

DIRECTION DE LA MISSION COMMUNICATION ET RELATIONS INSTITUTIONNELLES

INTITULE DU POSTE :
Cadre Supérieur

INTITULE DU POSTE DU SUPERIEUR HIERARCHIQUE :
Directeur de la Mission Communication et Relations Institutionnelles

1. Finalité(s)

Assurer la gestion et le suivi des outils découlant de la stratégie de communication de l'Agence Nationale des Ports et veiller sur l'image de l'Institution conformément à son système de valeurs et son positionnement.

2. Missions

- I. **Gestion et Suivi des outils de communication de l'Institution ;**
- II. **Veille médiatique.**

3. Activités principales

I. **Gestion et Suivi des outils de communication de l'Institution :**

- Assurer la gestion et l'exploitation de la revue de presse et des réseaux sociaux ;
- Etablir un reporting de communication sur les retombées de presse concernant l'Agence ;
- Amorcer les actions de communication au vu des retombées de presse de concert avec les Directions Centrales et Régionales de l'Agence ;
- Mettre en œuvre, superviser et coordonner les actions de communication de concert avec les Directions Centrales et Régionales de l'Agence et après accord de la Direction Générale (Publications, Communiqués, Revues, Dossiers de presse, Catalogues, Plaquettes, Préparation de discours, Site Web, Conférences de presse, Rencontres, Salons, Colloques, Manifestations diverses, ...)
- Proposer des développements web et des relations presse ;
- Assurer le suivi de la relation avec les partenaires de communication (Média, Journaux et Presse).

II. **Veille médiatique :**

- Accompagner la stratégie de communication d'influence : relations institutionnelles avec les organisations du secteur portuaire ;
- Assurer une veille média sur les retombées de presse concernant l'Agence, sortir les préconisations et les recommandations s'y rapportant et proposer la déclinaison de celles-ci en actions ;
- Etre à l'écoute de l'écosystème portuaire et des activités de ses différentes parties prenantes (Rencontres, Préoccupations, Attentes, Remontées,);
- Suivre les innovations et les techniques en matière de communication pour les mettre à contribution au profit de l'Agence.

4. Relations internes et externes

Relations internes :

- Pôles ;
- Directions Centrales ;
- Directions Régionales.

Relations externes :

- Institutions publiques et privées ;
- Médias, Journaux et Presse ;
- Agences de communication.

5. Profil requis

Formation de référence : Lauréat d'un Etablissement public ou privé reconnu équivalent (Bac+5 minimum).

Spécialité : Marketing ou Communication/Relations Publiques ou équivalent.

Expérience : 3 ans Minimum dans les métiers du Marketing ou de communication.

6. Compétences

Savoir :

- Bonne connaissance du secteur portuaire et du positionnement de l'Agence ;
- Connaissance de l'environnement économique et financier national et international ;
- Bonne culture générale ;
- Connaissance des règles de la bonne gouvernance ;
- Maîtrise des langues, notamment l'Arabe, le Français et l'Anglais.

Savoir-faire :

- Maîtrise des techniques de communication écrite et orales et de capacité rédactionnelle pour les besoins d'analyse, de synthèse et d'élaboration de rapports et différentes publications ;
- Capacité d'organiser et/ou de participer à des manifestations nationales ou internationales ;
- Capacité à nouer des relations aussi bien en interne qu'avec l'écosystème de l'Agence (Acteurs ; Institutionnels ; Dirigeants d'entreprises...).
- Maîtrise des différents aspects de la communication (Corporate ; Externe ; Interne ; Relations publiques ...).

Savoir-être :

- Sens de l'écoute, de l'analyse et de restitution avec une aisance dans la prise de parole et l'échange ;
- Rigueur, Disponibilité, Réactivité, Curiosité et Sociabilité Ouverture d'esprit ;
- Grande capacité et Maîtrise émotionnelle.

