

RESPONSABLE PRINCIPAL, RELATIONS MÉDIAS ET COMMUNICATIONS

Lieu : Bureau principal de l'AMA - Montréal
Supérieur : Directrice des Communications

Veillez envoyer votre CV accompagné d'une lettre de motivation à l'adresse

hr@wada-ama.org

Date limite de candidature : 30 avril 2017 (9 h HAE)

APERÇU

Le service des Communications a pour responsabilité d'élaborer et de mettre en œuvre la stratégie et le plan de communications de l'AMA, en appui aux priorités stratégiques de l'Agence. Le service s'attache ainsi à promouvoir la marque, la vision et la mission de l'AMA, et à préserver sa réputation.

Le service des Communications, qui compte six employés, a les fonctions suivantes :

- Stratégie et planification en matière de communications
- Engagement des organisations antidopage
- Relations avec les sportifs
- Image de marque et identité visuelle
- Communications d'entreprise
- Communications numériques
- Communications internes
- Relations avec les médias

Sous l'autorité de la directrice des Communications, le candidat ou la candidate retenu(e) sera principalement responsable des activités de relations avec les médias de l'AMA, notamment la conception et le déploiement d'activités de relations avec les médias ciblées et stratégiques visant à mieux faire connaître l'AMA, à préserver sa réputation et à rehausser son profil public sur la scène internationale.

PRINCIPALES RESPONSABILITÉS

Relations avec les médias

- En tant que principal contact de l'AMA auprès des médias, développer et communiquer de façon proactive et réactive les positions de l'AMA dans les médias à l'intention de tous les partenaires de l'AMA.
- Gérer les problèmes et les crises des médias « en première ligne ».
- Développer et diffuser les positions de l'AMA de façon intégrée, au moyen de divers canaux de communications, dans l'optique de joindre, d'informer et d'inspirer les publics cibles, en plus de promouvoir l'AMA dans son rôle de chef de file du sport propre :
 - Messages
 - Communiqués de presse, documents d'information, FAQ, etc.
 - Opinion et éditoriaux

- Entrevues
- Médias sociaux
- Notes d'allocution
- Discours

- Maintenir le contact avec les grands organes de presse et entretenir des relations efficaces avec les principaux intervenants, y compris les médias spécialisés.
- Recevoir et analyser les demandes quotidiennes des médias et y répondre dans les meilleurs délais.
- Exercer une veille quotidienne des médias.
- Superviser les analyses trimestrielles des médias.
- Élaborer et superviser la base de données de gestion des enjeux.
- Élaborer et mettre en œuvre des plans de gestion des enjeux.
- Gérer tous les événements médias, comme les conférences de presse, les entrevues, les symposiums, etc.
- Jouer un rôle actif pour accroître la visibilité de l'AMA, en préparant et en mettant en œuvre des stratégies proactives visant à positionner l'organisation et sa haute direction auprès des médias internationaux et spécialisés.
- Offrir des conseils stratégiques et de la formation à la haute direction, en particulier au président et au directeur général, pour leurs relations avec les médias (p. ex., entrevues, discours, conférences de presse).
- Se tenir à l'affût des nouvelles de l'industrie et des tendances des médias, et conseiller la direction quand des mesures s'imposent.
- Par des activités de relations avec les médias, contribuer activement au déploiement de la marque et de l'identité visuelle de l'organisation.
- Diriger les contacts avec les porte-parole des autres organisations antidopage sur les problèmes liés aux médias, gérer les messages généraux globaux sur la lutte contre le dopage, et fournir des conseils, des ressources et du matériel selon les besoins.

Stratégie, planification et exécution en matière de communications

- Outre les médias, élaborer des stratégies et des plans tactiques en matière de communications et les mettre à exécution du début à la fin.
- En tant que partenaire d'affaires de certaines fonctions de l'AMA, appuyer leurs priorités d'affaires pour veiller à ce que leurs besoins et ceux des partenaires soient comblés conformément à la marque.
- Outre les canaux destinés aux médias, développer et diffuser les positions de l'AMA de façon intégrée, au moyen de divers canaux de communications, dans l'optique de joindre, d'informer et d'inspirer les publics cibles :
 - Présentations
 - Publications numériques
 - Blogue
 - Vidéos
 - Webinaires
 - Etc.

Blogue

- En collaboration avec la responsable, Communications et marketing numérique, élaborer un blogue et en gérer le contenu conformément à la stratégie.

Médias sociaux

- En collaboration avec la responsable, Communications et marketing numérique, développer et gérer la présence de l'AMA sur les médias sociaux, et élaborer et diffuser des contenus conformément à la stratégie de médias sociaux.

Autres

- Collaborer avec l'équipe des Communications afin de mener à bien des projets multifacettes de plus grande envergure.
- Agir comme gardien de la marque en veillant à l'application uniforme de la marque de l'AMA dans tous les canaux de communications.
- Animer des webinaires et mener des entrevues vidéo.

Administration générale

- Gérer les relations avec les consultants externes.
- Produire des rapports sur les activités.
- Mesurer la valeur de toutes les activités.
- Superviser le budget de relations avec les médias avec la directrice.

EXPÉRIENCE ET COMPÉTENCES EXIGÉES

- Dix ans d'expérience en relations avec les médias et en communications – en agence ou en entreprise.
- Diplôme, de préférence en journalisme, en communications, en relations publiques et/ou en administration des sports.
- Bilinguisme – français et anglais (excellentes compétences à l'oral et à l'écrit).
- Expérience comme porte-parole d'entreprise.
- Aptitude démontrée à communiquer efficacement à l'oral et à l'écrit avec les médias et d'autres publics – être un bon « narrateur ».
- Intérêt pour la lutte contre le dopage et pour le sport en général.
- Esprit stratégique, innovateur et tactique (et intérêt pour ces questions).
- Excellentes compétences dans l'établissement de relations, en particulier pour ce qui est de cultiver et d'entretenir une relation de « conseiller de confiance » avec la haute direction.
- Souplesse, sens de l'initiative et capacité à mener plusieurs tâches de front, dans un milieu au rythme rapide et souvent stressant.
- Style collaboratif axé sur le travail d'équipe.
- Connaissance approfondie de la suite Microsoft Office.
- Disponibilité pour effectuer de temps en temps des déplacements à l'étranger et travailler à l'occasion le soir et le week-end.