

OFFRE D'EMPLOI

RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION

MISSIONS

Sous l'autorité de la directrice fédérale, en lien avec la présidente de la commission « communication », le/la responsable de la communication joue un rôle clé dans la valorisation de l'image fédérale et dans la diffusion cohérente de ses valeurs auprès de l'ensemble de ses publics. En lien avec la commission communication, le/la responsable communication définit et pilote la stratégie de communication de la Fédération Française de Danse. Il/Elle veille à la structuration de sa communication interne et externe.

ACTIVITES

1. Stratégie et plan de communication

Pilotage de la stratégie de communication et veille à la cohérence des messages auprès des différents publics. Principales missions :

- En collaboration avec la commission communication, construire une stratégie de communication ciblée selon les différents publics de la fédération et cohérente avec les orientations du projet fédéral.
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication global incluant tous les supports de communication – print, numérique, événementiel, relations presse – ainsi qu'une ligne éditoriale attenante.
- Définir les messages et éléments de langage clés de la FFDanse.
- Veiller à la cohérence de l'image fédérale, mettre à disposition des acteurs de la FFDanse les outils garantissant une communication harmonieuse et conforme à l'image fédérale.
- En lien avec la commission et le service marketing, mettre en œuvre et promouvoir l'offre de services fédérale.

2. Management et animation

Management, accompagnement et développement du service communication, animation des groupes de travail. Principales missions :

- Sous contrôle de la commission communication fédérale, mettre en place un plan d'actions annuel ainsi qu'un budget prévisionnel et en assurer le suivi, coordonner le déploiement des actions de communication.
- Encadrer l'équipe communication composée de deux personnes - le/la chargé-e de conception graphique et audiovisuelle et le/la chargé-e de contenus rédactionnels et digitaux -, assurer le suivi de leurs missions et coordonner leurs travaux, animer l'équipe.

- Coordonner le groupe de référents communication disciplines, orienter leurs communications pour assurer une harmonie dans la transmission du message fédéral, accompagner les équipes de développement.
- Participer aux rendez-vous des groupes communication des partenaires institutionnels tels que le CNOSF, le ministère chargé des Sports, ...
- Mettre en place un bilan régulier pour faciliter la prise de décisions de la commission communication et orienter les travaux.

3. Gestion de projets transverses

Superviser la création et la production de supports, développement de nouveaux outils de communication innovants. Principales missions :

- Gestion du site web : assurer le support technique et développer de nouvelles fonctionnalités et évolutions techniques en lien avec le prestataire externe, améliorer le référencement, effectuer de veille statistique.
- Marketing automation : en lien avec le prestataire externe, paramétrage de l'outil d'email marketing, gestion des bases de contacts, conception des campagnes emailing, veille de la performance desdites campagnes, développement de solutions d'amélioration des campagnes.
- Communication institutionnelle : en collaboration avec la directrice de cabinet, mise en place des campagnes de communication institutionnelle – conception des messages, choix des canaux de diffusion, etc.
- Communication événementielle : supervision et coordination des communications des événements fédéraux ou auxquels la FFDanse participe – validation des visuels d'affiches, des calendriers de communication, conception des PLV, participation aux réunions partenaires événementiels, etc.
- Activation partenaires : superviser les campagnes d'activations et de communication partenaires sur les différents points de contact FFDanse / cibles (site web, emailing, réseaux sociaux, ...).
- Relations presse : assurer le suivi médiatique de la FFDanse – répondre aux sollicitations des journalistes, organiser les déplacements et interviews presse, envoyer les communiqués de presse, etc.
- Print : création et mise à jour de supports physiques de promotion de la FFDanse – plaquettes de présentation, objets publicitaires, etc.
- Piloter les prestataires externes sur l'ensemble des projets listés.
- Gestion iconographique : suivi des commandes auprès des photographes / vidéastes officiels de la fédération, sensibilisation au respect des droits d'auteur et des droits à l'image, mise en place et suivi du projet de création d'une médiathèque fédérale.
- Gestion de marques : suivi de l'utilisation des marques fédérales, dépôt légal et renouvellement des marques, des domaines, des publications, etc.

COMPETENCES ET EXPERIENCES

- Maîtrise suite Microsoft Office et Outlook, Teams
- Connaissance chaîne graphique et logiciels PAO, maîtrise CANVA
- Maîtrise d'outils de marketing automation – Dialog Insight, Mailchimp ou similaire
- Maîtrise CMS – Wordpress ou similaire
- Compétences en gestion de projets, en particulier digitaux
- Connaissances juridiques protection de marques, droits d'auteur, droits à l'image
- Expérience en management et gestion de service
- Expérience en stratégie de communication, mise en place de plans de communication
- Diplôme : Master 2 en communication / marketing
- Expérience : 8 ans minimum (une expérience en fédération sportive serait un plus)

CONTRAINTES DU POSTE

- Horaires de travail irréguliers avec une charge de travail variable en fonction de l'actualité,
- Grande disponibilité, certaines manifestations pouvant en effet se tenir le soir ou les week-ends.

RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

- **Lieu de travail** : Siège FFDanse, 20 rue Saint Lazare 75009 PARIS
- Contrat à durée indéterminée
- Salaire : selon expérience
- Avantages : Mutuelle, tickets restaurant (60,00%), et transport (50,00%)