E1112
CHARGÉ / CHARGÉE DE COMMUNICATION

Emploi stratégique pour la Transition écologique

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Chargé / Chargée de communication digitale
- Chargé / Chargée de communication externe
- Chargé / Chargée de communication interne
- Chargé / Chargée de communication on line
- Chargé / Chargée de communication scientifique
- Chargé / Chargée de communication sociale
- Chargé / Chargée de communication web

Définition

Le Chargé de communication est un acteur clé dans la stratégie de valorisation de l'image de marque d'une entreprise.

- Gère la relation avec les médias et autres partenaires de communication
- Met en œuvre et évalue la stratégie de communication interne et externe de l'entreprise
- Rédige et diffuse des contenus, garantit la visibilité numérique de l'entreprise
- Organise régulièrement des événements externes et internes à l'organisation

Accès à l'emploi

Ce métier est généralement accessible avec un niveau Bac + 3 à Bac + 5 dans le domaine de la communication.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention métiers de la communication : événementiel
- Licence pro mention communication et valorisation de la création artistique
- Licence pro mention métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse
- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication
- Licence pro mention métiers de la communication : chef de projet communication
- Licence mention information-communication
- Diplôme supérieur en marketing et communication
- Diplôme de journaliste
- Mastère spécialisé direction marketing et digital
- Mastère spécialisé manager marketing et communication
- Mastère spécialisé marketing digital et data
- Mastère spécialisé marketing et communication
- Mastère spécialisé marketing management et digital
- Mastère spécialisé stratégies digitales & data marketing
- Mastère spécialisé transformation digitale, marketing & stratégie
- Manager marketing et communication (MS)
- Manager marketing digital et communication
- Manager marketing et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Gérer les relations avec les médias, les partenaires et les autres services
- Réaliser des actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information
- Maîtriser les différents aspects de la communication (corporate, externe, interne, RP, communication de crise) et de leurs contraintes
- Organiser des manifestations et des événements internes ou externes destinés aux clients, aux collaborateurs ou au personnel de l'entreprise
- Analyser les données d'audience pour améliorer les stratégies

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

Développement économique

- Mettre en oeuvre une stratégie de communication
- Développer un réseau, relancer les journalistes et les supports presse (écrite, radio, TV, Internet) lors des opérations de communication
- Optimiser les campagnes de communication digitale — Transition numérique
- Réaliser le bilan des actions de communication
- 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) — Transition numérique

Savoir-faire secondaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Mettre en oeuvre des actions de communication
- Concevoir des supports de communication audiovisuels
- Réaliser des supports de communication multimédia
- Rédiger le contenu d'un support de communication
- Réaliser la mise à jour d'un site web — Transition numérique
- Rédiger et diffuser des communiqués de presse
- Intégrer des éléments graphiques et visuels en respectant les standards web — Transition numérique
- Organiser une conférence de presse
- Assurer le suivi des projets de communication, de la conception à la réalisation
- Optimiser les performances d'un site web — Transition numérique
- Assurer une veille technique ou artistique afin d'être force de proposition en matière d'innovation
- Surveiller les tendances du marché digital — Transition numérique

Développement économique

- Administrer un site web — Transition numérique
- Optimiser le référencement naturel (SEO) des sites web — Transition numérique
- Evaluer l'efficacité des campagnes
- Analyser les retours et ajuster les stratégies de communication
- Mettre en œuvre et appliquer la politique RSE de l'établissement — Transition écologique
- Adapter une campagne promotionnelle à une cible ou un produit
- Développer des stratégies de contenu pour différents publics
- Surveiller les tendances du marché pour rester compétitif

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Evaluer l'e-réputation d'un site web — Transition numérique
- Réaliser une revue de presse
- Concevoir des présentations pour des réunions stratégiques
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel

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

Management, Social, Soin

- Organiser des webinaires pour engager la communauté — Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Respecter les normes éthiques et légales en vigueur
- Suivre les évolutions réglementaires en matière de RSE — Transition écologique
- Prendre en compte les contraintes de ressources et les nouveaux standards de durabilité dans les projets — Transition écologique

Savoir-être professionnels

- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- Etre force de proposition
- Faire preuve de créativité, d'inventivité
- Avoir l'esprit d'équipe

Savoirs

Domaines d'expertise

- **Maîtrise de la chaîne graphique et des différentes étapes liées à l'édition de supports (print et digital)** — Transition numérique
- Stratégies de communication digitale
- Planification média — Transition numérique
- CMS (Système de gestion de contenu) — Transition numérique
- Rédaction de contenu créatif — Transition numérique
- Maîtrise des techniques de storytelling
- Logiciels d'édition multimédia — Transition numérique
- Maîtrise des logiciels de création et d'édition graphique PAO (Publication Assistée par Ordinateur) : Photoshop, Illustrator, InDesign, etc
- Maîtrise du pack Office (Word, Excel, Outlook, PowerPoint)
- Logiciels de montage photo — Transition numérique
- Outils de web analyse - web analytics — Transition numérique

Normes et procédés

- Excellente culture digitale (Internet et réseaux sociaux, publicité online, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, produits...)
- Normes rédactionnelles
- Organisation d'évènements professionnels
- Optimisation SEO pour le multimédia — Transition numérique

Techniques professionnelles

- Techniques d'interview
- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique

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

Produits, outils et matières

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

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Possibilité de télétravail
- Station assise prolongée
- 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

- Industrie pharmaceutique

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Industries

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