



Le Syndicat Mixte du Parc naturel régional du Haut-Languedoc recrute :

## Un(e) Chargé(e) de Mission « communication » pour un remplacement de congé maternité

Domaines d'activité : **Communication**

Filières : **Administrative**

Catégorie : **A**

Grade : **Attaché**

Poste à temps complet : 35 h/semaine

Lieu de travail : **Maison du Parc à Saint-Pons de Thomières (34220)** – Commune de 2157 habitants

Site : [www.parc-haut-languedoc.fr](http://www.parc-haut-languedoc.fr)

L'emploi, à temps complet (35h00/semaine), sera pourvu par voie contractuelle, dans le cadre du remplacement d'un agent indisponible en raison d'un congé maternité

Le contrat est proposé pour une durée de **8 mois (du 15 février au 15 octobre 2023)**.

**Date limite de réception des candidatures : 21 novembre 2022 – 12h00**

**Date de prise de poste souhaitée : à compter du 15 février 2023**

**-Date prévisionnelle du jury de recrutement : 06 décembre 2022-**

### FINALITE DU POSTE

Au sein d'une équipe pluridisciplinaire et directement rattaché à la Direction Générale, sous l'autorité du directeur, le (la) chargé(e) de mission met en œuvre les actions définies dans **le plan de communication institutionnelle établi** dans le cadre de la charte du Parc et **le décline** pour qu'il devienne une des composantes des actions réalisées par le Parc (notoriété du Parc et de ses actions).

Il (elle) assure **sa mise en œuvre, son adaptation éventuelle et son pilotage** grâce à sa connaissance des supports et des canaux de communication (supports papier et numériques).

Il (elle) hiérarchise les priorités d'intervention en matière de communication et adapte ses modalités d'action.

Il (elle) réalise en lien avec les chargés de mission concernés, la mise en œuvre d'actions de communication destinées à la promotion du territoire et de la Marque Parc, à destination des habitants et des visiteurs.

Il (elle) a en charge la gestion des supports numériques de communication du Parc, aussi bien pour la communication institutionnelle que pour la promotion du territoire.

Il (elle) est en lien permanent avec le Président et la Direction (lien stratégique) et l'ensemble de l'équipe (collecte et articulation des contenus).

### DESCRIPTION DES MISSIONS ET ENJEUX DU POSTE

#### Communication institutionnelle

##### - Planification des interventions :

Pour la durée de la mission, la planification des événements principaux aura été préparée en amont, il faudra intégrer les événements nouveaux ou récurrents. en déterminant :

- les actions sous forme d'un calendrier issu des actions programmées (quelles informations à quels moments) et du plan média du Parc (quels supports pour quelles cibles)
- les moyens humains et financiers nécessaires à l'accomplissement des missions.

##### - Pilotage de la communication :

Spécifiquement, pour la période concernée, au-delà des opérations de communication récurrentes (lettre numérique, animations organisées et soutenues par le Parc, réunions institutionnelles, ...), une action est attendue pour la mise en œuvre des actions des plans de communication établis pour :

- les Prériaies (mai 2023) : événement grand public pour la valorisation des prairies naturelles
- les 50 ans du Parc : communication en ligne sur la durée, événement festif grand public le 24 juin, événements institutionnels sur la durée, ...

Une implication forte est attendue dans la réalisation de l'événement du 24 juin pour les 50 ans du Parc : mise en œuvre des actions planifiées, force de proposition, participation à l'événement, etc.

De manière générale, sur le fond :

- met en œuvre, dans les délais fixés, les actions de communication et en particulier pour la période concernée : les différentes opérations de communication pour les 50 ans du Parc (supports numériques, événement du 24 juin) journal du Parc (suivi de la finalisation et de l'édition), annonce et couverture des événements institutionnels et animations proposés par le Parc, mise à jour du site internet, animation des différents supports (réseaux sociaux), etc.
- produit les contenus (texte, photos, vidéos (tournage et montage)) en les adaptant aux différents supports utilisés (papier, site internet, réseaux sociaux, etc.)
- assure la visibilité du Parc sur internet dans sa dimension institutionnelle et son programme d'actions
- assure les relations avec les médias et les services de communication partenaires
- contrôle la qualité et le respect de la charte graphique dans les prestations extérieures et les productions internes
- mesure en continu l'impact des actions de communication mises en œuvre

Sur la forme :

Le (la) chargé(e) de mission assiste et conseille les services pour :

- le choix et la mise en forme des supports de communication
- le respect de la ligne éditoriale (dans les interventions écrites et orales)
- la communication interne et externe.

## **Promotion du territoire et de la Marque Valeurs Parc**

Le (la) chargé(e) de mission développe et met en œuvre en lien avec les chargés de mission concernés des actions de promotion du territoire et de la Marque « Valeurs Parc » via les différents supports gérés par le Parc.

Il (elle) propose des contenus pour les supports gérés par des partenaires ou des prestataires.

Il (elle) propose des plans de communication adaptés (presse, radios, internet, etc.) aux objectifs spécifiques et aux budgets, avec le souci de la cohérence des différents messages et de la synergie des moyens.

Il (elle) produit des supports (textes, photos, vidéos, etc.) adaptés aux différents messages.

Il (elle) anime en lien avec les chargés de mission concernés les différents supports pour une bonne temporalité de la diffusion des informations sur les événements et actions du Parc.

Il (elle) assiste les collaborateurs en charge de l'animation des sites internet spécifiques (sites internet de la voie verte, etc.) afin d'optimiser la communication (interaction/synergie), et de les aider dans les relations avec les prestataires. Il (elle) les accompagne dans la recherche d'amélioration.

## **Conditions générales d'exercice des missions**

Les 2 missions sont articulées entre elles, afin de donner du Parc une image cohérente.

Les contenus et les lignes éditoriales des différents supports sont définis et suivis en étroite collaboration avec la direction et les élus du Parc. Le(la) chargé(e) de mission discerne dans les sujets à traiter ou sur lesquels il(elle) est saisi(e) ceux qui demandent une définition préalable de l'orientation des réponses institutionnelles.

Il(elle) contribue à l'évaluation de l'action du Parc en mettant en place un suivi efficace et pérenne de ses actions et notamment les données de consultation des différents supports.

Il(elle) est force de proposition pour diffuser les contenus produits par le Parc via les supports de communication des partenaires et membres du Parc.

Il(elle) propose en tant que de besoin des évolutions dans les supports de communication (forme, outils, contenu éditorial), afin que la communication soit efficace.

Il(elle) réalise une veille sur l'image du Parc (contenu repris, discours sur le Parc par des tiers extérieurs) sur internet et sa visibilité.

Il(elle) gère les relations avec les prestataires du Parc en lien avec ses missions (hébergeurs du site internet, développeurs, imprimeurs, graphistes, etc.).

Il(elle) participe aux réseaux liés à son action (Fédération des Pnr, réseaux régionaux).

## **Son profil :**

*Compétences et diplômes requis :*

- De formation supérieure (*Bac +5*) dans le domaine de la communication
- Connaissance du fonctionnement des Parcs naturels régionaux, et de façon plus générale des collectivités publiques territoriales

- Connaissance des dispositifs de promotion touristique et des codes de la communication institutionnelle. *Savoir-faire opérationnels* :
- Proposer un plan de communication structuré
- Produire et valoriser des contenus : texte, photos, vidéos
- Rendre compte de l'avancement des travaux
- Aptitudes rédactionnelles (synthèse)
- Maîtrise des outils bureautiques
- Maîtrise des outils de communication numériques (réseaux sociaux, etc.)
- Notions d'anglais appréciées.

#### *Qualités et aptitudes*

- Capacité à comprendre le territoire et ses acteurs
- Capacité à articuler des logiques complémentaires (économique, technique marketing, budgétaires, etc.)
- Créativité, curiosité et intérêt pour les moyens de communication émergents
- Capacité à hiérarchiser les demandes et à adapter son activité
- Capacité à travailler rapidement et sous pression
- Initiative, adaptabilité et réactivité
- Travail en équipe et en transversal
- Disponibilité
- Sens du contact et des relations.

Ce poste nécessite des déplacements fréquents dans le territoire du Parc et en région Occitanie et nécessite parfois de travailler en horaires décalés (présence sur les manifestations).

Capacité d'autonomie, force de proposition le(a) candidat(e) est prêt(e) à s'intégrer et à interagir au sein d'une équipe pluridisciplinaire en étroite coordination avec le directeur et les élus du Parc naturel régional.

### **Contact pour le poste :**

#### Renseignements

Xavier Beaussart, directeur, Tél : 04 67 97 38 22, [directeur@parc-haut-languedoc.fr](mailto:directeur@parc-haut-languedoc.fr)

Faire parvenir une lettre de motivation avec curriculum vitae à :

**Monsieur le Président du Parc naturel régional du Haut-Languedoc**  
**1 Place du Foirail – BP 9 - 34220 SAINT PONS DE THOMIERES**  
Tél. 04 67 97 38 22 – e.mail : [secretariat.general@parc-haut-languedoc.fr](mailto:secretariat.general@parc-haut-languedoc.fr)