

Glénat

Recrutement

Les Éditions Glénat, l'un des premiers éditeurs français indépendants, publient chaque année près de 400 ouvrages destinés à l'ensemble des réseaux : libraires généralistes et spécialisés, enseignes culturelles, hypers et supermarchés, points de vente presse, Internet... Le catalogue comprend une large part de bandes dessinées, pilier de l'activité de la société, mais également une offre livres significative représentant 15 à 20% de l'activité totale.

Le catalogue Livres se scinde en différentes collections, labels ou thématiques :

- 1) Glénat Livres
Ensemble de beaux livres et de récits (Montagne, mer, gastronomie, Patrimoine)
une collection de Guides de randonnées (Didier Richard, Guides Franck)
- 2) Le Chasse Marée
Maison d'édition spécialisée dans l'ouvrage marin ayant une activité de vépéciste (éditeurs tiers + objet)
- 3) Atlas
Éditions de livres pratiques ou thématiques sous licences Atlas et édition de contes jeunesse (Marlène Jobert)
- 4) La Société de Géographie
Édite des ouvrages à partir du fonds iconographique de la plus ancienne société de géographie au Monde
- 5) P'tit Glénat
Nouvelle collection d'ouvrages jeunesse

Objet de la recherche de candidat(e)

Dans le cadre du développement de l'activité Livres – en forte progression en 2006 – les Éditions Glénat souhaitent renforcer le pôle marketing/communication Livres. L'éclatement des pôles éditoriaux oblige à avoir un pôle marketing/communication fort. (Glénat Livres à Grenoble, chasse Marée Douarnenez et Paris, Atlas / SDG à Paris).

Le poste à pourvoir se situe en relais de la Directrice de la communication et des partenariats à court terme, il s'agit de pallier l'absence de cette dernière (congé maternité) de février à septembre 2007 dans un premier temps, et sur une mission de soutien de l'activité ensuite (relations presse notamment).

Nature du poste :

CDD transformable en CDI

Missions :

La mission principale de consiste à accompagner efficacement le lancement de nouveaux ouvrages ou collections.

→ Après des médias, par un travail de relations presse « classiques » :

- Conception / rédaction de communiqués ou dossiers de presse en collaboration avec les éditeurs et le studio intégré
- Envoi sélectif des dossiers, ouvrages ou bonnes feuilles à un ensemble de médias pertinents
- Relance des journalistes
- Organisation éventuelle d'événements de lancement

→ Auprès de groupes d'influence ou partenaires par un travail de relations publiques

→ Auprès du public par un plan d'actions marketing à concevoir et mettre en œuvre (dans le cadre d'un budget donné, et en relation avec le commercial)

- Campagnes publicitaire
- Actions promotionnelles
- Conception de documents et brochures d'aide à la vente (Catalogue, blade, argumentaire)
- Recherche de partenariats en vue d'obtenir des financements ou des cautions

→ La Gestion du budget

Le poste implique des relations avec tous les échelons de la chaîne interne :

- Éditeurs
- Direction marketing
- Direction commerciale
- Studio graphique
- Production
- Services généraux (Comptabilité, informatique...)
- Logistique
- Développement
- Direction générale...

Il nécessite également l'installation de relations pérennes vis-à-vis de l'externe : Auteurs, journalistes, partenaires, organismes institutionnels, libraires...

Compétences et qualité :

Maîtrise langue française écrite et parlée + anglais
 Maîtrise outils informatique (Word, Excel, Power Point)
 Rigueur, sens de l'organisation,
 Écoute, sociabilité
 Aptitude à la négociation
 Autonomie, travail en équipe
 Créativité

Rattachement hiérarchique :

Directrice de la communication et des partenariats Livres
 marketing/communication



Directeur Général