



Directeur de la Communication et du Marketing (H/F)

Fondé en 1875, l'Institut Catholique de Paris est un EESPIG (établissement d'enseignement supérieur privé d'intérêt général) qui dispense des formations en Sciences Sociales, Humaines et Religieuses. Porteur d'un projet universitaire novateur, l'ICP décline sa signature « L'esprit grand ouvert sur le monde » autour de trois verbes : accueillir, innover, construire. Il réunit 6 facultés, 5 instituts et 11 écoles supérieures et accueille sur le campus à taille humaine de la rue d'Assas (Paris 6e) 10 000 étudiants.

Descriptif du poste

Placé sous l'autorité directe du Recteur de l'Institut Catholique de Paris, le (la) Directeur de la Communication et du Marketing a comme principales missions de :

- Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication institutionnelle de l'Institut Catholique de Paris (ICP) en lien avec les orientations stratégiques de l'établissement, afin de garantir une cohérence dans ses différentes expressions, internes et externes.
- Définir et mettre en œuvre une stratégie de marketing de l'offre de formation.
- Animer et coordonner l'équipe de la Direction de la Communication et du Marketing. Elle prépare également aux diplômes propres de l'Institut Catholique de Paris.



Stratégie de Communication Globale

- Elaborer et déployer la stratégie de communication institutionnelle de l'ICP dans tous ses aspects : communication du Recteur, relations avec les media, relations presse, lobbying, site web, actions internet, réseaux sociaux, événementiel, relations avec les partenaires institutionnels, relations publiques... (segmentation des cibles, des messages, choix des canaux d'information et de l'éditorial),
- Piloter toutes les campagnes de communication en s'appuyant sur les ressources internes et externes (agences de communication),
- En lien avec la Direction Ressources Humaines, mettre en place des actions de communication de « management » : veille à la qualité de la communication entre les différentes composantes de l'ICP (facultés, organismes, enseignants, étudiants, administratifs) pour créer les conditions d'un « esprit campus »,
- En fonction des priorités stratégiques de l'ICP, apporter assistance et conseil à différents responsables (Doyens, Directeurs d'organismes) dans leurs actions de communication, leurs relations aux médias et facilite leurs prises de parole,
- Accompagner le déploiement des grands événements académiques (remise de diplômes, doctorats *honoris causa*, rentrées académiques...) et collaborer avec d'autres directions (*fundraising* et mécénat, *alumni*, location d'espaces) pour assurer la cohérence de la communication institutionnelle.



Stratégie Marketing

- En lien avec les responsables académiques, élaborer et mettre en œuvre un plan marketing (analyse du marché, détermination des cibles, plan d'action, choix des axes publicitaires...) porté sur la valorisation de l'offre de formation et visant les publics cibles (formation initiale, formation continue, auditeurs),
- S'assurer d'homogénéiser la stratégie marketing globale de l'ICP en mettant en œuvre différents domaines fonctionnels du marketing : stratégie, produit/marque, digital, opérationnel ; et ce, afin de garantir le positionnement de la marque ICP et de ses offres,
- Fédérer les acteurs internes afin de créer une politique tarifaire et de développer la mise en marché des offres de formation.

Transformation Digitale

- Initier, réaliser une veille technologique permanente afin de recenser les informations et les pratiques nécessaires au développement ou à l'orientation de la stratégie marketing, de communication interne et externe,
- Initier, et/ou accompagner les projets de transformation digitale répondant aux enjeux permanents ou ponctuels de la Direction de la communication et du marketing (rayonnement, innovations technologiques...),
- Mettre en place les plans d'action nécessaires pour faire évoluer l'écosystème de communication et de marketing digital et relationnel.

Communication et Gestion de crise

- Mettre en place la stratégie, le discours, la méthode et les actions (cartographie des acteurs, des risques, rapports de force) qui devront permettre d'anticiper, cadrer, réduire, voire annuler les dommages potentiels ou réels, créés par une crise,
- Elaborer un plan de communication de crise et veille à sa mise en œuvre,
- Conseiller et porter assistance aux acteurs internes dans la mise en œuvre du plan de gestion de crise.

Management opérationnel et transverse

- Participer au recrutement, évaluer les membres de l'équipe suivant les process RH internes
- Identifier les enjeux autour du développement des compétences de l'équipe afin de faire face à l'évolution technologique du marketing et de la communication,
- Mettre en place, fait évoluer, adapter l'organisation interne de la Direction afin de répondre aux enjeux stratégiques,
- Planifier et élaborer le budget annuel de la Direction de la Communication et du Marketing ; suivre l'évolution budgétaire et porte des ajustements si besoin,
- Réaliser le reporting lié à la Direction de la Communication et du Marketing,
- Participer aux réunions du Conseil des doyens et du Conseil Rectoral, y rendre compte des actions menées et participer aux prises de décision

Cette liste n'est pas exhaustive.

Compétences et Qualités

- Expérience dans un poste de Direction de la Communication et du Marketing
- Maîtrise des différents aspects de la communication (interne, externe, corporate, institutionnelle) du branding et des techniques de marketing digital
- Expérience d'animation et de développement d'équipe en mode matriciel ; de montage et conduite de projet ; de gestion de crise,
- Connaissance des nouveaux environnements technologiques (communication on-line et multimedia),
- Anglais
- Qualités morales et humaines permettant d'adhérer pleinement aux valeurs de l'ICP
- A l'aise avec les différents publics et « clients internes »
- Aptitude au travail en équipe et à l'animation d'équipe
- Qualités d'écoute
- Esprit de synthèse, vision globale pour agir et faire agir en cohérence avec le projet de l'ICP
- Créativité
- Bonne rédaction et élocution, capable de formuler dans un langage et un style adaptés au contexte universitaire
- Aptitude à développer et à gérer des projets dans le cadre d'une mission globale
- Dynamique, souple, résistant au stress
- Enthousiasme, engagement personnel

Le poste proposé est un CDI en temps plein, à pourvoir dès que possible.

Les candidatures sont à adresser à Mr Bruno SABLIERE bruno.sabliere@haxio.fr