



FICHE DE POSTE

Régie de l'Eau Bordeaux Métropole

Les enjeux de l'eau sont essentiels et majeurs pour l'avenir et le développement de la Métropole de Bordeaux. Bordeaux Métropole a donc souhaité que les services publics de l'eau soient gérés dans un objectif d'intérêt général. Cette gestion publique de l'eau permet une pleine maîtrise du service, du fonctionnement à l'investissement, sur le court comme le long terme avec trois grands enjeux majeurs : une transparence et une maîtrise du prix de l'eau, une gestion durable de la ressource et une gestion publique de l'eau au cœur des politiques territoriales métropolitaines. Une entreprise publique a donc été créée, la « Régie de l'Eau Bordeaux Métropole » qui exploitera à partir du 1er janvier 2023 le service de l'eau potable et à compter du 1er janvier 2026 le service de l'assainissement collectif.

Intitulé du poste : Directeur/trice Communication H/F

CADRE GENERAL

Direction : Direction Communication
Rattachement hiérarchique : Directeur Général
CSP : Cadre
Affectation géographique : Bordeaux
Temps de travail : Temps plein

MISSIONS

Rattaché directement au Directeur Général vous êtes en charge de valoriser l'identité et l'image de marque interne et externe de la Régie de l'Eau Bordeaux Métropole. Vous élaborez la stratégie de communication en accord avec la direction, définissez les actions de communication, pilotez les projets et leur mise en œuvre et gérez le budget afférent.

Activités principales :

Définition de la stratégie de communication

- Recueillir les informations stratégiques liées au développement de l'entreprise auprès de la direction générale (gouvernance, projet d'entreprise, projet managérial...).
- Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en matière d'image, de visibilité, de message et définir le plan de communication annuel.
- Coordonner la stratégie et les actions de communication de la Régie de l'Eau avec le service communication de Bordeaux Métropole
- Assurer un rôle de conseil auprès de la direction générale sur l'évolution de l'identité et du positionnement de marque en interne et en externe.
- Élaborer la stratégie événementielle et de relations publiques.
- Identifier et valoriser le travail réalisé au sein des directions opérationnelles de l'entreprise (commerciale, marketing, ressources humaines, informatique...).

- Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle de l'entreprise (segmentation des cibles des messages, choix des canaux d'information...).

Organisation, déploiement et coordination opérationnels des actions de communication

- Conseiller et accompagner la direction générale dans le cadre de sa réflexion stratégique et des actions ponctuelles (communication de crise, rôle de porte-parole...).
- Définir des plans de communication en articulation avec les actions de communication de Bordeaux Métropole
- Valider les déclinaisons du plan de communication sous ses différents aspects et supports : communication interne, externe (relations publiques, relations presse...), institutionnelles (rapport annuel...), digitale (sites internet, réseaux sociaux...).
- Superviser la création de supports destinés aux différents publics de l'entreprise, internes et externes (brochures, plaquettes, kits, affiches, dossiers et communiqués de presse, newsletters, vidéos, podcast...).
- Veiller à la cohérence de l'image de l'entreprise sur l'ensemble des déclinaisons de la communication et des supports (éditorial, Web, Intranet, événements, médias, réseaux sociaux).
- Développer des moyens, réseaux, actions et outils innovants permettant d'assurer la visibilité de l'entreprise et de maximiser les messages de communication.
- S'occuper de l'organisation de manifestations et d'événements internes ou externes destinés aux clients, aux collaborateurs ou au personnel de l'entreprise
- Développer un réseau de contacts de journalistes pour favoriser les retombées/relancer les journalistes et les supports presse (écrite, radio, TV, Internet) lors des opérations organisées

Pilotage, évaluation et optimisation

- Élaborer, planifier et gérer le budget de communication annuel.
- Définir, mettre en place et suivre une politique d'évaluation des actions de communication à travers des indicateurs de performance (études, enquêtes de satisfaction, données de trafic web, mentions sur les réseaux sociaux, calcul de retour sur investissement).
- S'assurer de la qualité stratégique des actions de communication et de leur cohérence avec la stratégie globale.
- Optimiser ou actualiser les process existants afin d'améliorer le fonctionnement du service de communication.

Management des équipes de la communication

- Animer et encadrer les équipes
- Favoriser le développement des compétences au sein des équipes

Veille

- Assurer une veille média sur les retombées presse concernant la Régie.

- Effectuer un travail de veille stratégique (politique de communication, actions de communication...).
- Se tenir informé des évolutions technologiques et des nouvelles tendances dans son domaine d'activité.

COMPETENCES	
<u>Générales</u>	<u>Spécifiques</u>
<p>Savoir (compétences théoriques) Formation de niveau Bac +5 (master en communication, école spécialisée, ...)</p>	
<p>Savoir-faire (compétences pratiques techniques) Maîtrise des différents aspects de la communication (institutionnelle, externe, interne, RP, communication de crise...) et de leurs contraintes</p> <p>Excellente culture digitale (Internet et réseaux sociaux, publicité online, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, produits...)</p> <p>Maîtrise de la chaîne graphique et des différentes étapes liées à l'édition de supports (print et digital)</p> <p>Maîtrise du pack Office (Word, Excel, Outlook, PowerPoint)</p> <p>Maîtrise des logiciels de création et d'édition graphique (PAO : Photoshop, Illustrator, InDesign)</p>	<p>Connaissance du secteur de l'entreprise, de son positionnement, produits et services</p> <p>Maîtrise des techniques d'ingénierie et de conduite de projets</p>
<p>Savoir-être (qualités personnelles) Vision stratégique et anticipation Créativité et sens artistique Sens de l'écoute et de la communication Qualités relationnelles et diplomatie Organisation et rigueur</p>	