

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Définition	Conçoit et met en œuvre des actions de communication dont des événements. Développe la création, assure la qualité et la cohérence des formes et des contenus de communication
Autres appellations	<ul style="list-style-type: none"> • Assistant ou assistante de communication • Chargé ou chargée d'information et de communication • Chargé ou chargée de relations publiques • Chargé ou chargée de communication interne • Assistant ou assistante de communication interne • Chargé ou chargée des relations presse
Correspondances avec les autres répertoires	<ul style="list-style-type: none"> • ROME – E1103 : <u>Communication</u> • RIME – FP2COM04 : <u>CHARGÉE/CHARGE DE LA COMMUNICATION EVENEMENTIELLE ET/OU RELATION PUBLIQUES</u> – FP2COM02 : <u>CHARGÉE/CHARGE DE COMMUNICATION</u> • FPH – 45R20 : <u>Chargé(e) de communication</u>

PROXIMITÉ ENTRE MÉTIERS

Métiers proches	<ul style="list-style-type: none"> • Chargé ou chargée de publication • Chef ou cheffe de projet communication numérique • Chargé ou chargée de création graphique
Métiers envisageables	<ul style="list-style-type: none"> • Directeur ou directrice de la communication • Chargé ou chargée du développement touristique

CONTEXTE D'EXERCICE

Facteurs d'évolution	<p>Évolutions relatives aux politiques publiques, au cadre institutionnel et réglementaire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing territorial <p>Évolutions socio-économiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demande croissante de la population en matière d'information et de participation à la vie publique (concertation) <p>Évolutions organisationnelles et managériales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication interinstitutionnelle • Communication concertée • Développement des outils de communication interne • Développement de la communication numérique et de l'usage des réseaux sociaux dans les stratégies de communication
Types d'employeurs et services d'affectation	<ul style="list-style-type: none"> • Commune, département, structure intercommunale, région • Rattaché à la direction de la communication
Conditions d'exercice	<p>Conditions générales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Travail en bureau, déplacements fréquents

	<ul style="list-style-type: none"> • Horaires irréguliers avec amplitude variable en fonction des obligations professionnelles • Rythme de travail souple • Obligation de réserve • Disponibilité
Relations fonctionnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Échanges fréquents avec les élues et élus et le responsable de la communication ou la direction générale des services • Relations constantes avec l'ensemble des services • Relations avec l'ensemble des partenaires économiques, sociaux et culturels de la collectivité • Échanges avec les prestataires de services (graphistes, imprimeurs, etc.)
Spécialisations	<ul style="list-style-type: none"> • Selon la taille et l'organisation de la collectivité, encadrement d'une équipe, d'un service • Selon la taille de l'organisation, spécialisation possible sur attaché ou attachée de presse, chargé ou chargée des projets et de la communication numérique, chargé ou chargée de la communication événementielle

CORRESPONDANCES STATUTAIRES

Cadres d'emplois indicatifs	<ul style="list-style-type: none"> • Attachées et attachés territoriaux (catégorie A, filière Administrative) • Rédacteurs et rédactrices territoriaux (catégorie B, filière Administrative)
Condition d'accès	<ul style="list-style-type: none"> • Concours externe et interne avec conditions de diplôme et/ou examen d'intégration en fonction du cadre d'emplois, concours troisième voie

ACTIVITÉS ET COMPÉTENCES TECHNIQUES

ACTIVITÉS

- › Contribution à l'élaboration de la stratégie de communication de la collectivité, d'un pôle ou service
- › Organisation d'actions de communication et de relations publiques
- › Conception et/ou réalisation de produits de communication
- › Production de contenus
- › Développement des relations avec la presse et les médias

COMPÉTENCES ASSOCIÉES

SAVOIR-FAIRE

- › Contribution à l'élaboration de la stratégie de communication de la collectivité, d'un pôle ou service
 - Participer à l'évaluation des besoins de communication de la collectivité
 - Participer à l'élaboration et au développement d'une stratégie de communication
 - Contribuer à l'analyse des besoins de communication de la collectivité
 - Participer à la mise en œuvre des projets et outils de communication interne (Intranet, publications internes, etc.)
- › Organisation d'actions de communication et de relations publiques
 - Conduire une campagne de communication
 - Adapter la communication à la stratégie du projet
 - Organiser, gérer et évaluer des actions de communication
 - Gérer les relations publiques
- › Conception et/ou réalisation de produits de communication
 - Élaborer des supports de communication
 - Rédiger des communiqués, discours, argumentaires, etc.
 - Concevoir/réaliser un dossier de presse
 - Concevoir et organiser des actions d'information
 - Adapter les messages aux supports de communication et aux publics ciblés
 - Constituer une revue de presse
 - Gérer la relation aux professionnels de la création (brief créatif)
 - Rédiger des supports de communication interne

› Production de contenus

- Recueillir, vérifier, sélectionner et hiérarchiser les informations relatives à la vie de la collectivité afin de les diffuser en interne et en externe
- Proposer un traitement de l'information dans le cadre d'une opération de communication
- Conduire des entretiens

› Développement des relations avec la presse et les médias

- Entretenir des réseaux relationnels multiples
- Organiser les relations avec la presse et les médias
- Gérer les demandes des journalistes et de la collectivité
- Organiser la veille médias et en analyser les contenus
- Constituer un dossier de presse
- Rédiger un communiqué de presse
- Pratiquer une ou plusieurs langues étrangères

SAVOIRS

› SAVOIRS SOCIOPROFESSIONNELS

- Principaux langages de la communication (écrit, oral, événementiel, signalétique, charte graphique, multimédia, etc.)
- Ingénierie de la communication
- Techniques des « plans média »
- Outils du marketing territorial
- Méthodes d'ingénierie de projet de communication
- Techniques et outils de communication
- Notions de graphisme
- Chaîne graphique
- Outils numériques et du multimédia
- Méthodes de recueil de l'information (entretiens, réunions, enquêtes, reportages, etc.)
- Méthodes de traitement de l'information
- Techniques rédactionnelles (papier, web, etc.)
- Environnement professionnel de la communication
- Modes de fonctionnement et organisation des médias
- Modes de relation avec les annonceurs

› SAVOIRS GÉNÉRAUX

- Environnement institutionnel et partenaires locaux
- Évolutions du cadre réglementaire des politiques publiques (décentralisation, déconcentration, concentration, intercommunalité, etc.)
- Techniques de conduite de réunion
- Techniques et outils de diffusion (mailings, fichiers, etc.)
- Principes et méthodes de la communication de crise
- Langues étrangères

ACTIVITÉS SPÉCIFIQUES

- Gestion de la communication interne

ACTIVITÉS TRANSVERSES

AIDE À LA DÉCISION ET ASSISTANCE	› Conseil, appui technique et organisationnel
CONCEPTION ET CONDUITE DE PROJET	› Maîtrise d'ouvrage de programmes et de projets › Maîtrise d'œuvre de projets
ÉTUDE ET VEILLE	› Veille et observation sectorielle
ORGANISATION ET ENCADREMENT	› Management de proximité
GESTION ADMINISTRATIVE, JURIDIQUE, COMMANDE PUBLIQUE	› Mise en œuvre et suivi administratif, juridique, commande publique

GESTION BUDGÉTAIRE ET
FINANCIÈRE

› Élaboration, suivi, contrôle budgétaires et financiers

GESTION DES RESSOURCES
HUMAINES

› Gestion administrative des ressources humaines

ÉVALUATION - QUALITÉ - CONTRÔLE

› Organisation et mise en œuvre de dispositifs d'évaluation et de démarches qualité
› Contrôle de la qualité des services rendus

[VOIR LE DÉTAIL DES ACTIVITÉS DANS LE RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS TRANSVERSES](#)