

## Offre d'emploi

### Chef(fe) de marque et de communication

**LIEU DE TRAVAIL**

Bureau de Québec et possibilité de télétravail

**STATUT**

Temps plein

**RÉMUNÉRATION**

À discuter selon l'échelle salariale et l'expérience

**DATE D'ENTRÉE EN SERVICE**

2 février 2026

### LA SOCIÉTÉ DU RÉSEAU ÉCONOMUSÉE®

Depuis plus de 30 ans, la SRÉ incarne un engagement profond envers la transmission et la pérennité des savoir-faire identitaires. Véritable trait d'union entre les porteurs de savoirs et la communauté, la SRÉ joue un rôle déterminant dans le rayonnement du patrimoine vivant et la reconnaissance de ceux qui perpétuent, avec talent et passion, des gestes séculaires.

Organisme international à but non lucratif, la SRÉ est la promotrice de l'expérience Artisans à l'œuvre et est reconnue à l'échelle internationale pour ses concepts ÉCONOMUSÉE®, ESPACE PATRIMOINE et ESPACE CULINAIRE. Elle fédère un réseau d'artisans engagés pour mettre en lumière des savoir-faire transmis de génération en génération, tout en guidant les entreprises de ces artisans vers un modèle d'affaires distinctif et porteur de sens.

La SRÉ érige le patrimoine culturel immatériel en moteur de vitalité économique et de développement durable pour les régions. Par sa mission et par la nature de ses entreprises membres, la SRÉ est fière de contribuer au tourisme responsable et durable.



Sous l'autorité du directeur général, la cheffe ou le chef de marque et de communication est responsable d'assurer le positionnement et la reconnaissance de l'organisation selon la mise en œuvre des recommandations de la planification stratégique et de ses membres dans les secteurs clés, notamment le tourisme, le patrimoine culturel et le bioalimentaire, tant au Québec qu'ailleurs au Canada et dans son réseau international.

Elle ou il assure une visibilité optimale de l'organisation par le développement de stratégies communicationnelles innovantes et met en œuvre les actions qui en découlent en fonction des budgets disponibles. Elle ou il propulse le rayonnement de l'organisation en valorisant les atouts distinctifs de celle-ci et en collaborant avec ses partenaires stratégiques pour maximiser sa présence et son influence. En étant toujours à l'affût des tendances émergentes, elle ou il emploie les meilleures pratiques pour garantir la compétitivité de l'organisation et de ses membres.

Elle ou il agit comme agent de communications interne et externe pour l'équipe de la SRÉ et ses membres en coordonnant divers mandats et en s'assurant d'atteindre les objectifs de communication en lien avec les différents plans et financements de la SRÉ.

## DESCRIPTION DU POSTE

La cheffe ou le chef de produits est une personne clé qui, par sa collaboration, soutient l'équipe de la SRÉ, les partenaires et les membres du réseau. Elle ou il contribue à la mission de l'organisation en assumant les responsabilités principales suivantes :

### 1 – Marque SRÉ et AO (15 %)

- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie globale de gestion de la marque qui reflète les valeurs, la mission et la vision de l'organisation.
- Superviser la cohérence éditoriale de la marque sur tous les supports (site Web, médias sociaux, documents imprimés, etc.) ainsi que sa cohérence visuelle en collaboration avec l'équipe graphique.
- Réaliser des audits réguliers pour évaluer l'impact de l'image de marque de la SRÉ et identifier les opportunités d'amélioration.
- Communiquer et maintenir les guides de marques interne et externe SRÉ-AO, fournir les outils de communication et former les partenaires et les membres de l'organisation à l'application de la marque.

### 2 – Événementiel (25 %)

- Planifier et coordonner divers événements soutenant la mission de la SRÉ, tant pour la génération de revenus que pour le renforcement de sa notoriété (inaugurations chez les membres, rencontres des membres, etc.).
- Assurer la logistique des événements et garantir une expérience cohérente avec l'image de marque.
- Évaluer le succès des événements à travers des rapports post-événement.



### 3 – Communication (30 %)

- Développer et mettre en place une stratégie numérique adaptée aux objectifs communicationnels de la SRÉ, incluant un calendrier éditorial élaboré, le tout, en atteignant des objectifs annuels et de planification stratégique.
- Collaborer à la création de contenu engageant et pertinent pour chaque plateforme numérique afin d'augmenter la visibilité de l'organisation et son engagement avec le public.
- Coordonner des activités et collaborer avec des fournisseurs externes spécialisés dans la création de contenu, la programmation et la mise en ligne, afin d'assurer l'animation des réseaux sociaux et la préparation des infolettres.
- Mettre à jour régulièrement les informations du site Web (articles, produits, services), surveiller les performances du contenu et assurer une qualité globale et optimale du site Web.

### 4 – Services aux membres en communication (15%)

- Réaliser différents projets ponctuels liés aux communications (ex. : projet photo/vidéo chez les membres).
- Intervenir à titre d'expert de l'équipe SRÉ dans différents projets de communication auprès des membres du réseau, en leur apportant un accompagnement stratégique pour soutenir leurs initiatives.

### 5 – Relations publiques (15%)

- Développer et maintenir des relations solides avec les médias par la proposition d'une stratégie de communication diversifiée et par la participation à des bourses des médias.
- Développer, entretenir et bonifier la base de données médias et influenceurs.
- Effectuer et diffuser la revue de presse périodique des retombées directes des actions de la SRÉ.
- Rédiger différents contenus ou communiqués à l'intention des médias.
- Collaborer à la cueillette de données en fonction des indicateurs cibles en matière de communication.
- Conseiller la direction générale sur les stratégies de relations publiques pour la gestion efficace de l'image publique de l'organisation.

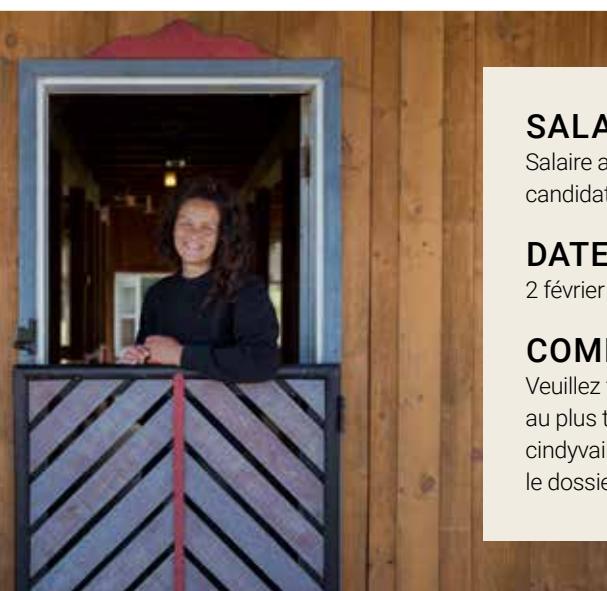
Enfin, la cheffe ou le chef de marque et de communication devra participer à des activités de réseautage et pourrait devoir collaborer à divers comités internes et externes en fonction des besoins de la SRÉ.

## EXIGENCES PROFESSIONNELLES

- Trois à cinq ans d'expérience dans un poste stratégique de communication et de gestion de marque
- Diplôme universitaire soit en communication, en administration des affaires, en marketing ou l'équivalent dans un domaine connexe
- Aisance dans l'utilisation d'outils et de logiciels informatiques
- Permis de conduire valide
- Capacité à se déplacer dans les différentes régions du Québec, lorsque requis

## COMPÉTENCES REQUISES

- Sens de l'initiative et habileté en gestion multi-projets
- Grande autonomie et une capacité d'adaptation
- Excellente maîtrise du français et de bonnes connaissances de l'anglais parlé et écrit
- Sens de l'organisation et aisance dans les activités de représentation
- Compétences créatives et relationnelles
- Connaissance de l'industrie touristique et de la vie associative est un atout



### SALAIRE

Salaire annuel à discuter selon l'échelle salariale et l'expérience de la candidate ou du candidat.

### DATE D'ENTRÉE EN SERVICE

2 février 2026

### COMMENT POSTULER

Veuillez faire parvenir une lettre de présentation ainsi que votre curriculum vitae au plus tard le **20 janvier 2026 à 16 h**, à Cindy Vaillancourt au courriel [cindy.vaillancourt@economusees.com](mailto:cindy.vaillancourt@economusees.com). Veuillez noter que seules les personnes dont le dossier de candidature aura été retenu seront convoquées pour une entrevue.