

Presse, relations publiques et propagande au sein de la fédération sportive

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Jeunesse et sport : revue d'éducation physique de l'École fédérale de gymnastique et de sport Macolin**

Band (Jahr): **34 (1977)**

Heft 7

PDF erstellt am: **11.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Presse, relations publiques et propagande au sein de la fédération sportive

ANEP

Pour la huitième fois, les chefs des services de presse des fédérations se retrouvèrent à la fin de l'année dernière au Gurten près de Berne pour leur symposium annuel.

Dirigées avec son dynamisme coutumier par M. Hugo Steinegger, chef du service de presse et des relations publiques de l'ANEP, les discussions ont apporté beaucoup d'éclaircissements dans divers domaines particuliers. Tout d'abord, Mlle Lina Buchmüller, responsable du secteur, informa les auditeurs sur l'évolution prise par «Sport pour tous». L'image de ce mouvement va prendre une forme inédite qui se reflétera dans une structure mieux adaptée et avec une régionalisation plus prononcée. Un effort spécial sera orienté en Suisse romande et au Tessin où l'activité de «Sport pour tous» est restée quelque peu latente.

Cette année, en lieu et place de l'olympiade populaire, seront organisés, des 2 au 11 septembre, les «Jeux 77».



Ils seront ouverts à 30 genres de sports différents. A la fin de la phase initiale, il est prévu un week-end à Macolin avec des concours dans toutes les disciplines sportives au choix des participants. La création d'un insigne sportif est prévu.

Ensuite, les congressistes se séparèrent, au gré de leur convenance, en trois groupes distincts qui avaient la tâche d'étudier des problèmes déterminés.

L'un d'eux, sous l'experte direction de M. Roberto Binswanger, directeur de l'Association suisse de tennis, s'est préoccupé de la présentation d'expositions pour une fédération. Le but à atteindre est de définir correctement le genre de sport et ainsi sa présence dans le public. Un stand d'une dimension de 30 m² devrait être suffisant.

Les moyens doivent être attrayants, mais bon marché: peu de textes sur les panneaux, quelques indications statistiques et des illustrations. L'ensemble est à mettre en place avec la collaboration d'un graphiste. En dehors du stand, dans les halles, il convient d'attirer l'attention

des visiteurs par des démonstrations et des concours.

Quant au groupe emmené par MM. Charles Raedersdorf et Kurt Sigrist, respectivement chefs des services de presse de la Fédération suisse de handball et de l'Union vélocipédique et motocycliste suisse, il s'est penché sur l'organisation et l'échange des informations au sein d'une fédération.

Dans la structure d'une fédération, en principe le chef du service de presse devrait faire partie du comité afin que les commissions, les régions, les clubs et les membres puissent être informés d'une manière précise et rapide. Il a également le devoir d'instruire d'une façon pratique les responsables de presse régionaux et des clubs, ainsi que les fonctionnaires pouvant avoir des contacts avec les mass media.

Un pareil service de presse doit s'appuyer sur trois piliers principaux: 1. L'organe de la fédération; 2. Les circulaires (décisions, calendrier, etc.); 3. Les moyens de communication de masse (élections, nominations, critiques éventuelles). Si l'on veut définir l'activité d'un chef d'un service de presse, elle réside dans ces mots: Informer afin que je sois mieux informé. Puis, il appartenait à M. Hans Stadelmann de la Fédération suisse des sports subaquatiques d'apporter les résultats de l'étude de son groupe relative à la publication d'un organe de fédération d'une présentation simple. Il y a d'abord l'aspect rédactionnel et les matières que doit recenser le périodique. Partant du chef du service de presse, on doit parvenir aux rédacteurs régionaux et de clubs. Il y a une éventualité, celle d'élargir le cercle des lecteurs en ne s'arrêtant pas aux seuls membres. En outre, il convient de choisir judicieusement le mode d'impression, la composition, la justification, enfin les questions concernant l'expédition et la diffusion.

Brochant sur le tout, il y eut les interventions remarquées de deux personnalités expérimentées, MM. André Widmer et Jacques Ducret, tous deux d'ailleurs membres de la commission de presse de l'ANEP. Pour M. Widmer, chef de la rédaction sportive du «Bund», un organe d'une fédération n'a d'importance que par la valeur d'information qu'il apporte. Il convient d'abord de savoir si l'on veut se lancer dans une plus large distribution, car alors c'est uniquement des contributions sur le genre de sport qui peuvent intéresser un plus ample public, mais, dans ce cas, pas spécialement les membres. C'est là une alternative pour laquelle il s'agit de se décider. Pour sa part, M. Ducret, le chef du bureau romand de la «Sportinformation», expliqua le mécanisme d'une agence de presse spécialisée au sport.

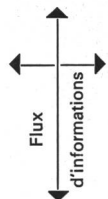
Il a mis l'accent sur la rapidité indispensable avec laquelle les nouvelles doivent être transmises, ainsi que sur leur actualité. Il a donné de nombreux renseignements sur la manière dont la liaison doit être établie entre la Sport-information et les associations, ceci dans l'intérêt de ces dernières.

Enfin cet échange d'expériences plein de suggestions se termina par un exposé de M. Erwin Bachmann de la Fédération catholique suisse de gymnastique et de sport qui montra, au moyen d'exemples multiples, la méthode mise en pratique par ce groupement polysportif.

Comment organiser l'échange des informations à l'intérieur d'une fédération ?

Afin d'avoir une vue d'ensemble aussi simple que possible, ce thème a été divisé en 4 points principaux. L'aspect financier fait l'objet d'un chapitre séparé et doit s'adapter à la structure particulière de chaque fédération.

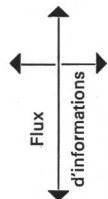
1. Organisation au sein de la fédération



Comité de la fédération*
Commissions diverses
Régionalisation –
Associations cantonales
Sections – Clubs
Membres

*Le chef du service de presse est membre du plus haut organe

2. Organisation du service de presse



Chef du service de presse
Commission*
Chefs des services de presse régionaux
Chefs des services de presse des sections et des clubs

*Commission de presse, de rédaction et de propagande

- Elaborer le catalogue et le cahier des charges des offices internes et externes dans le cadre de la fédération
- Formation de fonctionnaires spécialisés
- Sélection des publications
- *Informe, afin que tu sois informé!*



3. Détails – organisation du service de presse

1er pilier

Organe de la fédération (selon besoin)

- Directives
- Elections et nominations
- Cours
- Critique
- Personnel

4. Point important des chiffres 1 à 3

Pour tous – Auprès de chacun, contrôle d'efficacité!

Cours de l'information

Presse et commission de presse

Informations

Externes

- Presse
- Autorités
- Public

Internes

- Commissions spécialisées
- Associations cantonales et régionales
- Sections et clubs
- Membres
- Organismes de manifestations

Moyens d'information

Externes

- Communiqués
- Correspondance – Visites
- Périodique (organe)
- Conférences

Internes

- Consultations
- Circulaires
- Séances
- Périodique (organe)
- Correspondance – Visites
- Actes (notices) – Procès-verbaux

Informe, afin que tu sois informé!

- Exemples typiques
- Mises au concours

A l'intention des membres et du public

2e pilier

Circulaire, téléphone, télécopieur (selon besoin)

- Décisions
- Directives
- Modifications du calendrier
- Rapport des manifestations
- Délégations
- Questions sociales
- Evaluation des commentaires de presse

Pour destinataires particuliers (établir la liste de distribution)

3e pilier

Moyens de communication de masse (urgent et actuel)

- Elections
- Nominations
- Critique
- Prises de position
- Mutation du personnel
- Rectification des compétences

A l'intention du public

(et également des membres)

Possibilités de publication, d'édition et de distribution d'un organe de fédération de présentation simple

1. Informations

Avant de lancer un organe de fédération, il est indispensable de disposer d'informations. Afin que celles-ci soient aussi larges et variées que possible, le rédacteur ou le chef du service de presse a la faculté de rechercher la collaboration des rédacteurs ou des chefs de services de presse des régions et des clubs. En effet, les associations régionales ou sections ont l'avantage de bénéficier de relations directes. Un organe de fédération peut recenser les matières suivantes:

- Informations générales de la fédération ou des associations régionales
- L'appel du président
- Reportages sportifs et résultats
- Programmes sportifs et calendrier
- Formation
- Activité des clubs
- Revue de presse extraite des quotidiens
- Analyse de livres (littérature spécialisée)
- Protection contre les accidents
- Tests concernant du matériel
- Honneurs
- Nouveautés, humour, etc.

2. Publication

Les indications ci-contre doivent contribuer à trouver la solution la plus favorable sur la manière de composer, d'imprimer et d'adresser la publication.

En résumé, la solution pour la publication d'un bulletin d'information de fédération d'une *présentation simple* est la suivante:

Organe de fédération avec tirage jusqu'à 300 exemplaires

- Composition: machine à écrire
- Impression: xérogaphie, évent. ronéogaphie
- Manière d'adresser: xérogaphie
- Expédition: taxe d'imprimés

Organe de fédération avec tirage de plus de 300 exemplaires

- Composition: machine à écrire, évent. composer IBM
- Impression: petit offset
- Manière d'adresser: adrema, évent. ordinateur
- Expédition: JA, c'est-à-dire journal en abonnement

Publication

Genres de composition:

Textes à la machine à écrire:

Composer IBM:

Photocomposition:

Composition typographique:

Genres d'impression:

Ronéogaphie:

Xérogaphie:

Petit offset:

Offset:

Impression typographique:

Manières d'adresser:

Xérogaphie:

Adrema:

Ordinateur:

Expédition:

Taxe d'imprimés:

JA, c'est-à-dire journal en abonnement:

Avantages et désavantages:

Bon marché, peut être exécuté soi-même. N'a cependant pas la façon d'un imprimé.

Composition plus avantageuse

D'un prix trop élevé

D'un prix trop élevé

Bon marché, mais qui fait le travail?

Prix favorable jusqu'à 300 exemplaires

Impression la plus avantageuse

Convient pour de grands tirages

D'un prix trop élevé

Convient pour de petits tirages avec un minimum de mutations

Procédé le plus favorable

D'un prix trop élevé

D'un prix élevé

Certaines prescriptions des PTT doivent être observées. Les frais de port sont cependant minimes, par exemple:

50 g = 2 centimes

75 à 100 g = 5,5 centimes

3. Financement

Le financement d'un bulletin d'information devrait être possible par des:

- Contributions de la fédération (comprises dans la cotisation des membres)
- Recettes sur la publicité
- Abonnements payés par les membres (éventuellement abonnements obligatoires)
- Contributions de donateurs
- Petites annonces

Réalisation d'un stand de présentation d'un sport dans une exposition

Principes:

- Originalité
- Développement
- Prix modique

1. Exigence posée à l'Association nationale d'éducation physique

L'ANEP assume les frais de location des stands pour le compte des associations sportives

2. Exigence posée aux collaborateurs d'une fédération lors d'exposition

Travail bénévole — Idéalisme

3. But de la présence d'une fédération dans une exposition

Présentation parfaite
- du genre de sport
- de la fédération sportive

4. Conception d'une exposition

4.1. Supposition pour un travail d'ensemble

Fédération de lutte
- Petite fédération

- Attrayant genre de sport
- Peu connu dans la population
- Finances limitées

4.2. Problèmes d'ordre pratique

Stand

- Propagande
- Personnel

Activités en dehors du stand

Publicité en faveur de l'exposition

Budget

4.3. Stand

Information

Parois réservées à l'information avec les points d'impact suivants

- Mise en valeur du genre de sport (phrases courtes, mais significatives)
- Où peut-on pratiquer ce sport?
- Frais?
- Performances d'athlètes de la fédération
- Fédération: son but, mouvement des membres, structure
- Photographies de thèmes sportifs (très agrandies)

Matériel d'information

- Périodique de la fédération
- Petit prospectus
- Liste des clubs

Important: faire exécuter les imprimés par l'ANEP (frais réduits)

Propagande

- Projection de films (location de l'appareil à l'ANEP)
- Démonstration (« Lutte pour tous »)
- Balance à disposition (avec division des catégories de poids)
- Instants réservés pour les autographes et entretiens avec des athlètes d'élite

Personnel

- Aide de la société locale lors de la présentation (dans son propre intérêt = recrutement de membres)
- Personnel du stand bien instruit
- Personnel du stand intéressé et enthousiaste
- Fixer la participation du personnel du stand dans un plan de rotation

4.4. Activités en dehors du stand

- Compétitions (par exemple championnats suisses, rencontres internationales)
- Entraînement pour chacun (faire connaître l'horaire assez tôt)

- Séances du comité et des commissions (éventuellement assemblée des délégués dans la ville de l'exposition)
- Conférence de presse (presse locale)

4.5. Publicité pour l'exposition

- Périodique de la fédération
- Petite vignette collante sur toute la correspondance de la fédération
- Presse locale

4.6. Budget

	Fr.
- Location du stand, y compris frais accessoires (courant électrique, installations, assurances)	2000
- Matériel de décoration du stand (dessins graphiques, parois)	1000
- Imprimés (ANEP)	500
- Frais divers imprévus	500
Total	4000

