



## **Coordonnateur-trice des communications**

**Temps plein :** 35 heures par semaine

**Durée du contrat :** Durée indéterminée

**Entrée en poste souhaitée :** Septembre

**Lieu d'emploi :** 320, rue St-Joseph Est, bureau 207, à Québec

**Formule hybride ou en présence, au choix :** En présence au moins 2 jours/semaine.

### **LA FONDATION MONIQUE-FITZ-BACK**

Depuis 2006, la Fondation Monique-Fitz-Back cultive la conscience environnementale et sociale des jeunes du Québec. Elle offre du soutien financier pour la réalisation de projets scolaires en environnement et en solidarité, développe des ressources pédagogiques novatrices et organise des rassemblements jeunesse. Au cours des dernières années, son action a touché plus de 520 000 jeunes de tous les niveaux scolaires et de toutes les régions du Québec, ce qui en fait l'une des plus importantes organisations dans le domaine au Québec.

### **SOMMAIRE DE LA FONCTION**

Sous la supervision de la direction du rayonnement et du développement philanthropique, cette personne coordonne les communications, en collaboration avec l'équipe afin de développer le positionnement et la notoriété de la Fondation en cohérence avec l'image de marque et les orientations de l'organisation. Le ou la coordonnateur-trice des communications :

#### COORDONNE LES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION (40% de la tâche)

- Participe à la conception et la mise en œuvre des plans de communication de la Fondation et de ses projets comprenant l'échéancier des activités, les stratégies, les moyens et les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs de la Fondation et au développement de sa notoriété ;
- Participe à l'élaboration des prévisions budgétaires annuelles en matière de communication ;
- Est responsable de la promotion de l'offre de service annuelle, en assure sa production et son déploiement ;
- Assure la promotion des campagnes de financement annuelles, rédige des communiqués de presse, infolettres, rapport annuel, prépare des conférences de presse, événements et les autres activités de la Fondation, en collaborant avec les membres de l'équipe concernés ;
- Collabore avec les sous-traitants de la Fondation en respectant les consignes de la direction du rayonnement et du développement philanthropique et effectue les suivis nécessaires ;
- En collaboration avec les personnes coordonnatrices de projets, réalise des stratégies de communication pour promouvoir les projets en s'assurant de respecter les ententes de visibilité établies avec les subventionnaires et commanditaires ;
- Conçoit, réalise et révisé divers contenus originaux pour promouvoir les activités de la Fondation et ses projets (site web, objets promotionnels, éléments visuels, présentations, etc.) ;



- Recueille des données, (par exemple la fréquentation des sites web, statistiques des réseaux sociaux, etc.) afin d'évaluer les retombées des activités de communication et adapte les stratégies au besoin ;
- Contribue à la mise à jour et à l'optimisation du site web de la Fondation.

GÈRE LES RELATIONS PUBLIQUES ET LES RÉSEAUX SOCIAUX (60% de la tâche)

- Crée des contenus originaux, anime et modère les réseaux sociaux de la Fondation et de ses projets en conformité avec les objectifs du plan de communication ;
- Veille à la pertinence, pour le public jeunesse, des approches et stratégies médiatiques choisies ;
- Définit, met en œuvre et adapte la stratégie publicitaire de la Fondation et de ses projets ;
- Réalise une veille médiatique afin d'être informé-e de tout événement ou situation médiatique concernant la Fondation. Informe et conseille les membres de l'équipe concernés dans l'objectif de convenir des actions à entreprendre ;
- Rédige les communiqués et prépare les revues de presse. Révise des articles, allocutions et discours, principalement pour la direction générale et pour d'autres intervenant-e-s à l'occasion ;

**PROFIL RECHERCHÉ**

FORMATION / EXPÉRIENCE

- Baccalauréat dans le domaine de la communication ou des relations publiques ou tout autre domaine pertinent à l'emploi, ou l'équivalent ;
- Deux ans d'expérience dans un domaine relié au poste.

CONNAISSANCES / COMPÉTENCES

- Excellente maîtrise du français parlé et écrit ;
- Maîtrise des réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, des outils de placements publicitaires et capacité à explorer de nouvelles plateformes émergentes ;
- Sens de l'organisation ;
- Excellentes compétences relationnelles ;
- Conscience des enjeux sociaux et environnementaux.

**CONDITIONS D'EMPLOI**

- Contrat à durée indéterminée ;
- Poste à temps plein de 35 heures de travail par semaine ;
- Horaire de travail flexible facilitant la conciliation travail-vie personnelle : travail de jour sur semaine avec possibilité de terminer à midi les vendredis. Travail de soir en de fin de semaine occasionnel ;
- Travail en mode hybride ou en présence : minimum 2 jours de présence au bureau par semaine ;
- Salaire entre 25,68\$ et 34,61\$ l'heure, déterminé en fonction de l'échelle salariale de l'organisation et selon la formation et l'expérience ;
- Contribution de l'employeur au régime de retraite de l'employé-e à compter d'un an d'ancienneté ;
- 4 semaines de vacances (8%) et 10 jours de congés personnels, en plus de congés des Fêtes rémunérés, et ce dès l'entrée en poste ;
- Bureau situé dans le quartier Saint-Roch, au cœur de la Ville de Québec et près de tous les services ;



- Équipe dynamique, créative et rieuse dans un environnement de travail positif et stimulant !

Entrée en poste souhaitée: Septembre

**POUR POSTULER**

La responsable de l'embauche est Anabelle Beaudoin, adjointe exécutive. Veuillez faire parvenir votre lettre de motivation et votre curriculum vitae à [fmf@fondationmf.ca](mailto:fmf@fondationmf.ca) au plus tard le 20 août 2025, 23h59.

Des entrevues auront lieu la semaine du 25 août.

Nous remercions d'avance toutes les personnes qui déposeront leur candidature. Au plaisir de vous rencontrer!