

**FICHE DE POSTE**  
**Concours 2025****Responsable de la communication institutionnelle et interne****ETABLISSEMENT** : Université de Lorraine**SERVICE ou U.F.R.** : Direction de la Communication**VILLE** : Nancy**AFFECTATION MULTI-SITES POUR L'AGENT** :  OUI /  NON (l'agent exerce son activité *a minima* sur 2 sites distincts)

Si oui, les citer : Metz et Nancy

**IDENTIFICATION DU POSTE****Nature du concours** : externe**Corps** : ITRF : IGE**Branche d'Activité Professionnelle (BAP)** : F**Emploi-type de rattachement (REFERENS)** : F2B49 – Chargé-e de communication**Catégorie (CATEGORIE : A, B ou C)** :  A /  B /  C**IFSE** : IGE G3**Numéro de poste (obligatoire)** : 69005F**Quotité de travail** (exprimée en %) : 100%**Encadrement** :  OUI /  NON

Si oui, préciser le nombre d'agents encadrés et leur répartition par catégories :

- **Encadrement direct** : 2 agents  A /  B /  C
- Encadrement indirect :  A /  B /  C

**PRESENTATION GENERALE****Description de la structure d'affectation :**

La direction de la communication est rattachée à la présidence de l'université et à la direction générale des services. Elle définit et met en œuvre la stratégie globale de communication de l'établissement en lien avec le projet d'établissement.

La direction de la communication joue un rôle transversal, son rôle est de :

- Diffuser l'ensemble des informations utiles aux missions des services et composantes ainsi qu'aux étudiantes et aux étudiants (communication interne) ;
- Et dans le même temps promouvoir l'image de l'établissement et accroître la notoriété des formations et de la recherche auprès des partenaires et du grand public (communication externe).

Elle assure ainsi sa mission pour et à destination de plus de 60 000 étudiants, 7 000 personnels dont près de 4 000 enseignant-es-chercheur-es et auprès du grand public et des partenaires.

Pour se faire, l'équipe de la direction de la communication s'appuie sur :

- Une équipe dynamique de 25 agents permanents en 2024 organisée en 4 pôles;
- Une organisation décentralisée : un réseau de plus de 100 communicants répartis dans certaines directions opérationnelles et les composantes de formation et de recherche.

**Description du poste :**

Intégré.e au Pôle marque, institutionnel et transverse, le ou la Responsable de la communication institutionnel et interne assure la gestion des événements institutionnels de l'Université de Lorraine, notamment l'organisation et la communication autour des cérémonies et autres moments-clés de l'établissement. Il/Elle est également responsable de la mise en œuvre de la communication interne et institutionnelle, en concevant et supervisant divers supports de communication (print, web, vidéo). Il/Elle anime et coordonne le réseau des communicants de l'université, "Beecom", en proposant des ateliers et des moments d'échange sur les métiers de la communication. Le ou la Responsable de la communication institutionnel et interne encadre deux agents de catégorie B au sein du Pôle Marque, institutionnel et transverse de la Direction de la communication.

**DETAIL DES MISSIONS ET ACTIVITES**

**Activités principales :**

**Mission 1 : Assurer la gestion des événements institutionnels :**

- Organiser des événementiels institutionnels relatifs à des moments particuliers de la vie de l'université en lien avec les services concernés : Cérémonie des vœux, de Docteur Honoris Causa, des Palmes académiques, de départs à la retraite, journée d'accueil des nouveaux personnels, Cérémonie des docteurs, inaugurations officielles institutionnelles, célébrations ou anniversaires...
- Programmer et réaliser la communication en amont (affiches, invitations, articles en ligne...) et en aval des opérations (synthèses, retour sur les événements...);
- Rechercher des concepts voire des lieux innovants en lien avec les services internes, les agences et les prestataires chargés de réaliser les événements;
- Valoriser ces moments institutionnels au moment de leur réalisation (web, presse et réseaux sociaux).

**Mission 2 : Mettre en œuvre la communication institutionnelle et interne :**

- Faire évoluer et/ou concevoir de nouveaux supports de communication institutionnelle externes ou internes (identité graphique, rapports d'activité, chiffres-clés, plaquettes ou brochures de présentation, cartes de vœux, goodies, gamme de produits de la boutique en ligne...);
- Superviser les phases de conception et de fabrication des différents supports de communication (agences de communication, agences digitales, imprimeurs...);
- Assurer la notoriété, valoriser ou accompagner des actions de communication des services supports internes à l'université (DADRH, DMGRH, DLI, DPSE, DN) sur les outils de communication institutionnels : appui éditorial, création de supports de communication print, web, vidéo, réaliser la newsletter en direction des personnels hebdomadaires de l'université...
- Réaliser des interviews auprès des différentes catégories de personnel, faire des reportages thématiques, afin de valoriser les métiers et les réussites internes de l'université.
- Assurer la mise à jour des organigrammes fonctionnels et hiérarchiques de l'établissement en lien avec la DAPEQ.

**Mission 3 : Animer « Beecom », le réseau des communicants de l'Université de Lorraine :**

- Faire circuler de l'information métier en direction du réseau (événements, webinaires, offres d'emploi ou de stages);
- Rassembler le réseau à l'occasion d'événements dans l'année autour de l'image et des valeurs de l'Université de Lorraine;
- Proposer et organiser des ateliers ou des formations métier en direction du réseau.

**Mission 4 : Manager deux agents intégrés au Pôle Marque, institutionnel et transverse de la Direction de la communication** (assistantat communication, veille presse et revue de presse, photothèque, formulaire de contact sur le site web de l'université) :

- Organiser le fonctionnement et coordonner les activités des deux agents au sein du pôle
- Animer l'équipe, coordonner et hiérarchiser les activités
- Assurer la diffusion de l'information des deux agents au sein du pôle
- Participer à la modernisation des processus et procédures
- Assurer la mise en œuvre d'une démarche qualité

## COMPETENCES LIEES AU POSTE

### Connaissances :

- Maîtrise de la communication publique et institutionnelle ;
- Conseils techniques, organisationnels, financiers en préalable à un événement institutionnel ou de communication interne ;
- Maîtrise du management fonctionnel (nombreuses parties-prenantes) ;
- Maîtrise des outils numériques : bonne culture web et goût pour les médias sociaux ;
- Maîtrise des techniques rédactionnelles journalistiques ;
- Maîtrise des différentes étapes liées à l'édition de supports « print » et « web ».
- Techniques de management

### Compétences opérationnelles :

- Parfaite maîtrise de la langue française ;
- Excellentes qualités rédactionnelles et de communication et notamment maîtrise des techniques de l'écriture et d'illustration sur le web ;
- Maîtrise des plateformes de gestion de contenu (CMS) et suite créative Adobe ;
- Rigueur et sens méthodologique et organisationnel dans le suivi des différents projets et budgets ;
- Polyvalence, dynamisme, esprit de synthèse, sens de l'innovation et créativité ;
- Maîtrise de l'anglais apprécié ;
- Encadrer / Animer une équipe.

### Compétences relationnelles :

- Sens du travail en équipe pour dialoguer positivement en interne avec l'ensemble des services concernés et capacité à travailler en mode projet ;
- Rigueur pour assurer un suivi des actions et un reporting efficace ;
- Aisance relationnelle : sens du relationnel et de la communication ;
- Discrétion, confidentialité et respect des processus de décisions ;
- Leadership et motivation : savoir inspirer et motiver son équipe, en donnant des directives claires tout en encourageant l'autonomie et le développement personnel de chaque membre.
- Communication efficace : être capable d'écouter activement, d'exprimer des attentes précises, et de fournir des retours constructifs pour favoriser la collaboration et la résolution rapide des problèmes.

## TENDANCE D'EVOLUTION DU METIER

Il s'agit d'identifier les facteurs clés d'évolution des métiers puis de renseigner l'impact qualitatif sur le métier car il se déduit des facteurs clés retenus

### Facteurs d'évolution connus du métier par le responsable hiérarchique direct :

Digitalisation accrue : l'essor des outils numériques et des plateformes de communication (réseaux sociaux, intranet, newsletter, vidéos, etc.) modifie les stratégies et les canaux de diffusion. Il est crucial de maîtriser ces outils pour rester pertinent.

Montée en puissance de la communication de crise : les crises (sanitaires, sociales, environnementales) et leur gestion rapide via des outils digitaux imposent une agilité dans la manière de communiquer et une capacité à anticiper les risques.

Exigence de transparence et de responsabilité sociale : les organisations sont de plus en plus sollicitées pour rendre des comptes sur leurs actions, renforcer leur engagement en matière de responsabilité sociétale et environnementale (RSE) et s'adresser à un public interne et externe en quête de sens.

Personnalisation des messages : les attentes des publics cibles (personnels, partenaires, étudiants) se diversifient, exigeant des messages plus ciblés et individualisés, souvent via des technologies comme le marketing.

Collaboration interservices : le rôle de chargé.e de communication s'étend à des collaborations transversales avec d'autres services ou directions internes pour aligner les stratégies de communication avec les besoins internes.

Nouveaux formats de communication et Intelligence Artificielle (IA) : avec la montée des podcasts, des vidéos courtes et des contenus immersifs (réalité virtuelle ou augmentée) ainsi que de l'IA, le/la chargé.e de communication doit adapter ses compétences pour exploiter ces nouveaux formats.

**Impacts éventuels sur le métier, les missions et/ou compétences de l'agent connus par le responsable hiérarchique direct :**

En lien avec les facteurs d'évolution du métier, cette rubrique vise à anticiper les nouvelles activités et les compétences associées qui seront requises à moyen terme pour mener à bien les missions.

Gestion de la communication de crise en temps réel

Création et diffusion de contenus multimédias innovants

Automatisation et personnalisation des messages

Renforcement de la stratégie de responsabilité sociale (RSE)

Communication inclusive et éthique

Community management et e-réputation

Analyse des données générées par les campagnes de communication (trafic web, interactions sur les réseaux sociaux) pour ajuster les stratégies et maximiser l'impact.

Gestion de projet agile

Ces évolutions exigeront une combinaison de compétences techniques (digitales, analytiques) et de compétences comportementales (agilité, éthique) pour répondre aux nouveaux défis de la communication institutionnelle et interne.

**PERIMETRE DU POSTE - RELATIONS FONCTIONNELLES**

X Travail plutôt seul

X Travail plutôt en équipe

X Travail régulièrement au contact du public / des usagers

**Partenaires (internes/externes)**

Partenaires internes fonctions, structures ou services (limités aux 3 principaux)

| <i>Liens avec d'autres postes ou services</i>                         | <i>Nature du lien (travail collaboratif et journalier / échange hebdomadaire/ mensuel, collaboration ponctuelle)</i> |
|---|--|
| Direction de la Communication   | <b>Quotidien</b>   |
| Directions opérationnelles, Cabinet du Président, Direction Générale. | <b>Quotidien</b>   |
| Correspondants communication des composantes et des EPST              | <b>Régulier</b>  |

Partenaires externes :

| <i>Liens avec d'autres partenaires de l'UL</i> | <i>Nature du lien (travail collaboratif et journalier / échange hebdomadaire/ mensuel, collaboration ponctuelle)</i> |
|--|--|
| Prestataires externes                          | <b>Régulier</b>  |

**INDEMNITES SPECIFIQUES LIEES A LA FONCTION :**

**Fonction reconnue par l'établissement comme ouvrant droit à la NBI :**  Oui  Non

Si oui, précisez le nombre de points attribués à la fonction :

**IPAGE :**  Oui  Non

Si oui, à quel titre :

*Le poste sur lequel vous candidatez est susceptible d'être situé dans une « zone à régime restrictif » au sens de l'article R 413-5-1 du code pénal. Si tel est le cas, votre nomination et/ou votre affectation ne pourront intervenir qu'après autorisation d'accès délivrée par le chef d'établissement, conformément aux dispositions de l'article 20-4 du décret n°84-431 du 6 juin 1984*