

Poste de Chargé de communication/marketing social sur les addictions (f/h)

Poste ouvert aux personnes en situation de handicap

Référence de l'annonce : DPPS-CP-2026-02

Poste

Poste	Chargé de communication/marketing social sur les addictions (f/h)
Catégorie d'emploi	2
Emploi repère	Chargé de mission (f/h)
Type de contrat	CDD de 4 mois de droit public à temps complet Mise à disposition ou détachement Fonction publique d'Etat, territoriale ou hospitalière possible.
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.
Motif	Remplacement dans le cadre d'un projet avec convention de recette
Prise de fonction	Dès que possible
Renseignements	Sur le poste : Viêt Nguyen Thanh Responsable de l'unité addictions à la DPPS – tél : 01 71 80 16 27 Sur le recrutement : Marie-Christine Morel, Chargée du recrutement à la DRH – tél : 01 41 79 68 28

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

Affectation

Direction	Direction de la prévention et de la promotion de la santé (DPPS). Les activités de la Direction de la prévention et de la promotion de la santé sont en matière de promotion, de prévention et d'éducation pour la santé : - L'expertise ; - La conception, l'expérimentation, la production, l'évaluation de stratégies et d'actions de prévention ; - Le développement d'une approche fondée sur des données d'évaluation de l'efficacité ; - L'inscription de la stratégie des campagnes dans une logique de marketing social ; - Le soutien des politiques et des acteurs à l'échelon régional. La Direction de la prévention et de la promotion de la santé est structurée en unités « déterminants de santé » (addictions ; alimentation et activité physique ; santé sexuelle ; santé mentale ; interactions précoces –1 000 premiers jours ; santé environnement et risques infectieux), fonctionnant avec le soutien d'une unité méthodologique transversale, l'Unité lab-méthodologie (ULM). L'approche populationnelle, centrale au sein des enjeux stratégiques de l'agence, est soutenue par deux coordonnateurs populationnels sollicitant les différentes unités dans une logique matricielle.
Unité	Unité Addictions. Les conduites addictives (tabagisme, consommation d'alcool, de drogues illicites, jeux d'argent et de hasard) ont un impact sanitaire et social très important en France. Sur ces thématiques, Santé publique France promeut et met en œuvre des interventions de prévention fondées sur des données scientifiques, dont certaines mobilisent les techniques du marketing social. Au sein de l'Unité Addictions de la DPPS, le chargé de marketing social sera intégré dans une équipe pluridisciplinaire d'une quinzaine de personnes (chargés de communication, chargés d'études, statisticiens, chargés de plaidoyer, chefs de projet).

Description du poste

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

Missions	Le chargé de marketing social a pour mission de mobiliser des leviers innovants pour élaborer et mettre en œuvre des dispositifs de prévention visant à réduire les dommages liés aux conduites addictives. Il travaille prioritairement sur les thématiques alcool et drogues illicites. Il travaille en collaboration étroite avec les autres chargées de communication/marketing social et chargés d'études de l'unité.
Activités	Placé sous l'autorité du responsable de l'unité Addictions, le chargé de marketing social : - Conçoit et met en place des dispositifs de marketing social média et hors média, s'adressant au grand public ou à des cibles spécifiques telles que les populations jeunes. Il coordonne pour ce faire le travail des prestataires de communication de la DPPS pour la conception et la réalisation des supports et dispositifs de prévention ainsi que l'élaboration des plans médias (agence de publicité, agence média) ; le cas échéant il participe à la rédaction des cahiers des charges et suit les procédures de sélection des prestataires ; - Il s'appuie, pour élaborer ces dispositifs de marketing social, sur les travaux menés en interne sur l'observation et l'analyse des conduites addictives en France, sur les travaux de veille scientifique sur les interventions de prévention efficaces, et collabore ainsi de manière rapprochée avec les chargés d'études de l'unité ;

- Il travaille également en collaboration avec des interlocuteurs externes à l'Agence : prestataires; correspondants au sein de la Direction Générale de la santé (DGS), du Service d'Information du Gouvernement (SIG) et des autres institutions œuvrant dans le champ des addictions, comme la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca) ; experts (épidémiologistes, sociologues, responsables d'associations, médecins, etc.) ;
- Il travaille en interne en collaboration avec les équipes de la Direction de l'Aide à distance et de la Diffusion aux publics (DADP) afin d'articuler dispositif(s) de campagnes et services d'aide à distance (Alcool info service, Drogues info service);
- Il assure le suivi budgétaire et administratif (suivi des marchés, des droits etc.), ainsi que le respect des délais de réalisation des actions dont il a la responsabilité ;
- Il représente, le cas échéant, l'Agence dans différentes instances nationales ou internationales

Profil recherché

Niveau	A partir de Bac+3, bac + 5 souhaité
Diplôme	Diplôme en communication, marketing et/ou santé publique, sciences politiques, prévention-promotion de la santé
Expérience	Expérience professionnelle souhaitée en communication ou marketing, avec une appétence pour le digital.
Aptitudes et compétences	Il est attendu pour ce poste une capacité à : - S'approprier une thématique de santé publique ; - Proposer des actions adaptées aux problématiques et aux publics visés, dans une approche innovante ; - Planifier et conduire un dispositif national d'information et de communication s'intégrant dans un programme de prévention plus large (actions locales et nationales, études, recherches, aide à distance, etc.) ; - S'approprier les procédures internes de conception et de validation des dispositifs de communication ; - Concevoir et piloter la réalisation d'une campagne media 360 ; - Maîtriser les moyens de communication digitaux et social média et les stratégies liées ; - Gérer les relations avec des prestataires extérieurs (agence de publicité, agence média) ; - Travailler en équipe pluridisciplinaire et développer des relations avec différents types d'interlocuteurs (prestataires, associations, experts, etc.) ; - Prendre en compte les aspects budgétaires et techniques liés à la production média et hors média, on et off line ; - Assurer un reporting régulier sur les actions conduites et leurs performances, leurs retombées.

Pour postuler

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