

## CHARGE DE COMMUNICATION GRAPHISTE (H/F)

N° de poste : 264\_PT

---

Famille(s) Métier : Communication

---

Direction Générale de rattachement :  
DGA RIC I (Ressources Innovation,  
Communication et Inclusion)

Direction : Communication

Filière : Technique ou Administrative

Catégorie : B

Cadre d'emplois : Technicien ou rédacteur

Temps de travail : Temps complet

Catégorie : sédentaire

### La contribution, les enjeux portés par le poste au sein du service / de la collectivité

Sous la responsabilité de la Directrice Adjointe de la Communication Externe, le-la chargé.e de communication / graphiste crée, conçoit des visuels et maquettes pour le print et le web et assure le suivi de fabrication des supports papier (affiche, guides, publications ...).

Il-elle est partie prenante de la stratégie de communication globale de la Ville, valorise son action à travers la communication visuelle et est, en particulier, garant.e de la cohérence de l'identité visuelle de la Ville et de l'image de la Ville à travers son affichage.

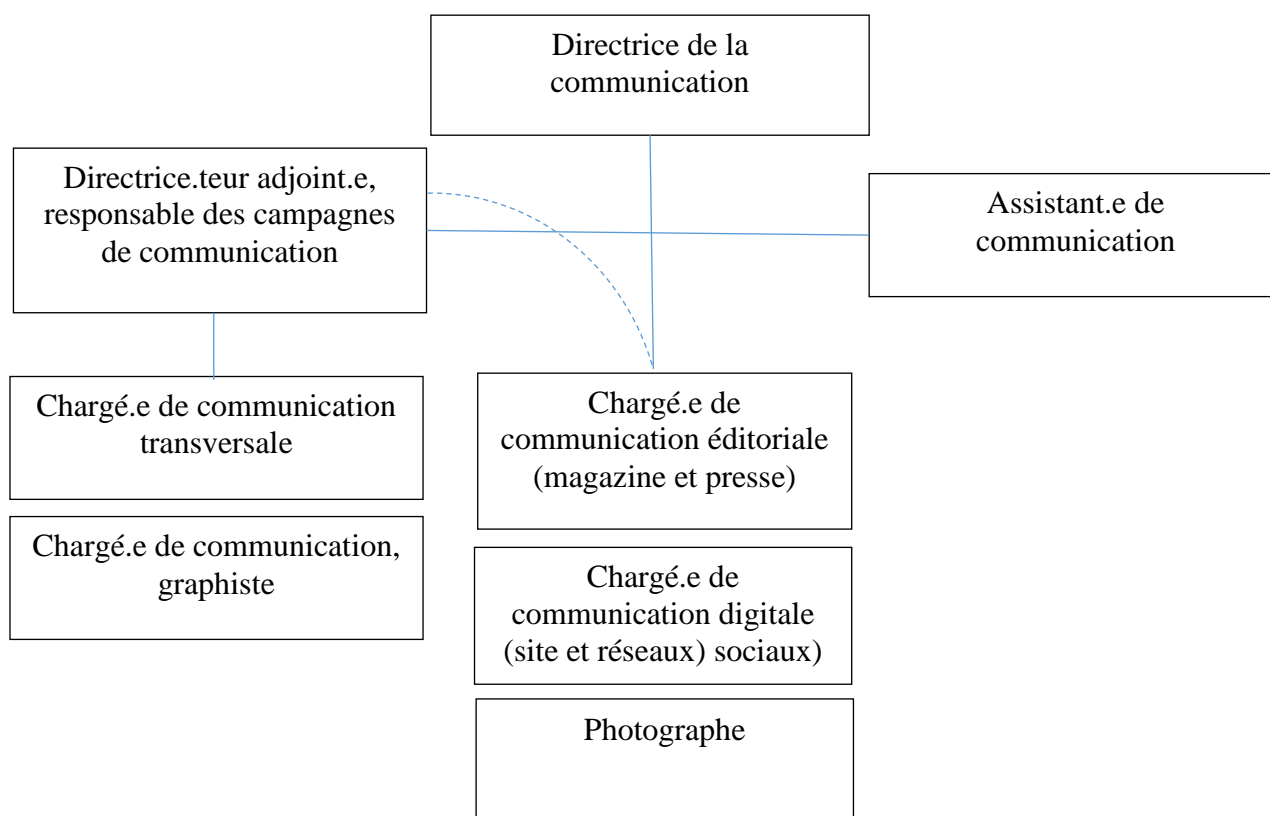
Il-elle conseille et répond aux demandes de l'équipe communication et des services de la Ville pour créer des propositions graphiques adaptées aux messages/objectifs de communication et aux publics cibles. Il-elle contribue à l'enrichissement de l'ensemble des supports de communication de la Ville (site internet, réseaux sociaux, magazine, habillage vidéo...).

Il-elle assure le suivi des « commandes », hiérarchise les demandes, respecte les délais et est capable de travailler dans l'urgence.

Il-elle maîtrise les arts graphiques, les outils d'infographie et de motion design.

Il-elle a une approche pédagogique pour rendre les informations et messages diffusés compréhensibles et accessibles au plus grand nombre.

## Positionnement dans l'organigramme du service



### Missions / coopérations et activités clefs

#### Graphisme, mise en page

- Créer des visuels, illustrations, infographies, concevoir des maquettes, réaliser des mises en page, créer des images animées... qui répondent aux besoins exprimés (objectifs, message, public). Réaliser des mises au format, des recadrages et de la retouche d'images.
- Argumenter et être force de proposition dans les choix des visuels, des formats, modes de fabrication, supports, et dans les comparaisons d'offres des prestataires.
- Participer à la cohérence graphique des productions visuelles, faire vivre l'identité visuelle de la Ville et contribuer à son appropriation par les services (pédagogie, « modèles », boîtes à outils...)
- Réaliser un reporting de son activité, partager et faire connaître ses missions

#### Gestion de projet

- Réaliser et contribuer à l'élaboration des campagnes de communication et de plans de communication plurimédia. Accompagner les services et l'équipe communication dans la définition de la commande et organiser un suivi de ces commandes : structuration, hiérarchisation, planification...
- Assurer un suivi technique de la réalisation à la fabrication des productions, respect du planning, intégrer les corrections fournies, vérifier la qualité avant le départ en fabrication ou la diffusion.
- Gérer les relations avec des différents prestataires et partenaires.
- Identifier et analyser les besoins en termes de communication visuelle, participer à la réflexion générale sur l'image de la ville et la stratégie de communication

#### Au quotidien

- Contribue à la vie du service : assure une polyvalence et collabore en appui ou en remplacement,

contribue au collectif de travail, est présente lors d'événements en fonction des besoins, participe à des projets transversaux en accord avec la hiérarchie

- Réalise un reporting de son activité, partage et fait connaître ses missions
- Contribue à la bonne compréhension de son métier et du service communication auprès des autres services en tant que service fonctionnel
- Assure une veille sur les nouvelles tendances de la communication publique dans les collectivités, du graphisme, du web

### Résultats attendus :

- Des visuels et supports de qualité, efficaces, originaux et créatifs qui répondent aux besoins exprimés
- Un enrichissement de tous les supports de communication de la Ville grâce aux infographies, à l'illustration et aux images
- Le déploiement d'une identité visuelle cohérente et l'application de la charte graphique au sein de la collectivité
- Le respect des plannings et échéances et un suivi de fabrication rigoureux
- De bonnes relations collaboratives avec l'ensemble des services et interlocuteurs du service communication

### Types d'initiatives associées au poste, au regard des ressources à mobiliser et/ou des résultats attendus :

- savoir écouter, reformuler et faire préciser une commande
- conseiller et être force de proposition
- savoir conduire un travail créatif à partir d'un brief, savoir expliquer ses choix et les défendre
- savoir porter plusieurs projets en même temps, hiérarchiser les commandes, prioriser et gérer dans le même temps des urgences
- savoir accompagner d'autres agent.es ou prestataires sur des projets de créations visuelles
- savoir écrire, relire, réécrire si besoin

### Les ressources à mobiliser en situation professionnelle, avec la gradation

suivante : Niveau de base + : pratique occasionnelle, simple application

Niveau maîtrise ++ : pratique régulière et maîtrisée

Niveau expert +++

#### • **Connaissances professionnelles générales en termes de contenus :**

	base	maîtrise	expert
Connaissance des collectivités territoriales et de leur fonctionnement	X		
Culture générale		X	
Culture graphique			X
Orthographe et règles typographiques		X	

Prise de photos et vidéos		X	
---------------------------	--	---	--

- **Connaissances spécifiques propres à la collectivité et le champ d'action du service** *en termes de contenus* :

	base	maitrise	expert
Connaissance des services de la Ville, des projets municipaux		X	
Connaissance des arts graphiques et des techniques			X
Utilisation des outils informatiques de PAO, création graphique, motion design (suite Adobe)			X
Utilisation des outils de bureautique sur PC		X	
Connaissance des supports print (format, matières, types de supports possibles ...) et des médias web (sites, réseaux sociaux, formats motion design ou vidéos)			X

- **Les savoir-faire** (*sous forme de verbes d'action*) :

➤ Les savoir-faire techniques et méthodologiques, y compris linguistiques :

- Maîtriser les outils de création graphique pour le print et la communication digitale
- Maîtriser la chaîne graphique
- Savoir analyser les demandes et orienter/conseiller ses interlocuteurs dans les services
- Savoir traduire graphiquement un brief, planifier la création et décliner dans des formats adaptés
- Savoir travailler de manière réactive

➤ Les savoir-faire relationnels :

- Savoir échanger avec différents interlocuteurs pour répondre aux demandes de conception de campagnes de communication
- Savoir faire preuve d'écoute, d'analyse, de diplomatie et de pédagogie
- Avoir le sens du travail en équipe et bon relationnel
- Curiosité, créativité, sens de l'initiative

#### Les 4 attitudes professionnelles essentielles au poste :

- Créativité
- Curiosité et écoute
- Rigueur
- Sens de l'organisation

#### Conditions et modalités d'exercice

- Niveau de RIFSEEP : B2
- Autres primes : prime de fin d'année
- NBI : néant
- Localisation du poste : Hôtel de ville

- **Déplacements** (fréquence, lieu) : Déplacements dans les équipements et sur le territoire de la Ville
- **Horaires de travail : horaires de bureau**
- **Moyens particuliers mis à disposition :**
  - Téléphone portable : oui
  - Autres, précisez (badge d'accès, ordinateur portable) : badge d'accès, ordinateur portable, tablette graphique

La fiche de poste est un document de référence qui est susceptible d'évoluer au regard de la priorisation des missions et des avancées technologiques, elle peut être revisitée afin de l'adapter aux besoins identifiés.

Elle est un élément d'appui de l'entretien professionnel annuel.