

PROFIL DE POSTE

Référence de l'annonce : DMNTT-CDD-2025-02

Poste ouvert aux personnes en situation de handicap

POSTE

Poste	Chargé de communication/marketing social pour une intervention en santé publique sur l'hypertension artérielle (f/h)
Catégorie d'emploi	2
Emploi repère	Chargé de mission (f/h)
Type de contrat	CDD de 24 mois de droit public à plein temps. Détachement fonction publique d'Etat, Territoriale ou Hospitalière possible.
Motif	Création - poste sur convention de projet
Rémunération	Selon l'expérience et le niveau de formation par référence aux grilles indiciaires des agences sanitaires, en application du décret n° 2003-224 du 7 mars 2003, ou selon statut particulier si fonctionnaire.
Prise de fonction	Dès que possible
Renseignements	Sur le poste : Mounia EL YAMANI – Responsable de l'Unité Cardio-métabolique-Respiratoire-Nutrition à la DMNTT – tél : 0141795760 Sur le recrutement : MC Morel, Chargée du recrutement à la DRH – tél : 01 41 79 68 28

LOCALISATION GEOGRAPHIQUE

Adresse	Le siège de l'agence est situé à Saint-Maurice (94). L'agence dispose d'implantations régionales auprès des agences régionales de la santé. Localisation du poste : Site de Saint-Maurice (siège) : 12 rue du Val d'Osne à Saint-Maurice (94) L'intervention en santé publique qui comprend une campagne de communication étant mise en place en région (Hauts-de-France et Grand-Est) et en lien avec les autorités locales de santé, le/la chargé(e) de communication sera amené(e) à se déplacer dans ces zones.
----------------	--

PRESENTATION DE L'AGENCE

Santé publique France est l'agence nationale de santé publique française. Etablissement public de l'Etat sous tutelle du ministre chargé de la santé créé par l'ordonnance 2016-246 du 15 avril 2016, elle intervient au service de la santé des populations. Agence scientifique et d'expertise du champ sanitaire, elle a pour missions :

- 1° L'observation épidémiologique et la surveillance de l'état de santé des populations ;
- 2° La veille sur les risques sanitaires menaçant les populations ;
- 3° La promotion de la santé et la réduction des risques pour la santé ;
- 4° Le développement de la prévention et de l'éducation pour la santé ;
- 5° La préparation et la réponse aux menaces, alertes et crises sanitaires ;
- 6° Le lancement de l'alerte sanitaire.

L'Agence est organisée autour de quatre conseils (Conseil d'Administration, Conseil scientifique, Comité d'Ethique et de Déontologie et Comité d'orientation et de dialogue), de directions scientifiques et transversales, et de directions assurant le support et le soutien à l'activité. L'Agence dispose d'implantations régionales (cellules régionales) auprès des agences régionales de la santé.

Son programme de travail, arrêté par son Conseil d'administration, s'articule autour de 6 enjeux : Anticipation, préparation et réponse aux menaces de santé publique, dont les épidémies ; Numérique en santé publique ; Santé environnementale, changement climatique et environnement de travail ; Fardeau des maladies et de leurs déterminants, efficacité des interventions et retour sur investissement de la prévention ; Stratégie de prévention, marketing social et approche par populations ; Inégalités sociales, vulnérabilités territoriales.

AFFECTATION

Direction	Direction des maladies non transmissibles et des traumatismes (DMNTT)
------------------	---

La DMNTT assure la surveillance épidémiologique des maladies non transmissibles et des traumatismes, de leurs principaux déterminants ainsi que de leurs complications. Ses missions

s'inscrivent dans les priorités de la Stratégie Nationale de Santé et de la Stratégie de Santé Outre-Mer et contribuent à plusieurs plans de santé nationaux et régionaux. En 2015, dans le monde, on estimait que les maladies non transmissibles étaient responsables de 71% de la mortalité prématurée. En France, les maladies non transmissibles représentent le fardeau de santé publique le plus lourd en termes de morbidité et de mortalité.

Les objectifs de la DMNTT sont, dans une stratégie de réduction du fardeau des MNT :

- d'objectiver la situation épidémiologique des MNT et des traumatismes et d'accroître les connaissances sur le lien entre d'une part, les facteurs de risque, les déterminants de santé et les expositions aux milieux de vie, et d'autre part, la survenue des MNT et traumatismes ;
- de contribuer à améliorer l'offre, en réponse à la demande croissante, d'indicateurs de santé interprétables, fiables et comparables, utiles à l'élaboration, au pilotage et à l'évaluation des politiques de santé publique, au niveau international, national, régional et local, tout en veillant à une meilleure prise en compte des inégalités sociales et territoriales de santé ;
- d'articuler ces indicateurs de santé avec le développement et le déploiement d'interventions efficaces ou innovantes en prévention et promotion de la santé ; et le besoin défini au niveau des réseaux européens et internationaux ;
- de maintenir des collaborations avec les équipes de recherche pour le développement de la connaissance.

A cette fin, la DMNTT s'appuie sur de nombreuses sources de données. Elle exploite entre autres, les bases de données médico-administratives du Système national des données de santé (SNDS), les données des centres régionaux du dépistage organisé des cancers (CRCDC), les données issues des registres populationnels, notamment des cancers et des anomalies congénitales, les données des passages aux urgences (OSCOUR®), notamment pour accident de la vie courante (EPAC) et les données de mortalité. Elle collabore à la conception, la mise en œuvre et l'exploitation d'enquêtes nationales de santé, par interview ou avec examen de santé (Albane dans la continuité d'ENNS 2006-2007 et d'Esteban 2014-2016), et contribue à la réalisation d'enquêtes thématiques ad hoc (Entred, ENP, CE1/CE2, Abena, Enabee). Elle s'appuie sur des réseaux de partenaires externes avec lesquels elle met en place des projets. La réalisation de ces objectifs repose également en interne sur des synergies fortes avec les autres directions de Santé publique France, notamment en matière de surveillance avec la direction santé environnement travail (DSET), la direction des régions (DiRe) et la direction d'appui au traitement et à l'analyse (DATA). Les interfaces avec la direction de la prévention et promotion de la santé (DPPS) sont également importantes, notamment autour des principaux déterminants des maladies non transmissibles (tabac, alcool, alimentation défavorable à la santé et activité physique / sédentarité), de la santé mentale et de la périnatalité.

La DMNTT comprend 55 agents et accueille des stagiaires dont des doctorants. Elle est organisée en 4 unités : Cancer ; Cardiovasculaire, respiratoire, métabolisme et nutrition ; Périnatale et santé mentale ; Traumatismes et avancer en âge en santé.

Unité

L'Unité Cardio-Respiratoire-Métabolique-Nutrition (CaRMeN)

L'unité compte 12 agents et une responsable d'unité. Ses activités couvrent le champ de la surveillance épidémiologiques des maladies cardio-neuro-vasculaires et de leurs principaux facteurs de risque, du diabète, de la nutrition (consommations alimentaires, surpoids et obésité, activité physique et sédentarité et statut nutritionnel) et des maladies respiratoires.

Jacardi est l'action conjointe européenne qui vise à diminuer le fardeau des maladies cardiovasculaires et du diabète en Europe par des actions de prévention et de promotion de la santé, une amélioration des systèmes de soins et une plus grande implication du patient dans le suivi de sa maladie. Vingt et un pays européens contribuent à la réalisation de cette action conjointe coordonnée par l'Institut de santé publique Italien.

Jacardi est structurée en 11 Workpackages (WP) dont 6 techniques. Pour obtenir des résultats probants, la méthodologie s'articule, quel que soit le WP technique (WP6 à WP11), autour de quatre activités interconnectées ayant pour objectif la mise en œuvre de projets pilotes.

1) une analyse du contexte à partir de la littérature et d'un questionnaire envoyé aux Etats membres (EM), pour l'identification de pratiques/interventions ayant prouvé leur efficacité, i.e. méthodologie publiée et/ou reconnue au niveau OMS, UE, etc, résultats probants publiés, etc) ; 2) la préparation du plan de mise en œuvre des projets pilotes en sélectionnant des pratiques/interventions adaptées à leur contexte local, cette action s'effectue en coconstruction avec l'ensemble des parties prenantes identifiées; 3) la mise en œuvre des projets pilotes sélectionnés. Actuellement, 144 projets pilotes ont été proposés sur l'ensemble des WP de Jacardi ; 4) l'évaluation de l'impact/des résultats des projets pilotes et quand cela est pertinent, la préparation d'une feuille de route pour une extension plus large des pilotes. Tous les WP techniques suivront de plus un calendrier commun et le WP5 a pour mission la mise en place d'un cadre méthodologique commun

Santé publique France porte plusieurs responsabilités au sein de Jacardi : elle est autorité compétente, leader du WP6 sur la littératie en santé, leader ou coleader de plusieurs tâches dans différents WP et responsables de la mise en œuvre de plusieurs pilotes proposés dans différents WP.

Outre la DMNTT, Jacardi implique plusieurs directions scientifiques de Santé publique France notamment la direction de la prévention et promotion de la santé, la direction des régions, la direction scientifique et internationale et la direction appui, traitements et analyses de données

Ce travail s'inscrit comme une action pilote portée par Santé publique France dans le WP6 sur la littératie en santé.

DESCRIPTION DU POSTE

Missions

Pour ne pas alourdir le texte, nous nous conformons à la règle qui permet d'utiliser le masculin avec la valeur de neutre.

Dans le cadre de l'action européenne Jacardi, le chargé de communication élabore et met en place, dans des territoires (Contrats locaux de santé, Communautés professionnelles territoriales de santé) des Hauts-de-France et du Grand Est, les actions de communication nécessaires pour une intervention en santé publique. Cette campagne, inspirée de « know your numbers » déployée en Angleterre, s'effectuera en régions sur des territoires du Grand Est et Haut de France. Elle visera à mieux faire connaître à la population générale adulte ses chiffres de tension artérielle. Elle sera associée à une opération de dépistage de l'hypertension artérielle en pharmacies d'officine dans les localités ciblées.

Membre d'une équipe projet, rassemblant un chargé de coordination pour une intervention en santé publique, un épidémiologiste et la responsable d'unité, le chargé de communication aura également le soutien, en interne de Santé Publique France, de la Cellule Régionale des Hauts-de-France, de la Cellule Régionale du Grand-Est, de la Direction de la Promotion, de Prévention en Santé (DPPS) et de la direction de la communication (DIRCOM), et, en externe, des Agences Régionales de Santé des Hauts-de-France et du Grand-Est.

Activités

Placé sous l'autorité du responsable de l'unité, le chargé de communication aura pour mission:

1. analyser et définir une stratégie

Analyser le contexte: Étudier le contexte local, les enjeux de santé publique, les publics cibles, les canaux de communication existants et leurs efficacités.

Définir avec l'équipe projet les objectifs: ceux-ci doivent être clairs, mesurables et réalisables dans le temps imparti.

Élaborer la stratégie de communication: Concevoir une stratégie globale en alignant les messages clés avec les objectifs, en choisissant les canaux les plus adaptés et en définissant un calendrier de communication.

2. Créer du contenu

Produire des contenus variés: Développer des contenus adaptés à différents publics et canaux (brochures, affiches, posts pour les réseaux sociaux, etc.).

Rédaction de communiqués de presse: Rédiger des communiqués de presse pour informer les médias des actions menées et obtenir une couverture médiatique.

Création de supports visuels: Concevoir des visuels attractifs et impactants (infographies, illustrations, etc.).

Gérer une éventuelle sous-traitance des activités: Identifier [sourcing] les agences de communication, média, outils numériques, etc. nécessaires à la construction de la campagne

Contribuer à la rédaction du marché et le suivre dans le respect du code des marchés publics avec l'appui du référent administratif et financier de la DMNTT. Assurer l'interface avec l'agence de communication et les autres agences impliquées (média, presse, etc.) :

3. Gestion des relations presse

Relations avec les médias: Maintenir des relations régulières avec les journalistes et les influenceurs.

Organisation de conférences de presse: Organiser des conférences de presse pour lancer des campagnes ou présenter des résultats.

Gestion des demandes de la presse: Répondre aux sollicitations des médias et fournir des informations pertinentes.

4. Mettre en œuvre de la communication

Diffuser des messages: Diffuser les contenus créés sur les différents canaux de communication (sites web, réseaux sociaux, presse, événements, etc.).

Suivre la campagne: Mettre en place des outils de suivi et d'évaluation pour mesurer l'impact des actions de communication.

Adapter la stratégie: en lien avec l'équipe projet, ajuster la stratégie de communication en fonction des résultats obtenus et des retours des publics.

PROFIL RECHERCHE

Niveau	A partir de bac+3, Bac+5 souhaité – filière communication information. La connaissance du marketing social en santé publique sera appréciée
Diplôme	
Expérience	1 à 3 ans d'expériences minimum sur un poste équivalent en agence de communication ou chez un annonceur
Aptitudes et Compétences	Il est attendu pour ce poste : Aptitudes Compétences rédactionnelles: Capacité à rédiger des contenus clairs, concis et adaptés à différents publics (grand public, professionnels de santé, décideurs politiques). Sens de la communication: Excellentes qualités relationnelles pour interagir avec divers interlocuteurs (médias, partenaires, public). Créativité: Imagination et capacité à trouver des idées originales pour capter l'attention et susciter l'engagement. Sens de l'organisation: Capacité à gérer plusieurs projets en parallèle, à respecter les délais et à travailler en équipe. Adaptation: Flexibilité pour s'adapter aux évolutions du contexte et aux besoins des différents publics. Sens critique: Capacité à analyser les informations, à évaluer l'impact des actions de communication et à ajuster la stratégie en conséquence. Connaissances requises Communication: Maîtrise des différents canaux de communication (médias traditionnels, réseaux sociaux, événements) et des techniques de communication (presse, relations publiques, marketing). Outils numériques: Connaissance des outils de création graphique, de gestion de contenu et d'analyse de données. Langues: La maîtrise de l'anglais peut être un atout, notamment pour travailler dans un contexte international. Compétences spécifiques à la communication en santé publique : Capacité à vulgariser des informations complexes: Transformer des informations scientifiques en messages clairs et compréhensibles pour tous les publics. Maîtrise des techniques de storytelling: Utiliser des histoires pour rendre les messages plus mémorables et engageants.

POUR POSTULER

Adresser les candidatures (lettre de motivation + CV) en indiquant la référence de l'annonce par courriel : recrut@santepubliquefrance.fr