

Poste d'Apprenti en communication digitale et éditoriale

Web et Réseaux sociaux (f/h)

Poste ouvert aux personnes en situation de handicap

Référence de l'annonce : DIRCOM-APPR-2026

Poste

Poste	Apprenti en communication digitale et éditoriale Web et Réseaux sociaux (f/h)
Type de contrat	Contrat d'apprentissage
Rémunération	Selon les textes en vigueur
Prise de fonction	Septembre 2026 – Sur 1 an minimum
Renseignements	Sur le poste Stéphanie Champion tél : 06 71 85 09 47 - Jennifer Da Silva – tél : 06 81 86 61 81 – Céline Zaccarini tél : 01 41 79 67 76 – Marie Pérot tél : 01 41 79 60 86 Sur le recrutement : Sadia EL MOUDEN gestionnaire de formation à la DRH sadia.elmouden@santepubliquefrance.fr

Localisation géographique

Adresse	Le siège de l'agence est situé à Saint-Maurice (94). Elle dispose également de 16 implantations régionales auprès des agences régionales de la santé, incluant l'outre-mer, de 4 pôles d'aide à distance en santé. Localisation du poste : 12 rue du Val d'Osne à Saint-Maurice (94)
----------------	---

Présentation 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, issu de la fusion de plusieurs établissements publics, créé par l'ordonnance 2016-246 du 15 avril 2016, l'agence intervient au service de la santé des populations.

Agence scientifique, d'expertise et de sécurité sanitaires, 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 12 directions scientifiques, transversales ou assurant le soutien à l'activité.

Les orientations stratégiques de l'agence et son programme de travail, arrêtés par son Conseil d'administration, se déclinent en trois axes :

1. Consolider la capacité d'anticipation et de réponse réactive pour faire face aux menaces sanitaires ;
2. Mesurer et évaluer l'ampleur des maladies et des facteurs de risques pour guider leur prévention et leur contrôle ;
3. Renforcer l'impact sur la santé dans toutes les politiques publiques et la prévention et promotion de la santé.

Affectation

**Direction
Unité**

DIRCOM

**Unité de valorisation presse et réseaux sociaux
Unité de valorisation institutionnelle**

Direction de la communication et du dialogue avec la société

La direction de la communication est en charge de la valorisation des productions de Santé publique France : valorisation scientifique, relations avec la presse et les médias, communication interne et institutionnelle, relation avec les parties prenantes et les usagers. Elle est garante de l'image de l'agence, et assure la visibilité et la lisibilité de ses missions.

Elle planifie la stratégie de communication de l'agence : elle définit les principaux temps de parole, les principaux axes de communication, valorise les résultats d'études et d'enquêtes, accompagne les dispositifs de prévention et d'information des publics. Pour chaque public, à chaque étape, elle identifie précisément les messages et les vecteurs, de façon à anticiper les temps de communication et promouvoir, en toutes circonstances, l'image de Santé publique France.

Elle a plus particulièrement en charge la valorisation scientifique, assure le pilotage éditorial des collections et l'accès aux connaissances produites par l'agence, qu'elle organise, diffuse et vulgarise. Elle assure également un lien étroit avec les médias, afin d'inscrire dans l'actualité les travaux de l'agence et répondre efficacement aux demandes presse. Enfin, elle assure la visibilité sur Internet de Santé publique France, à travers l'animation d'un site référent sur les enjeux de santé publique en France et par une présence planifiée sur les réseaux sociaux.

La DIRCOM regroupe trois unités :

• **Unité de valorisation institutionnelle** : valorise l'agence via sa communication externe (site internet, événements, newsletters institutionnelle et thématiques, rapport d'activité, carte de vœux, stratégies de diffusion)... et sa communication interne (site intranet, événements du personnel, newsletter interne). Elle gère également les comptes LinkedIn et Youtube

• **Unité de valorisation presse** : pilote les relations avec la presse, relations publiques, informe les décideurs/relais d'opinion, accompagne la direction générale dans ses relations publiques, prépare des éléments de langage... ; elle gère également les comptes twitter et Facebook et la communication de crise

• **Unité de valorisation scientifique** : assure le pilotage éditorial des publications scientifiques de l'agence. Elle accompagne les auteurs dans leur démarche de publication et gère la production et

l'édition des publications scientifiques, clés de lecture et vulgarisation, bulletin épidémiologique hebdomadaire (BEH) et la Santé en action (périodiques).

DESCRIPTION DU POSTE

Placé sous l'autorité hiérarchique de la responsable de l'unité Valorisation presse et réseaux sociaux ainsi que de la responsable d'unité Valorisation institutionnelle de la Direction de la communication et du dialogue avec la société,

L'apprenti

1. participe au suivi des projets menés par les deux unités et appuie plus particulièrement, la social media manager.
2. travaillera en collaboration et sous la responsabilité fonctionnelle de deux personnes chargées de l'animation du site internet institutionnel et les assistera dans leurs missions.

MISSIONS

Pour le volet réseaux sociaux

COMMUNITY MANAGEMENT

- Animer les réseaux sociaux de l'agence LinkedIn, x, bluesky, instagram, facebook et youtube.
- Mise à jour du planning réseaux sociaux : identifier les marronniers/ journées mondiales, les temps forts.
- Anticiper et rédiger les posts en adaptant la tonalité à la cible de chaque réseau.
- Planifier et publier les posts en s'assurant que tout est conforme après publication. Envoi des liens.
- Création de contenus adaptés à chaque RS (infographies, carrousels, visuels, vidéos sur Canva).

VEILLE QUOTIDIENNE

- Vérifier si l'Agence est mentionnée sur les réseaux sociaux de manière positive ou négative (analyse de l'enjeu, de la tonalité, du volume et de la portée du post).
- Lutter contre la désinformation en santé : remonter des fake news sur la vaccination par exemple.

MISE EN PLACE DE LA NOUVELLE STRATEGIE

- Rester en veille des bonnes pratiques, formats et tendances sur les réseaux sociaux
- Identifier et formuler des recommandations sur les opportunités d'action

REPORTING & KPIs

- Analyse quantitative et qualitative des performances sur les réseaux sociaux
- Analyser les indicateurs clés de performance : pourquoi ce post a fonctionné ? Est-ce le format, le visuel, le sujet, l'heure de publication ou lié à une actualité chaude ou une journée mondiale ?)

OUTILS/ LOGICIELS UTILISES :

- Hootsuite/ Talkwalker – pour le social listening, le reporting
- Canva pour les carrousels, infographies, mises en page bilans
- PlayPlay (pour le montage de vidéos, d'interviews)

Pour le volet web

ANIMATION EDITORIALE

- Mise en ligne de contenus dans le respect des règles d'accessibilité numérique
- Mise en ligne de vidéos et spots audio sur les plateformes youtube et soundcloud
- Référencement naturel et optimisation
- Achat, création, retouches de visuels

SUIVI DES PERFORMANCES

- Mesure d'audience et analyse de la performance du site (rapports statistiques)
- Réalisation de statistiques en réponse aux demandes entrantes

NEWSLETTERS ET CAMPAGNES EMAILINGS

- Conception et diffusion des newsletters
- Gestion des abonnements

- Évaluation des campagnes d'emails

AUTRES

- Reporting de l'activité
- Participation aux réunions d'équipe (conférence de rédaction, réunion d'unité, réunion web, suivi de projets)
- Saisie des bons de commandes

PROFIL RECHERCHE

Niveau du diplôme préparé en apprentissage

Master 1 ou 2 en communication digitale et éditoriale souhaité

Aptitudes et compétences

Il est attendu pour ce poste :

Pour le volet réseaux sociaux

Passionné(e) par les réseaux sociaux, curieux(se), rigoureux(se) sur les détails, et toujours à l'affût des nouvelles tendances. Si vous aimez créer des carrousels percutants, innover, tester de nouveaux formats et analyser pour faire grandir une communauté, ce poste est fait pour vous.

Vous travaillerez directement avec la Social Media Manager et serez au cœur de notre production de contenu :

- 🎨 **Création de visuels pour les réseaux sociaux 100% sur Canva.**

Votre sens du design, votre rigueur sur les détails et votre capacité à rendre l'information claire et attractive seront des atouts essentiels pour produire des carrousels modernes, percutants et engageants. Vous êtes curieux et vous tenez au courant des dernières tendances graphiques et réseaux sociaux.

- 🎥 **Tournage et montage vidéo sur PlayPlay :**

Vous serez amené(e) à accompagner le social media manager dans le tournage et le montage d'interviews vidéos sur PlayPlay, un outil simple et intuitif où nous vous aiderons à monter en compétences rapidement.

L'objectif ? Créer et poster des vidéos courtes, percutantes et adaptées à chaque réseau social pour décrypter des sujets complexes et scientifiques pour les rendre plus accessibles à nos publics.

Si vous aimez et avez l'habitude de monter des vidéos, ce serait un réel plus.

- 📝 **Rédaction de posts percutants**

Vous rédigez des posts avec des accroches qui donnent envie de lire la suite (question, message-clé, chiffre et adaptez la tonalité à chaque plateforme et sa cible (institutionnel, grand public, informative).

L'objectif ? capter l'attention et pousser à l'action (s'abonner, liker, partage)

- 🔍 **Veille algorithmique & Performance**

Vous vous tenez informé(e) des dernières évolutions des algorithmes (Instagram, TikTok, LinkedIn, etc.) pour toujours publier les bons formats, au bon moment, avec les bonnes optimisations.

L'analyse des statistiques pour identifier les meilleurs posts permet de comprendre et reproduire ce qui fonctionne.

Pour le volet web

- Première prise en main d'un CMS et idéalement de drupal
- Connaissance sur la Creative Suite Adobe (Photoshop, Illustrator...) et des nouvelles technologies
- Connaissance sur les techniques éditoriales web et hiérarchie de l'information
- Connaissance et respect des réglementations relatives au RGPD et règles relatives au SEO
- Capacité à s'appropriier les sujets et thématiques de santé publique
- Capacité rédactionnelle
- Parfaite maîtrise de l'orthographe française
- Bonne culture web et digitale

Savoir-faire et aptitudes pour ce poste :

- Capacité à travailler en équipe/mode projet avec des publics divers
- Faire preuve de rigueur et de réactivité dans l'exécution de ses missions
- Savoir organiser, hiérarchiser et rendre compte de son activité
- Savoir communiquer avec les interlocuteurs internes et externes
- Avoir un esprit d'initiative, d'analyse et un sens de l'organisation
- Disposer de qualités rédactionnelles et relationnelles
- Travailler de façon autonome et s'adapter aux situations d'urgence
- Être force de proposition
- Avoir un intérêt prononcé pour le service public et la santé publique

Pour postuler

Adresser les candidatures (lettre de motivation + cv) en indiquant la référence de l'annonce par courriel :
sadia.elmouden@santépubliquefrance.fr