

OFFRE DE POSTE

CDI - Chargé·e de communication digitale

Où : PARIS (Strasbourg Saint-Denis). Télétravail partiel possible (jusqu'à 3 jours par semaine). Déplacements occasionnels, notamment à Bruxelles et Berlin.

Quand : à partir de mai 2026 (idéalement, mais arrivée possible jusqu'en juillet)

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

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.

Comment postuler : envoyer CV et lettre de motivation à recrutement@foodwatch.fr, avant le 30 mars 2026.

LE POSTE

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

- Créer des contenus multimédias dédiés aux différents canaux de communication et de mobilisation dans le cadre des campagnes foodwatch
- Participer au développement et 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 ?

foodwatch France est une association 100% indépendante qui agit contre les dérives du secteur agroalimentaire et pour le droit à une alimentation saine, choisie, durable et abordable pour toutes et tous.

À travers des actions de lanceur d'alerte et de mobilisation, l'équipe foodwatch (12 personnes) et ses plus de 500 000 foodwatchers jouent un rôle de **contre-pouvoir citoyen face aux lobbies** de l'industrie agroalimentaire.

Créée à Paris en 2013, foodwatch France est 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 aux campagnes de foodwatch et à la mobilisation citoyenne pour faire changer les choses, envoyez vite votre candidature pour ce poste créatif et opérationnel !

Envoyez-nous votre candidature (CV + Lettre de motivation)
à recrutement@foodwatch.fr
avant le 30 mars 2026

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 création de contenus, vous travaillez en étroite collaboration avec l'équipe campagnes ou l'équipe fundraising. Pour mener à bien vos missions, vous travaillez également avec notre chargée du site web et du webmarketing et avec notre alternant en création de contenus digitaux (arrivé en septembre 2025).

Production et diffusion de contenus digitaux

En accord avec la ligne éditoriale et le positionnement politique de foodwatch, vous participez à **la production, à la diffusion et à 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 et le cas échéant, en bonne coordination et collaboration avec nos alliés et partenaires (associations, créateur·ices de contenus...) :

- **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 (+ visuels associés), optimisation SEO en lien avec la chargée du site web et du webmarketing.
- **Newsletter info hebdomadaire**, newsletter de bienvenue.
- **Visuels, vidéos, 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** (agrégation et analyse).
- Vous participez au **GT engagement mensuel**, un espace d'analyse des indicateurs liés à l'engagement, de pilotage et de suivi des stratégies et actions en cours ou à mener.
- Vous participez aux **réunions d'évaluation post-campagnes (REX)**

Stratégie de communication et mobilisation digitales

- Vous contribuez à l'élaboration et à 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 les 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 essentielle en tournage et montage de vidéo pour les réseaux sociaux (Capcut, Adobe Premiere ou autre)
- Maîtrise des réseaux sociaux et appétence pour ces sujets (tendances, nouveaux outils, bonnes pratiques), expérience d'animation de communautés en ligne
- Expérience de l'interface Meta Business Suite appréciée (création de campagnes pub notoriété ou trafic, suivi, gestion, modération)
- Expérience en gestion de CMS
- Participation à des campagnes de mobilisation online et multicanal (offline sera un plus)
- Force de proposition, capacité à vulgariser sans dénaturer
- Créativité et sens de l'humour
- Esprit d'équipe et ouverture d'esprit
- Rigueur et sens de l'organisation
- Appétence pour l'agrégation et l'analyse d'indicateurs
- Bon niveau d'anglais obligatoire, à l'oral comme à l'écrit

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>