



OFFRE D'EMPLOI – RECLAIM FINANCE

Directeur·trice de la communication

Idéalement basé.e à Paris

CDI

Le·la directeur·trice de la communication élabore et pilote la stratégie de communication globale de l'ONG pour servir ses objectifs politiques, d'influence et de notoriété, en tant qu'ONG de recherche et de campagne. Il ou elle contribue à positionner l'ONG dans le paysage institutionnel et médiatique comme une voix crédible, experte et distinctive.

Il ou elle garantit la cohérence, la force et la pertinence des messages portés par l'organisation, en interne comme en externe, et assure le déploiement de l'ensemble des outils de communication à même de faire entendre et d'imposer les arguments et demandes de l'association. Il ou elle est également responsable du développement de la stratégie d'engagement contribuant à la collecte de fonds.

Il ou elle travaille pour cela en étroite collaboration avec la directrice générale et les autres membres du CODIR dont il ou elle fait partie, et avec l'ensemble de l'équipe de communication qu'il soutient et dirige dans ses missions.

Notre organisation

Reclaim Finance est une ONG de recherche et de campagne, dédiée aux enjeux à l'intersection de la finance et de la justice sociale et environnementale. Elle a été fondée en mars 2020 par Lucie Pinson, lauréate du prix Goldman pour l'environnement en 2020 et reconnue comme une 100 personnes les plus influentes sur les enjeux climatiques par le magazine TIME en 2023.

Responsabilités principales :

1. Pilotage des équipes

- Superviser les équipes chargées des relations presse ; de la communication sur les réseaux sociaux ; de la création de contenus multimédia (vidéo, visuels, formats digitaux) ; des sites internet et de leur design. Garantir une bonne articulation entre ces compétences.
- Suivre l'évolution des dossiers, des avancées et des blocages, ainsi que l'état d'esprit de l'équipe, et aider à identifier des solutions le cas échéant.

- Assurer la circulation des informations et décisions venant des autres directions, y compris de la direction générale, auprès de l'équipe communication. Est garant de la bonne circulation des informations et la coordination au sein du pôle
- S'assurer de la bonne compréhension des positions et procédures, et en particulier celles spécifiques à la communication au sein de l'organisation et de l'équipe communication.
- Évaluer le travail et soutenir la montée en compétence. Propose les évolutions de poste au sein du pôle.
- Assurer un pilotage budgétaire efficace de la communication.

2. Stratégie de communication

- Définir la stratégie globale de communication de l'ONG (objectifs, cibles, messages, canaux, tonalité, charte graphique, lignes rouges) en adéquation avec l'identité, la mission et les objectifs de l'association.
- Coordonner et arbitrer les activités de communication et établir le calendrier de communication en collaboration avec les autres pôles de l'équipe (notamment campagne et recherche de financement).
- Identifier les évolutions sociétales et politiques susceptibles d'influencer la réception de nos messages, afin de les anticiper, d'y répondre, voire de les contester.
- Assurer la cohérence entre communication institutionnelle, campagnes d'influence, communication grand public et productions des différentes équipes.

3. Crédibilité, image et réputation : la communication institutionnelle

- Promouvoir la réputation et la notoriété de l'ONG, notamment en mettant en avant son histoire, ses réussites et ses engagements.
- Veiller à la réputation, notamment en période de crise, de controverses ou de forte visibilité, en assurant une communication cohérente et transparente.
- Assurer une veille sur l'image (notoriété, perception, visibilité) de l'ONG dans les médias, sur les réseaux et auprès des parties prenantes, notamment à travers la mise en place d'indicateurs de suivi.
- Sensibiliser les équipes aux enjeux de communication liés à l'image de l'association et aux risques réputationnels.
- Veiller à la cohérence de ton et au respect des valeurs et positionnements dans toutes les communications officielles.
- Superviser la rédaction et mise à jour de supports institutionnels, et notamment les publications institutionnelles (rapports annuels, lettres aux donateurs, brochures institutionnelles, etc.) complétant les outils classiques (site web, réseaux sociaux)
- Développer et encadrer les relations publiques : conférences, événements, partenariats.

4. Communication d'influence

- Collaborer étroitement avec les équipes pour formuler des messages clairs et incisifs, à fort potentiel médiatique et politique, ainsi que des arguments d'influence indirecte (coût

réputationnel, pression médiatique, intérêt stratégique à se positionner) en direction des décideurs, des relais d'opinion et des milieux économiques.

- Identifier, cartographier et entretenir des relations stratégiques et de confiance avec des relais d'influence : éditorialistes, think tanks, experts reconnus, personnalités publiques ou scientifiques susceptibles d'amplifier ou légitimer les positions de l'ONG.
- Superviser et contribuer à la conception de formats et dispositifs de diffusion ciblés (briefs confidentiels, tribunes, notes synthétiques, interventions dans des événements clés, campagnes d'e-mails ou de réseaux sociaux à destination de publics spécifiques).
- Contribuer à l'identification des fenêtres d'opportunité et saisir les opportunités de communication, de manière proactive ou réactive (votes, sommets, crises, publications stratégiques ou concurrentes...) pour maximiser l'efficacité des prises de parole et insertions médiatiques.

5. Porte-parolat et discours public

- Mettre en place une politique d'encadrement du porte-parolat de l'ONG.
- Contribuer et garantir l'appui de l'équipe communication à la préparation médiatique et politique des porte-parole de l'ONG (media training, fiches de contexte, réponses aux questions sensibles, etc.).
- Élaborer des éléments de langage et des argumentaires adaptés aux différents canaux d'influence et pour les prises de position institutionnelles (médias, rencontres bilatérales, communications publiques, interventions audiovisuelles).

6. Engagement et mobilisation

- Développer les stratégies d'engagement des parties prenantes contribuant à la collecte de fonds de l'organisation ;
- Apporter un appui aux relations bailleurs et donateurs via la production de supports, récits, contenus institutionnels et éléments de valorisation de l'impact (rapport annuel, présentations, plaquettes, supports bailleurs et donateurs, etc.) ;
- Garantir la cohérence des messages institutionnels destinés aux bailleurs, partenaires et donateurs
- Contribuer à la mobilisation et à la fidélisation des donateurs individuels ;
- Appuyer les campagnes de collecte destinées au grand public ;
- Accompagner les équipes dans la valorisation de l'impact des campagnes et de l'organisation.

Ces missions pourraient être amenées à évoluer.

Votre profil

- Expérience confirmée (8 à 10 ans minimum) dans des fonctions de communication, dont plusieurs années dans un rôle de pilotage stratégique.
- Expérience significative en communication d'influence, affaires publiques, plaidoyer ou communication politique, idéalement au sein d'une ONG, d'une institution, d'un média ou d'une organisation engagée.
- Expérience de management d'équipe.

- Expérience en communication au service de la collecte de fonds, de l'engagement de communautés ou du développement de ressources.

Compétences clés

- Excellente capacité à élaborer une stratégie de communication globale et à coordonner des dispositifs mobilisant différents canaux, sans nécessairement être spécialiste de chacun d'eux.
- Capacité à prendre des décisions rapidement, à arbitrer les priorités et à faire avancer des projets collectifs dans un environnement exigeant et en constante évolution.
- Capacité à fixer un cap, déléguer, accompagner et faire progresser les équipes.
- Capacité à transformer des enjeux complexes en messages clairs, percutants et adaptés à des publics variés, en développant des approches de communication efficaces et innovantes.
- Forte culture médiatique et politique : intérêt marqué pour l'actualité, les évolutions des médias, des usages de communication et des débats publics.
- Esprit d'analyse et de synthèse, sens politique et capacité à identifier les opportunités et les risques de communication.
- Curiosité intellectuelle et intérêt pour les enjeux liés à la finance, à la transition écologique et aux campagnes d'influence ; une expertise préalable en finance n'est pas requise.
- Maîtrise du français et de l'anglais, à l'écrit comme à l'oral.

Conditions d'emploi

- Forfait 209 jours de travail par an ;
- Poste basé de préférence à Paris. Possibilité de télétravail 2 jours par semaine et flexibilité pour du télétravail à distance pendant la période estivale ;
- Prise en charge carte transport 50% et tickets restaurant 60% (valeur faciale de 9 euros), prise en charge à 100% de la mutuelle pour le.la salarié.e, à 50% pour les enfants (offre socle) ;
- Rémunération : environ 60K€ brut annuel (en fonction d'une grille salariale interne en cours de révision).

Merci d'adresser CV et lettre de motivation par courriel à recrutement@reclaimfinance.org avant le 15/09/2026, en indiquant dans l'intitulé du message « Directeur.rice de la communication ».

Notre organisation se réserve le droit de clôturer le processus de recrutement avant la date indiquée.

Engagement envers la diversité, l'équité et l'inclusion

Chez Reclaim Finance, nous croyons que la justice sociale commence au sein même de nos équipes. C'est pourquoi nous nous engageons activement à promouvoir un environnement de travail inclusif, respectueux et équitable, où chacun.e peut s'épanouir et contribuer pleinement à notre mission.

Nos engagements concrets incluent :

- Un recrutement équitable, fondé sur des pratiques non discriminatoires et transparentes, pour garantir à toutes et tous une réelle égalité des chances.
- Des formations à la lutte contre les biais inconscients, les discriminations et les violences systémiques.
- Une culture du dialogue, à travers des espaces de parole et des démarches pour faire évoluer nos pratiques de façon collective.

Nous reconnaissons que les parcours sont multiples et que les compétences prennent des formes diverses. Si notre mission vous motive, votre profil nous intéresse, même si vous ne correspondez pas à l'ensemble des critères listés.

Clause de confidentialité – Données personnelles (RGPD)

Les données à caractère personnel que vous nous communiquez dans le cadre de votre candidature sont traitées par Reclaim Finance, en sa qualité de responsable de traitement, afin de gérer le processus de recrutement et évaluer votre profil pour le poste proposé ou d'autres opportunités susceptibles de correspondre à votre profil.

Ce traitement est fondé sur l'exécution de mesures précontractuelles (article 6.1.b du RGPD). Vos données sont accessibles uniquement aux personnes habilitées en charge du recrutement et, le cas échéant, aux sous-traitants agissant pour notre compte.

Les données sont conservées pendant la durée nécessaire au traitement de votre candidature, puis archivées pendant une durée maximale de 2 ans à des fins de gestion de candidatures futures, sauf opposition de votre part.

Conformément à la réglementation applicable, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation du traitement, d'opposition et de portabilité de vos données. Vous pouvez exercer ces droits en nous contactant à l'adresse suivante : recrutement@reclaimfinance.org.

En cas de difficulté, vous pouvez introduire une réclamation auprès de la CNIL : www.cnil.fr.