



## **Poste de Chargé(e) de communication au sein du Syndicat de la librairie française**

Le Syndicat de la librairie française représente et défend la profession de libraire auprès des autres professions du livre, des partenaires sociaux et des pouvoirs publics. Il regroupe plus de 600 librairies de toutes tailles, généralistes ou spécialisées, implantées sur l'ensemble du territoire, dont la vente de livres neufs au détail constitue l'activité principale. Son action vise à accompagner le développement économique, commercial et culturel des librairies indépendantes. Elle s'ancre dans les valeurs et les pratiques qui fondent l'identité des librairies : l'indépendance, la promotion de la diversité éditoriale, le conseil, le service aux clients, la convivialité et la citoyenneté.

Le SLF a par ailleurs mis en place une stratégie de communication visant à promouvoir le réseau des librairies indépendantes auprès du grand public, à travers les actions suivantes :

- Création d'une identité commune « librairies indépendantes » ;
- Campagnes de communication (affichage, réseaux sociaux, radio...)
- Création du site national « [librairiesindependantes.com](http://librairiesindependantes.com) »

Dans le cadre de son action, le SLF recrute un(e) Chargé(e) de mission en charge de la communication. Il (elle) sera rattaché directement au Délégué Général du SLF et travaillera en interaction avec les autres Chargés de mission et les élus du syndicat. Ses missions seront les suivantes :

### **Communication « institutionnelle »**

- Gestion et création des outils de communication « institutionnelle » du Syndicat de la librairie française (imprimés, web, vidéo...) : sites Internet du SLF, lettres d'information, réseaux sociaux, fichiers, communiqués de presse... A ce titre, la personne recrutée assurera les relations avec les différents prestataires (imprimeurs, agences...)
- Développement des actions de communication destinées aux élus du syndicat, aux associations et groupements de libraires et aux adhérents ;
- Développement des relations presse ;

### **Communication « grand public »**

- Participation à la définition et à la mise en œuvre de la politique de communication de la profession des libraires à l'égard du grand public – « community management » (identité collective « librairies indépendantes », campagnes, réseaux sociaux...);
- Participation aux manifestations organisées par le Syndicat : Rencontres nationales de la librairie, Donnez à lire.

### **Profil :**

- De formation supérieure (communication, presse, sciences politiques, commerce-communication...) suivie d'une expérience de plusieurs années dans le secteur de la communication,
- Connaissance du milieu associatif ou apparenté ;
- La connaissance des secteurs culturels et du livre en particulier sera appréciée ;
- Aisance relationnelle et rédactionnelle. Esprit de synthèse et sens de l'initiative. Sens politique, capacité d'analyse et de mise en perspective. Capacité à comprendre les réalités et les enjeux du secteur et à proposer des actions en conséquence ;
- Maîtrise des outils informatiques, graphiques et numériques permettant de mettre en œuvre ces actions de communication ;
- Bonne maîtrise de l'anglais appréciée.

### **Autres renseignements**

Le poste est basé à Paris 14ème au siège du Syndicat (déplacements ponctuels en province).

Poste à temps plein en CDI. Convention collective de la librairie.

Statut et rémunération : à définir selon profil et expérience

Disponibilité : poste à pourvoir rapidement.

Merci d'adresser votre dossier de candidature (lettre de motivation et CV) à Guillaume Husson, Délégué général, Syndicat de la librairie française, Hôtel de Massa, 38 rue du Faubourg Saint-Jacques, 75014 Paris.