

FICHE DE POSTE

Intitulé du poste	Responsable Communication et Valorisation
Structure d'accueil	BioSafeTouch Lab
Lieu de travail	Bureau + déplacement à l'international pour promouvoir le projet et rencontrer les
Quotité de travail	40 % communication externe (réseaux sociaux, affiches, présentations). 30 % communication interne (réunions d'équipe, suivi de projet).
Date de prise de fonction	octobre/novembre 2025

Description de la structure d'accueil, du projet et de la Mission principale au sein du projet	Le projet repose sur la création d'un nouveau matériaux innovant antimicrobiens et antiahésifs afin de réduire les risques de contamination par contact. C'est un enjeu majeur de santé publique. Le projet sera cibler pour les hopitaux, les supermarchés, les écoles... Le rôle majeur du responsable Communication et valorisation est d'assurer la visibilité du projet Bio SafeTouch et rendre la science accessible, pour convaincre aussi bien le grand public que les acteurs institutionnels.	
Activités essentielles	☐Créer l'identité visuelle et le message du projet (logo, slogan, plaquettes). • Vulgariser les aspects scientifiques (explications simples sur la survie des microbes et les solutions proposées). ☐Organiser des présentations (conférences étudiantes, stands événementiels). Assurer les relations avec les partenaires potentiels (collectivités, supermarchés, établissements de santé).	
Contraintes particulières	Communication scientifique, vulgarisation et pédagogie. Maîtrise des outils numériques (réseaux sociaux, Canva, PowerPoint). Capacité à travailler avec des experts scientifiques et à traduire leur langage en messages	
Hygiène et sécurité	<u>Expositions aux risques :</u>	
	Chimiques (produits irritants, corrosifs, toxiques...)	Non
	Biologiques (bactéries, parasites, toxines, virus...)	Non
	Physiques (rayonnements ionisants et non ionisants,	Non
	Techniques (port de charges lourdes, bruit, travaux en	Non
Compétences requises	Autre(s) risque(s) : à préciser :	
	Simplifier sans déformer les données scientifiques. Gérer la communication en tenant compte des contraintes réglementaires (éviter de revendiquer des allégations « tue 100 % des microbes » tant que non validé). Adapter les messages à différents publics (étudiants, grand public, professionnels).	