

LES MÉTIERS

25 000 professionnels exercent tous les métiers de la communication :

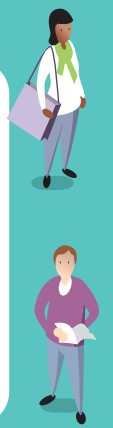
Directeur(rice) ou chargé(e) de communication, chargé(e) de publications, rédacteur(rice) en chef, journaliste, photographe, graphiste, attaché(e) de presse, chargé(e) de communication interne, responsable des relations publiques et du protocole, chargé(e) d'événements, webmaster, community manager, vidéaste, conseil stratégique, consultants, chef de projet, directeur(rice) artistique...



- AFFICHAGE**
Campagnes d'affichage, affiches, mobiliers urbains, panneaux de chantier...
- PUBLICATIONS**
Journaux, dépliants, guides, plaquettes, ouvrages...
- IDENTITÉ GRAPHIQUE**
Logos, charte graphiques, signalétiques...
- COMMUNICATION NUMÉRIQUE**
Sites, réseaux sociaux, intranet...
- MÉDIAS**
TV et radios locales, sponsoring, insertions presse...
- RELATIONS PUBLIQUES**
Relations presse, relations institutionnelles, protocoles, accueil des habitants...
- ÉVÉNEMENTIEL**
Réunions publiques, fêtes, cérémonies, événements culturels et sportifs, partenariats...

LES OUTILS

La communication publique mobilise tous les outils de communication qui sont déployés en fonction des objectifs et des projets.



ANIMER LA VIE DÉMOCRATIQUE

Par exemple : rendre compte des décisions prises par les élus ; faire connaître les politiques publiques et les choix budgétaires ; expliquer les projets d'aménagement ; faire participer les citoyens ; organiser le débat public à travers des réunions de concertation.



FAIRE ÉVOLUER LES COMPORTEMENTS

Par exemple : inciter les habitants à utiliser les transports en commun ou les vélos ; sensibiliser au respect de l'environnement ; expliquer les consignes de tri des déchets ; organiser des campagnes de prévention en matière de sécurité, d'hygiène ou de santé ; contribuer au vivre ensemble et au respect du bien public ; inciter les citoyens à participer aux élections.



ASSURER LA COMMUNICATION INTERNE

Par exemple : Informer les personnels dans leur travail quotidien ; accompagner le management des équipes et faire participer les agents ; contribuer au bon fonctionnement des administrations ; faire partager le sens du service public.



QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ?

La communication publique est une communication d'intérêt général émise par les collectivités territoriales, les administrations et les organismes publics. Prévue par la loi, elle constitue un service public à part entière. Elle s'adresse à l'ensemble de la population : citoyens, habitants, contribuables, usagers des services. Elle se distingue de la communication politique attachée au débat politique et aux élections. La communication publique touche à tous les domaines de la vie quotidienne. Elle est assurée par des professionnels qui travaillent dans les institutions ou à leur service, et contribuent au bon fonctionnement du service public.

LES MISSIONS

VALORISER LE TERRITOIRE

Par exemple : promouvoir le territoire pour contribuer à son développement économique ou touristique et favoriser l'emploi ; renforcer son image à travers des campagnes de promotion ou la création d'une marque de territoire ; valoriser le patrimoine, les équipements et les projets ; attirer de nouveaux habitants, des étudiants, des entreprises ; fédérer les acteurs autour de projets communs.



SOUTENIR LES INITIATIVES LOCALES

Par exemple : rendre compte de ce qui se passe sur le territoire ; faire connaître les associations et leurs activités ; informer sur la vie culturelle et sportive ; organiser des événements comme des festivals ou des fêtes locales.



INFORMER SUR LES SERVICES PUBLICS

Par exemple : expliquer le rôle des différentes institutions ; faire connaître les services publics et leur fonctionnement ; accompagner les habitants dans leurs démarches administratives notamment pour bénéficier des aides publiques, des services sociaux ou d'un HLM ; accueillir les nouveaux habitants.



LES ORGANISMES

INSTITUTIONS NATIONALES

Les ministères, les assemblées parlementaires, les 100 préfetures et les administrations déconcentrées (tribunaux, écoles, police,...), les autorités administratives et établissements publics, les entreprises publiques et les associations d'intérêt général.

COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Les 36 700 communes, les 2 600 communautés de communes et d'agglomération, les 101 départements, les 26 régions et les 15 000 syndicats intercommunaux.

ORGANISMES PUBLICS LOCAUX

Les 800 organismes HLM, les 80 universités, les 370 CCI, chambres de métiers et chambres d'agriculture, les 2 500 offices de tourisme, les 100 agences de développement, les 1 200 entreprises publiques locales d'aménagement ou de transports, les 96 centres de gestion de la fonction publique territoriale.

ORGANISMES DE SANTÉ PUBLIQUE ET DE SOLIDARITÉ

Les 1 000 hôpitaux, les établissements sanitaires, les services sociaux, les 110 caisses d'assurance maladie et de sécurité sociale et les 100 caisses d'allocations familiales.

