

CHARGE DE COMMUNICATION 360 F/H – CDI
Réf : 2026 CHC

Qui sommes-nous ?

Savez-vous ce qui est à l'origine d'un décès toutes les 4 minutes en France ? Qui est la première cause de mortalité chez les femmes de tout âge et les hommes de plus de 65 ans ? Qui est la première cause de handicap acquis ? Ce sont les maladies cardiovasculaires.

Et savez-vous comment, dans 80% des cas, nous pouvons éviter ces maladies ? En choisissant un mode de vie plus sain.

Ce véritable enjeu de santé publique pourrait être en grande partie résolu en communiquant des informations claires sur les gestes simples à adopter, à la portée de tous.

La **Fédération Française de Cardiologie** lutte depuis plus de 60 ans contre les maladies cardiovasculaires. Elle fédère 27 Associations de Cardiologie régionales et plus de 263 Clubs Cœur et Santé, partout en France.

Ainsi, les actions de la FFC sont impulsées localement par son maillage territorial.

Les quatre missions prioritaires sont :

- Le soutien à la recherche, afin de mieux prévenir les maladies cardiovasculaires, mieux les guérir, découvrir et former les talents de demain ;
- La prévention des maladies cardiovasculaires, pour privilégier une prise de conscience collective et individuelle, rendre l'information accessible et mettre les personnes en capacité d'agir ;
- L'initiation aux gestes qui sauvent, pour améliorer la prise en charge rapide ;
- L'accompagnement des personnes, en réadaptation et en prévention primaire.

Pour mener à bien ses missions, la FFC s'appuie sur l'engagement de plus de 2 000 bénévoles réguliers (qui assurent le déploiement de nos missions sociales sur leur territoire), dont 300 cardiologues, mais aussi sur le soutien d'une trentaine de salariés au siège de l'association.

Elle mène ses actions quasi-exclusivement grâce à la générosité du public et à l'aide de ses entreprises partenaires.

Si vous cherchez du sens dans votre prochain job, ici, la question ne se pose pas : votre travail permettra de sauver des vies.

Donc, si vous avez de l'appétence pour les sujets de santé et vous souhaitez vous investir pleinement dans le développement de politiques de prévention au bénéfice de tous, ce poste est fait pour vous !

Votre environnement de travail

Au sein du pôle Ressources et Communication, et dans le service communication vous travaillez sous la responsabilité du/de la Chef de projet communication.

Vous avez pour mission d'optimiser la diffusion des messages d'information et de prévention portés par la FFC sur l'ensemble des canaux de communication numériques et éditoriaux.

Vous participez activement à la définition et au déploiement de la stratégie de communication digitale, éditoriale et opérationnelle de l'association.

Dans une approche transversale, vous intervenez auprès de l'ensemble des services et des associations régionales afin de garantir la cohérence, la performance et la visibilité des actions.

En tant que chargé(e) de communication 360 vos principales missions sont les suivantes :

1) Stratégie de communication digitale & éditoriale

- Participer à la définition et à la mise en œuvre de la stratégie de communication digitale et éditoriale, interne et externe, en cohérence avec les objectifs de l'association ;
- Collaborer avec les différents services pour garantir une communication fluide, cohérente et efficace ;
- Assurer une veille continue sur l'e-réputation, les tendances et innovations numériques (digital, télécommunications, réseaux sociaux, outils).
- Coconstruire et piloter un calendrier digital et éditorial multi-supports (brochures, sites internet, réseaux sociaux, newsletters, campagnes prévention, etc..).

2) Création et gestion des contenus de communication

- Concevoir et décliner les supports de communication dans le respect de l'identité visuelle de la structure.
- Veiller à l'application et à l'évolution de la charte graphique et éditoriale sur l'ensemble des supports y compris dans le réseau
- Réaliser, mettre à jour et coordonner la production de supports de communication print et digitaux (brochures, flyers, articles, etc.) en lien notamment avec le comité pédagogique,
- Assurer une veille et un suivi des droits à l'image, notamment en matière d'autorisations et de dates d'expiration.
- Gérer, enrichir et actualiser la photothèque ainsi que les banques d'images de l'organisation.

3) Pilotage du site internet

- Assurer le suivi des projets d'évolution du site internet en lien avec les prestataires et les différents acteurs internes ;
- Mettre à jour et enrichir le site avec des contenus pertinents et attractifs (articles, visuels, vidéos, etc....) ;
- Identifier, remonter les anomalies de fonctionnement du site internet et s'assurer de leur résolution en lien avec le service informatique ;
- Être force de proposition pour améliorer l'UX/UI et fluidifier le parcours utilisateur.

4) SEO / SEA & acquisition digitale

- Améliorer les performances SEO du site afin d'attirer un trafic qualifié, en lien avec la chargée de marketing digital collective ;

- Piloter l'agence en charge du SEA en lien avec la chargée de marketing digital collecte ;
- Assurer le suivi des campagnes publicitaires payantes y compris sur les réseaux sociaux en lien avec l'agence.

5) Emailing – gestion et coordination

- Concevoir, coordonner et analyser des campagnes e-mailing ciblées propre au service communication
- Veiller à la bonne utilisation de l'outil d'e-mailing avec les besoins des services et proposer des évolutions ;
- Piloter les campagnes d'e-mailing, analyser les indicateurs de performance et formuler des recommandations d'optimisation ;
- Contribuer à l'élaboration de la newsletter communication et accompagner les autres services dans la création et l'amélioration de leurs newsletters. ;

6) Animation des réseaux sociaux

- Animer, programmer et modérer les communautés sur les réseaux sociaux ;
- Déployer un calendrier éditorial social media ;
- Suivre les performances et proposer les ajustements des contenus.

7) Développement des supports vidéo

- Produire des formats vidéo variés : interviews d'experts, témoignages adhérents ou bénévoles, webinaires, live ;
- Piloter les activations médias autour des contenus vidéo en fonction des actions de communication, des opportunités identifiées et de l'actualité de la FFC.

8) Accompagnement des associations régionales

- Veiller à la cohérence et à l'harmonisation des contenus et de l'identité visuelle des déclinaisons du site internet de la FFC
- Conseiller les associations régionales sur leur présence web et réseaux sociaux ;
- Les accompagner dans la prise en main des outils.

9) Pilotage, suivi et évaluation des projets

- Participer à l'élaboration des indicateurs de performance (nombre de supports mis à jour ou créés, site, réseaux sociaux, e-mailing) ;
- Assurer un reporting régulier et proposer des axes d'amélioration ;
- Assurer une veille sur les outils et tendances de communication innovants.

Profil

Formation :

- ✓ Bac +3 dans le domaine de la communication transversale
- ✓ Expérience de 5 ans minimum sur des fonctions similaires et/ou en adéquation avec les besoins du poste.

Compétences techniques :

- ✓ Gestion multi-projets
- ✓ Aptitude rédactionnelles confirmées sur tout type de supports et formats avec une capacité à adapter des informations techniques / scientifiques en fonction des publics cibles
- ✓ Connaissance des différents leviers d'acquisition payants et gratuits
- ✓ Maîtrise des outils d'Analytics (Google Analytics ; etc.)
- ✓ Maîtrise de WordPress et/ou d'un autre système de gestion de contenus (CMS)
- ✓ Maîtrise de logiciel e-mailing (Splio, Sendinblue...)
- ✓ Maîtrise d'outils de planification et modération réseaux sociaux type Hootsuite
- ✓ Culture digitale et social média : SEO, réseaux sociaux et stratégie d'influence, sensibilité aux parcours et expérience utilisateur
- ✓ Bonne maîtrise des logiciels de la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign),
- ✓ Maîtrise d'un outil de montage vidéo (type Play Play, Adobe Première Pro...)
- ✓ Connaissance du secteur associatif et de la santé appréciée
- ✓

Qualités requises :

- ✓ Organisation, rigueur autonomie, polyvalence
- ✓ Esprit d'analyse
- ✓ Faire preuve d'un savoir-être en cohérence avec les valeurs et les missions de la FFC
- ✓ Être force de proposition
- ✓ Sens de la communication et pédagogie
- ✓ Bonne aptitude à travailler en équipe
- ✓ Proactivité, polyvalence, rigueur, organisation

Ce que nous vous proposons :

- ✓ Statut : non cadre
- ✓ Contrat : Contrat à durée indéterminée
- ✓ Avantages : 13^e mois, RTT, mutuelle, tickets restaurant, prévoyance, retraite supplémentaire, prime sur objectifs, participation sportive, forfait mobilité durable, 1 jour de télétravail par semaine + 1 jour supplémentaire toutes les 2 semaines.
- ✓ De 38 000 à 42 000 €/an, selon expérience

Nous rejoindre ?

Vous vous reconnaissez dans cette annonce, vous souhaitez vous engager et vous investir pour une cause ?

N'hésitez pas à nous faire parvenir votre CV ainsi que votre lettre de motivation à l'adresse suivante : candidatures@fedecardio.com