



MINISTÈRE DE LA CULTURE

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

FICHE DE POSTE 2024-1681091

Tous les postes du Ministère de la culture et de ses établissements
sont ouverts aux personnes reconnues comme travailleurs(es) handicapés(es)

N° CSP DE DIFFUSION (en cas de republication) :

Paris, le 29/08/2024

Intitulé du poste (F/H) :

Chef/Cheffe de produit - acheteur

Direction du Développement Economique
et Relations Visiteurs
Département des Librairies-Boutiques

Catégorie statutaire : A

Corps : ATTA

**Code corps : Attaché
d'administration**

Groupe RIFSEEP : 2

Grille CMN : 3

Métier : Chef de produit

Domaine(s) Fonctionnel(s) : (Cf. Répertoire ministériel des métiers de la culture – RMCC 2012)
CUL02

Emploi(s) Type : (cf. Répertoire ministériel des métiers de la culture – RMCC 2012)
Culture et patrimoine

Adresse administrative et géographique de l'affectation :
17, Avenue de la Porte des Lilas 75019 Paris

MISSIONS

Le réseau des librairies-boutiques du Centre des monuments nationaux (CMN) est composé de 20 Librairies-boutiques, assurant plus de 80% du chiffre d'affaires global et de 60 billetteries-boutiques ainsi que d'une boutique en ligne. Le pilotage de l'offre de ces différents points de vente suit des logiques économiques, environnementales et d'image.

Les points de vente du CMN ont une offre spécifique à leur site et des offres mutualisées selon des thématiques principalement historiques. Cette offre se veut à la fois culturelle et touristique.

Rattaché(e) au chef du pôle marketing de l'offre produits et achats, au sein d'une équipe de 4 chefs de produits (2 en livre et 2 en objets), le/la chef de produit (H/F) contribue au développement du chiffre d'affaires du réseau des librairies-boutiques et au rayonnement de l'image des monuments et de l'établissement en proposant des gammes de produits adaptées aux attentes des visiteurs dans le cadre de la politique commerciale du Centre des monuments nationaux.

Il est attendu du futur chef de produit une vision de transformation et d'amélioration continue de l'offre existante en élaborant des recommandations de référencement et de développement économiquement pertinentes, basées sur l'observation des tendances de consommation et un contact privilégié et régulier avec les fournisseurs entrant dans son panel. À travers cette fonction de curation de l'offre, il doit valoriser l'institution, l'image du site auprès des différents publics et proposer une vision juste, moderne et innovante de la boutique culturelle.

Expert de référence pour les catégories de produits dont il a la charge (actuellement : accessoires de la personne, arts de la table, papeterie, produits et image papier, textile et habillement), le/la chef de produit-acheteur (H/F) est garant(e) de leur évolution et de leur attractivité auprès des publics, de leur réussite économique et de la conformité des produits sélectionnés et développés.

ACTIVITES

Veille et prospection du marché :

- Analyse des marchés des différents produits de son portefeuille à partir d'études et de données externes ainsi que des statistiques de vente au sein du réseau pour connaître la demande ;
- Analyse des différentes thématiques (principalement historiques) structurantes au sein du réseau pour identifier des axes de mutualisation de l'offre et des leviers de croissance ;
- Analyse de la composition, de l'évolution et des attentes des publics, en utilisant les données disponibles au niveau de chaque monument concerné par ses propositions, au niveau du siège et par croisement avec des données externes (ministère, institutions, conférences, veille médias) ;
- Connaissance et documentation fine de l'éventail des produits et des partenaires de son portefeuille sur le marché, au niveau national, local, et même international ;
- Maintien d'un esprit d'innovation dans l'offre, à travers la participation active à des salons professionnels, la lecture de publications spécialisées et une veille concurrentielle.

Structuration de l'assortiment et de l'offre par famille de produits :

- Analyse marketing de l'offre pour faire évoluer l'offre globale réseau en identifiant des leviers de développement et reporting des résultats de son activité auprès de sa hiérarchie. Pour cela, des déplacements sur le réseau sont à prévoir afin d'appréhender la diversité de l'offre proposée.
- Définition d'une structure d'assortiment pour ses familles de produits avec une vision par univers, publics cibles, gammes de prix... ;
- Sélection de produits pouvant s'insérer dans les assortiments proposés aux boutiques au titre des nouveautés pour la saison N+1, présentation et promotion de ces produits auprès du réseau ;
- Participation, au titre des familles de produits gérées, à l'élaboration d'une offre pour les nouveau

points de vente ou pour les points de vente retravaillés.

Développement de produits à l'image des sites et du CMN :

- Benchmark à jour des pratiques culturelles en matière d'éditorialisation de produits, en intégrant la question de l'éco-conception, des packagings et de représentation et de discours de marque.
- Participation active à la préparation et à la tenue des comité éditoriaux produits, principale instance interne de pilotage de l'offre en produits dérivés.
- Accompagnement du chef de pôle dans la mise en œuvre des consultations d'illustrateurs, permettant de proposer des lignes de produits spécifiques à plus forte valeur ajoutée.
- Organisation de consultations, pour identifier la meilleure proposition pour chaque projet éditorial décliné dans ses familles de produits (hors marchés publics dont il a la charge).
- Suivi opérationnel de l'élaboration des produits (brief, négociation, BAT, prototypes) en concertation avec son supérieur hiérarchique et avec les sites concernés.
- Instruction des demandes de développement en provenance du réseau (événementiel, produits locaux, demande de produits spécifiques) et recommandation à sa hiérarchie en veillant à ce que les demandes soient économiquement soutenables.

Relation fournisseurs, négociation des conditions d'achat et gestion de la base de données :

- Recherche de fournisseurs et mise à jour du panel pour les produits à acheter / à développer
- Maintien à jour de la base de données fournisseurs/articles dans l'ERP tout au long du cycle de vie du produit (référencement fournisseur, création fiche article, modification des conditions tarifaires, arrêts produits au global réseau, dépréciation et déréférencement) ;
- Rédaction de cahiers des charges, lancement des appels d'offres et suivi de l'exécution pour les marchés publics entrant dans son périmètre ;
- Négociation et formalisation des conditions d'achat avec les fournisseurs (volumes, prix, logistique, RFA) dans le respect du budget d'achats et en tenant compte des objectifs de marge ;
- Interface auprès des fournisseurs sur les enjeux de développement durable liés à la politique RSO et intégration de ces objectifs dans le travail sur l'offre.

Compétences principales mises en œuvre : (cotés sur 4 niveaux initié – pratique – maîtrise - expert)

Compétences techniques :

- Diplôme Bac +5 / école de commerce, IEP, spécialisation achat/marketing.
- Une première expérience dans la fonction achats et/ou dans le développement de produits dérivés appliqués au domaine culturel serait un plus.
- Très bonne maîtrise des outils bureautiques (Pack Office), surtout Excel (VBA) et capacité à utiliser des logiciels de gestion commerciale (ERP).
- Maîtrise de l'anglais pour les relations commerciales avec des fournisseurs étrangers.
- Connaissances du cadre juridique relatifs aux EPA (établissements publics administratifs), en droit public (marchés publics) et notions en droit à l'image.
- Expérience en conduite de négociation.
- Profil à vision économique, capable d'analyser les indicateurs commerciaux et les ventes générées par les produits dont il a la charge et d'en tirer des recommandations.
- Une expérience en gestion de projets incluant un réseau d'interlocuteurs complexe (externes et internes) serait fortement appréciée sur ce poste.

Savoir-faire :

- Travail en autonomie et capacité à restituer
- Qualités rédactionnelles et d'expression orale
- Capacité à modéliser des outils via différents logiciels (BO, Excel...).
- Capacité à travailler en mode projet
- Communiquer et représenter l'institution auprès d'un réseau de partenaires

Savoir-être :

- Sens de l'analyse
- Sens du relationnel et du collaboratif
- Implication dans le projet d'établissement et goût pour le service public
- Rigueur et réactivité face aux sollicitations internes et externes

Environnement professionnel :

Premier réseau public français culturel et touristique avec 11 millions de visiteurs par an, le Centre des monuments nationaux (CMN) est dirigé par Madame Marie LAVANDIER, nommée Présidente par décret sur proposition du Ministre de la Culture pour une durée de 5 ans, renouvelable.

*Le Centre des Monuments Nationaux conserve et ouvre à la visite 110 monuments d'exception. Tous illustrent, par leur diversité, la richesse du patrimoine français et cela depuis **110 ans** !*

*S'appuyant sur une politique tarifaire adaptée, le CMN facilite la découverte du patrimoine monumental pour tous les publics. Son fonctionnement repose sur ses ressources propres issues notamment de la fréquentation, des ventes en boutique dans son réseau de librairie boutique, des locations d'espaces ou encore du mécénat. Fondé sur un système de péréquation, le **Centre des monuments nationaux** est un acteur de solidarité patrimoniale.*

L'établissement a par ailleurs pour mission d'assurer, la conservation, la restauration et l'entretien des monuments placés sous sa responsabilité.

Le CMN assure également une mission d'éditeur public sous la marque Éditions du patrimoine. Il contribue ainsi fortement à la connaissance et à la promotion du patrimoine.

Les monuments sont gérés par un administrateur avec, à ses côtés, une équipe dont les compétences portent sur les missions administratives et comptables, culturelles, éducatives, d'entretien, de développement domanial, touristique et économique.

Les services du siège accompagnent les monuments pour le développement de ceux-ci sur un certain nombre de sujets clefs : développement économique, éditorial, parcours de visite, affaires domaniales et immobilières, maîtrise d'ouvrage, affaires juridiques, mécénats et partenariats, marchés et politique d'achat, ressources humaines, communication, agence comptable,

Dans le cadre de sa stratégie de Responsabilité Sociale des Organisations (RSO), Le Centre des Monuments Nationaux, dispose du double label :

*« **Label Egalité Professionnelle** » et « **Label Diversité** » : l'Etablissement s'engage à promouvoir l'égalité professionnelle et la prévention des discriminations.*

Une cellule d'écoute, d'alerte et de traitement est mise à la disposition des candidats ou des agents qui estimeraient avoir fait l'objet d'une rupture d'égalité de traitement : signalement-culture@conceptrse.fr

Ou avoir fait l'objet de discrimination : https://formulaire.defenseurdesdroits.fr/formulaire_saisine/

La Direction du développement économique et de la relation visiteurs est notamment chargée de développer les recettes propres de l'établissement dans le respect de l'identité de l'institution et des monuments, pour lui permettre de financer ses actions scientifiques, culturelles ou pédagogiques et plus généralement l'ensemble de son fonctionnement.

La Direction exerce trois activités distinctes :

- une activité de négoce et d'animation d'un réseau de Librairies-Boutiques ;
- une activité de développement de la fréquentation et de la relation visiteurs destinée à augmenter la fréquentation dans les monuments et l'expérience de visite ;
- une activité de valorisation domaniale de courte et de longue durée dans les monuments.

Elle est chargée de concevoir et de mettre en œuvre une stratégie marketing en soutien du développement de la fréquentation touristique et du réseau de boutiques.

Le Département des Librairies-Boutiques (DLB) a en charge le pilotage du « back-office » (Offre produits, approvisionnement et logistique...) des 80 Librairies-Boutiques du CMN. Le « front-office » étant piloté par l'administrateur et son responsable de boutique avec l'accompagnement du DLB. Le DLB est structuré autour de 3 pôles :

- Pôle Marketing de l'offre produits et Achats en charge du sourcing et du développement de l'offre
- Pôle Développement commercial, merchandising et aménagement boutiques en charge de la performance commerciale
- Pôle Approvisionnement et Logistique en charge de l'approvisionnement de l'offre.

Le pôle marketing de l'offre produits et achats propose et met en œuvre une stratégie marketing de l'offre en adéquation avec les sites et les publics cibles.

Le pôle Marketing de l'offre produits et achats est composé d'une équipe de 5 personnes dont 1 chef de pôle et 4 chefs de produits-acheteurs (2 en objets et 2 en Livre).

Au sein de l'équipe en charge de l'objet, le titulaire du poste travaille en binôme avec un autre chef de produit acheteur et en transversalité avec les autres composantes du DLB.

Dans le cadre de sa stratégie de Responsabilité Sociale des Organisations (RSO), le Ministère de la Culture et ses établissements publics s'engagent à promouvoir l'égalité professionnelle et la prévention des discriminations dans leurs activités de recrutement. Une cellule d'écoute, d'alerte et de traitement est mise à la disposition des candidats ou des agents qui estimeraient avoir fait l'objet d'une rupture d'égalité de traitement.

Liaison hiérarchique : rattachement direct au chef du pôle marketing de l'offre produits et achats

Liaisons fonctionnelles internes : interactions avec les autres directions du siège de l'établissement, les monuments et leurs équipes de vente.

Liaisons fonctionnelles externes : les fournisseurs/partenaires et les différents prestataires.

Spécificités du poste / Contraintes / Sujétions :

- **Poste ouvert à tous statuts** : fonctionnaires de catégorie A (toutes fonctions publiques, merci de joindre votre dernier arrêté de situation administrative), et en contrat à durée indéterminée à temps complet.
- Rémunération **comprise entre 30 727 € et 34 742 bruts annuels** selon l'expérience sur un poste équivalent.
- Travail en horaires administratifs avec flexibilité sur les horaires et jours travaillés ;
- Mobilité professionnelle

Qui contacter ?

Informations :

M. Julien Carbuccia – chef du pôle Marketing de l'offre produits et achats du département des librairies-boutiques: julien.carbuccia@monuments-nationaux.fr

Envois des candidatures :

CV et lettre de motivation obligatoires (+ dernier arrêté de situation pour les candidats fonctionnaires) à envoyer **au plus tard le 29/09/2024** à l'attention de la Direction des ressources humaines du Centre des monuments nationaux par mail : recrutement@monuments-nationaux.fr

Modalités de recrutement :

Les candidatures seront examinées collégalement par au moins 2 personnes formées au processus de recrutement.