

Responsable de la communication

Paris 8^e • CDI temps plein • statut cadre

Centre Adrienne et Pierre Sommer (association de gestion de la Fondation Adrienne et Pierre Sommer)

Candidater

Adresser à
boris.albrecht@apsommer.org
(Directeur) : un CV et une lettre
de motivation présentant votre
compréhension du poste et vos
perspectives d'action.

Les candidatures sont à adresser avant le vendredi 30 octobre 2026 à 12h (heure de Paris)

La Fondation Adrienne et Pierre Sommer

Fondation privée et indépendante, abritée par la Fondation de France et dédiée au développement de la médiation animale depuis 1971 : financement de projets en santé, médico-social, éducation et justice ; soutien à la recherche ; production et diffusion de connaissances.

Au cours des trois dernières années : plus de 1 000 projets soutenus pour 2 M€.

Mission historique : la connaissance de l'animal par les plus jeunes (appel à projets enseignants depuis 2021, ateliers au parc de la Villette depuis plus de 10 ans, exposition « Chiens et Chats » à la Cité des sciences).

Positionnement

La Fondation soutient, accompagne et met en réseau les acteurs de terrain et les chercheurs, sans se substituer à eux dans la conduite de leurs actions et de leurs travaux. Elle agit avec engagement et sans militantisme.

Conditions pratiques

Lieu : Paris 8e, présentiel, télétravail possible dans la limite de 2 jours par mois, aux dates définies par la direction.

Contrat : CDI temps plein, convention collective ECLAT 1518, statut cadre.

Rémunération : entre 45 k€ et 50 k€ brut annuel, selon le profil et l'expérience.

Avantages : titres-restaurant, 50% pass Navigo, mutuelle (jusqu'à 100€/mois) + prévoyance.

Déplacements : ponctuels (terrain, événements)

Prise de poste : dès que possible.

Le poste

La Fondation Adrienne et Pierre Sommer entre dans une période charnière de son évolution et souhaite :

- Consolider son équipe et mieux faire connaître son rôle et l'impact de ses actions.
- Développer et renforcer des alliances structurantes : institutions, acteurs du secteur.
- Préparer ses orientations à moyen/long terme.

Enjeu : passer d'une communication réactive à une stratégie proactive, portée par une personne qui prend des initiatives et propose des formats, des angles et des partenariats, dans une petite équipe où la polyvalence est indispensable.

Pourquoi nous rejoindre ?

- **Avoir un impact** — Rendre visible l'action de la Fondation (projets, recherches) auprès prioritairement des décideurs (ARS, directeurs de grandes associations, acteurs politiques) et des professionnels du secteur, ainsi que du grand public.
- **Croiser les expertises** — Travailler à l'intersection de la recherche, de la santé, de l'éducation et de la justice.
- **Travailler collectivement** — Agir en autonomie dans un poste à la fois stratégique et opérationnel, au sein d'une équipe resserrée et collaborative.

Missions

- **Stratégie** : élaborer le plan de communication annuel et pluriannuel ; proposer les sujets à mettre en avant ; définir les cibles (institutionnels, élus, décideurs, presse, professionnels). Conseiller la direction pour ses prises de parole. Définir des indicateurs pour analyser les résultats.
- **Valorisation des projets** : identifier et saisir les opportunités de mise en visibilité. Documenter les projets soutenus à travers reportages, interviews, vidéos, témoignages. Montrer leur impact concret.
- **Recherche et données** : présenter et valoriser les recherches soutenues et les ressources produites. Transformer enquêtes et données scientifiques en contenus compréhensibles (infographies, visualisations de données).
- **Relations presse et événements** : développer des relations ciblées avec les médias (communiqués, dossiers de presse) et initier des partenariats médias ; mettre en place la communication des colloques, prix et appels à projets.
- **Contenus éditoriaux** : animer un calendrier éditorial (newsletters, site, réseaux sociaux). Rédiger, adapter et publier des contenus accessibles et rigoureux (vulgarisation de sujets techniques).
- **Identité et supports** : garantir la cohérence visuelle (chartes, modèles) sur tous les supports (site, réseaux, présentations, infographies, photographies). Constituer une bibliothèque de ressources graphiques simples à utiliser par l'équipe.
- **Prestataires et budget** : coordonner graphistes, vidéastes, imprimeurs, agences dans le respect des budgets et des délais.
- **Partenariats** : développer de nouveaux partenariats et veiller à la visibilité équitable de la Fondation dans ceux existants.
- **Veille et capitalisation** : suivre l'actualité de la médiation animale, l'analyser et la partager avec l'équipe pour nourrir et faire évoluer les programmes et la stratégie.

Profil recherché

Formation : Bac+5 en communication, journalisme, sciences humaines/sociales ou équivalent.

Expérience : 5 ans minimum en communication institutionnelle, idéalement dans l'intérêt général, la recherche, la santé ou la philanthropie.

Compétences clés :

Rédaction : excellence en français + capacité à vulgariser sans simplifier (sujets techniques/scientifiques).

Numérique : maîtrise des réseaux sociaux, gestion de site (CMS) et outils graphiques (Canva, Photoshop basique).

Gestion de projet : coordination de prestataires, suivi budgétaire, respect des délais.

Curiosité et ouverture : capacité à appréhender rapidement les enjeux scientifiques, sociaux, éducatifs, sanitaires et éthiques liés à la médiation animale — l'expertise préalable du domaine n'est pas indispensable.

Qualités humaines : Polyvalence (petite équipe = participation aux sujets transversaux), sens du collectif, autonomie, curiosité, rigueur, force de proposition et esprit d'initiative.

Langues : Anglais professionnel souhaité (pour les partenariats internationaux).



Engagée pour
la médiation animale
depuis plus de 50 ans