

DIRECTEUR / DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING (H/F)

L'Union nationale du sport scolaire (UNSS) est la fédération française de sport scolaire du second degré. Multisports, elle est ouverte à tous les jeunes collégiens et lycéens scolarisés à travers les associations sportives (AS). L'animation est assurée par les enseignants d'éducation physique et sportive.

Grâce à son statut d'association loi de 1901 et à son réseau d'enseignants d'éducation physique et sportive, l'UNSS organise tout au long de l'année scolaire des rencontres sportives réservées aux élèves des collèges et lycées.

POSTE ET MISSIONS

Rattaché(e) au Directeur National, le directeur ou la directrice de la communication et du marketing de l'UNSS sera chargé de développer le rayonnement de l'UNSS au travers de sa communication et de ses partenariats marketing.

A ce titre, il/elle assurera les missions suivantes :

I. Management :

- Contribuer au développement individuel et collectif des collaborateurs placés sous sa responsabilité
- Faire grandir son équipe en confiance
- Garantir la bonne collaboration de celle-ci avec l'ensemble des équipes

II. Définition de la stratégie de communication :

- Recueillir les informations stratégiques liées au développement de l'entreprise auprès de la direction nationale (gouvernance, projet d'entreprise, projet managérial ...)
- Fixer les orientations stratégiques de la communication externe de l'entreprise en matière d'image, de visibilité, de message et définir le plan de communication annuel.
- Conseiller et accompagner la direction nationale dans le cadre de sa réflexion stratégique et actions ponctuelles
- Conseiller l'ensemble des associations sportives affiliées à la fédération sur les actions de communication externe adaptées aux enjeux des AS locales.
- Assurer le rôle de conseil auprès de la direction nationale sur l'évolution de l'identité et du positionnement de marque en interne et en externe.
- Elaborer la stratégie événementielle et de relations publiques
- Définir la stratégie média
- Construire et développer les stratégies digitale et média

III. Organisation, déploiement et coordination opérationnels des actions de communication :

- Superviser la création de supports de communication
- Développer des moyens, réseaux, actions et outils innovants permettant d'assurer la visibilité de l'association
- Piloter les prestataires et agences de communication généralistes ou spécialisées
- S'occuper de l'organisation de manifestations et d'évènements externes
- Elaborer, planifier et gérer le budget de communication annuel
- Définir, mettre en place et suivre une politique d'évaluation des actions de communications à travers des indicateurs de performance
- Optimiser ou actualiser les process existants afin d'améliorer le fonctionnement du service

IV. Mise en place d'un programme partenarial marketing :

- Assurer une veille afin d'identifier tous les partenaires potentiels
- Cibler, identifier et prospecter les partenaires potentiels dans le respect des enjeux du PNDSS en cours
- Négocier et signer des accords de partenariats
- Définir la stratégie, le contenu et les axes des programmes de partenariats
- Assurer la mise en place des accords et suivre leur évolution dans un Business Plan Partenaires
- Analyser les résultats pour évaluer les performances et la rentabilité de chaque accord
- Mettre en place des programmes partenaires afin de les convaincre et les engager
- Assurer le reporting de ses activités
- Collaborer de manière étroite et transverse avec les fonctions supports juridique et financière
- Identifier et suivre les nouvelles tendances en termes de marketing digital, de technologies, de nouveaux business models, pour créer de nouvelles opportunités pour l'UNSS.

PROFIL ET COMPETENCES REQUISES

De formation supérieure en communication (idéalement Bac+5), une expérience solide dans ce domaine est exigée, idéalement dans un environnement complexe à forts enjeux de communication.

Compétences techniques

- Connaissance du secteur, de son positionnement, produits et services
- Maîtrise des différents aspects de la communication (corporate, externe, RP, communication de crise...) et de leurs contraintes
- Maîtrise de la chaîne graphique et des différentes étapes liées à l'édition de supports (print et digital)
- Maîtrise de la réglementation applicable à la communication institutionnelle, des règles d'éthique et de déontologie

- Connaissances en techniques de communication, technologies de l'information, Internet, vidéo, réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter...), multimédia
- Capacité à nouer des relations et des partenariats de haut niveau en interne comme en externe à l'entreprise (acteurs institutionnels, dirigeants d'entreprises...)
- Maîtrise des procédures budgétaires, de gestion, d'analyse et de contrôle des coûts
- Maîtrise du pack Office (Word, Excel, Outlook, PowerPoint)
- Maîtrise des logiciels de création et d'édition graphique (PAO [Publicité assistée par ordinateur]) : Photoshop, Illustrator, InDesign
- Maîtrise des techniques d'ingénierie et de conduite de projets
- Maîtrise de l'anglais (écrit et oral)

Savoir-être :

- Vision stratégique
- Qualités relationnelles
- Leadership
- Force de proposition et de conviction
- Capacités managériales
- Créativité et sens artistique
- Anticipation
- Capacité à prioriser
- Disponibilité
- Capacité d'adaptation
- Réactivité
- Organisation et rigueur
- Ouverture d'esprit
- Sens de l'écoute et de la communication / diplomatie

CDI à pourvoir dès que possible

Rémunération selon profil

Poste basé dans les locaux de la Direction Nationale (Paris 9)

CCN du Sport

Dossier de candidature (CV, lettre de motivation) à adresser à DRH@unss.org