

FICHE DE POSTE – Responsable de la Communication (PDW & Agency)

Intitulé du poste : Responsable de la Communication

Type de contrat : CDD (6 à 12 mois renouvelable)

Service : Communication

Rattachement hiérarchique : Directrice Générale

Périmètre : Peace & Development Watch (Think tank) & PDW Agency (mise en œuvre de projets)

À PROPOS DE PDW & PDW AGENCY

Peace & Development Watch (PDW) est un cabinet d'analyse et de prospective spécialisé sur les enjeux de paix, de gouvernance et de développement durable en République centrafricaine. PDW Agency est la structure opérationnelle du groupe, chargée de la mise en œuvre de projets de terrain, d'innovation sociale et de renforcement de capacités.

Les deux entités partagent une même vision : produire des idées utiles, ancrées dans les réalités locales, et les traduire en actions concrètes au service des communautés et des politiques publiques.

MISSION PRINCIPALE

Le/La Responsable de la Communication est chargé(e) de concevoir, structurer et piloter l'ensemble de la stratégie de communication de PDW et de PDW Agency. Il/elle assure la visibilité, la cohérence de l'image, la valorisation des productions intellectuelles du think tank et des actions de terrain de l'Agency, auprès des partenaires, bailleurs, institutions, médias et du grand public.

RESPONSABILITES ET TACHES

1. Stratégie de communication globale

- Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication institutionnelle de PDW et de PDW Agency.
- Définir les axes éditoriaux, les messages clés et les cibles (bailleurs, OSC, institutions, universités, médias, jeunesse, partenaires internationaux).
- Veiller à la cohérence de l'image, du positionnement et du discours entre le think tank et l'Agency.

- Proposer des plans de communication annuels et par projet (lancements, événements, publications, campagnes thématiques).

2. Production et coordination de contenus

- Superviser et/ou produire des contenus : communiqués, notes de présentation, publications réseaux sociaux, articles, newsletters, supports institutionnels.
- Valoriser les productions du think tank (rapports, notes d'analyse, Journées de l'Observatoire, études, etc.).
- Mettre en récit les actions de terrain de l'Agency (projets, activités communautaires, formations, résultats, impacts).
- Assurer la cohérence graphique et éditoriale des supports (en lien avec graphistes/vidéastes si besoin).

3. Communication digitale et médias

- Gérer et animer les canaux digitaux (réseaux sociaux, site web, mailing, newsletters).
- Développer une présence régulière, qualitative et stratégique sur les plateformes pertinentes.
- Entretenir les relations avec les médias (presse, radios, plateformes en ligne) et appuyer la préparation des interventions publiques (communiqués, dossiers de presse, éléments de langage).

4. Communication des projets et des événements

- Appuyer les équipes projets dans la conception et la mise en œuvre des plans de communication spécifiques aux projets (bailleurs, activités terrain, livrables).
- Couvrir les événements (Journées de l'Observatoire, conférences, ateliers,ancements de projets) : préparation des supports, visibilité, capitalisation post-événement.
- Contribuer à la valorisation des résultats et impacts auprès des partenaires et bailleurs.

5. Appui stratégique à la Direction

- Conseiller la Direction Générale sur le positionnement public, les prises de parole stratégiques et la gestion de l'image institutionnelle.
- Contribuer à la structuration de la communication institutionnelle (kits de présentation, pitches, plaquettes, supports partenaires).
- Mettre en place des outils de suivi de la communication (indicateurs de visibilité, performance des canaux, archivage des contenus).

PROFIL RECHERCHE

Formation

- Bac +3/5 en communication, journalisme, marketing, relations publiques, sciences sociales avec spécialisation communication, ou domaine connexe.

Expérience

- Expérience confirmée (au moins 2–3 ans souhaités) en communication institutionnelle, communication de projet, ou communication pour ONG, cabinets, institutions ou médias.
- Une expérience dans le secteur du développement, de la société civile ou des politiques publiques est un atout important.

Compétences

- Excellentes capacités rédactionnelles (français écrit et oral).
- Capacité à vulgariser des contenus complexes (analyses, données, enjeux de politiques publiques).
- Maîtrise des outils de communication digitale et des réseaux sociaux.
- Sens stratégique : capacité à penser la communication comme un levier d'influence et non comme une simple vitrine.
- Capacités d'organisation, de planification et de coordination avec plusieurs équipes/projets.
- Notions en graphisme, photo/vidéo ou capacité à travailler avec des prestataires créatifs (atout).

Qualités personnelles

- Créativité, rigueur, autonomie.
- Sens politique et compréhension des enjeux de communication en contexte sensible.
- Proactivité, capacité à travailler sous pression et à gérer plusieurs priorités.
- Éthique, sens de la responsabilité et respect de la confidentialité.

Langues

- Excellente maîtrise du français.
- La maîtrise de l'anglais est un atout.

- La connaissance du sango ou d'une langue locale est un plus.

Ce que ce poste offre

- Un rôle central dans la structuration de l'image et de l'influence de PDW et PDW Agency.
- Une position stratégique à l'interface entre production intellectuelle, action de terrain et communication publique.
- Un environnement de travail dynamique, exposé à des enjeux nationaux et internationaux.
- L'opportunité de construire une vraie stratégie de communication dans une structure en croissance.