

Fiche de poste
Responsable de la Communication et du Marketing

Intitulé du poste	Responsable de la Communication et du Marketing
Echelon actuel	Echelon 2.4 à 3.1
Temps de travail	100%
Textes de références	Convention collective nationale 3175 des organismes de tourisme
Liens hiérarchiques	N+1 : Direction Générale et Président de l'Office de Tourisme
Indices : Compétence techniques / technicité (de 1 à 3)	- Niveau de connaissances générales requis : Niveau 3 - Critère de technicité : Niveau 3 - Degré de complexité des outils techniques utilisés : Niveau 3
Critères de classification (de 1 à 3)	- Autonomie : Niveau 2 - Responsabilité : Niveau 2 - Communication et représentation : Niveau 2
Liens internes et externes	Responsable du pôle communication et du marketing, relai au niveau des encadrants des autres pôles de la structure. Poste stratégique et opérationnel, garant de la cohérence de la communication, du marketing et de la promotion de l'Office de Tourisme. En lien direct avec la Direction Générale et le Président.
Missions principales et activités du poste de responsable communication et marketing	L'ensemble des missions s'inscrit dans le développement global de la structure, exercées en autonomie ou en appui direct de la Direction Générale. Le pôle communication et marketing assure une fonction support transversale au service des pôles opérationnels. Il veille à un traitement équitable et équilibré des missions Accueil-Loisirs et Commercial-MICE, dans une logique de cohérence, de performance et de valorisation de l'offre territoriale. PILOTAGE STRATÉGIQUE & COORDINATION AVEC LA DIRECTION GÉNÉRALE ○ Conseille la Direction Générale sur les enjeux de communication, marketing, image et notoriété à moyen et long terme. ○ Décline les orientations issues des documents cadres (Convention triennale, Schéma de Développement Touristique, orientations des EPCI) dans des plans d'actions opérationnels. ○ Est force de proposition dans les instances de pilotage et réunions stratégiques. ○ Participe à la rédaction de documents structurants (plan marketing, DOB, rapport d'activité). ○ Veille à l'intégration des démarches Qualité et RSE dans les actions portées par le pôle. ○ Assure un reporting régulier, fiable et transparent auprès de la Direction Générale. STRATÉGIE DE COMMUNICATION & MARKETING ○ Pilote la stratégie de communication (print, digitale, relations presse, promotion) et s'assure de son alignement avec le positionnement de la destination. ○ S'assure de la pertinence de l'identité visuelle de l'Office de Tourisme et de son évolution maîtrisée. ○ Garantit l'équilibre et de la cohérence des actions menées au bénéfice des activités Loisirs et MICE. ○ Vérifie l'adaptation des messages, supports et canaux aux différentes cibles (clientèles, partenaires, institutions, médias).

Fiche de poste

Responsable de la Communication et du Marketing

- Supervise de l'ensemble des outils et campagnes de communication.
- Assure une veille stratégique continue sur les évolutions, tendances et innovations en communication et marketing touristique.

PILOTAGE BUDGÉTAIRE

- Construit le budget annuel de communication et de promotion en lien avec la DG, l'équipe communication-marketing et les responsables de pôles.
- Suit, ajuste et contrôle le budget tout au long de l'année.
- Travaille en lien étroit avec la comptable et la Direction Générale.
- Est autonome dans la gestion des budgets validés et alerte la DG en cas de dépassement ou d'engagement exceptionnel.
- Pilote les devis et facture relevant de son périmètre.

MANAGEMENT & ANIMATION DU PÔLE COMMUNICATION

- Encadre, anime, accompagne et coach les collaborateurs du pôle.
- Définit les objectifs, suit les missions et évalue les actions menées.
- Identifie les besoins en formation et accompagne la montée en compétences.
- Veille au respect des procédures internes, notamment celles liées à la Marque Qualité Tourisme (Destination Excellence).
- Assure, par délégation, la gestion courante des aspects RH du pôle (validation des CP, etc.).
- Favorise la transversalité et la coopération entre les pôles opérationnels et les partenaires.

RELATIONS PRESSE, PARTENARIATS & REPRÉSENTATION

- Définit, pilote la stratégie de relations presse.
- Développe et entretient un réseau de médias et partenaires.
- Développe et pilote les partenariats stratégiques (institutionnels, privés, sponsoring, co-branding).
- Représente l'Office de Tourisme lors de salons, workshops et événements, en France et à l'étranger.
- Participe, aux côtés de la Direction Générale, aux réunions institutionnelles, professionnelles et stratégiques.
- Initie et anime des temps de travail ou d'information avec les partenaires socioprofessionnels.

VALORISATION & MARKETING DES ÉVÉNEMENTS STRUCTURANTS DU TERRITOIRE

- Identifie les événements à fort impact économique, touristique et de notoriété.
- Définit les modalités de valorisation et de communication en cohérence avec la stratégie de l'Office de Tourisme et l'équipe communication-marketing.
- Accompagne les organisateurs sur les enjeux de visibilité, de promotion et de relations presse.
- Développe des partenariats de communication autour de ces événements.
- Intègre les événements structurants dans les plans de communication et les campagnes promotionnelles.
- Évalue les retombées médiatiques et d'image, en lien avec l'observatoire touristique.

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE & PERFORMANCE

- Exploite les données de fréquentation, d'études et de l'observatoire touristique.

Fiche de poste

Responsable de la Communication et du Marketing

	○ Analyse la performance des actions de communication et marketing. ○ Propose des ajustements stratégiques en lien avec le positionnement de la destination. ○ Produit les bilans semestriels et annuels, ainsi que le rapport d'activité.
Exigences Expériences Savoir-faire Savoir-être	<u>SAVOIRS - QUALIFICATIONS :</u> - Niveau BAC +3 à BAC +5. - Expérience exigée de 5 ans dans le domaine du management. - Expérience professionnelle de 5 ans dans le domaine de la Communication et du Marketing. <u>POSTURE MANAGÉRIALE ATTENDUE :</u> - Posture de coach et facilitateur. - Management fondé sur la confiance, l'autonomie et la responsabilisation. - Capacité à accompagner le changement de manière progressive et structurée. - Respect de l'existant et des équilibres internes, dans une logique d'amélioration continue. <u>SAVOIR-FAIRE :</u> - Capacité à encadrer, animer, orienter et coordonner des équipes et des projets, dans une logique de performance et de coopération. - Aptitude à gérer les situations sensibles ou conflictuelles avec discernement, y compris en contexte d'urgence. - Capacité à piloter simultanément plusieurs dossiers et projets, en hiérarchisant les priorités. - Sens de l'organisation et de la planification à moyen et long terme, dans le respect des procédures internes. - Rigueur dans le suivi budgétaire et compréhension des exigences de la comptabilité publique. - Capacité à qualifier les besoins, analyser les contraintes et proposer des réponses adaptées. - Maîtrise des stratégies et techniques de communication et de marketing (print, digital, relations presse), ainsi que des codes du langage publicitaire. - Vision marketing orientée développement, attractivité et économie touristique. - Bonne connaissance de l'environnement institutionnel, socioprofessionnel et du secteur touristique. - Connaissance de la législation applicable au domaine de la communication (notamment RGPD). - Capacité à analyser les spécificités de l'offre touristique du territoire et à les valoriser. - Excellente maîtrise du français, à l'oral comme à l'écrit, avec une forte capacité rédactionnelle adaptée aux différents contextes. - Aisance dans la prise de parole en public et dans la représentation institutionnelle. - Maîtrise de l'anglais professionnel appliqué à la communication et au marketing. - Maîtrise des outils informatiques courants (Pack Office) et des outils de création graphique (suite Adobe).

Fiche de poste

Responsable de la Communication et du Marketing

	<u>SAVOIR-ÊTRE :</u> - Leadership fondé sur un management participatif, favorisant la confiance, l'autonomie et l'engagement collectif. - Esprit fédérateur et goût prononcé pour le travail en équipe et en transversalité. - Sens des responsabilités et fiabilité dans les engagements pris. - Autonomie, réactivité, adaptabilité et rigueur dans la conduite des missions. - Esprit d'analyse, de synthèse et d'anticipation. - Curiosité, créativité et capacité d'innovation, associées à une force de proposition constructive. - Persévérance et pragmatisme dans la gestion des projets. - Pratique de l'écoute active, posture pondérée et honnêteté intellectuelle dans les relations professionnelles. - Capacité à représenter la destination et l'Office de Tourisme auprès des partenaires institutionnels et socioprofessionnels, sous l'autorité de la Direction Générale, avec une attitude adaptée aux contextes. - Qualités humaines affirmées : humilité, solidarité, sens du collectif.
Outils (informatiques ou autres) utilisés dans le poste :	- Pack office et suite Adobe. - Parapheur électronique. - Plateforme d'emailing, Web, réseaux sociaux (expertise).
Exigences spécifiques	- Confidentialité, devoir de réserve. - Devoir de transparence avec la Direction Générale. - Connaissances globales des règles et réglementations d'un EPIC. - Disponibilité importante. - Relations avec les partenaires professionnels et institutionnels. - Représentation de l'OT, prise de parole lors de réunions techniques. - Amplitude horaire variable. Mobilité ponctuelle.
Habilitations spécifiques	- DÉLIBÉRATION : Délégation de signature du parapheur électronique. - DÉLIBÉRATION : Délégation de signature pour validation de devis liés aux projets opérationnels, CP, RT, feuilles d'heures des équipes et responsables pôles opérationnels.
Divers	- Titulaire permis de conduire pour être mobile. - Télétravail (encadré). - Ordinateur et téléphone portables.

Notifié au salarié :

Date :

Nom :

Signature :

Notifié à la direction :

Date :

Nom : INCANDELA Carole

Signature :

Validé le 15/01/26, par Carole INCANDELA, Directrice.....