

Responsable de la communication & de la valorisation des partenariats

Contrat à Durée Indéterminée (CDI) à Temps Plein

Environnement de travail

L'École Nationale Supérieure de Création Industrielle, également connue sous le sigle « ENSCI – Les Ateliers », a ouvert ses portes en 1982 sous l'impulsion du Ministre de la Culture, avec la volonté de placer la création et l'innovation au cœur de la production industrielle. C'est le premier établissement d'enseignement supérieur public français exclusivement consacré au design.

L'ENSCI s'est rapidement imposée comme l'une des meilleures écoles dans ce domaine, en France et à l'international et se situe aujourd'hui à la 40^{ème} place parmi les 800 meilleures écoles et universités à l'échelle mondiale.

Doté d'un statut d'Établissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC), l'ENSCI est placée sous la double tutelle du ministère chargé de la culture et du ministère chargé de l'industrie.

L'établissement est situé dans un lieu unique à Paris (les anciens ateliers du célèbre décorateur hollandais Jansen) accessible 365 jours par an et 24 heures sur 24, dans lequel sont accueillis plus de 300 étudiants, 70 salariés permanents et plus de 200 intervenants.

L'ENSCI a construit un modèle pédagogique original qui repose sur l'individualisation des parcours étudiants et la réalisation de projets en lien avec des partenaires économiques (entreprises, administrations...) et académiques (grandes écoles, universités...) ce qui lui permet de développer l'enseignement, la recherche et l'insertion professionnelle au meilleur niveau.

La formation initiale (FI) comporte deux filières majeures : « Créateur Industriel » et « Designer Textile » qui permettent d'accéder à un diplôme d'école spécialisée de niveau I (titre homologué inscrit au RNCP, grade de Master 2) et offrent des débouchés aux futurs designers dans tous les secteurs de l'industrie ou des services.

L'école propose également un large programme de formation continue (FC) destiné aux professionnels qui veulent approfondir leurs connaissances dans les champs du design : le Mastère « Innovation By Design » (IBD) et le Mastère « Création et Technologie Contemporaine » (CTC) labélisés par la conférence des grandes écoles, un Master of Science intitulé « Nature Inspired Design » (NID), des formations « certifiantes » (H.O.P.E. avec l'École Polytechnique, chaire ENA / ENSCI...) et des stages courts (au catalogue ou à la carte).

A l'occasion de ses 40 ans en 2022, l'ENSCI a inauguré un nouveau lieu pour le design, situé place de la Bastille, appelé « Le BiS ». Véritable vitrine de la « Pensée » et du « Faire », ce lieu permet de voir l'effervescence des actions menées à l'ENSCI, l'activité de ses anciens élèves, mais aussi les orientations et enjeux du design actuel... Le nom du BiS est né d'une réflexion commune du collectif de l'ENSCI (comment nommer un lieu qui émane de l'ENSCI mais qui n'est ni son annexe, ni un lieu de formation). Le BiS raconte l'ENSCI, son modèle pédagogique, les problématiques de travail... Ainsi, le BiS est « habité » par les ENSCien·ne·s (toutes formations confondues) : aménagement, éléments de scénographie, graphisme, médiation, sont intégrés au projet pédagogique de l'école afin d'accompagner la vie de ce lieu naissant.

Finalité du poste

L'ENSCI recrute un(e) **Responsable de la communication et de la valorisation des partenariats**, rattaché(e) à la directrice de l'ENSCI, dont le rôle est de déployer la stratégie de communication et renforcer la visibilité de l'établissement, des projets et des partenariats, dans le cadre d'un plan d'actions défini préalablement.

Le/la Responsable de la communication et de la valorisation des partenariats est chargé.e de la valorisation de l'identité, de la marque et de l'image de marque de l'ENSCI, en tant qu'établissement d'enseignement supérieur public national d'excellence, et en tant que laboratoire de recherche en design, en France et à l'international. Il/elle s'attache également à valoriser toutes les formes de partenariats, les relations avec les acteurs socio-économiques, les autres établissements académiques et les instances nationales ministérielles.

Il/elle valorise également les projets réalisés par les élèves en formation initiale et en formation tout au long de la vie, et les différents projets menés au sein des Enseignement & Recherche, des Projets, des Diplômes et de la Formation tout au long de la vie et les fonctions support au développement de l'école (Partenariats pédagogiques, Partenariats académiques, Développement des ressources, Mécénats...).

En interne, il/elle entretient et diffuse une culture propre à l'institution, en fédérant les salarié.e.s et les élèves (actuels & anciens) autour des activités et des valeurs de l'ENSCI. En externe, sa mission est de développer la notoriété et de promouvoir l'établissement, la qualité des enseignements, les travaux de recherche, etc. auprès des entreprises, des autres grandes écoles et universités, et des institutions culturelles.

Il/elle élabore la stratégie de communication en accord avec la direction et les différents services qu'il/elle accompagne (conseil, expertise, aide à la décision), définit les actions de communication, pilote / coordonne les réseaux, les actions et leur mise en œuvre, gère les budgets afférents à chaque projet, et évalue l'impact des actions de communication réalisées.

Il/elle encadre son propre service en interne (chargé.e de communication, chargé.e de production événementielle...) et définit le projet de service (organisation, missions, ressources), il supervise également les prestataires (agences multimédias, graphistes, journalistes...).

Il/elle assure un travail de veille stratégique et concurrentielle (positionnement, objectifs, nouveaux influenceurs...) et une veille sur les médias (retombées presse concernant l'ENSCI...), se tient au courant des évolutions et des nouvelles tendances de la société contemporaine.

Il/elle assure la coordination de la communication auprès des ministères de tutelle, à savoir Industrie et Culture, et auprès des regroupements dont l'école fait partie.

Enfin, le/la Responsable de la communication et de la valorisation des partenariats contribue à la réflexion globale sur les orientations stratégiques de l'école.

Missions

En étroite collaboration avec la direction, les équipes pédagogiques, les fonctions support, le centre de recherche en design (CRD) et les élèves, et avec l'appui d'une petite équipe, vous prenez en charge la communication interne et la communication externe, afin d'assurer la visibilité et la connaissance de l'ENSCI, en France et à l'international.

1. Définition de la stratégie de communication et événementielle

Recueillir les informations stratégiques liées au développement de l'ENSCI auprès de la direction (gouvernance, projet pédagogique, modèle organisationnel, réponses aux appels d'offres...).

Proposer les orientations stratégiques de la communication de l'ENSCI en matière d'image, de visibilité, de message, et définir le plan de communication annuel.

Assurer un rôle de conseil auprès de la direction sur l'évolution de l'identité et du positionnement des diplômés (en formation initiale et continue, en interne et en externe).

Participer à l'élaboration de la stratégie de communication pour le développement des activités à caractère scientifique, patrimonial et culturel (notamment pour le mécénat et la recherche)

Identifier et valoriser le travail réalisé au sein des directions de l'ENSCI, les partenariats institutionnels, les travaux de recherche, tous les projets / événements auxquels participe l'ENSCI

Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle de l'ENSCI (segmentation des cibles des messages, choix des canaux d'information...).

2. Organisation, déploiement et coordination des actions de communication

Valider les déclinaisons du plan de communication sous ses différents aspects et supports : communication interne, externe (relations publiques, relations presse...), « corporate » (rapport annuel...), digitale (sites internet, réseaux sociaux...).

Superviser la création de supports destinés aux différents publics de l'ENSCI, internes et externes (brochures, plaquettes, kits, affiches, dossiers et communiqués de presse, newsletters, vidéos, podcast...).

Veiller à la cohérence de l'image de l'ENSCI sur l'ensemble des déclinaisons de la communication et des supports (éditorial, Web, Intranet, événements, médias, réseaux sociaux).

Développer des moyens, réseaux, actions et outils innovants permettant d'assurer la visibilité de l'ENSCI et de maximiser les messages de communication.

Piloter les prestataires et les agences de communication généralistes ou spécialisées.

S'occuper de l'organisation de manifestations et d'événements internes ou externes destinés aux clients, aux collaborateurs ou au personnel de l'ENSCI (salons, soirées, séminaires, concours...).

Développer un réseau de contacts de journalistes pour favoriser les retombées/relancer les journalistes et les supports presse (écrite, radio, TV, Internet) lors des opérations organisées.

3. Pilotage, évaluation optimisation ou ajustement des actions de communication

S'assurer de la qualité des actions de communication et de leur cohérence avec la stratégie globale.

Optimiser ou actualiser les process existants afin d'améliorer le fonctionnement du service de communication.

Élaborer, planifier et gérer le budget de communication annuel (et le chiffre d'affaires éventuel)

Définir, mettre en place et suivre une politique d'évaluation des actions de communication à travers des indicateurs de performance (KPI) : études, enquêtes de satisfaction, données de trafic web, mentions sur les réseaux sociaux, calcul de retour sur investissement).

Suivre les écarts du budget de communication par rapport au prévisionnel fixé en début d'année et assurer un reporting auprès de la direction générale.

Profil

- **Formation de niveau 7**

Master 2 / MBA (université ou grande école) dans la filière communication ou relations publiques, par exemple CELSA, ISCOM, EFAP, ESP, ISCPA, Sup de Pub, ISTC..., ou HEC ou Sciences Po

- **Expérience professionnelle**

Confirmée, soit au moins 10 ans de parcours en entreprise commerciale et/ou en établissement public, dont une expérience ayant permis d'acquérir la connaissance des métiers de la création (design industriel et textile) et/ou du secteur de l'enseignement supérieur et de la recherche.

- **Connaissances et compétences professionnelles**

Connaissances générales :

Très bon niveau de culture générale (sociologie, économie, politique, nouvelles technologies...), et surtout, capacité à faire des liens entre la culture et l'industrie

Maîtrise de l'anglais (écrit et oral) : niveau B2 au minimum

Compétences métier :

Maîtrise des différents aspects de la communication (corporate, externe, interne, relations publiques, communication de crise...) et de leurs contraintes

Capacité à nouer des relations et des partenariats de haut niveau en interne comme en externe à l'ENSCI (acteurs institutionnels, chefs d'entreprise, hauts fonctionnaires...)

Capacité à piloter, superviser et coordonner des actions et différents acteur/trices, sans lien hiérarchique (collaboration transversale)

Maîtrise de la réglementation applicable à la communication institutionnelle, des règles d'éthique et de déontologie

Outils et techniques :

Excellente culture digitale (Internet et réseaux sociaux, publicité online, outils collaboratifs...), marketing et commerciale (marketing direct, CRM, ...)

Bonne connaissance des techniques de veille technologique, thématique ou artistique, afin d'être force de proposition en matière d'innovation (évolutions technologiques, nouveaux supports de communication, tendances ...)

Maîtrise de la chaîne graphique et des différentes étapes liées à l'édition de supports (print et digital)

Connaissances en techniques de communication, technologies de l'information, Internet, vidéo, réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter...), multimédia

Notions de procédures budgétaires (gestion, analyse et contrôle des coûts)

Maîtrise du pack Office (Word, Excel, Outlook, PowerPoint) et connaissance des logiciels de création et d'édition graphique (Photoshop, Illustrator, InDesign)

Qualités personnelles :

Vision stratégique et capacité d'anticipation,

Réactivité dans la mise en place des actions

Qualités relationnelles et rédactionnelles

Force de proposition et de conviction

Capacités managériales et fédératrices entre les différents acteurs de l'ENSCI

Disponibilité et organisation

Conditions - Contrat et Rémunération

- **Contrat à Durée Indéterminée**, début autour du **1^{er} juin 2024** si possible ;
- **Temps plein** (39 h hebdomadaires) + 21 jours de Réduction du Temps de Travail (accord RTT) + 6 semaines de congés payés par année complète,
- **Horaires classiques avec plage horaire d'arrivée en début et en fin de journée** (toutefois, une certaine flexibilité est demandée, en fonction des événements, soit plus tôt le matin soit plus tard le soir, et parfois le week-end, dans ce cas, des jours de récupération sont attribués).
- **Rémunération annuelle globale selon qualifications entre 48 K€ et 52 K€ bruts environ** pour une **base temps plein** (salaire de base + primes semestrielles) + **avantages sociaux** (titres restaurant d'une valeur de 10 € par jour, mutuelle prise en charge à 50 %, accès aux offres du CSE (cartes cadeaux, participations aux activités de loisirs), carte culture (tarifs réduits et accès privilégié).

Modalités de candidature

Les dossiers de candidature (lettre de motivation et CV) doivent être envoyés par courrier électronique à l'adresse **rh@ensci.com** ou par courrier postal à l'adresse suivante : **ENSCI – Les Ateliers, Pôle Ressources Humaines, 48 rue Saint Sabin - 75011 Paris** avant le **30/04/2024 au plus tard** (à titre indicatif).

Processus de recrutement

Le processus de recrutement est animé et coordonné par la Responsable des Ressources Humaines :

- Présentation en réunion collective de l'établissement, du service et du poste (4 à 6 candidats)
- Réponse aux questions et tour de table des participant.e.s (résumé de carrière et objectifs)
- Entretiens individuels sur rendez-vous (Directrice de l'ENSCI + autre membre de l'équipe)
- Restitution orale à tous les candidat.e.s rencontré.e.s en réunion et/ou entretien individuel
- Réponse écrite aux candidat.e.s non invité.e.s ou non reçu.e.s (après le recrutement)