

FICHE DE POSTE

Date de mise à jour : 19/08/2024 BAC

I – DEFINITION DU POSTE

1	SERVICE : Direction de la santé
2	LIBELLE DU POSTE : Chargé de communication
3	NIVEAU DE RESPONSABILITE : 4
4	CATEGORIE DE LA MAQUETTE FUTURE : A
5	CATEGORIE DE LA MAQUETTE ACTUELLE : A
5	FILIERE DE LA MAQUETTE FUTURE : FAF
6	IMPUTATION BUDGETAIRE : PROGRAMME : 96202 PROGRAMME R.H : 97001 CODE POSTE : 9905 CENTRE DE TRAVAIL : 322
7	LOCALISATION GEOGRAPHIQUE : IDV – TAHITI – PAPEETE – Département de santé publique et de modernisation des soins de santé primaire - Bureau des programmes de santé (BPS)
8	FINALITE / DESCRIPTIF SYNTHETIQUE (maximum 50 mots) : La cellule communication élabore les stratégies de communication institutionnelles, ou relatives aux programmes de promotion de la santé et de prévention, dans une démarche d'éducation pour la santé. Sous la responsabilité du responsable de la cellule communication, le chargé de communication participe à l'élaboration des stratégies de communication et assure leur exécution afin de promouvoir les activités, les programmes et les projets de santé publique. Il coordonne les actions des différents prestataires et partenaires.
9	EFFECTIFS ENCADRES : A B C D Autres NOMBRE : Néant
10	SUPERIEUR HIERARCHIQUE DIRECT : Responsable de la cellule communication
11	MOYENS SPECIFIQUES LIES AU POSTE : - Un poste informatique ; - Une adresse mail et une connexion Internet ; - Un poste téléphonique ; - Logiciels de graphisme
12	CONSTRAINTES ET AVANTAGES DU POSTE : - Disponibilité en dehors des heures de travail habituelles, par nécessité de service ; - Disponibilités pour des réunions, des interventions et des missions à Tahiti, dans les îles et à l'extérieur de la Polynésie française ; - Travail en équipe pluridisciplinaire (professionnels tous secteurs, institutions diverses, représentants de la société civile).
13	ACTIVITES PRINCIPALES : Missions polyvalentes en tant que chargé de communication : - Participer à l'élaboration des campagnes institutionnelles et de promotion et de prévention de la santé, en application de la politique institutionnelle et du plan de prévention et de promotion de santé ; - Exécuter et déployer des campagnes selon le calendrier et le budget définis, en coordination avec les porteurs de projets, ainsi que les partenaires et prestataires ; - o Coordonner des prestataires et partenaires : briefings, suivi et validation des services faits relatifs aux contrats de prestation ;

	○ Concevoir, rédiger et diffuser des supports de communication : brochures, affiches, guides, newsletters, site internet, réseaux sociaux... ; ○ Suivre le plan média, de la logistique, de l'événementiel et des relations presse ; ○ Réaliser des pré-tests des messages et supports, recueillir des données pour réajuster les concepts ; ○ Suivre l'évaluation des campagnes : bilans de réalisation et post-évaluation - Soutenir méthodologiquement les porteurs et effecteurs de projets (élaboration des fiches action et des cahiers des charges, élaboration de la stratégie de diffusion, coordination des moyens de mise en œuvre, etc.) ; - Participer à la conception d'outils pédagogiques destinés aux professionnels de santé ou aux relais de santé ; Missions spécifiques au poste : suivi logistique - Gérer les relations avec les prestataires de la chaîne graphique et de la fabrication des outils : ○ Classer et archiver tous les supports réalisés (bibliothèque, médiathèque, sauvegarde numérique). ○ Consulter les prestataires et négocier les devis ; ○ Suivre les travaux de production technique et d'impression des supports jusqu'à leur validation finale, puis leur bon déploiement sur site (expédition des supports de communication à nos agents et partenaires). - Suivre le plan média - Gérer l'événementiel, participer à l'organisation des manifestations (conception, invitations, logistique, accueil, etc.)
--	---

14	ACTIVITES ANNEXES : - Participer à la formation en matière de communication et en éducation en santé - Mettre en place une veille technologique en communication santé, communication digitale - En cas d'absence dans l'équipe, le chargé de communication peut être amené à reprendre des missions de ses collègues et à se rendre sur le terrain afin d'assurer une continuité de service.
----	--

II – PROFIL PROFESSIONNEL

15	CADRE D'EMPLOI : Attaché d'administration
16	SPECIALITE SOUHAITABLE : Communication, gestion marketing (comportements de consommation, marketing social, etc.)

S: Sensibilisation, A: Application; E: Expert

17	COMPETENCES	S	A	E
	- Aptitude à l'organisation ;			X
	- Adaptabilité ;			X
	- Autonomie et sens des responsabilités ;			X
	- Créativité et force de propositions ;			X
	- Capacités d'analyse et de synthèse ;			X
	- Capacités relationnelles de communication et d'animation de réseaux ;			X
	- Capacités rédactionnelles ;			X
	- Maîtrise des outils de gestion de projets ;			X
	- Maîtrise des outils de communication ;			X
	- Maîtrise des codes du milieu de la communication ;			X
	- Maîtrise des outils statistiques ;			X
	- Connaissance de la langue anglaise et de la langue tahitienne.	X		

18	EXPERIENCE PROFESSIONNELLE SOUHAITEE : Expérience dans le domaine de la communication et notamment dans la gestion de campagnes de communication
----	---

19	FORMATION D'ADAPTATION OBLIGATOIRE : formation aux logiciels de mise en page, formation au webmastering
----	--

20	DUREE D'AFFECTATION SOUHAITABLE DANS LE POSTE : 3 ans minimum
----	--

L'agent

Date

Signature

Le chef de service

Date

Signature