

Directeur·trice des communications
Fondation CHU Dumont
Moncton (Nouveau-Brunswick)

À propos de la Fondation CHU Dumont

La Fondation CHU Dumont joue un rôle essentiel dans l'avancement des soins de santé offerts aux patientes, aux patients et aux familles desservis par le Centre hospitalier universitaire Dr-Georges-L.-Dumont, seul centre hospitalier universitaire francophone du Nouveau-Brunswick. Depuis 1983, la Fondation appuie l'acquisition d'équipements de pointe, l'amélioration des infrastructures, des initiatives de recherche, la formation professionnelle ainsi que des projets centrés sur les patients qui rehaussent l'expérience des soins. Guidée par un profond engagement envers la compassion, l'excellence et l'impact communautaire, la Fondation mobilise des donateurs, des partenaires et des bénévoles afin d'aider à assurer aux patients l'accès aux meilleurs soins possible, près de chez eux.

L'occasion

La Fondation CHU Dumont est à la recherche d'une personne stratégique, créative et profondément orientée vers les relations humaines pour occuper le poste de directeur·trice des communications. Relevant du président-directeur général et faisant partie intégrante de l'équipe de direction de la Fondation, la personne titulaire du poste jouera un rôle central dans l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de communications, de marketing et de rayonnement de la Fondation au service de sa mission philanthropique et de sa croissance.

Il s'agit d'une occasion exceptionnelle pour une professionnelle ou un professionnel chevronné en communications de contribuer au rayonnement et au renforcement de la visibilité, de la voix et de l'impact d'une organisation de philanthropie en santé au sein de l'un des établissements de santé les plus importants du Canada atlantique. Le ou la directeur·trice des communications supervisera un portefeuille complet d'activités de communication — incluant la stratégie de marque, les communications destinées aux donateurs et aux parties prenantes, les communications numériques, les messages de campagne, les relations médias, la création de contenu et le rayonnement communautaire — tout en assurant la supervision directe et l'accompagnement de deux membres de l'équipe des communications.

La personne retenue apportera à la fois une vision stratégique et une solide capacité d'exécution : elle saura élaborer des récits mobilisateurs, diriger des initiatives de communication intégrées, établir des relations de confiance et traduire les priorités institutionnelles en communications claires, engageantes et alignées sur la mission de la Fondation.

Principales responsabilités

Leadership stratégique en communications

- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie globale de communications et de marketing alignée sur les objectifs annuels et à long terme de la Fondation, y compris ses priorités philanthropiques.
- Travailler en étroite collaboration avec le président-directeur général et l'équipe de direction afin de traduire les priorités organisationnelles en plans de communication, en cadres de messages et en stratégies d'engagement.
- Contribuer à la planification organisationnelle, à l'élaboration des budgets, aux prévisions et au suivi de la performance en tant que membre de l'équipe de direction de la Fondation.
- Cerner les occasions de renforcer la visibilité de la marque, d'accroître la notoriété communautaire, de renforcer l'engagement des donateurs et de soutenir les objectifs de financement et de réputation de la Fondation.

Stratégie de marque, messages et contenu

- Diriger le développement et la gestion de la marque, de la voix et des messages de la Fondation dans l'ensemble de ses communications internes et externes.
- Superviser la création de contenus mobilisateurs, centrés sur la mission, qui mettent en valeur l'impact, les priorités et les besoins de financement de la Fondation auprès des donateurs, des partenaires, des bénévoles et de la communauté.
- Veiller à la cohérence, à la qualité et à l'alignement stratégique des principaux outils de communication, y compris les publications, les rapports annuels, les rapports d'impact aux donateurs, le contenu Web, les discours, les présentations, les vidéos, les contenus pour les médias sociaux et les outils de campagne.
- Développer des cadres de messages et des outils de communication qui soutiennent les activités de financement, la reconnaissance des donateurs, les campagnes, les événements et les priorités organisationnelles.

Communications de campagne, engagement des donateurs et rayonnement communautaire

- Collaborer étroitement avec l'équipe du développement afin de soutenir les initiatives de collecte de fonds grâce à des messages de campagne solides, à des outils destinés aux donateurs, à des communications de reconnaissance et à des stratégies de communication intégrées.
- Diriger la planification et l'exécution des communications entourant les campagnes de financement, comme l'Arbre de l'espoir, les initiatives communautaires, les événements spéciaux et les annonces publiques.
- Soutenir le développement de témoignages de donateurs, de récits d'impact et de communications qui renforcent la confiance, la gratitude et l'engagement à long terme.
- Cerner les occasions de rehausser le profil de la Fondation et de renforcer la compréhension du public quant à son rôle, à son impact et à ses priorités.

Relations médias, relations publiques et communications externes

- Diriger les efforts de relations médias et de relations publiques de la Fondation, y compris la préparation de documents médiatiques, de messages clés, le soutien aux porte-parole et le développement proactif d'occasions de visibilité.
- Établir et entretenir des relations solides avec les médias, les partenaires communautaires et les autres parties prenantes externes.
- Fournir au président-directeur général et à l'équipe de direction des conseils stratégiques en communication et du soutien en gestion d'enjeux, au besoin.
- Contribuer à protéger et à renforcer la réputation de la Fondation grâce à des communications externes réfléchies, bien coordonnées et diffusées en temps opportun.

Communications numériques et engagement des publics

- Superviser la stratégie de communications numériques de la Fondation, y compris le contenu du site Web, les communications par courriel, les médias sociaux et les autres canaux d'engagement numérique.
- Utiliser les données analytiques et les connaissances sur les publics afin d'ajuster les stratégies de communication, de renforcer l'engagement et d'améliorer la performance des différents canaux.
- Veiller à ce que les contenus numériques reflètent la marque, les priorités et les normes d'accessibilité de la Fondation, tout en soutenant les objectifs de mobilisation et de notoriété.

Leadership d'équipe et gestion du personnel

- Assurer le leadership, l'accompagnement et la gestion de la performance de deux personnes relevant directement du poste.
- Établir des objectifs, des attentes et des responsabilités clairs pour les membres de l'équipe, tout en soutenant leur croissance et leur développement professionnel.
- Favoriser une culture d'équipe collaborative, performante et ancrée dans la mission, axée sur l'excellence, la réactivité et le service.

Relations avec le conseil, les bénévoles et les parties prenantes

- Soutenir le président-directeur général et le conseil d'administration dans l'avancement des communications stratégiques, du positionnement public et de l'engagement des parties prenantes.
- Collaborer étroitement avec les membres du conseil, les bénévoles, la direction hospitalière, les cliniciens et les partenaires internes afin de soutenir les priorités de la Fondation et de communiquer efficacement son impact.
- Développer de solides relations de travail au sein de la Fondation et de l'environnement hospitalier afin de faire émerger les histoires, les priorités et les messages porteurs.
- Représenter la Fondation avec professionnalisme et crédibilité dans la communauté et auprès des parties prenantes externes.

Gestion des communications et reddition de comptes

- Assurer le suivi de la performance des communications en fonction des objectifs et des indicateurs clés, et préparer les rapports et analyses requis à l'intention de la direction et du conseil d'administration.
- Contribuer au développement et à l'amélioration continue des systèmes de communication, des processus éditoriaux, des circuits d'approbation et des normes de marque.
- Gérer, au besoin, les relations avec les fournisseurs externes, agences, consultants ou partenaires créatifs.
- Veiller à ce que les activités de communication soient menées conformément aux politiques de l'organisation, aux exigences en matière de confidentialité, aux normes d'accessibilité et aux règlements applicables.

Profil recherché

La personne idéale est une professionnelle ou un professionnel chevronné en communications et en gestion d'équipe, qui allie réflexion stratégique et solide capacité d'exécution. Elle est stimulée par le pouvoir des récits, inspirée par la mission de la philanthropie en santé et motivée par la possibilité de renforcer la notoriété publique, l'engagement des donateurs et l'appui de la communauté au bénéfice des patientes, des patients et des familles du Nouveau-Brunswick.

La personne retenue possédera notamment :

- Un minimum de 7 à 10 années d'expérience progressive en communications, en relations publiques, en marketing ou dans un domaine connexe, avec une solide feuille de route en communications stratégiques et en engagement des parties prenantes.
- Une expérience démontrée dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies de communication intégrées auprès de multiples publics et sur différents canaux.
- Une expérience de gestion de la marque, de stratégie de contenu, de communications numériques, de relations médias et de communications de campagne.
- Une expérience de leadership en supervision, en coaching et en développement de personnel dans un environnement collaboratif et axé sur la responsabilisation.
- D'excellentes habiletés en rédaction, en révision et en narration, ainsi que la capacité de traduire des priorités organisationnelles complexes en communications convaincantes et accessibles.
- Une grande capacité à établir des relations de confiance et à travailler efficacement avec des donateurs, des bénévoles, des membres de conseils d'administration, des dirigeant-es, des médecins, des leaders communautaires et des partenaires externes.
- Un excellent jugement, de la diplomatie et un sens politique développé, particulièrement dans un environnement complexe et hautement visible.
- De solides compétences en planification, en organisation et en analyse, avec la capacité de gérer plusieurs priorités et de livrer un travail de grande qualité dans un environnement dynamique.

- Une expérience au sein d'une fondation hospitalière, d'un établissement de santé, d'une université, d'une institution publique ou d'une organisation à mission comparable constituerait un atout important.
- Une expérience en communications de financement, en reconnaissance des donateurs ou en soutien à des campagnes philanthropiques constituerait un atout significatif.
- Une bonne maîtrise des plateformes de communication numérique, des systèmes de gestion de contenu Web, des outils d'infolettres, des plateformes analytiques et des processus de création de contenu.
- Le bilinguisme français-anglais, à l'oral comme à l'écrit, constitue un atout important.

Formation

- Diplôme universitaire en communications, en relations publiques, en marketing, en journalisme ou dans une discipline connexe, ou combinaison équivalente de formation et d'expérience.

Pourquoi se joindre à la Fondation CHU Dumont?

Il s'agit d'une occasion rare de se joindre à une fondation en santé reconnue, au cœur de l'un des établissements les plus importants du Nouveau-Brunswick. À titre de directeur·trice des communications, vous contribuerez à façonner la voix publique de la Fondation, à renforcer l'engagement des donateurs et de la communauté, et à soutenir l'impact philanthropique au service de meilleurs soins, de meilleurs équipements, d'une meilleure expérience patient et de meilleurs résultats pour les patientes, les patients et leurs familles. Vous vous joindrez à une équipe engagée, travaillerez aux côtés de leaders et de bénévoles dévoués, et jouerez un rôle significatif dans l'avenir des soins de santé dans la région.

Statut du poste :

Temps plein (37,5 heures/semaine)

Lieu de travail : Moncton, Nouveau-Brunswick

L'échelle salariale annuelle se situe entre 85 000 \$ et 95 000 \$. La rémunération sera fixée en fonction des qualifications et de l'expérience. Suivant une période probatoire de six mois, la personne en poste aura accès aux avantages sociaux et au régime de pension.

Pour poser votre candidature, veuillez faire parvenir votre curriculum vitae accompagné d'une lettre de présentation en français, à la direction de la Fondation CHU Dumont par courriel à Gilles.allain@fondationdumont.ca avant le mercredi 22 juillet 2026 à 15h30.