E1109
DIRECTEUR / DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION

Emploi cadre

Emploi stratégique pour la Transition écologique

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe de projet communication digitale
- Chef / Cheffe du service d'information et de communication
- Directeur / Directrice d'agence de communication (50 salariés ou plus)
- Directeur / Directrice de la communication institutionnelle
- Directeur / Directrice marketing et communication
- Responsable communication digitale
- Responsable communication interne et externe
- Responsable de communication en entreprise
- Responsable de communication externe
- Responsable de communication interne
- Responsable de l'information et de la communication
- Responsable de la communication
- Responsable des relations internes

Définition

Le Directeur de la communication supervise et coordonne toutes les activités liées à la communication interne et externe de l'entreprise.

- Définit et met en œuvre la stratégie de communication pour promouvoir l'image de l'entreprise
- Supervise la création de contenus et gère les relations avec les médias
- Coordonne les campagnes de communication digitale et traditionnelle
- Analyse les retombées des actions de communication et ajuste les stratégies en conséquence
- Gère et encadre l'équipe de communication
- Collabore avec les autres départements pour assurer la cohérence des messages

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un niveau Bac + 5 dans le domaine de la communication.

Certifications et diplômes :

- Diplôme d'études supérieures en communication et média
- Mastère spécialisé direction marketing et digital
- Mastère spécialisé manager marketing et communication
- Mastère spécialisé marketing et communication
- Mastère spécialisé marketing management et digital
- Manager marketing digital (MS)
- Master mention culture et communication
- Mastère spécialisé études et décision marketing
- Manager marketing et communication (MS)
- MSc marketing
- Doctorat information communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir le plan de communication annuel
- Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en matière d'image, de visibilité, de message
- Valider les déclinaisons du plan de communication sous ses différents aspects et supports : communication interne, externe, corporate, digitale
- Maîtriser les différents aspects de la communication (corporate, externe, interne, RP, communication de crise) et de leurs contraintes

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Elaborer, planifier et gérer le budget de communication annuel

Management, Social, Soin

- Animer et encadrer les équipes (chargés de communication, graphistes, journalistes, attachés de presse...)

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

Développement économique

- Mettre en oeuvre une stratégie de communication
- Mettre en place des partenariats stratégiques
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication
- Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle de l'entreprise (segmentation des cibles des messages, choix des canaux d'information...)

Savoir-faire secondaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une ligne éditoriale
- Elaborer la stratégie événementielle et de relations publiques
- 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...)
- Organiser une conférence de presse
- Gérer les crises de communication en temps réel
- Traiter les feedbacks pour améliorer la communication
- Faciliter l'intégration de solutions d'intelligence artificielle dans les projets existants Transition numérique
- Analyser les données d'audience pour améliorer les stratégies
- Développer des moyens, réseaux, actions et outils innovants permettant d'assurer la visibilité de l'entreprise et de maximiser les messages de communication Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Suivre les écarts du budget de communication par rapport au prévisionnel fixé en début d'année et assurer un reporting auprès de la direction générale
- Négocier avec des fournisseurs de services de communication
- Prendre en compte les contraintes de ressources et les nouveaux standards de durabilité dans les projets Transition écologique

Management, Social, Soin

- 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
- Former et développer les compétences des équipes

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

Développement économique

- Mobiliser une vision stratégique et d'anticipation
- Recueillir les informations stratégiques liées au développement de l'entreprise, auprès de la direction générale
- S'assurer de la qualité stratégique des actions de communication et de leur cohérence avec la stratégie globale
- Evaluer les conséquences sociales et environnementales de ses décisions et agir en cohérence avec les valeurs de l'entreprise — Transition écologique
- Définir, mettre en place et suivre une politique d'évaluation des actions de communication à travers des indicateurs de performance
- Optimiser ou actualiser les process existants afin d'améliorer le fonctionnement du service de communication
- Surveiller les tendances du marché pour ajuster les messages
- Gérer les relations avec les agences de publicité

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Agir rapidement en cas de crise de communication
- Utiliser des outils de communication numérique — Transition numérique
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Etre ouvert aux changements

Savoirs

Domaines d'expertise

- Maîtrise de la chaîne graphique et des différentes étapes liées à l'édition de supports (print et digital) — Transition numérique
- Maîtrise des procédures budgétaires, de gestion, d'analyse et de contrôle des coûts
- Eco-conception — Transition écologique
- Maîtrise du pack Office (Word, Excel, Outlook, PowerPoint)

Normes et procédés

- Droit de l'information
- Normes rédactionnelles
- Normes sociales et environnementales (RSE) — Transition écologique
- Réseaux stratégiques d'information
- Analyse des tendances médiatiques
- Techniques d'ingénierie et de conduite de projets
- Excellente culture digitale (Internet et réseaux sociaux, publicité online, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, produits...)

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

Techniques professionnelles

- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique
- Techniques éditoriales

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

Horaires et durée du travail

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

Statut d'emploi

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

Types de structures

- Industrie pharmaceutique

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Industries

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