



# CHARGÉ DE COMMUNICATION

## COMMUNICATION

### Pilotage, management et gestion des ressources internes

**Définition :** Propose les axes stratégiques de communication interne et externe, en cohérence avec les orientations des décideurs. Conçoit, organise, met en oeuvre les actions de communication et de publication et en assure le suivi et l'évaluation.

#### AUTRES APPELLATIONS :

- Chargé d'information et de communication
- Assistant de communication
- Chargé de publication
- Webmestre éditorial
- Directeur de la communication

#### ACTIVITÉS PRINCIPALES

- 🔍 Participation à l'élaboration de la stratégie de communication
- 🔍 Organisation d'actions de communication
- 🔍 Conception, réalisation et suivi de produits de communication
- 🔍 Conception, réalisation et suivi de produits de publication
- 🔍 Recueil, traitement, analyse d'informations et évaluation

#### FACTEURS D'ÉVOLUTION :

- Intégration de la notion de communication dans les politiques publiques
- Demande croissante de l'utilisateur en vue d'une meilleure qualité de service public
- Fortes évolutions des technologies, des systèmes de communication et de diffusion de l'information
- Développement des projets en partenariat
- Evolution des données réglementaires

#### CONDITIONS D'ACCÈS :

Concours externe et interne

#### CONDITIONS PARTICULIÈRES D'EXERCICE :

Disponibilité et réactivité en fonction des urgences

Déplacements fréquents

Respect de la déontologie applicable à la communication

Horaires variables et pics d'activité en fonction des obligations du service

## COMPÉTENCES

Savoir-Faire	Savoirs
<b>🔍 PARTICIPATION À L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser et définir les besoins en matière de communication</li> <li>- Proposer des axes stratégiques en cohérence avec les orientations des décideurs</li> <li>- Elaborer le plan de communication</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation et fonctionnement de l'administration de la Polynésie française</li> <li>- Environnement économique et social de la Polynésie française</li> <li>- Méthodes d'analyse stratégique et de diagnostic</li> <li>- Maîtrise des outils bureautiques</li> <li>- Méthodes et outils de la planification</li> </ul>
<b>🔍 ORGANISATION D'ACTIONS DE COMMUNICATION</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en œuvre et suivre le plan de communication</li> <li>- Choisir des supports de communication adaptés aux publics cibles</li> <li>- Adapter les messages aux supports de communication et aux publics cibles</li> <li>- Respecter les règles de communication et le protocole</li> <li>- Etablir et développer des réseaux relationnels multiples</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Techniques du «plan média»</li> <li>- Outils du marketing territorial</li> <li>- Connaissance du milieu associatif local</li> <li>- Méthodes d'ingénierie de projet</li> <li>- Langues étrangères</li> <li>- Langues polynésiennes</li> <li>- Règles et procédures liées au protocole</li> </ul>



## Savoir-Faire

## Savoirs

### CONCEPTION, RÉALISATION ET SUIVI DE PRODUITS DE COMMUNICATION

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédiger le contenu de communication (communiqués, discours, argumentaires, etc.)</li> <li>- Concevoir/réaliser des supports de communication (dossier de presse, dépliant, site internet, journal, vidéo, etc.)</li> <li>- Concevoir des publicités</li> <li>- Organiser des conférences de presse</li> <li>- Organiser et gérer des événements</li> <li>- Accompagner la presse dans la réalisation de leurs sujets</li> <li>- Préparer les intervenants à l'action de communication</li> <li>- Assurer l'interaction avec les acteurs de la chaîne graphique ou numérique</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Règles générales du droit appliqué à la communication</li> <li>- Principaux langages de la communication (écrit, oral, événementiel, signalétique, charte graphique, multimédia, etc.)</li> <li>- Notions de logistique</li> <li>- Notions de graphisme</li> <li>- Techniques et outils de communication</li> <li>- Environnement professionnel de la communication</li> <li>- Notions de psychologie</li> <li>- Principes de la communication imprimée et de la relation image-message</li> <li>- Réglementation relative aux établissements recevant du public et à l'organisation de manifestation publique</li> <li>- Outils des technologies de l'information et de la communication (TIC) et du multimédia</li> </ul> |
|---|--|

### CONCEPTION, RÉALISATION ET SUIVI DE PRODUITS DE PUBLICATION

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concevoir et mettre en œuvre la ligne éditoriale des publications</li> <li>- Définir le contenu et les collections liées aux publications</li> <li>- Participer à l'élaboration de la charte graphique</li> <li>- Organiser et animer des conférences de rédaction</li> <li>- Rédiger des articles</li> <li>- Gérer, alimenter et animer des sites internet, blogs, forums et réseaux sociaux, etc.</li> <li>- Coordonner la chaîne de production de la publication (auteur, maquette, partenaires d'édition, etc.)</li> <li>- Contrôler la réalisation du produit jusqu'à sa diffusion</li> <li>- Gérer la promotion et la diffusion des produits (liste de diffusion, etc.)</li> <li>- Veiller au respect du droit appliqué à la communication (droit à l'image, propriété intellectuelle des écrits, etc.)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Règles juridiques et déontologiques du droit de la publication et de l'information</li> <li>- Techniques d'écoute</li> <li>- Techniques rédactionnelles (écrit, web, etc.)</li> <li>- Techniques de conduite de réunion</li> </ul> |
|---|---|

### RECUEIL, TRAITEMENT, ANALYSE D'INFORMATIONS ET ÉVALUATION

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecter, centraliser des informations, documents et données, etc.</li> <li>- Vérifier, sélectionner et hiérarchiser les informations utiles</li> <li>- Analyser, synthétiser et mettre en forme l'information</li> <li>- Réaliser une revue de presse</li> <li>- Conduire des enquêtes qualitatives et quantitatives</li> <li>- Evaluer l'impact des opérations de communication pour éventuellement réorienter la stratégie de communication</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Méthodes de recueil de l'information (entretiens, réunions, enquêtes, reportages, etc.)</li> <li>- Méthodes de traitement de l'information</li> <li>- Modes de fonctionnement des médias</li> <li>- Techniques et outils de diffusion (mailing, fichiers, etc.)</li> <li>- Techniques de recherche documentaire</li> <li>- Techniques d'analyse documentaire</li> </ul> |
|---|--|