



AFFICHAGE DE POSTE – Gestionnaire du marketing, du contenu et de la marque

FOOTBALL CANADA

Type de poste : Temps plein, permanent

Emplacement : À distance (Canada) – certains déplacements requis

Superviseur(e) immédiat(e) : **Chef de la direction**

Travaille de près avec : Tous les départements

Subordonnés directs : Chef de la direction

Échelle salariale : 55 000 \$ à 70 000 \$

À propos de Football Canada

Football Canada est l'organisme national de régie du football amateur au Canada, responsable du leadership, du développement et de la promotion du football avec contact, du flag-football et du touch-football partout au pays. En travaillant en partenariat avec les organismes de sport provinciaux (OSP), les entraîneurs, les officiel(le)s et les leaders communautaires, Football Canada s'engage à offrir des expériences de football sécuritaires, inclusives et de haute qualité. L'organisation se consacre également à bâtir des parcours clairs, de la participation à la base jusqu'à l'excellence sur la scène internationale.

Aperçu du poste

Relevant du (de la) chef de la direction, **le (la) gestionnaire du marketing, du contenu et de la marque** est responsable d'élaborer et de mettre en œuvre les initiatives de Football Canada en matière de marketing, de contenu et de marque afin de renforcer l'engagement, la notoriété et la confiance des membres, des intervenants, des partenaires et du public.

Travaillant en étroite collaboration avec le (la) chef de la direction et d'autres dirigeants internes, le (la) titulaire de ce poste dirige l'exécution des activités quotidiennes de communication et de marketing de Football Canada en veillant à la cohérence des messages, du ton et de l'identité visuelle à travers l'ensemble des plateformes. Le (la) gestionnaire soutient les programmes nationaux, les événements et les priorités stratégiques grâce à du contenu ponctuel, professionnel et harmonisé tout en contribuant au développement continu d'une marque nationale fiable et crédible.

Il s'agit d'un rôle « pratique » qui navigue entre la planification et l'exécution au sein d'un environnement dynamique et consciencieux des ressources. La personne



occupant ce poste jouera un rôle crucial dans la façon dont Football Canada se présente à l'échelle nationale.

Principales responsabilités

Gestion de la marque et développement de contenu

- Rafraîchir et protéger l'identité de la marque de Football Canada en veillant à l'application cohérente des standards visuels et écrits à travers l'ensemble des plateformes.
- Élaborer, gérer et diffuser du contenu sur les plateformes numériques, notamment le site Web, les bulletins d'information, les communications par courriel et les médias sociaux.
- Rédiger des communications de grande qualité, notamment des publications, des mises à jour, des bulletins d'information, du contenu pour le site Web et des communications organisationnelles.
- Veiller à la clarté, au professionnalisme, à la transparence et à l'harmonisation des valeurs et des priorités stratégiques de Football Canada.

Communications numériques et médias sociaux

- Gérer la présence de Football Canada sur les médias sociaux, notamment la planification et la publication du contenu ainsi que l'engagement.
- Élaborer et tenir à jour un calendrier de contenu aligné sur les priorités organisationnelles, les événements nationaux et les campagnes.
- Surveiller le rendement, l'engagement et les nouvelles tendances afin d'alimenter l'amélioration continue.
- Tenir à jour le contenu du site Web et coordonner les mises à jour avec les équipes internes ou les fournisseurs externes.

Collaboration et soutien aux intervenants

- Collaborer avec les équipes internes afin de répondre aux besoins en matière de communication et de contenu pour les programmes, initiatives et événements nationaux
- Travailler en étroite collaboration avec le (la) chef de la direction sur les messages clés, les communiqués et les annonces organisationnelles



- Soutenir les communications relatives aux commandites, aux partenariats et à la production de revenus afin de veiller à l'harmonisation de la marque et à une reconnaissance adéquate
- Fournir des gabarits, des conseils et des ressources aux OPS, aux comités et aux organisateurs d'événements nationaux afin de contribuer à la cohérence dans les communications

Éducation et compétences professionnelles

- Diplôme d'études supérieures en communication, relations publiques, marketing, journalisme ou dans un domaine connexe (obligatoire)
- Une formation ou une certification supplémentaire en communication numérique, gestion des médias sociaux ou gestion de marque est considérée comme un atout

Expérience professionnelle

- Au moins trois à cinq années d'expérience progressive dans les domaines des communications, du marketing, des relations publiques ou de la gestion de marque (obligatoire)
- Expérience en développement et en gestion de communications multicanal au sein d'un organisme à but non lucratif, sportif ou associatif (un atout)
- Expérience avérée en gestion de plateformes de réseaux sociaux, de calendriers de contenu et d'engagement numériques (obligatoire)
- Expérience de travail dans un environnement dynamique et en constante évolution, avec des priorités multiples (un atout)

Compétences recherchées

- **Excellence en communication** : Solides compétences en rédaction, révision et élaboration de messages clés, avec la capacité d'adapter le contenu à divers publics
- **Expertise en matière de marque et de numérique** : Capacité à guider la cohérence de la marque et à offrir du contenu numérique de haute qualité sur toutes les plateformes
- **Planification et exécution** : Grandes compétences organisationnelles et capacité à gérer plusieurs projets et délais simultanés



- **Collaboration et gestion des relations** : Excellentes aptitudes interpersonnelles et capacité à travailler efficacement avec des équipes et des intervenants
- **Compétences techniques** : Aisance dans l'utilisation des outils et plateformes numériques (par exemple, Microsoft 365, systèmes de gestion de contenu, plateformes de médias sociaux)
- **Jugement et professionnalisme** : Fait preuve de jugement dans la communication de situations délicates, évolutives ou de grande envergure
- **Adaptabilité et initiative** : Proactivité, flexibilité et facilité à s'adapter à des priorités changeantes
- **Bilinguisme** : Comme Football Canada représente diverses communautés à travers le Canada, le bilinguisme (anglais/français) est un atout important pour ce poste.

Pourquoi vous joindre à Football Canada ?

Ce poste offre une occasion unique de façonner l'image et la marque nationales du football au Canada à un moment charnière de sa croissance, notamment au flag-football et dans les parcours de haute performance. Le (la) gestionnaire du marketing, du contenu et de la marque jouera un rôle central dans le renforcement de la confiance, de l'harmonisation et de l'engagement au sein de la communauté canadienne du football.

Veillez soumettre votre c.v. et vos attentes salariales à :
admin@footballcanada.com

Date limite de mise en candidature : **6 mars 2026**

Veillez noter que nous ne communiquerons qu'avec les personnes dont la candidature aura été retenue pour une entrevue.

Football Canada croit que la diversité des perspectives et des expériences vécues renforce notre organisation et le sport que nous servons. Football Canada s'engage à offrir des chances égales à tou(te)s les candidat(e)s et ne pratique aucune discrimination fondée sur la race, l'ascendance, le lieu d'origine, la couleur, l'origine ethnique, la citoyenneté, la croyance, le sexe, l'orientation sexuelle, l'identité ou l'expression de genre, l'âge, l'état matrimonial, la situation familiale, le handicap ou toute autre caractéristique protégée par les lois en vigueur.



L'auto-identification au cours du processus de recrutement est entièrement volontaire. Football Canada accueille et encourage les candidatures de personnes handicapées et s'engage à fournir des mesures d'adaptation tout au long du processus d'embauche.