



Foodwatch France, ONG indépendante qui milite pour plus de transparence dans le secteur agroalimentaire et l'accès à une alimentation saine, digne, durable et abordable pour toutes et tous, recrute sa ou son :

## **Responsable communication digitale et engagement CDD de remplacement – mars/avril 2025 à janvier 2026 (terme estimé)**

**Où :** PARIS (République). Télétravail partiel (jusqu'à 3 jours par semaine). Déplacements occasionnels, notamment à Bruxelles et Berlin.

**Quand :** mars/avril 2025-janvier 2026 (terme estimé)

**Contrat :** CDD Remplacement congé maternité, entre 38 et 44 K€ annuel brut selon expérience, à temps plein (35 heures hebdomadaires).

**Autres :** allocation forfaitaire de télétravail (30€/mois), titres restaurant (10€/jour travaillé pris en charge à 60%), remboursement à 50% de la mutuelle (pour soi et ses ayants-droits) et des abonnements aux transports en commun.

### **LE POSTE**

**Foodwatch France recherche un-e expert-e en communication digitale et engagement (en remplacement dans le cadre d'un congé maternité), pour :**

- **Contribuer aux stratégies et à la mise en œuvre des campagnes**
- **Développer et coordonner les stratégies de communication digitale web et réseaux sociaux et d'engagement de nos communautés en ligne**

Avec ce poste transversal (campagnes, engagement, collecte) vous collaborerez avec toutes les autres personnes et toutes les expertises de l'équipe et assurez une bonne cohérence et complémentarité entre la stratégie globale et les actions.

### **QUI EST FOODWATCH ?**

Association **100% indépendante**, Foodwatch France milite contre les dérives du secteur agroalimentaire. Nous nous battons pour une alimentation saine, choisie, abordable pour toutes et tous, qui ne porte atteinte ni aux personnes, ni à l'environnement.

À travers nos **actions de lanceur d'alerte et de mobilisation**, l'équipe Foodwatch (11 personnes) et ses plus de 400 000 foodwatchers jouent un rôle de **contre-pouvoir citoyen face aux lobbies** de l'industrie agroalimentaire.

**Créée à Paris en 2013, Foodwatch France et son équipe sont en plein développement.** Notre association est également présente à Berlin (2002), Amsterdam (2009), Bruxelles et Vienne (2020).

Nous avons déjà réussi à obtenir plusieurs changements significatifs dans les pratiques des industriels et des distributeurs, ainsi que dans les politiques en France et en Europe. Et nous ne comptons pas nous arrêter en si bon chemin !

Si vous adhérez à nos valeurs, si vous vous reconnaissez dans ce profil et si vous souhaitez contribuer au développement de Foodwatch et de ses campagnes :

**Envoyez-nous votre candidature (CV + Lettre de motivation)**  
à [recrutement@foodwatch.fr](mailto:recrutement@foodwatch.fr)  
avant le 20 février 2025

## MISSIONS

Vous apportez à Foodwatch  **votre expertise et votre vision globale de la stratégie digitale**. Véritable courroie de transmission entre campagnes, engagement et fundraising, vous participez régulièrement aux discussions stratégiques autour des campagnes, à leurs plans et à leur mise en œuvre, avec le directeur des campagnes, la chargée de campagnes, la directrice de l'information et la directrice générale. Pour mener à bien vos missions, vous travaillez également en étroite collaboration avec notre chargée du site web et du webmarketing et à la croisée entre engagement et fundraising, avec notre directrice du développement et notre responsable de la relation donateur·ices. Vous serez aussi amené·e à encadrer un·e chargé·e de communication digitale (création de poste début 2025) et une alternante en création de contenus digitaux (arrivée en septembre 2024).

### Stratégie de communication et mobilisation digitales

- Vous contribuez à la **construction des campagnes** et pilotez la **stratégie de communication digitale et de mobilisation/engagement**, en lien étroit avec l'ensemble de l'équipe.
- Vous coordonnez l'élaboration et la mise en œuvre de **la stratégie et du parcours d'engagement** de la communauté Foodwatch, dans une approche transversale (campagnes, fundraising, webmarketing et autres actions d'engagement).
- En lien avec la chargée du site web et du webmarketing, vous suivez **les évolutions des outils web** (site, newsletter, etc.) et actez les projets à mener avec le directeur des campagnes et la directrice du développement.
- Vous assurez **une veille en ligne** sur les thèmes de campagnes, les outils de mobilisation en ligne, et nouvelles opportunités stratégiques.

### Coordination et participation à la production et de la diffusion des contenus

- Vous coordonnez et participez à **la production et la diffusion de l'ensemble des contenus sur les différents canaux de communication digitale**, en étant garant·e de la ligne éditoriale et du positionnement politique de Foodwatch :
  - **les contenus du site web** : actualités, articles contextes, actions de mobilisation en ligne, textes de partage, homepage, pop-up, et les visuels qui y sont rattachés, ainsi que l'optimisation SEO en lien avec la chargée du site web et du webmarketing.
  - **la newsletter info hebdomadaire**, la newsletter de bienvenue
  - **les visuels, les vidéos, les contenus audios**, réalisés en interne ou en lien avec un réseau de partenaires et de prestataires.

- **les contenus webmarketing** : visuels et textes, en lien avec l'équipe fundraising et avec la validation de l'équipe campagnes ; modération de contenus.

### **Pilotage et animation des réseaux sociaux**

- Vous pilotez et coordonnez **l'animation des réseaux sociaux**, et vous créez également des contenus adaptés aux différentes plateformes : Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Mastodon et Bluesky.
- En lien avec le reste de l'équipe communication et avec la validation des collègues des campagnes, vous produisez **des contenus qui vulgarisent les sujets de campagne de Foodwatch et qui mobilisent et créent de l'engagement**, en lien avec les objectifs de campagne définis.
- International : vous participez à l'équipe Communication digitale et contribuez aux campagnes européennes de Foodwatch.

### **Pilotage et suivi des indicateurs liés à l'engagement**

- Vous pilotez **le suivi des indicateurs liés à l'engagement** : participation à leur agrégation, analyse et restitution des enseignements.
- Vous animez **le GT engagement mensuel**, un espace d'échanges sur la stratégie d'engagement et d'analyses des indicateurs liés à l'engagement et de pilotage et suivi des actions en cours ou à mener.
- Chaque mois vous êtes garant-e de **l'envoi des indicateurs mensuels à l'ensemble de l'équipe**, assortie d'une analyse succincte réalisée en lien avec les différentes personnes chargées de renseigner et d'analyser les indicateurs (site web, newsletter, actions de mobilisation, réseaux sociaux)
- Vous participez aux **réunions d'évaluation post-campagne (REX)**
- Vous participez au **GT fundraising mensuel**, dans un objectif de transversalité entre campagnes, engagement et fundraising.

### **Vie associative**

- Vous communiquez régulièrement avec **les collègues des autres bureaux Foodwatch en Europe**.
- Vous participez aux différents **temps forts de l'association**, au sein du bureau français et dans le cadre de rencontres à l'échelle européenne entre bureaux Foodwatch (Allemagne, Pays-Bas, Autriche, Bruxelles).
- Vous participez à **la vie, à la bonne collaboration et au développement de l'association**.

### **PROFIL**

- Minimum 4 ans d'expérience à un poste similaire en milieu associatif
- Très bonnes compétences rédactionnelles adaptées au web : orthographe française impeccable et SEO
- Maîtrise des réseaux sociaux, animation de communautés (de l'expérience sur des partenariats d'influence est un plus).
- Maîtrise des outils de conception graphique et vidéo (Canva, Capcut, Photoshop occasionnellement)

- Participation à des campagnes de mobilisation online et multicanal (et offline est un plus)
- Expérience de management (approche collaborative, communication non violente)
- Vision stratégique et force de proposition
- Créativité et sens de l'humour
- Esprit d'équipe et ouverture d'esprit
- Une bonne dose de rigueur et de sens de l'organisation
- Appétence pour l'agrégation et l'analyse d'indicateurs
- Anglais obligatoire (écrit, lu, parlé)

---

**Foodwatch alimente le débat.** Suivez-nous sur :

Site internet : [www.foodwatch.fr](http://www.foodwatch.fr)

Instagram : [www.instagram.com/foodwatchfr](http://www.instagram.com/foodwatchfr)

Facebook : [www.facebook.com/foodwatchFR](http://www.facebook.com/foodwatchFR)

TikTok : [www.tiktok.com/@foodwatchfr](http://www.tiktok.com/@foodwatchfr)

YouTube : <https://www.youtube.com/user/foodwatchFR>