

## PROFIL DE POSTE

Référence de l'annonce : DIRCOM-CDI-2024-03

Poste ouvert aux personnes en situation de handicap

### POSTE

<b>Poste</b>	<i>Social medias manager</i>
<b>Catégorie</b>	2
<b>Emploi repère</b>	Chargé.e de mission
<b>Type de contrat</b>	CDI de droit public à plein temps. Détachement fonction publique d'Etat, Territoriale ou Hospitalière possible
<b>Motif</b>	Remplacement
<b>Rémunération</b>	Selon l'expérience et le niveau de formation par référence aux grilles indiciaires des agences sanitaires, en application du décret n° 2003-224 du 7 mars 2003, ou selon statut particulier si fonctionnaire.
<b>Prise de fonction</b>	Dès que possible
<b>Renseignements</b>	Sur le poste : Stéphanie Champion, Responsable de l'unité Valorisation presse à la DIRCOM – tél : 01 41 79 67 48 Sur le recrutement : MC Morel, Chargée du recrutement et de la mobilité à la DRH – tél : 01 41 79 68 28

### LOCALISATION GEOGRAPHIQUE

<b>Adresse</b>	Le siège de l'agence est situé à Saint-Maurice (94). L'agence dispose d'implantations régionales auprès des agences régionales de la santé. Localisation du poste : Site de Saint-Maurice (siège) : 12 rue du Val d'Osne à Saint-Maurice (94)
----------------	--

### PRESENTATION DE L'AGENCE

Santé publique France est l'agence nationale de santé publique française. Etablissement public de l'Etat sous tutelle du ministre chargé de la santé, créé par l'ordonnance 2016-246 du 15 avril 2016, elle intervient au service de la santé des populations. Agence scientifique et d'expertise du champ sanitaire, elle a pour missions :

- 1° L'observation épidémiologique et la surveillance de l'état de santé des populations ;
- 2° La veille sur les risques sanitaires menaçant les populations ;
- 3° La promotion de la santé et la réduction des risques pour la santé ;
- 4° Le développement de la prévention et de l'éducation pour la santé ;
- 5° La préparation et la réponse aux menaces, alertes et crises sanitaires ;
- 6° Le lancement de l'alerte sanitaire.

Santé publique France est dirigée par une directrice générale, assistée d'une directrice générale adjointe, d'une directrice scientifique et d'une directrice de cabinet. L'Agence est organisée autour de quatre conseils (Conseil d'Administration, Conseil scientifique, Comité d'Ethique et de Déontologie et Comité d'orientation et de dialogue), de directions scientifiques et transversales, et de directions assurant le support et le soutien à l'activité. L'Agence dispose d'implantations régionales (Cellules régionales) auprès des agences régionales de la santé.

Son programme de travail, arrêté par son Conseil d'administration, s'articule autour de 6 enjeux : Numérique en santé publique ; Santé environnementale et changement climatique ; Santé au travail ; Fardeau des maladies et de leurs déterminants, efficacité des interventions et retour sur investissement de la prévention ; Stratégie de prévention, marketing social et approche par populations ; Inégalités sociales, vulnérabilités territoriales.

### AFFECTATION

**Direction:** Direction de la communication (DIRCOM)  
**Unité / Pôle :** Unité de valorisation presse et réseaux sociaux  
**Missions / Contexte :**

L'Unité de valorisation presse et réseaux sociaux est rattachée à la Direction de la communication et du dialogue avec la société de Santé publique France. Sa mission principale est de définir la stratégie de relation presse et réseaux sociaux de l'agence, en lien avec l'Unité de valorisation institutionnelle, l'Unité de valorisation scientifique, la Direction de la communication et la Direction générale.

L'unité pilote les relations avec les médias, informe les décideurs / relais d'opinion, via Internet et les réseaux sociaux, accompagne la Direction générale dans ses relations publiques, prépare des éléments de langage/outils presse et les plans de rayonnement sur les réseaux sociaux, en routine, ou en urgence.

Elle a la double mission d'anticiper les sujets émergents, par un travail de veille interne (valorisation institutionnelle et scientifique, production et diffusion aux médias de bulletins de veille et de surveillance, notamment lors des épidémies) et externe (identifier les débats publics et les opportunités de prise de parole).

L'unité anime et coordonne les relations avec les médias (veille et surveillance, campagnes de communication, études, rapports, actions régionales, situation d'urgence ou de crise...) :

- Elle accompagne la bonne appréhension des productions et interventions de Santé publique France en produisant des contenus adaptés aux canaux de diffusion
- Elle assure la production de contenus, la publication et l'animation des réseaux sociaux
- Elle gère l'image de l'agence sur les médias sociaux et digitaux

A cet égard, l'unité produit des éléments de compréhension et de décryptage sur l'ensemble des sujets dont l'agence est en charge, en les resituant si besoin dans un contexte d'actualité.

Elle a également pour mission d'accueillir, de programmer, d'accompagner toute prise de parole, écrite, orale ou filmée, en adéquation avec les canaux de diffusion retenus

A la croisée des chemins entre la valorisation institutionnelle et la vulgarisation scientifique, cette unité porte les positions de l'agence auprès des publics externes. A ce titre, elle joue un rôle de premier ordre lors des prises de parole de la Direction générale et des portes paroles, qu'elle anticipe et accompagne. Elle est également un acteur majeur de la réponse aux crises sanitaires,

## DESCRIPTION DU POSTE

### Missions

*Pour ne pas alourdir le texte, nous nous conformons à la règle qui permet d'utiliser le masculin avec la valeur de neutre.*

Au sein de l'unité de valorisation presse et réseaux sociaux, le social médias manager aura pour mission de gérer les relations - on line et off line - de Santé publique France, les influenceurs du digital, en vue d'accroître l'accessibilité et la bonne assimilation de ses productions et de ses messages de santé publique. Il animera les communautés digitales pour créer de l'engagement et les développer.

Il participera à la définition et à l'élaboration de la stratégie « média » de l'Agence et en assurera la mise en œuvre ainsi que le suivi.

**Activités :** A titre principal, sous l'autorité de la responsable du service, Il sera chargé des activités suivantes :

### Conception et mise en œuvre d'une stratégie de social media

- Proposer et déployer une stratégie de social media pour l'agence, en lien avec les autres unités de la direction de la communication, dans l'objectif d'optimiser sa visibilité sur les media sociaux, d'accroître ses communautés et leur engagement
- Proposer une ligne éditoriale adaptée aux différents réseaux par sa connaissance des communautés et des usages et garantir sa cohérence.
- Identifier les leaders d'opinion et les communautés ayant des intérêts partagés avec l'agence
- Assurer la croissance en ligne grâce à la détection et valorisation des contenus qui génèrent de l'engagement
- Etre force de proposition sur l'utilisation de nouveaux formats en fonction des usages de chaque plateforme
- Réaliser techniquement les outils de communication adaptés aux codes des réseaux sociaux (infographies, vidéos...) et assurez la coordination de leur production
- Optimiser la e-réputation de l'agence sur les réseaux sociaux et en assurer le monitoring en continue
- Définir les indicateurs de performance, analyser les performances des actions engagées et proposer des plans d'actions

### Reporting

- Assurer le reporting de son activité : rapports analytiques hebdomadaires et mensuels (évaluation de l'engagement, identification, suivi et analyse d'indicateurs et des statistiques d'audience des comptes.)
- Suivre les performances des actions mises en place afin de faire évoluer la qualité des contenus produits et d'identifier les leviers d'optimisation

## Veille

- Assurer une veille médiatique et réseaux sociaux quotidienne sur les thématiques portées par l'agence et les sujets d'intérêt pour elle
- Identifier les sujets sensibles
- Alerter les directions concernées des réactions négatives ou hostiles et proposer un plan d'action
- Assurer une veille continue des tendances d'animation en matière de réseaux sociaux et de communication

## PROFIL DE RECHERCHE

<b>Niveau / Diplôme</b>	Formation supérieure (master 1 ou plus) dans le domaine du marketing digital, communication
<b>Expérience</b>	Expérience confirmée d'au moins 5 ans dans le domaine de la communication digitale : pilotage de comptes sociaux, veille en ligne, productions de contenus pour les réseaux sociaux, animation de communautés.
<b>Aptitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Connaissance des réseaux sociaux de leurs usages et aptitude à suivre leurs évolutions</li><li>- Capacité à maîtriser rapidement un écosystème digital, à définir des plans d'actions sur la base d'orientations stratégiques</li><li>- Capacité à analyser les performances de ses actions et les retranscrire sur des reportings.</li><li>- Maîtrise des outils de statistiques et de social management, (Brandwatch et Hootsuite)</li><li>- Parfaite maîtrise de la langue française et des techniques d'expression sur les réseaux sociaux et le web, excellentes qualités rédactionnelles</li><li>- Maîtrise des logiciels de création de contenu (Canva et Pitchy)</li><li>- Lecture et compréhension de la littérature scientifique</li><li>- Capacité de synthèse écrite - écriture rapide et sens de la vulgarisation scientifique</li><li>- Expérience de la gestion de crises médiatiques</li><li>- Capacité à gérer différents sujets / dossiers en même temps et à travailler dans l'urgence</li><li>- Rigueur dans l'organisation des actions de communication et le suivi des demandes médias</li><li>- Aisance relationnelle et capacité à travailler en équipe pluridisciplinaire et à développer des relations avec différents types d'interlocuteurs (prestataires, institutions, associations, experts, etc.) ;</li></ul>

## POUR POSTULER

Adresser les candidatures (lettre de motivation + cv) en indiquant la référence de l'annonce par courriel : [recrut@santepubliquefrance.fr](mailto:recrut@santepubliquefrance.fr)