

RESPONSABLE DE COMMUNICATION et RELATIONS PUBLIQUES **Statut Cadre**

Rattachement hiérarchique : Placé(e) sous l'autorité directe de la directrice ou toute personne s'y substituant.

Missions / responsabilités / activités principales :

En interne, l'action du responsable de communication a pour but de fédérer les salariés autour du projet de la société, de les motiver en instaurant une culture d'entreprise.

En externe, sa mission vise à construire puis entretenir auprès de ses différents publics (clients existants et potentiels, partenaires professionnels et institutionnels, presse...) une image positive de la société, propre à l'aider à atteindre ses objectifs.

Il ou elle pilote l'ensemble des parties prenantes de la fonction communication :

- Travaille étroitement et de façon transversale avec d'autres services de la société : services supports et services opérationnels
- Pilote les prestataires extérieurs (agence de communication, prestataires événementiels...)
- Assure personnellement, le cas échéant, la réalisation de tout ou partie de certains supports ou actions (textes plaquettes, affiches, lettres...)

Il ou elle accompagne l'évolution de l'entreprise à chaque nouvelle étape de la vie de la société : changement d'activité, nouveau positionnement, crise, développement de projet...

Il ou elle participe à l'élaboration des stratégies de communication institutionnelle et des projets. Le ou la responsable de la communication est également l'ambassadeur et le porte-parole de l'entreprise à l'extérieur, et, à ce titre, il ou elle peut être amené(e) à la représenter lors de conférences de presse, sur les manifestations extérieures.

Contribution à la définition et à la réussite de la stratégie de communication globale de l'entreprise et mise en place des outils de communication

- Identifier et valoriser le travail réalisé au sein des entités fonctionnelles de l'entreprise.
- Conseiller et accompagner la direction générale dans le cadre de sa réflexion stratégique et d'actions ponctuelles.
- Elaborer un plan de communication annuel détaillé, précisant les objectifs à atteindre par publics cibles, présentant et planifiant les supports et actions à mettre en oeuvre pour les atteindre, dont des outils de communication innovants (wiki, mobile, sites intranet, sites Internet...)
- Planifier et élaborer le budget annuel de la communication pour la société et par projet.
- Mettre en place un dispositif de suivi simple et réactif du plan de communication (tableau de bord global et fiches projets)
- Créer et participer personnellement à la réalisation de certains supports de communication (plaquettes, cartons, affiches, lettres, etc),
- Participer à l'organisation ou organiser des événements tant pour la société (forum des projets urbains, SIMI, congrès des EPL...) que pour les projets (inauguration, première pierre...).
- Assurer la présence, la visibilité et la bonne image de la société sur la toile :

- Gérer l'administration du site « web »
- Assurer la gestion et la production des contenus web.
 - Assurer en lien avec des prestataires la visibilité de la société et de ses projets : communiqué de presse, conférence de presse, dossiers de presse...
 - Gérer le suivi des commandes en communication en lien avec les différents prestataires.
 - Organiser et gérer une revue de presse pour la société et chaque projet.
 - Veiller à la cohérence de l'image de l'entreprise sur l'ensemble des déclinaisons de la communication, des supports print et web ou des évènements.
 - Piloter les agences de communication généralistes ou spécialisées dans le cadre des évènements, notamment en rédigeant des briefs circonstanciés.

Gestion des relations publiques

- Mettre en oeuvre les campagnes de communication en externe avec les médias.
- Mettre en oeuvre des événements à destination de la presse et du public pour développer la notoriété de l'entreprise.
- Gérer les supports de communication et superviser la réalisation des vidéos promotionnelles ainsi que le respect de la charte graphique.
- Superviser l'envoi de communiqué de presse et le choix des journalistes.
- Analyser les résultats des campagnes grâce à des indicateurs de performance.
- Effectuer une veille concurrentielle.

Profil / Formation / Expérience

- Écoles spécialisées en communication et en relations publiques (Celsa, Efad, Iscom, Iserp/ECS...)
- Formation supérieure de type IEP ou écoles de commerce avec une spécialisation en communication
- Diplôme universitaire de niveau Bac +5 et plus (master professionnel, master spécialisé...) en communication ou dans les relations publiques
- Expérience et pratique d'environ 3 années dans un poste similaire
- Expérience du secteur public et intérêt avéré pour la vie publique,
- Connaissance des enjeux, évolutions et cadre réglementaire des politiques publiques et de l'environnement territorial,
- Connaissance des règles générales du droit appliquées à la communication, la propriété intellectuelle, l'accès aux documents administratifs et aux libertés individuelles,
- Maîtrise des méthodes et outils de management par projets et objectifs,

Compétences requises

- Connaissance et intérêt des projets urbains,

- Expérience et intérêt avéré dans la vie publique,
- Capacités rédactionnelles et capacités de synthèse.

Qualités requises

- Créativité, organisation, réactivité.
- Sens de l'écoute, de l'analyse, et capacités managériales.
- Dimension stratégique et grandes aptitudes relationnelles (écouter, comprendre, valoriser, diffuser).
- Disponibilité, curiosité et ouverture d'esprit, très bonne culture générale.
- Vision économique de l'entreprise.
- Bonne gestion du stress.

Lieu de Travail : 28 rue de la Redoute - 92 260 FONTENAY AUX ROSES

•

