

CHARGÉ OU CHARGÉE DE MARKETING INNOVATION

La Rochelle Université recrute un chargé ou une chargée de marketing innovation sous contrat à durée déterminée, à compter du 05 octobre 2026 jusqu'au 31 décembre 2027.

Catégorie : A (équivalent IGE – J2B44)

Affectation : Service OPENCAMPUSINNOV – Bâtiment Orbigny

Type : Le contrat de projet proposé a une durée minimale de 12 mois. Il peut être renouvelé, dans la limite totale de six ans, la durée exacte dépendant du temps nécessaire à la réalisation du projet ou de l'opération concernée ([Art. L332-24 du code général de la fonction publique](#))

Durée de travail : temps plein

Rémunération : en fonction du niveau d'expérience et du degré d'expertise

Qualification : à partir de bac + 2 en communication/marketing doublée d'une formation

Expérience : Expérience de 3 ans en marketing B2B scientifique, technique ou pour l'innovation

Recrutement ouvert à toute personne bénéficiaire d'une RQTH

Contexte et environnement de travail

Dans un paysage universitaire en pleine recomposition, La Rochelle Université affirme une identité forte, s'appuyant sur un établissement à taille humaine et un cadre exceptionnel. Elle accueille près de 8 000 étudiants et emploie près de 1 000 personnes, incluant enseignants, chercheurs, personnels administratifs et vacataires.

Ancrée sur un territoire littoral aux caractéristiques uniques, La Rochelle Université a su valoriser cette singularité pour enrichir sa recherche et son offre de formation, en lien avec les enjeux du territoire.

L'université développe un projet national et international et s'appuie localement sur nombre d'acteurs publics et privés. Elle entretient des collaborations solides avec le CNRS pour structurer sa recherche autour de 10 laboratoires, incluant 9 unités de recherche, dont 4 labellisées CNRS, ainsi que 6 fédérations de recherche.

Enfin, La Rochelle Université poursuit une trajectoire équilibrée et pérenne, grâce à un pilotage stratégique et une gestion optimisée de ses services.

Site web à consulter : [cliquez ici](#)

Descriptif du service

OpenCampusInnov, le Pôle Universitaire d'Innovation de La Rochelle Université, œuvre pour dynamiser la recherche et l'innovation partenariale, stimuler l'esprit entrepreneurial et accompagner l'émergence de startups DeepTech issues des laboratoires académiques.

Dans le contexte du développement du pôle, nous recrutons un(e) Chargé(e) de communication et marketing de l'innovation pour renforcer la visibilité et l'attractivité de nos offres à destination des entreprises et acteurs socio-économiques, en externe, et des dispositifs d'accompagnement de la communauté scientifique universitaire, en interne.

Vos missions

- Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication et de valorisation des activités du Pôle Universitaire d'Innovation OpenCampusInnov
- Concevoir les actions de communication et de marketing destinées à promouvoir les expertises scientifiques et les dispositifs d'innovation de l'Université
- Contribuer au rayonnement d'OpenCampusInnov, au développement des collaborations

Vos activités principales

- Définir la stratégie de marketing B2B vers les entreprises, en lien avec la Direction du service et l'équipe opérationnelle
- Concevoir une stratégie de contenus engageante pour ces audiences, qui valorise les expertises scientifiques et les plateformes d'innovation de l'université
- Rédiger, produire ou coordonner la production des supports en ligne et hors ligne : présentations, brochures, articles, newsletters, photos et vidéos
- Coordonner les prestataires et les contributeurs internes
- Intégrer à la stratégie la veille, le relais et le repartage des contenus produits par les laboratoires universitaires, les partenaires et les entreprises
- Piloter et animer les canaux de marketing B2B numérique pour renforcer la visibilité de l'offre de services et des dispositifs d'accompagnement : sites web, réseaux sociaux, newsletters
- Développer la génération de leads, en exploitant le CRM et au moyen de dispositifs de conversion ; initier le développement d'outils de marketing automation
- Optimiser le référencement par les techniques adaptées : SEO, GEO, SEA, campagnes et publications en ligne
- Suivre les indicateurs de performance et proposer des actions d'amélioration continue
- Développer les actions de communication interne pour renforcer le lien avec les enseignants-chercheurs, doctorants et personnels et les sensibiliser aux enjeux de l'innovation et de la valorisation
- Concevoir et mettre en œuvre la communication des événements (clubs, conférences, salons, journées thématiques...)
- Participer à l'organisation opérationnelle des événements structurants du pôle
- Favoriser la mise en réseau des acteurs de l'écosystème et valoriser les collaborations avec les partenaires socio-économiques
- Contribuer à l'animation des communautés et à la diffusion des opportunités auprès des différents publics

Connaissances

- Leviers du marketing digital
- Enjeux de l'innovation, de la valorisation de la recherche et de l'environnement de l'enseignement supérieur est un plus

Compétences

Compétences opérationnelles

- Définition de stratégies de marketing B2B, de valorisation de marque et d'offre de services
- Communication interne
- Force de proposition éditoriale, capacité à produire des contenus scientifiques et techniques avec l'aide des équipes opérationnelles, fortes capacités rédactionnelles
- Maîtrise des outils d'analyse de performances en communication, capacité à proposer des axes d'amélioration continue
- Capacités opérationnelles pour l'organisation et la gestion d'événements

- Pratique des logiciels de création graphique usuels
- Maîtrise de l'anglais professionnel

Compétences comportementales

- Excellentes qualités relationnelles et aptitude à travailler avec des interlocuteurs variés (chercheurs, entreprises, partenaires institutionnels)
- Esprit d'analyse et sens stratégique
- Créativité, curiosité et goût pour la recherche et l'innovation
- Capacité à prendre des initiatives, force de proposition et capacité d'adaptation dans un environnement en évolution
- Capacité à fédérer, mobiliser et animer un réseau d'acteurs autour de projets communs

Nos avantages

- Participation aux frais de transport en commun domicile-travail 75%
- Forfait mobilité durable (vélo, covoiturage)
- Partenaire BlaBlaCar Daily
- Participation employeur aux frais de Mutuelle / Prévoyance
- Restauration collective sur le campus universitaire
- Télétravail possible jusqu'à 2 jours par semaine, sous réserve des nécessités de service et de l'organisation du travail, après 3 mois d'exercice des fonctions
- Parcours de formation adapté
- Des offres sport, loisirs et culture pour tous les agents
- Aides et prestations sociales

Comment candidater ?

Votre dossier doit impérativement comprendre :

- lettre de motivation
- curriculum vitae détaillé
- copie du diplôme le plus élevé

Ce dossier est à déposer sur l'application dédiée [en cliquant ici](#) (Référence du poste : OPENCAMPUSINNOV/CHAR/MARK/JUILLET2026)

AUCUN DOSSIER INCOMPLET OU ENVOYÉ PAR MAIL NE SERA ÉTUDIÉ

Calendrier de recrutement



Contact pour information sur la procédure de recrutement



Service Développement des ressources humaines

recrutement.biatss@univ-lr.fr

Contact pour information sur le poste à pourvoir



Célia MOLINS – Directrice adjointe OPENCAMPUSINNOV

celia.molins@univ-lr.fr



La Rochelle Université

23 avenue Albert Einstein BP 33060

17031 LA ROCHELLE



univ-larochelle.fr