



Fondation du Grand Montréal
Foundation of Greater Montreal

La Fondation du Grand Montréal

Directeur du marketing et des communications

Créée au début de l'an 2000, la Fondation du Grand Montréal (FGM) est un organisme indépendant et sans but lucratif voué au mieux-être de la collectivité du Grand Montréal. À cette fin, elle recueille des fonds de dotation permanents, en assure la saine gestion et en distribue les revenus de façon à soutenir des organismes locaux œuvrant dans divers secteurs, dont la santé, les services sociaux, les arts et la culture, l'éducation et l'environnement. La Fondation gère actuellement plus de 255 fonds de dotation de plus de 95 \$ millions dont la moitié sont sa propriété. Ses actifs sans cesse grandissant lui ont permis de distribuer au delà de 4 \$ millions depuis 2004 à des organismes montréalais.

Relevant de la présidente et directrice générale, le directeur du marketing et des communications (un poste nouvellement créé) appuiera les activités et les projets de la Fondation. Il développera, coordonnera et mettra en œuvre l'ensemble des relations avec les médias, les communications, les activités de marketing, et les matériaux promotionnels pour la FGM.

Une personne énergique qui possède un diplôme universitaire en journalisme, en communication, en marketing ou dans un programme connexe, le candidat réunira une expérience de travail dans le secteur des organismes sans but lucratif ainsi que dans le secteur privé. Il possédera une bonne connaissance de la planification financière ou du secteur des dons planifiés et ainsi qu'une expérience dans des situations de démarrage au sein d'organismes à ressources limitées et parrainés par de grandes sociétés. Le candidat doit pouvoir démontrer des réalisations mesurables et être intéressé à utiliser ses talents de créateur au profit de la communauté.

Sommaire des responsabilités:

- Développe et met en œuvre un plan de marketing et de communication pour accroître l'image de la Fondation et sensibiliser les organismes reliés à la mission de la Fondation, ses services, sa contribution à la communauté, et encourager son public cible à recourir à son programme de dons planifiés pour créer des fonds de dotation.
- Développe un plan de communication interne auprès des partenaires de la Fondation, des organismes communautaires ainsi qu'auprès des détenteurs de fonds actuels et potentiels.
- Maintient et développe les relations et contacts avec les médias, surveille les activités médiatiques et maintient la base de données des relations avec les médias.



- Dirige les relations avec les médias, y compris la coordination des entrevues avec la présidente et directrice générale et les membres du conseil d'administration.
- Rédige et prépare les discours clés pour la présidente et directrice générale, les pochettes de presse, les énoncés et la documentation dirigée vers publique cible.
- Rédige et gère le contenu du site Web de la FGM, rédige les communiqués de presse, les documents pour les envois postaux, les publications, les rapports, et autres communiqués et matériaux tels que les présentations PowerPoint, rapports annuels, dépliants, fiches d'informations, dossiers de presse, et bulletins électroniques.
- Identifie et assiste la présidente et chef de la direction à développer des partenariats stratégiques avec les intervenants clés afin de répondre aux objectifs de communication et de marketing de la Fondation.
- Fournit un appui au Comité de marketing et communications ainsi qu'au Comité de développement du Conseil d'administration et offre sa collaboration aux membres du personnel à ce sujet.
- Aide à la recherche de commandites corporatives pour le développement du matériel promotionnel et les événements de la FGM.
- Collabore à la coordination des événements spéciaux, des assemblées générales annuelles, des ateliers et des rencontres avec les communautés cibles.

Qualifications/Expérience:

- Diplôme universitaire en communication, marketing, journalisme ou autre secteur connexe.
- Maîtrise du français et de l'anglais écrits et parlés.
- Minimum de 5 ans d'expérience dans un poste semblable.
- Habiletés reconnues en communications écrites particulièrement dans la rédaction et la révision de textes ainsi que dans les présentations orales et l'animation de groupes.
- Connaissance des médias et habiletés reconnues pour de bonnes relations avec les journalistes lui permettant de promouvoir efficacement les messages et nouvelles de la Fondation
- Habiletés pour la planification, le développement, la mise en œuvre et l'évaluation des stratégies de communications destinées aux partenaires établis ainsi qu'au public cible externe.
- Possède l'expérience et la capacité de travailler avec divers groupes d'intervenants, e. g. les planificateurs financiers et les gestionnaires, les détenteurs de fonds, les groupes communautaires, les organismes culturels et artistiques, les chercheurs, les associations, les gouvernements municipaux et le secteur privé.



Fondation du Grand Montréal
Foundation of Greater Montreal

- Connaissance des besoins des communautés, les enjeux et les programmes de subventions sont des atouts importants.
- Expérience et expertise informatique, particulièrement dans l'utilisation des programmes de conception et de communication. Compétence reliée à l'utilisation des produits Adobe (InDesign, Photoshop ou Illustrator, et Acrobat) est requis.
- Disponibilité pour rencontrer les bénévoles et assister à des réunions en dehors des heures régulières de travail.

Veillez envoyer votre curriculum vitae accompagné d'une lettre de présentation à l'attention de Marina Boulos-Winton, présidente et directrice générale à marina.boulos@fgmtl.org et indiquez en objet de votre courriel: Candidature – Directeur (Directrice) du marketing et des communications. La date de tombée pour la réception de curriculum vitae est le 5 février 2009. L'étude de candidatures débutera immédiatement et continuera jusqu'à la nomination d'un candidat. Le genre masculin employé dans le présent document désigne aussi le genre féminin.