

Zoom sur le métier de

Responsable Communication

Niveau d'étude

A partir de BAC +5, Master spécialisé en communication

Parcours EJCAM CCN-C

Salaire

30 000 à 45 000 € bruts annuels selon les entreprises.

Portrait du Responsable Communication

Le responsable communication gère les communications à l'interne et à l'externe dans le but de diffuser une image positive de l'entreprise pour laquelle il travaille, de ses activités, de ses projets ou de ses hommes. Il est le chef d'orchestre qui applique et coordonne la politique de communication, en mettant en œuvre des actions auprès des différents publics ciblés par l'entreprise.



L'Interview de **Thierry Gardetto**, **Responsable Communication à la Société des Eaux de Marseille**



La Société des Eaux de Marseille assure la délégation des services publics de l'eau et de l'assainissement pour le compte de quelque 70 communes provençales. Avec un objectif : garantir en tout au long de l'année la qualité sanitaire de l'eau dans le souci permanent de préserver l'environnement et les ressources. Thierry Gardetto, Responsable de Communication à la "SEM" depuis 2003, a accepté de nous éclairer sur son métier.

Quel parcours avez-vous suivi ?

J'ai un parcours assez atypique. Après un Bac Economique et Social, j'ai obtenu un BTS comptabilité et ai effectué le métier de comptable pendant plus de onze années. Puis, j'ai souhaité me diversifier. J'ai alors intégré un Master 2 « Nouveaux médias de l'Information et de la Communication » à l'EJCAM dans le cadre d'un congé individuel de formation. J'ai effectué mon stage à la Société des Eaux de Marseille (SEM), et ai été embauché à la suite de celui-ci au poste de Responsable de communication.

Quelles sont les missions d'un responsable de communication dans une entreprise telle que la Société des Eaux de Marseille ?

Le responsable communication a la charge d'encadrer les projets du service. J'ai pour ma part trois missions principales : la communication interne, l'événementiel interne/externe et la gestion de la réalisation des supports de communication print. Mon cœur de métier reste le rédactionnel.

Pouvez-vous nous décrire une journée type ?

Chaque matin, la priorité est d'assurer la parution du journal interne quotidien et sa diffusion via Intranet aux presque 2000 salariés du groupe et sa dizaine de filiales. J'assure cette publication en liaison avec une rédactrice du groupe. Je sélectionne trois brèves d'actualité par jour, les remets en forme, m'assure de la cohérence avec les photos choisies, etc. J'effectue la diffusion entre 9h et 10h. Le reste de ma journée s'organise en fonction des priorités du moment : l'organisation d'événements internes ou externes, le pilotage de la réalisation de supports print, ce qui englobe la gestion de la sous-traitance qui n'est pas toujours évidente ; ou encore la réalisation d'autres publications internes. Ces publications se préparent en amont avec l'ensemble des intervenants internes et externes ; il faut aller « à la pêche aux infos », établir un sommaire, préparer les contenus visuels et textuels... Je suis un peu le « chef-d'orchestre » de tout cela.

Selon vous, quelles sont les qualités requises pour être un bon communicant ?

Tout d'abord, la curiosité ; c'est la qualité de base pour moi ; l'ouverture sur le monde, aimer la culture générale ainsi que les gens. Ensuite la rigueur et la polyvalence ; il est important de planifier et d'anticiper un maximum les projets, afin de ne pas se laisser déborder. A ce niveau de responsabilité, on nous en demande beaucoup, donc la rigueur est de mise et il faut être capable de gérer plusieurs choses à la fois. Enfin, il est nécessaire d'avoir toute la confiance du grand dirigeant et d'avancer en étroite collaboration avec lui pour la pérennité des projets.

Quels sont les avantages et les inconvénients de ce métier ?

L'inconvénient, c'est la remise en question permanente du service communication. Plus que d'autres métiers, nous devons toujours valoriser nos actions en interne, dans un besoin constant de légitimité. Ceci en réalisant notamment des retours positifs, quantifiés et qualifiés, pour chacune de ces actions. L'avantage ? C'est un métier ouvert et varié, où tout est possible... à partir du moment où l'on est curieux. On est au cœur de l'actualité, on ne s'ennuie jamais.

Enfin, quel conseil donneriez-vous aux communicants de demain ?

Bien sûr, je conseillerais de ne jamais perdre cette curiosité et de se cultiver quotidiennement. Les jeunes qui arrivent sur le marché sont beaucoup plus au fait que les « anciens » sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication... mais il ne faut pas que cela se fasse au détriment des fondamentaux, des principes de base de la communication et de la rédaction. Il faut continuer à respecter les règles de grammaire et d'orthographe qui se perdent... Aussi, il faut attacher une importance majeure aux cibles du message, et au fond de celui-ci. Savoir ce que l'on veut dire, et à qui on veut le dire. La technique ne fait pas tout. Il faut aller au fond des informations, et éviter le trop de « culture zapping », de « buzz », d'image... au détriment du fond.