E1103
CHARGÉ / CHARGÉE DES RELATIONS PUBLIQUES

Emploi cadre

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Assistant / Assistante de communication
- Assistant / Assistante relations presse
- Assistant / Assistante relations publiques
- Attaché / Attachée de presse
- Chargé / Chargée de presse
- Chargé / Chargée des relations extérieures
- Chargé / Chargée des relations presse
- Chargé / Chargée des relations publiques digitales
- Conseiller / Conseillère en communication
- Conseiller / Conseillère technique en communication
- Consultant / Consultante en communication
- Consultant / Consultante en relations publiques
- Coordonnateur / Coordonnatrice des relations internationales
- Lobbyiste
- Rédacteur / Rédactrice des débats
- Responsable communication institutionnelle
- Responsable des relations extérieures
- Responsable des relations presse
- Responsable des relations publiques digitales
- Responsable du service de presse

Définition

Le Chargé des relations publiques contribue à valoriser l'image et les intérêts d'une organisation par la conception et la mise en œuvre d'actions de communication et de diffusion de l'information.

- Élabore et met en œuvre la stratégie de communication externe pour promouvoir l'image de l'entreprise
- Rédige des communiqués et dossiers de presse pour informer et influencer les médias
- Organise des événements, conférences et rencontres pour renforcer les relations avec les publics cibles
- Gère les crises en communiquant de manière efficace pour protéger la réputation de l'organisation
- Développe et entretient des réseaux de contacts influents dans les médias, l'industrie et les institutions
- Analyse les retombées médiatiques et ajuste les stratégies de communication en conséquence

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un niveau Bac + 5 dans le domaine de la communication, des sciences politiques ou des relations internationales.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication
- Licence mention information-communication
- Licence pro mention communication et valorisation de la création artistique
- Licence pro mention métiers de la communication : chef de projet communication
- Licence pro mention métiers de la communication : publicité
- Licence pro mention métiers de la communication : événementiel
- Diplôme supérieur en affaires internationales, négociation et géopolitique
- Master mention culture et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Adapter les stratégies aux différentes plateformes et audiences — Transition numérique
- Développer un réseau, relancer les journalistes et les supports presse (écrite, radio, TV, Internet) lors des opérations de communication
- Définir une stratégie e-influence et e-réputation — Transition numérique
- Réaliser le bilan des actions de communication
- Evaluer l'impact des campagnes de communication sur le public cible
- Adapter une campagne promotionnelle à une cible ou un produit
- Effectuer un travail de veille stratégique et concurrentielle (positionnement, politique de communication, actions de communication...)

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Réaliser des actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information
- Superviser la production de contenu multimédia — Transition numérique
- Rédiger et diffuser des communiqués de presse
- Organiser une conférence de presse
- Gérer les crises de communication en temps réel

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Analyser le contexte d'un client dans toutes ses dimensions pour identifier ses enjeux, risques et cibles
- Accompagner un client tout au long d'une campagne de relations publiques
- Développer des réseaux d'influence
- Assurer la modération des commentaires liés à la e-réputation de la structure ou entreprise — Transition numérique
- Optimiser les campagnes pour maximiser le retour sur investissement
- Superviser la création de matériel promotionnel
- Représenter et mettre en valeur l'image de l'entreprise
- Mener une campagne d'e-mailing

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en matière d'image, de visibilité, de message
- Promouvoir la culture d'entreprise et ses valeurs
- Définir une ligne éditoriale
- Etablir des règles de communication externe
- Rédiger un message adapté à un support de communication (presse, radio, télévision, web)
- Organiser des événements de communication interne et externe
- Représenter sa structure ou son service lors d'un événement ou auprès d'instances de décision
- Gérer les relations avec les médias, les partenaires et les autres services
- Utiliser les outils digitaux (communication, applications, objets connectés) — Transition numérique
- Faciliter la communication interne et externe
- Contrôler la conformité des données
- Utiliser des outils CRM pour gérer les interactions clients
- Organiser des sessions de brainstorming pour des idées de contenu

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Promouvoir l'image de l'entreprise sur les réseaux sociaux — Transition numérique
- Travailler en groupe, en réseau
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Collaborer avec les équipes marketing
- Gérer les imprévus, aléas et les changements de dernière minute
- Savoir gérer plusieurs projets ou activités simultanément

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Evaluer les risques liés aux différentes stratégies

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Gérer les budgets opérationnels
- Négocier des contrats avec des plateformes de diffusion

Savoir-être professionnels

- Etre force de proposition
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Inspirer, donner du sens
- Faire preuve de réactivité

Savoirs

Domaines d'expertise

- Stratégies de communication digitale
- Méthodes et outils de résolution de problèmes
- Maîtrise des outils informatiques et numériques métier

Normes et procédés

- Droit de l'information
- Normes rédactionnelles
- Réseaux stratégiques d'information

Techniques professionnelles

- Techniques de gestion de l'image publique
- Techniques de rédaction pour la presse
- Techniques de communication et de négociation
- Organisation d'événements thématiques

Produits, outils et matières

- Documents (catalogue, revue de presse, ...)

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- En contact avec du public
- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

- Travail en horaires décalés
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)
- Salarié secteur public

Types de structures

- Entreprises et milieux professionnels
- Organisme public
- Industrie pharmaceutique

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Industries

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail