



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 site web et webmarketing (F/H)

Où : PARIS (République). Télétravail partiel possible (jusqu'à 3 jours par semaine). Déplacements occasionnels à Berlin et Amsterdam.

Quand : À partir de mai 2025

Contrat : Contrat à durée indéterminée (CDI) à temps plein (35 heures hebdomadaires), entre 32K€ et 37K€ annuel brut, selon expérience

Comment postuler : Envoyer un CV et une lettre de motivation à recrutement@foodwatch.fr, avant le 20 avril 2025

Autres : Allocation forfaitaire de télétravail (30€/mois), titres restaurant (10€/ jour dont 60% pris en charge par Foodwatch), prise en charge à 50% de la mutuelle pour soi et ses ayants-droits, et des abonnements aux transports en commun

QUI EST FOODWATCH ?

Foodwatch est une association indépendante qui milite pour défendre les droits des citoyennes et citoyens à plus de **transparence** dans le secteur alimentaire pour une alimentation saine et choisie.

A travers ses **actions de lanceur d'alerte et de mobilisation**, Foodwatch joue le rôle de **contre-pouvoir citoyen face aux lobbies** de l'industrie agroalimentaire, pour que les pratiques des entreprises changent et que les autorités fassent véritablement respecter nos droits.

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

LE POSTE

Foodwatch recherche sa ou son expert·e technique web et webmarketing (site internet, SEO/SEA, interface et support avec la base de données).

Si vous adhérez à nos valeurs, que vous vous reconnaissez dans ce profil polyvalent et voulez contribuer au développement de Foodwatch et de ses campagnes en France, envoyez vite votre candidature à recrutement@foodwatch.fr !

MISSIONS

Sous la responsabilité de la directrice du développement et de la responsable communication digitale et engagement, vous développez et assurez le bon fonctionnement des outils numériques qui permettent à Foodwatch de mener ses missions à bien. À la croisée des campagnes, de la communication, de l'engagement et du fundraising, vous jouez un rôle central dans l'activité de l'association.

> Le site internet

Vous êtes responsable de son bon fonctionnement et de ses améliorations.

- Architecture et technique : en lien avec vos pairs à l'international et le prestataire allemand (*seul l'anglais est utilisé dans nos échanges internationaux*), vous assurez la correction des bugs, le monitoring du trafic et le développement de fonctionnalités et de projets web spécifiques.
- Publication et gestion des contenus :
 - vous montez les contenus sur le site web (actualités, articles contextuels, pétitions et actions de mobilisation, rubriquage) via CMS Typo3 et assurez leur mise à jour régulière.
 - vous êtes force de proposition et de conseil sur les différents formats à publier, leur fréquence et leur structure dans une logique de conversion et de référencement (SEO).

> Les outils de marketing digital

Vous jouez un rôle-clé dans l'acquisition de nouveaux contacts pour contribuer à garantir l'indépendance financière de Foodwatch, et dans la mise en œuvre de la stratégie d'engagement et de fundraising de l'association.

- Meta : vous définissez et mettez en œuvre les campagnes de publicités, selon différents objectifs (formulaires, trafic vers le site...). Vous modérez les commentaires et y répondez.
- Google : vous développez et optimisez le système d'annonces (programme Google Grants, Google Ads), avec le soutien de prestataires experts en SEA.
- Web : vous développez la stratégie fundraising existante sur le canal web (test de formats, tunnel de conversion, etc.) et vous êtes force de proposition sur d'autres leviers publicitaires lorsque cela est pertinent.
- Tracking : vous améliorez la mesure des conversions (action de mobilisation, dons, etc.) du site en vue de permettre une meilleure analyse de nos performances et du ROI.

> La base de données

En étroite collaboration et en soutien à la responsable de la base de données, vous participez à la qualité et à la mise à jour des données collectées par Foodwatch dans le respect des règles en vigueur (RGPD).

- Data : vous êtes en charge de la gestion des interfaces et flux de données entre le site internet et la base de données (exports/imports des participant·es à nos actions de mobilisation en ligne).
- Communication : vous montez et envoyez les newsletters et communiqués de presse.
- Don en ligne : vous assurez la création des formulaires de dons depuis le back-office (iRaiser), intervenez en support sur les liens et intégration en base de données ainsi que sur les projets techniques liés à la collecte de dons.
- Base de données : vous participez au bon fonctionnement et à la bonne gestion de la base de données (suivi et développement technique avec le CRM, mise à jour des données).
- Webmarketing : vous coconstruisez les segmentations utiles pour le webmarketing.

> Les missions transversales :

- Vous assurez la mesure, le partage et le suivi des indicateurs-clés liés à vos missions (stats newsletter, trafic site, etc.), qui sont notamment analysés dans le cadre de groupes de travail et des retours d'expérience de campagnes.
- Vous êtes force de proposition sur les outils de travail et de communication de l'équipe, ainsi que sur les bonnes pratiques dans le cadre des actions de Foodwatch.
- Vous participez à l'esprit d'équipe positif de Foodwatch, à son approche collaborative basée sur la communication non violente (l'équipe est accompagnée d'une coach spécialisée), et à la vie de l'association.

PROFIL

- Minimum 2 ans d'expérience à un poste similaire, de préférence en milieu associatif
- Expertise technique du WEB, maîtrise CRM & CMS, leviers d'acquisition de trafic SEO/SEA/SMO/SMA, outils de veille et mesure d'audience (MATOMO)
- Expérience en gestion de campagnes webmarketing réussie
- Maîtrise des outils (META Business Suite et en particulier l'Ads Manager, Google Ads Search et Display)
- Expérience en gestion de projet (retroplanning, budget...) en lien avec des prestataires spécialisés
- Maîtrise d'outils de gestion de projet en équipe appréciée (Trello)
- Rigueur, organisation, esprit d'équipe et ouverture d'esprit
- Bonnes capacités rédactionnelles – orthographe française impeccable exigée
- Anglais obligatoire (écrit, lu, parlé)
- La connaissance et la maîtrise d'outils graphiques (images, vidéo) est un plus

Foodwatch alimente le débat. Suivez-nous sur :

Site internet : www.foodwatch.fr

Instagram : <https://www.instagram.com/foodwatchfr>

Facebook : www.facebook.com/foodwatchFR

Tiktok : <http://www.tiktok.com/@foodwatchfr>

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

