative et ouverte sur le territoire, en affirmant des axes forts autour de la création contemporaine, des arts numériques, de la performance, des enjeux écologiques et de l'accessibilité. Il accordera une place centrale à la jeunesse, aux familles et à la création d'artistes en situation de handicap, tout en développant de nouvelles formes de coopération avec les habitant·es et les partenaires du territoire.

Missions principales

Le·la chargé·e de communication digitale fait partie intégrante du service communication et du « pôle publics ». Il·elle a pour mission de développer la visibilité des SUBS, la notoriété de ses activités et la lisibilité de son projet artistique à travers les outils numériques. Sous la responsabilité de la Responsable communication, il·elle met en œuvre la stratégie digitale et en assure l'opérationnel, et sera amené·e à collaborer avec un·e stagiaire durant 6 mois en renfort de février à juillet.

Site web

- Administration et gestion du site internet : ergonomie, actualisation, veille et maintenance

- Éditorialisation et mise en ligne des contenus
- Projection de développement et participation à la réflexion autour d'une refonte du site internet éco-responsable, accessible et inclusif
- Coordination et suivi avec l'agence digitale
- Suivi et optimisation du référencement naturel (SEO)

Community management

- Participation à l'élaboration et déploiement de la stratégie social media
- Création, rédaction et planification des contenus
- Animation quotidienne des réseaux sociaux (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn)
- Développement et animation des communautés en ligne
- Suivi des indicateurs de performance et réalisation de bilans réguliers

Création de contenus

- Production de contenus (photo & vidéo) et couverture des événements spectacles et temps forts de la programmation
- Rédaction de contenus éditoriaux autour des projets artistiques et culturels
- Réalisation d'interviews d'artistes, coordination podcasts
- Coordination des prises de vues photo et vidéo avec les prestataires
- Participation à la définition de la ligne éditoriale digitale des SUBS

Marketing digital

- Conception et diffusion des supports de communication digitale (newsletters, invitations) à destination des publics, professionnels et partenaires
- Gestion des campagnes publicitaires en ligne (Meta Ads, Google Ads)
- Mise en place d'outils de suivi et d'analyse des performances numériques (Google Analytics, tableaux de bord)
- Développement des analyses liées au CRM et à la connaissance des publics
- Veille permanente sur les évolutions du marketing digital, des usages numériques et des plateformes

Participation à la vie du service communication, du « pôle publics » et des différents services

- Participation à la concertation pour la mise en œuvre du plan de communication général en collaboration avec la Responsable communication
- Suivi du budget annuel alloué à la communication digitale en collaboration avec la Responsable communication
- Contribution à l'évaluation des actions de communication et à la rédaction de bilans
- Participation aux actions de communication digitale en transversalité avec les autres services (mécénat, billetterie, RP, production déléguée...)

- Participation à la réflexion stratégique sur le développement et le rayonnement des SUBS

Profil recherché

- Formation supérieure Bac +3 à Bac +5 en communication, marketing digital
- Expérience de 2 à 3 ans minimum sur un poste similaire dans le secteur culturel
- Maîtrise de la suite Adobe : InDesign, Photoshop, Illustrator, Premiere Pro
- Excellente maîtrise des réseaux sociaux et de leurs outils de gestion (Meta business suite...)
- Maîtrise des outils d'emailing et CRM
- Maîtrise des outils d'analyse d'audience et de performance (Google Analytics...)
- Compétences en photographie et retouche d'image
- Connaissance des enjeux SEO et des bonnes pratiques web

Qualités recherchées

- Sensibilité artistique, visuelle et graphique
- Créativité, sens de l'esthétique et force de proposition
- Excellentes capacités rédactionnelles et sens de la narration
- Curiosité pour les arts vivants, la création contemporaine et les pratiques émergentes
- Sens de l'organisation, autonomie et rigueur
- Esprit d'équipe et aisance relationnelle
- Sensibilité aux enjeux d'accessibilité numérique et de communication responsable

Conditions

- Lieu de travail : 8 bis quai Saint-Vincent, 69001 Lyon
- Date de prise de fonction : 1^{er} octobre 2026 (non négociable)
- Type de contrat : CDI à temps plein
- Rémunération : selon expérience et Convention Collective Nationale des Entreprises Artistiques et Culturelles (CCNEAC – Groupe 5)
- Travail ponctuel en soirée et certains week-ends selon la programmation

Candidature

Merci d'adresser votre CV, lettre de motivation avant le 2 août 2026 à : recrutement@les-subs.com, en mentionnant en objet : **Candidature Chargé-e de communication digitale.**

Nous traiterons toutes les demandes et vous ferons une réponse peu importe l'issue de celle-ci, merci de ne pas relancer.