

LE PRESIDENT DIRECTEUR GENERAL

- *Vu le Dahir n° 1-04-257 du 25 kaada 1425 (7 janvier 2005) portant promulgation de la loi N°77-03 relative à la communication audiovisuelle telle que modifiée et complétée ;*
- *Vu l'acte de nomination par le Conseil d'Administration de la SNRT en date du 04 Mai 2005 du Président Directeur Général de la SNRT ainsi que les pouvoirs qui lui sont conférés;*
- *Vu les dispositions du statut particulier du personnel de la SNRT approuvé par le Conseil d'Administration le 09 janvier 2006, tel que modifié et complété ;*
- *Vu la procédure de recrutement, intégration et validation de la période d'essai de la SNRT (Réf : GRH-REC-01), entrée en vigueur le 1^{er} Janvier 2021.*

Article 1 : Objet

Poste	Nombre	Formation /Diplôme	Niveau d'études	Branche/Filière/Option /Spécialité
Chef de Projet Marketing Publicitaire	01 Poste	- Diplôme de grande école de commerce ou d'ingénieur - Diplôme Universitaire	BAC + 5	- Marketing - Communication - DATA

Le Chef de Projet Marketing et Etudes Publicitaires assure le pilotage stratégique du marketing de l'offre et des supports. Il est de ce fait amené à :

- Réaliser des études de marché pour analyser les habitudes et les attentes des consommateurs.
- Mener une veille concurrentielle (benchmark) ;
- Identifier le besoin client interne ou externe (prise de brief, conseil et préconisation) ;
- Analyser la problématique à traiter afin de décider des orientations qui seront à donner à la campagne de communication, en veillant à l'inscrire dans la stratégie marketing à développer ;
- Concevoir et mettre en place un plan marketing opérationnel et de communication (campagne publicitaire multicanal, action promotionnelle...) en déclinant chacune des actions à conduire au regard du budget global alloué ;

- Élaborer le cahier des charges et le planning de réalisation ;
- Pilotage et coordination ;
- Piloter l'organisation du plan marketing (actions, budgets, plannings) et la mise en œuvre des différentes actions de communication, en mettant en œuvre les modalités de suivi et d'évaluation du projet ;
- Coordonner les activités des différents acteurs internes impliqués dans le projet, en veillant à leur transmettre et à actualiser les informations nécessaires à la réalisation de leur travail.
- Être en lien avec les agences en marketing et communication ;
- Piloter les actions terrain (merchandising, animations, force de vente, logistique publicité sur les lieux de vente [PLV]...) ;
- Gérer la conception et la production des contenus et outils (textes, 3D, photos, vidéos, présentations commerciales, site web...) ;
- Gérer la conception et la production des campagnes (panneaux sur site, mailing, e-mailing, annonces presse, achat de mots-clés, bannières, petites annonces, événements, actualités, relais réseaux sociaux, relations presse, relations call center ...) ;
- Assurer un reporting efficace à sa hiérarchie.

Article 3 : Compétences requises

Le chef de projet marketing et Etudes Publicitaires doit être doté des compétences suivantes :

❖ Techniques :

- Grande capacité d'analyse et de synthèse ;
- Aisance avec les données chiffrées et capacité à les présenter de manière pertinente ;
- Maîtrise parfaite des enjeux Data : récolte, analyse, normalisation et vulgarisation de la Data ;
- Connaissance en Outils de Data visualisation (Power BI, Tableau, etc.) ;
- Connaissance des principales méthodes de statistique et Machine Learning ;
- Maîtrise du français et de l'anglais.

❖ Comportementales :

- Très bon relationnel et capacité à travailler en équipe ;
- Rigueur et forte autonomie ;
- Dynamisme et bon sens de la communication.

Article 4 : Affectation et type de contrat

- Contrat à durée indéterminée.
- Le poste est basé à Casablanca.

Article 5 : Organisation du concours

- La sélection des candidats se fera sur la base d'un test écrit suivi d'un test oral.
- La note du test écrit est éliminatoire. Seuls les candidats ayant eu une moyenne de 12/20 seront convoqués pour le test oral.
- La note finale est calculée sur la base de la pondération suivante :

$$\text{Note Finale} = \text{Note du test oral} \times 0,5 + \text{Note du test écrit} \times 0,5$$

L'organisation des tests est déclinée comme suit :

TEST	SUJET	Barème	Langue	Durée de Test
TEST ECRIT	- QCM visant à évaluer les compétences et les connaissances techniques liées au poste - Etude de cas	Note/20	Français	02h00
TEST ORAL	- Présentation du parcours académique et/ou professionnel - Présentation des compétences professionnelles et aptitudes personnelles pour le poste à pourvoir	Note/20	Français	30 Minutes

Article 6 : Conditions du concours

Le candidat doit avoir la nationalité marocaine.

Le candidat doit être âgé de **45 ans** au plus à la date de recrutement.

Le candidat doit s'inscrire sur la plateforme de recrutement de la SNRT <http://e-recrutement.snrt.ma> et y uploader les éléments suivants :

- **Un (1) Curriculum vitae (CV) récent.**
- **Une (1) copie de chaque diplôme (en un seul fichier).**
- **Une (1) copie de la CIN.**

Tout dossier incomplet est systématiquement écarté.

Les candidats qui seront convoqués à l'oral devront se munir de leurs dossiers physiques contenant toutes les pièces uploadées (certifiées conformes).

Le dernier délai pour soumettre le dossier de candidature sur la plateforme de recrutement de la SNRT est le **..28.OCT.2025..**

La liste des candidats retenus pour passer les tests est publiée sur le site emploi-public.ma et sur la plateforme e-recrutement de la SNRT. La publication de cette liste vaut convocation des candidats admis pour le concours de recrutement.

Faïçal LARAÏCHI

Président-Directeur Général
Société Nationale de
Radiodiffusion et de Télévision

10 OCT. 2025