

Offre de mission : relations presse pour Humundi

1. Présentation de Humundi

Humundi (anciennement SOS Faim) est une ONG internationale engagée pour un monde où les systèmes alimentaires respectent à la fois la planète et les communautés rurales qui la cultivent. Grâce à son réseau de 70 partenaires internationaux, comprenant des ONG, des organisations paysannes et d'autres acteurs du développement, Humundi accompagne chaque année 1,8 million de ménages ruraux en Afrique et en Amérique latine pour renforcer leur autonomie économique et alimentaire.

Humundi sensibilise également chaque année des milliers de personnes en Belgique et dans le monde aux enjeux agroalimentaires et plaide auprès des décideurs politiques pour une agriculture et une alimentation plus équitables, durables et solidaires. Notre mission : lutter contre la faim, la pauvreté et les inégalités dans le monde, tout en construisant un modèle alimentaire global qui protège les ressources naturelles, soutient les producteurs locaux et garantit à chaque être humain un accès à une alimentation saine et durable.

Contexte, objectifs et stratégie

Depuis son changement de nom en 2023, Humundi cherche à se positionner comme un acteur clé sur les enjeux des systèmes alimentaires durables et à dépasser la problématique de la faim. À côté de son expertise historique, l'ONG désire mettre en avant son expertise sur des sujets tels que l'agroécologie, le commerce international des pesticides, et l'impact des systèmes alimentaires en s'appuyant sur son ancrage en Afrique et en Amérique latine

Dans ce cadre, Humundi souhaite renforcer sa communication et sa visibilité avec pour objectifs :

- **Accroître la visibilité** de Humundi et de ses événements dans les **médias belges francophones, européens et internationaux** ;
- **Renforcer le réseau médiatique de Humundi**, en ciblant les journalistes spécialisés et en élargissant notre portée vers de nouveaux médias et canaux de communication ;
- **Consolider notre position d'expertise et relayer la voix du Sud**, notamment à travers des tribunes, des interviews, des communiqués de presse, des missions presse et la gestion de la couverture médiatique lors de nos événements et actions de plaidoyer.

2. Objectifs et missions principales

L'attaché-e de presse aura pour mission principale de soutenir Humundi dans la mise en œuvre de sa stratégie de communication pour 2025 et au-delà. Les principales missions seront les suivantes :

2.1. Positionnement médiatique :

Positionner Humundi comme un acteur clé des systèmes alimentaires durables, avec un accent particulier sur des enjeux à dimension internationale tels que la faim, le commerce des pesticides, les traités de libre-échange, l'agroécologie, le climat & l'agriculture.

Pour ce faire, l'attaché-e de presse devra effectuer une veille médiatique ainsi que corédiger et diffuser des communiqués de presse, des tribunes et des cartes blanches en réactivité à l'actualité, afin de maintenir une couverture médiatique continue et alignée avec les priorités stratégiques de l'ONG.

2.2. Communication autour des événements clés :

- **Humundi Race** en juin 2026 :

Rédaction et mise en page du dossier de presse, établissement de partenariats médias, rédaction et envois des communiqués de presse avec des relances si nécessaire, ainsi que la réalisation d'une revue de presse.

- **Festival Alimenterre Belgique** en février 2026 suite au changement de date et avec une nouvelle identité :

Rédaction et mise en page du dossier de presse en amont de l'événement, incluant les partenariats médias. Rédaction, envoi et suivi des communiqués de presse, relances et échanges avec les journalistes, ainsi que la réalisation d'une revue de presse. La présence de l'attaché-e de presse sera requise pour accueillir les journalistes lors de l'événement.

En parallèle, un travail ciblé sera mené auprès de la presse internationale pour les éditions du festival ayant lieu en République démocratique du Congo, au Sénégal et au Burkina Faso, via l'envoi de communiqués et la mise en relation avec l'équipe internationale de Humundi.

- **COP Climat** en novembre 2025 : Préparation de la couverture médiatique de l'ONG à la COP climat, en anticipant les besoins presse et en préparant des supports médiatiques en amont.

- Accompagner la sortie d'une **campagne publique** de sensibilisation en septembre 2025 (à confirmer).

2.3. Élargissement de notre réseau médiatique et ouverture à de nouveaux médias :

Jusqu'à présent, nos efforts se sont principalement concentrés sur la presse belge francophone. En plus d'élargir la base de données presse à l'échelle de l'UE et de l'international, l'attaché-e de presse devra explorer de nouveaux médias et canaux de communication dans les thématiques agroalimentaires et dans le secteur Culture/Cinéma (festival Alimenterre), en particulier les médias sociaux ainsi que les influenceuses et influenceurs, voire des ambassadeurs·rices, afin d'atteindre des publics jeunes et engagés. De plus, l'attaché-e de presse pourra envisager de travailler avec des plateformes numériques, telles que les podcasts ou les webinaires, qui permettent de toucher des audiences ciblées dans les domaines de l'agroécologie, de l'agriculture durable et de l'environnement. Cette démarche visera à diversifier les relais médiatiques et à accroître la visibilité de Humundi auprès d'un public plus large et plus diversifié.

Un axe de travail particulier sera de renforcer la présence médiatique de notre festival AlimenTERRE, pour élargir son audience, notamment en touchant une presse cinéma et culture, ainsi que de nouveaux médias et influenceurs. L'objectif est de capter l'attention des cinéphiles mais aussi des jeunes générations, de plus en plus sensibles aux enjeux sociaux et environnementaux. C'est un public engagé, mais aussi friand de contenus culturels, qui pourra ainsi être sensibilisé aux thématiques du rapport au vivant au travers d'une approche plus artistique.

2.4. Valorisation de notre expertise :

- **Mettre en avant l'expertise de Humundi et de ses partenaires**, en particulier sur les enjeux liés aux pays du Sud, dans les médias belges, européens et internationaux. Cette valorisation se fera notamment par le relais de nos campagnes de plaidoyer sur des thématiques agroalimentaires telles que les pesticides, le commerce international, le climat et l'agriculture.
- **Soutenir notre réactivité à l'actualité**, en réagissant rapidement aux événements en cours, par exemple en publiant des tribunes lors des mobilisations agricoles.

2.5. Mission presse :

L'attaché-e de presse sera également en charge d'organiser une mission presse ciblée en 2026 pour renforcer la visibilité de Humundi sur des sujets stratégiques, tels que l'agroécologie et les systèmes alimentaires durables, afin de soutenir notre positionnement d'expertise auprès des médias et du public.

3. Budget et durée

Humundi dispose d'un budget forfaitaire annuel de **10 000 € TVA comprise**. La mission débutera le 1er mai 2025 et pourra être renouvelée pour une deuxième année, portant ainsi le budget à 20 000€ TVA comprise.

L'attaché-e de presse devra proposer une **proposition budgétaire détaillée**, comprenant :

- **Un forfait global annuel**, incluant les missions essentielles (événements, communication réactive, gestion des relations presse).
- **Un forfait par mission/événement**, détaillant le travail à fournir pour chaque échéance clé (Humundi Race, Festival AlimenTerre 2026, COP Climat 2025).
- **Un tarif horaire** pour des interventions ponctuelles en réactivité à l'actualité, avec un plafond annuel à définir.

L'attaché-e de presse devra se montrer disponible notamment avant et pendant les événements majeurs (Festival Alimenterre & Humundi Race) et lors des temps forts de communication. Une flexibilité sera requise pour répondre rapidement à l'actualité et aux besoins du service plaidoyer.

4. Outils et méthodes de travail

L'attaché-e de presse collaborera étroitement avec la responsable communication de Humundi et les différentes équipes internes (Responsable plaidoyer, responsable de Humundi Race, Responsable du festival AlimenTERRE) pour garantir une stratégie presse cohérente et en phase avec les objectifs de l'ONG. Une rencontre de prise de fonction sera organisée pour permettre à la personne retenue de rencontrer les

personnes clés du projet et assurer une compréhension approfondie des enjeux et des priorités.

Humundi utilise le logiciel d' emailing Mailchimp pour la gestion de ses newsletters et de ses campagnes de communication régulières, ainsi que l'outil d'Auxipress pour suivre la couverture des médias et les tendances spécifiques à notre secteur. Ces outils seront mis à disposition de la personne qui rejoindra l'équipe pour optimiser l'efficacité de ses missions.

5. Modalités de candidature

Les personnes intéressées par cette mission sont invitées à soumettre les documents suivants avant le **14 avril 2025** à l'adresse suivante sse@humundi.org, à l'attention de Sabrina Serra :

- **Lettre de motivation ;**
- **CV détaillé** (avec des exemples de missions réalisées dans des projets similaires);
- **Une référence ;**
- Une proposition budgétaire détaillée.

Les candidat·e·s seront sélectionné·e·s sur la base de la pertinence de leurs compétences, de leurs expériences passées, ainsi que de leur motivation à accompagner Humundi dans sa mission de lutte contre la faim, la pauvreté et les inégalités à travers une communication efficace et stratégique.

6. Grille de critères d'évaluation

Les candidatures seront évaluées selon les critères suivants :

Critères	Pondération (%)
1. Expérience professionnelle dans le domaine des relations presse et de la communication	30%
2. Compétence démontrée en rédaction de contenus et gestion de relations médias	20%
3. Connaissance des enjeux agroalimentaires, agroécologiques et de développement international	15%
4. Connaissance du secteur culturel et cinématographique (Festival)	5%
5. Capacité à toucher de nouveaux médias et à développer un réseau de journalistes européens et international	15%
6. Motivation et compréhension de la mission de Humundi	10%
7. Proposition financière	5%

7. Contact

Pour toute information complémentaire, vous pouvez vous adresser à Sabrina Serra, responsable communication, sse@humundi.org.