CHARGÉ·E DES COMMUNICATIONS - CONTENUS NUMÉRIQUES

Maison de la chanson et de la musique du Québec (MCMQ)

Candidature : rh@mcmq.ca au plus tard le 26 septembre 2025

UNE AVENTURE CULTURELLE UNIQUE

La Maison de la chanson et de la musique du Québec (MCMQ) ouvrira ses portes en 2027 au cœur du Quartier latin, dans la bibliothèque Saint-Sulpice à Montréal. En amont de cette ouverture, nous recrutons **un ou une chargé·e des communications – Contenus numériques**.

Relevant de la directrice communications, marketing et ventes, la personne retenue est responsable de **la planification, de la coordination et de la mise en œuvre de stratégies de communication** liées aux contenus numériques (médias sociaux, site web, infolettres, etc.). Véritable pivot entre l'équipe interne, les partenaires externes et les fournisseurs, elle assure le déploiement cohérent et efficace des initiatives numériques en lien avec les objectifs stratégiques de la MCMQ. Dans le cadre de ses fonctions, elle contribue à l'implantation et au développement de l'organisation.

Nous sommes à la recherche d'une personne curieuse, créative et débrouillarde qui connaît les codes et les bonnes pratiques de la communication en ligne. Nous cherchons un·e collègue reconnu·e pour la qualité de sa plume qui a déjà quelques expériences à son actif et qui a su démontrer sa créativité dans la production de contenus engageants sur les médias sociaux.

MANDATS

En accord avec la mission et les valeurs de la MCMQ, la personne retenue est appelée à :

- Concevoir, coordonner et mettre en œuvre des stratégies numériques engageantes et créatives, en assurant une diffusion cohérente et efficace des contenus sur l'ensemble des plateformes;
- Rédiger, éditer et optimiser des contenus variés, engageants et originaux (articles, publications sociales, infolettres, vidéos, etc.);
- Développer, gérer et adapter les stratégies de médias sociaux en fonction des besoins de visibilité et de promotion de la MCMQ (FB, IG, LinkedIn, TikTok, et autres plateformes pertinentes);
- Contribuer à l'image de marque numérique de l'organisation en maintenant une ligne éditoriale forte et distinctive;

- Planifier et gérer le calendrier éditorial des réseaux sociaux : production et diffusion des contenus, suivi des performances (métriques, engagement, portée, conversions), production de rapports et recommandations d'optimisation;
- Coordonner le travail de fournisseurs externes (agences, pigistes, etc.) au besoin;
- Coordonner, avec l'appui de la directrice, la conception du futur site web de la MCMQ; et en assurer l'intégration et la mise à jour des contenus;
- Planifier et déployer les campagnes publicitaires en ligne, incluant la gestion média;
- Analyser les performances des campagnes numériques et produire des rapports avec recommandations;
- Assurer une veille active des tendances numériques, des meilleures pratiques (SEO, UX et des outils émergents), ainsi que de l'évolution des plateformes musicales (Spotify, Apple Music, YouTube, TikTok, etc.) et des comportements des publics;
- Effectuer toute autre tâche de coordination reliée aux communications et à la promotion de la MCMQ.

PRINCIPAUX DÉFIS

- **Vous jouerez un rôle-clé dans l'équipe des communications** dont l'objectif est de faire connaître la future MCMQ, ses ambitions, sa programmation à venir, etc. et de fédérer un large public autour de nos activités et notre engagement pour le rayonnement de la chanson et de la musique québécoises ici et au-delà des frontières.
- **Tout est à bâtir** : bénéficiez d'une rare opportunité de contribuer, dès le début, au déploiement d'une institution culturelle d'envergure, en collaborant avec l'ensemble des partenaires déjà en place ;
- **Impact réel** : participez à la structuration, au positionnement et à la notoriété de la MCMQ, avant même son ouverture.

PROFIL RECHERCHÉ

- **Combinaison de formation et d'expérience pertinentes**, par exemple en marketing, communication, médias numériques; idéalement dans le milieu musical ou autre domaine culturel;
- Maîtrise des outils de marketing numérique (Meta Business Suite, Google Ads, WordPress, etc.) et des outils d'analyse (Google Analytics, Meta Insights);

- Bonne connaissance de l'univers musical et des tendances numériques (réseaux sociaux, plateformes de streaming, formats courts);
- Excellente capacité rédactionnelle en français ; anglais fonctionnel requis;
- Maîtrise des codes et des bonnes pratiques de la communication en ligne. Reconnu pour la qualité de sa plume, avec une expérience avérée dans la production de contenus engageants et originaux sur les médias sociaux;
- Habiletés organisationnelles, relationnelles et collaboratives;
- Excellent jugement, autonomie, sens de l'initiative.

MODALITÉS

- Poste à temps partiel (20 à 25h/semaine) appelé à évoluer vers un temps plein;
- Entrée en fonction dès que possible;
- Échelle salariale et politique de congés avantageuse, discutés dès le premier échange;
- Horaires flexibles et lieu de travail hybride;
- Plan de développement professionnel;
- Avantages sociaux, incluant REER et assurances collectives;
- La MCMQ vise à être un employeur de choix, et à implanter une politique de ressources humaines reconnaissante envers son équipe, en étant responsable et éthique dans la gestion de ses ressources.

À PROPOS DE LA MCMQ

La Maison de la chanson et de la musique du Québec (MCMQ) ouvrira ses portes en 2027, à la bibliothèque Saint-Sulpice, sur la rue Saint-Denis à Montréal, grâce au soutien du gouvernement du Québec et du ministère de la Culture et des Communications. Ce projet est réalisé en partenariat avec Bibliothèque et Archives nationales du Québec, et est ancré au cœur du Quartier latin, au voisinage de nombreux partenaires culturels.

Trait d'union entre les générations, les artistes et le public, la Maison célèbrera la richesse de la chanson et de la musique du Québec. Véritable lieu de vie, alliant patrimoine et technologies de pointe, la Maison offrira des expériences musicales uniques, dans un espace de découvertes, de rencontres et de partage, où nos trésors musicaux gagneront en visibilité.

Le développement de la MCMQ est porté par Écho sonore, organisme à but non lucratif (OBNL) fondé par Monique Giroux, animatrice et auteure, et par Luc Plamondon, parolier. Pour en savoir plus : https://echosonore.com/la-maison-de-la-chanson-et-de-la-musique-du-quebec/

CANDIDATURE

La MCMQ souscrit aux principes d'équité en matière d'emploi et d'égalité d'accès. Les personnes intéressées sont invitées à faire parvenir lettre d'intention et curriculum vitae en format PDF, à l'attention de **Marlène Chapelain, directrice des communications, du marketing et des ventes à rh@mcmq.ca au plus tard le 26 septembre 2025**. Les candidatures sont évaluées sur réception; et seules celles retenues seront contactées. Merci de considérer la MCMQ pour votre prochain défi professionnel.