



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 :

OFFRE DE POSTE

CDI - Chargé·e de communication digitale

Où : PARIS (République). Télétravail partiel possible (jusqu'à 3 jours par semaine).

Déplacements occasionnels, notamment à Bruxelles et Berlin.

Quand : à partir de mars 2025 (idéalement, mais arrivée possible jusqu'en juin)

Contrat : CDI à temps plein (35 heures), entre 33 et 37 K€ annuel brut, selon expérience

Comment postuler : envoyer un CV et une lettre de motivation à recrutement@foodwatch.fr, avant le 27 février 2025.

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

Dans le cadre d'une création de poste, Foodwatch France recherche un·e chargé·e en communication digitale, sous l'encadrement de la Responsable communication digitale et engagement, pour :

- **Créer des contenus multimédias dédiés aux différents canaux de communication et de mobilisation dans le cadre des campagnes Foodwatch**
- **Mettre en œuvre la stratégie de communication digitale web et réseaux sociaux**
- **Participer au renforcement de l'engagement de nos communautés en ligne**

QUI EST FOODWATCH ?

Association **100% indépendante**, Foodwatch France milite contre les dérives du secteur agroalimentaire. Nous nous battons pour une alimentation saine, 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 vite votre candidature pour ce poste polyvalent !

Envoyez-nous votre candidature (CV + Lettre de motivation)
à recrutement@foodwatch.fr
avant le 27 février 2025

MISSIONS

Vous apportez à Foodwatch **vos compétences en communication digitale et en création de contenus**. Véritable couteau suisse, vous savez faire preuve de créativité et de flexibilité. Vous prenez part à la mise en œuvre des campagnes, sous la responsabilité de la Responsable communication digitale et engagement. En fonction des besoins de créations de contenus, vous travaillez en étroite collaboration avec les collègues de l'équipe campagnes ou fundraising. Pour mener à bien vos missions, vous travaillez également en étroite collaboration avec notre chargée du site web et du webmarketing et notre alternante en création de contenus digitaux (arrivée en septembre 2024).

Production et diffusion de contenus digitaux

En accord avec la ligne éditoriale et le positionnement politique de Foodwatch, vous participez à **la production, la diffusion et la modération des contenus sur les différents canaux de communication digitale**. Vous vulgarisez les sujets de campagnes de Foodwatch pour mobiliser et créer de l'engagement, en lien avec les objectifs de campagnes définis :

- **contenus adaptés aux différentes plateformes** de réseaux sociaux : Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Mastodon et Bluesky.
- **contenus du site web (CMS Typo3)** : actualités, actions de mobilisation en ligne, page médias, 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.
- **newsletter info hebdomadaire**, newsletter de bienvenue
- **les visuels, les vidéos, les contenus audios**, réalisés en interne ou en lien avec un réseau de partenaires et de prestataires.
- **contenus webmarketing** : visuels et textes, en lien avec la chargée du webmarketing, l'équipe fundraising et avec la validation de l'équipe campagnes.

Participation au suivi des indicateurs liés à l'engagement

- Vous participez au **suivi des indicateurs liés à l'engagement, notamment ceux liés aux réseaux sociaux** : participation à leur agrégation et analyse.
- Vous participez au **GT engagement mensuel**, un espace d'analyses des indicateurs liés à l'engagement et de pilotage et suivi des stratégies et actions en cours ou à mener.
- Vous participez aux **réunions d'évaluation post-campagne (REX)**

Stratégie de communication et mobilisation digitales

- Vous contribuez à l'élaboration et la mise en œuvre de **la stratégie de communication digitale et du parcours d'engagement** de la communauté Foodwatch.
- Vous participez à **une veille en ligne** sur les thèmes de campagnes, les outils de mobilisation en ligne, et nouvelles opportunités stratégiques.

Vie associative

- Vous communiquez régulièrement avec **les collègues des autres bureaux Foodwatch en Europe**.
- Vous participez à **la vie, à la bonne collaboration et au développement de l'association**.

PROFIL

- Minimum 2 ans d'expérience à un poste similaire, de préférence en milieu associatif
- Très bonnes compétences rédactionnelles adaptées au web : orthographe française impeccable, rédaction optimisée pour le SEO.
- Maîtrise des outils de conception graphique (Canva essentiellement, Photoshop et Illustrator occasionnellement)
- Expérience en tournage et montage de vidéo pour les réseaux sociaux essentielle (Capcut ou Adobe Premiere)
- Maîtrise des réseaux sociaux, expérience d'animation de communautés en ligne
- Expérience souhaitée de l'interface Meta Business Suite, notamment du gestionnaire de publicités (création de campagnes pub notoriété ou trafic, suivi, gestion, modération).
- Expérience en gestion de CMS.
- Participation à des campagnes de mobilisation online et multicanal (et offline est un plus)
- Force de proposition, capacité à vulgariser sans dénaturer
- 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

Instagram : www.instagram.com/foodwatchfr

Facebook : www.facebook.com/foodwatchFR

Tiktok : www.tiktok.com/@foodwatchfr

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