



Communication et relations avec les médias

Descripteur de rôle

GLDF | Global Learning and Development Framework

Le descripteur de rôle soutiendra l'industrie antidopage en clarifiant les principales caractéristiques des rôles clés de l'antidopage. Il peut être utilisé pour soutenir l'élaboration d'une description de poste lorsqu'une organisation antidopage (OAD) souhaite recruter un professionnel de l'éducation. Les OAD doivent adapter ce descripteur de rôle à leurs besoins et réalités spécifiques.

Le descripteur de rôle de la communication et relations avec les médias fournit une vue d'ensemble du rôle et comprend les éléments suivants:

Objectif principal du rôle

Résumé du rôle

Principales responsabilités

Qualités et attributs

Qualifications et expérience

Employeurs habituels

Exemples de titres de poste

Possibilités d'avancement de carrière et de développement professionnel pour le praticien qui assume ce rôle



Objectif principal du rôle

Le rôle de communication et de relations avec les médias contribue au programme antidopage de l'OAD en informant et en impliquant les parties prenantes afin d'instaurer la confiance dans l'antidopage, contribuant ainsi à protéger la crédibilité du sport.

L'attribution des fonctions couvertes par ce rôle à une personne ou à une équipe de personnes au sein de l'organisation antidopage (OAD) dépendra de la taille et de la capacité de l'organisation, ainsi que du contexte national ou international.



Résumé du rôle

Le rôle des communications et des relations avec les médias consiste à créer et à publier du contenu qui mettra en valeur les activités et les opérations de l'OAD, et à répondre et à (ré)agir/répondre par des mesures de communication à des situations et des demandes de renseignements en évolution.



Principales responsabilités

Les responsabilités du rôle de communication et de relations avec les médias impliquent généralement :

Rédaction de plans et de stratégies de communication et de relations publiques pour informer les processus internes et pour informer les parties prenantes externes et les différents publics cibles de l'OAD

Recherche, rédaction ou production, édition et relecture de contenu de communication, y compris brochures, textes de sites web, présentations, discours, notes d'information

Réponse aux demandes de renseignements des médias et soutien rédactionnel pour une variété de médias, dont des documents d'information, des notes d'allocution, des articles, des communiqués de presse, pour distribution ou publication

Gestion des canaux de communication propres et surveillance de tous les médias pertinents

Rédaction de standards, de processus, de formats, d'outils et de canaux médiatiques de communication à l'échelle de l'organisation

Établissement de relations bénéfiques et de confiance avec les sportifs, les parties prenantes du sport et de l'antidopage, les autorités publiques et les partenaires médiatiques

Gestion de la communication interne

Maintenir le contact avec les médias, organiser des entretiens et des conférences de presse



Qualités et attributs

Les valeurs communes et recherchées dans le secteur de la lutte contre le dopage, qui doivent être vérifiées chez les candidats au poste, sont les suivantes :

Intégrité (équité, justice, impartialité, courage, responsabilité)

Excellence (professionnalisme, innovation, qualité, compétence)

Respect (honnêteté, ouverture, inclusion, diversité)

Collaboration (participation, collaboration)

Dévouement (passion)

Le cadre des compétences de base pour les praticiens de l'antidopage décrit plus en détail ces valeurs de base à l'aide d'énoncés descriptifs et saisit les compétences communes aux différents rôles de l'industrie antidopage. C'est un outil utile auquel se référer si l'OAD cherche à développer davantage la liste des qualités et des attributs qu'un candidat à un poste dans le domaine de l'antidopage devrait être en mesure de démontrer.

Le rôle des communications et des relations avec les médias implique de répondre à des situations et à des demandes en constante évolution, ainsi que de traiter avec des personnes, avec des contraintes de temps et des enjeux de réputation pour l'organisation. Par conséquent, les compétences non techniques (par opposition aux qualifications et à l'expérience requises décrites ci-dessous) revêtent une importance particulière pour ce rôle.

Sur la base des résultats d'une enquête qui a circulé parmi les praticiens de la communication et des relations avec les médias dans le secteur de la lutte contre le dopage en 2021, une liste de compétences a été identifiée comme nécessaire à la profession. La liste suivante détaille les compétences jugées essentielles par 75 % des répondants. Ces compétences doivent être évaluées chez les candidats qui postulent à un poste de communication et de relations avec les médias :

- Rédaction
- Capacité à traiter avec les parties prenantes internes et externes
- Planification
- Capacité à travailler avec des informations sensibles et à maintenir la confidentialité

- Capacité à présenter un contenu et des sujets techniques complexes dans un langage et un format simples et attrayants
- Capacité à cibler correctement les communications en fonction de l'audience
- Capacité à donner et à recevoir une rétroaction
- Collaboration
- Fixation d'objectifs
- Gestion du temps et établissement des priorités
- Volonté et capacité d'apprendre
- Pensée critique
- Pensée créatrice
- Pensée analytique et logique
- Le souci du détail
- Capacité à utiliser le traitement de texte, les tableurs, les médias sociaux, la visualisation de données et la communication par courriel
- Capacité à travailler dans le respect du code, des normes et de l'éthique
- Écoute active
- Pensée stratégique
- Intelligence émotionnelle
- Capacité à effectuer plusieurs tâches de front
- Capacité à s'exprimer à l'oral
- Capacité à adapter le style d'écriture à la plateforme

Compétences et expérience

Les fonctions à couvrir par le rôle de communication et de relations avec les médias sont dans une certaine mesure différentes selon qu'elles relèvent de la communication ou des relations avec les médias, et peuvent donc exiger différents types de qualifications et d'expérience préalable. Les candidats à ce poste pourraient être en mesure de présenter un parcours universitaire ou professionnel plus adapté à l'un ou l'autre aspect. Certaines OAD peuvent avoir la capacité de recruter différents profils pour répondre à la polyvalence et à l'étendue de l'expérience requises pour ce rôle, mais d'autres peuvent n'avoir qu'un seul poste disponible, auquel cas l'organisation doit envisager soit de sous-traiter une partie des fonctions à des prestataires de services externes (tels que des agences de communication), soit d'investir dans le développement professionnel du personnel interne pour qu'il acquière les qualifications et compétences requises. Une expérience de l'évaluation des paysages médiatiques serait utile pour ce poste.

En termes de qualifications, la détention d'un diplôme en journalisme, en communication de masse, en relations publiques, en communication et médias, en science des médias, en gestion des sports, en marketing ou une qualification équivalente est une exigence pour ce poste.

En ce qui concerne l'expérience professionnelle antérieure, les candidats au poste doivent être en mesure de démontrer :

- Pour les candidats ayant plutôt un profil de relations avec les médias : expérience dans le journalisme de presse écrite ou audiovisuelle, ou dans les relations publiques/la liaison avec les médias, de préférence dans un domaine lié au sport
- Pour les candidats ayant un profil plus axé sur la communication : expérience dans le domaine de la communication ou du marketing, avec une capacité avérée à élaborer une stratégie de communication et à produire du contenu, ainsi qu'une bonne connaissance des plateformes de médias sociaux et autres canaux pertinents

Bien qu'elles ne soient pas indispensables, des connaissances préalables ou une expérience dans les domaines suivants sont des atouts importants pour un poste de communication et de relations avec les médias dans l'antidopage :

- Connaissance pratique des structures du sport et des systèmes antidopage à l'échelle nationale, régionale et internationale

- Compréhension des aspects techniques et de gouvernance de la lutte contre le dopage à l'échelle nationale et internationale
- Connaissance du Code et des normes internationales



Exemples de poste

Responsable/gestionnaire de média

Responsable/spécialiste/gestionnaire des relations avec les médias

Responsable/gestionnaire des communications

Responsable/gestionnaire des communications numériques

Spécialiste de l'engagement

Chef/gestionnaire de contenu



Employeurs habituels

Organisation nationale antidopage (ONAD)

Organisation régionale antidopage (ORAD)

Fédération sportive internationale (FI)

Organisation d'événements majeurs

Agence mondiale antidopage (AMA)



Avancement de carrière et développement professionnel

Les possibilités de progression de carrière pour les professionnels de la communication et des relations avec les médias dans le secteur de l'antidopage ne sont pas nécessairement linéaires. Cependant, la nature de leurs activités quotidiennes au sein des OAD leur permet de développer des compétences non techniques essentielles (telles que la gestion de crise, la gestion du temps, la réflexion stratégique, la capacité à travailler sous pression et à s'adapter à des contextes qui évoluent rapidement) et des connaissances transversales sur les programmes antidopage et leurs différentes composantes, ce qui les positionne pour une progression organique vers des rôles décisionnels.

Pour renforcer leur capital d'apprentissage, les praticiens de la communication et des relations avec les médias peuvent investir dans un perfectionnement professionnel qui peut inclure des certifications professionnelles dans les domaines suivants : applications informatiques, gestion de projets, production de vidéos/nouveaux médias, marketing, éducation (par exemple, formation aux médias), gestion de la communication de crise, planification des médias/marketing numérique, formation au leadership, communication d'entreprise, affaires publiques, communication durable, conception de présentations et compétences en matière de présentation. L'adhésion à divers groupes de communication, à des conférences/congrès sur les tendances de la profession pourrait également favoriser le développement.

Collaborateurs

L'AMA, tout en dirigeant le travail de standardisation pour rédiger les descripteurs de rôle, travaille de pair avec les parties prenantes et les équipes techniques de l'AMA. Le travail de développement pour les communications et les médias a été mené par un groupe de travail technique composé de praticiens des communications et des médias :

- Aditya Kumar - AIU
- Andy Colquhoun - South African Rugby Union
- Elvis Gitau - ADAK

- Eva Bunthoff - ANAD Allemagne
- James Fitzgerald - AMA
- Marta Nawrocka - ITA
- Megan Cumming - CCES
- Vanessa Reid-Ledford - JADCO

Ce groupe était présidé par une praticienne de l'éducation issue du secteur de l'antidopage :

Catherine Coley - AFLD

Gestion de la qualité

Version : 1.1

Approuvé par : Comité Education de l'AMA

Date d'approbation : Novembre 2021

Date de publication : Mars 2024

Vue d'ensemble du GLDF

Une des six priorités de l'AMA dans le cadre du plan stratégique 2020-2024 de l'Agence mondiale antidopage est d'accroître son impact. Dans le cadre de cette priorité, l'Agence s'est engagée à « élaborer des programmes de formation et des standards de qualification pour les professionnels de l'antidopage afin d'améliorer le professionnalisme et de renforcer les capacités du personnel chargé de l'antidopage ».

Par conséquent, en avril 2020, le département Éducation de l'AMA a commencé à rédiger un cadre mondial d'apprentissage et de développement (GLDF), grâce auquel des formations spécifiques et standardisées pour une série de rôles dans l'antidopage sont élaborées et mises à la disposition des organisations antidopage (OAD) et des autres parties prenantes de l'écosystème antidopage dans le monde entier. Le GLDF établit des descripteurs de rôles, des standards professionnels et des activités d'apprentissage et de développement global pour les rôles de praticiens dans le secteur de l'antidopage.

Les descripteurs de rôle ont été utilisés par l'AMA pour développer des programmes de formation basés sur les compétences. Ils peuvent être lus en parallèle avec :

- (1) les standards professionnels pour la fonction correspondante, qui décrivent le niveau de compétence attendu pour une fonction donnée.
- (2) le cadre de compétences de base de l'antidopage, qui détaille les valeurs et les compétences communes aux différents rôles du secteur de l'antidopage.

*** Les standards professionnels sont des références de bonne pratique et décrivent la norme de compétence attendue pour un rôle donné. Elles ne doivent pas être confondues avec les Standards internationaux, qui sont un ensemble de documents qui, avec le Code mondial antidopage, cherchent à harmoniser les politiques, règles et règlements antidopage entre les organisations antidopage (OAD) pour des parties techniques et opérationnelles spécifiques des programmes antidopage.***