

Éduc'alcool Recrute!

Vous voulez être un acteur de transformation sociétale? Rejoignez notre équipe et mettez vos talents en marketing et communication au service d'une mission à impact social ! Vous pourrez diriger des campagnes de marketing social d'envergure et innover pour rendre nos événements, stratégies éducatives et kiosques captivants. Nous recherchons un.e expert.e créatif en marketing et communication 360, qui par son expertise, ses habiletés et son savoir-être saura collaborer avec l'équipe externe et interne pour capter l'attention des publics et diffuser des savoirs qui s'appuient sur des données probantes. Pour réaliser sa mission et ses ambitions, Éduc'alcool a besoin de ressources humaines qui se démarquent par leurs expertises et leur motivation! Rejoignez-nous pour un mandat stimulant!

Qui sommes-nous?

Éduc'alcool est un organisme indépendant et à but non lucratif engagé depuis plus de 37 ans à sensibiliser la population québécoise à la consommation responsable et aux impacts de la consommation d'alcool. L'organisme a récemment modernisé sa gouvernance et ses orientations dans le but d'accroître sa portée et rejoindre divers groupes cibles par des stratégies de prévention innovantes et à fort impact, en plus de réaliser des campagnes de sensibilisation grand public.

DIRECTEUR·TRICE MARKETING ET COMMUNICATION STRATÉGIQUE

Sommaire du poste

Relevant de la direction générale, le/la directeur·trice marketing et communication est un pilier stratégique de l'organisation. La personne titulaire du rôle assure l'alignement et la qualité des communications et stratégies de marketing. Elle sera responsable de définir et d'assurer le succès des campagnes de marketing social d'envergure qui contribueront à la réalisation des objectifs stratégiques de l'organisation et qui viseront à éduquer le public et à favoriser des changements de comportements durables au sein de la société.

Expert·e de haut niveau, il/elle orchestre les plans de communication annuels et ponctuels et supervise l'équipe interne composée de deux personnes aux communications et marketing, ainsi que les partenaires externes dans le déploiement de stratégies multicanales 360°. Alliant une vision stratégique et artistique à une rigueur analytique, le/la titulaire assure la performance des actions de communication et du marketing en s'appuyant sur des données probantes et des stratégies modernes, innovantes et à fort impact. À l'affût des dernières technologies, il/elle maximise l'efficacité organisationnelle et les résultats en matière de sensibilisation et de prévention.

Principales tâches et responsabilités

Planification stratégique et création

- Orienter la planification stratégique et opérationnelle des actions de marketing et de communication.
- Concevoir et assurer la direction des campagnes pour garantir des contenus qui captent l'attention, contribuent à des changements de comportements et promeuvent une culture québécoise de consommation d'alcool éclairée et responsable.
- Élaborer et piloter le plan de communication annuel, et superviser les plans spécifiques pour des campagnes ciblées.
- Innover en marketing événementiel (kiosques, expériences ludiques et éducatives) pour capter l'attention et sensibiliser de multiples publics.
- Collaborer étroitement avec la direction, l'équipe externe et interne pour assurer l'efficacité, la cohérence des messages et l'alignement avec la mission sociale.
- Superviser le budget marketing et communication afin d'en assurer la meilleure allocation pour un maximum d'impact.

Marketing relationnel, membrariat et contenu spécialisé

- Diriger la stratégie de marketing relationnel pour fidéliser et engager les diverses catégories de membres en répondant à leurs attentes.
- Fournir des orientations pour la création d'infolettres spécialisées, modernes, percutantes, adaptées aux intérêts spécifiques de chaque segment d'audience.

Relations publiques et médiatiques

- Planifier les stratégies de relations publiques afin de maximiser le rayonnement médiatique des campagnes de sensibilisation.
- Superviser et/ou assurer une rédaction de haut niveau pour les communiqués de presse et autres outils de relations publiques.
- Agir comme pivot avec les médias pour assurer une présence étendue et impactante.
- Anticiper les risques réputationnels et élaborer des stratégies de communication en situation de crise pour protéger la mission de l'OBNL.
- Préparer les porte-paroles de l'organisation (direction générale ou experts) pour leurs interventions médiatiques.

Déploiement 360, suivi opérationnel, performance et assurance de qualité

- Travailler main dans la main avec le volet scientifique pour s'assurer que le marketing et les communications soient toujours appuyés par des données probantes.
- Superviser l'équipe interne au niveau des communications et du marketing et assurer le suivi auprès des agences et fournisseurs externes.
- Superviser l'opérationnalisation de la diffusion de contenus sur l'ensemble des plateformes selon une approche multicanale.
- Diriger les campagnes payantes, fournir les orientations de ciblage d'audience et le reciblage (retargeting) pour maximiser les conversions sociales.
- Maîtriser et intégrer les outils d'intelligence artificielle pour optimiser la création de contenu (animation, vidéo, image, etc.), l'analyse de données et l'efficacité opérationnelle.
- Définir et suivre rigoureusement les indicateurs de performance (KPI) pour mesurer l'impact réel des campagnes et stratégies de sensibilisation, établir des cibles d'amélioration et suivre les progrès

- Produire ou superviser la production des rapports de performances.
- Superviser l'ensemble des productions écrites et de contenus afin d'en assurer la qualité (communications externes, rapport annuel, etc.).

Réaliser toute autre tâche connexe pour assurer le succès de la mission de l'organisation.

Profil d'expérience et compétences recherchées

- *Formation* : Diplôme universitaire de 2e cycle (maîtrise) en marketing, communication, relations publiques ou discipline connexe pertinente.
- *Expérience* : Minimum de 10 ans d'expérience spécifiquement dans le domaine du marketing et des communications, incluant la gestion de campagnes de marketing social d'envergure.
- *Rédaction de prestige* : capacité à synthétiser des concepts complexes (scientifiques ou sociaux) en messages clés clairs et mobilisateurs pour le grand public.
- *Maîtrise technologique* : Connaissance approfondie des outils publicitaires (Meta Business Suite), des plateformes d'envoi de courriels (ex. CRM, Hubspot), des outils d'IA générative et des outils visant le suivi des indicateurs de performance. Maîtrise de la suite MS Office 365, ainsi que des principaux outils utilisés en marketing et création de visuels (vidéo, image, etc.).
- *Aisance médiatique* : excellente compréhension de l'écosystème médiatique québécois et connaissance au niveau des achats et placement média (tv, radio, presse, publicité numérique).
- *Vision artistique* : Sens de l'esthétisme développé et capacité à guider l'équipe vers des concepts visuels innovants et stratégies percutantes.
- *Marketing relationnel et campagnes philanthropiques* : Expertise démontrée au niveau des infolettres, la fidélisation de membres, la segmentation d'audience et les campagnes de levée de fonds.
- *Savoir-être* : leadership rassembleur et aisance pour établir des liens de confiance; diplomatie et tact pour naviguer dans les dossiers sensibles ou politiques; rigueur, autonomie et efficacité.
- *Langues* : maîtrise avancée du français et de l'anglais.
- *Atout*: expérience dans le domaine de la prévention et de la sensibilisation en santé ou dans le secteur de l'hospitalité (hôtellerie, restauration, bars, festivals, foires et événements)

Condition de travail

- Poste permanent à temps complet : 35h/semaine.
- Fourchette salariale : 90 000 \$ à 105 000 \$, à discuter selon l'expérience.
- Conciliation travail-vie personnelle.
- Travail en mode hybride avec minimalement deux jours en présentiel.
- Bureau moderne situé à Montréal, facilement accessible en transport en commun.
- Vacances annuelles compétitives.
- 13 journées de congés fériés, soit cinq (5) de + que les normes minimales du travail :
 - 30 septembre (Journée nationale de la vérité et de la réconciliation), 25-26 et 31 décembre ; 2 janvier).
- Avantages sociaux après trois mois de service : assurance collective couverte à 60 % par l'employeur; compte de gestion de santé de 400 \$; programme d'épargne retraite RVER avec contribution de l'employeur.
- Programme de développement professionnel et formation continue.
- Ordinateur portable, équipement fourni et remboursement de dépenses.

Les personnes intéressées par cette opportunité sont invitées à soumettre leur candidature (lettre de présentation et CV) **avant le 12 avril 2026** à info@educalcool.qc.ca. Entrée en fonction visée début mai 2026.