

### Susciter l'intérêt... en 12 étapes simples

Suivez ces 12 étapes simples pour bien transmettre le message au plus grand nombre de sportifs, d'entraîneurs et d'officiels possible.

Vous pouvez facilement adapter ces 12 étapes à votre situation et à vos ressources. L'AMA vous fournira une trousse de départ pour vous aider à réussir vos programmes de sensibilisation.

Nous avons élaboré notre modèle d'après l'expérience pratique de l'AMA et de ses partenaires. Ce modèle a

fait ses preuves dans quelque 65 championnats régionaux et mondiaux, y compris les Jeux olympiques et paralympiques, depuis 2001.

Pour recevoir votre trousse de départ, il vous suffit de soumettre le formulaire de demande de programme de sensibilisation, 4 à 6 semaines à l'avance.

Disponible ici: [wada-ama.org/sensibilisation](http://wada-ama.org/sensibilisation)

#### Ressources

1

Avant d'entreprendre la planification de votre programme de sensibilisation, évaluez les ressources que vous pouvez consacrer au programme dans les domaines suivants :

- **Temps** : essentielle à la réussite de tout programme de sensibilisation, la planification nécessite du temps;
- **Ressources budgétaires** : pour plus de détails sur l'aide que peut vous offrir l'AMA, voir les 3 niveaux de sensibilisation;
- **Ressources humaines** : pour la planification de la manifestation et, si possible, du personnel requis à cette manifestation.



#### Calendrier

Choisissez dans le calendrier les manifestations sportives les plus propices aux activités de sensibilisation des sportifs et de leur entourage.

Par exemple :

- Les manifestations qui attirent un grand nombre de sportifs;
- Les compétitions nationales ou régionales;
- Les compétitions de niveau

2



#### Banderoles et affiches

3

Créez des affiches pour mettre votre événement en valeur. Il faut en moyenne de **deux à quatre affiches** pour susciter l'attention.

Deux affiches standards « Franc Jeu » font partie de la trousse offerte par l'AMA pour le lancement de vos activités. Nous offrons aussi des modèles et des maquettes prêts à utiliser pour vous aider à créer vos propres affiches et ainsi augmenter votre visibilité.

Vous pouvez faire une demande pour utiliser le logo de l'AMA pour les partenaires sur vos affiches. Il vous suffit de soumettre le formulaire de demande de programme de sensibilisation, 4 à 6 semaines à l'avance.



4

### Jeux interactifs

Au cours des activités de sensibilisation, les visiteurs sont invités à jouer à des jeux amusants et instructifs qui portent sur les questions antidopage. Les participants qui réussissent reçoivent un prix. Vous pouvez aussi photocopier de petites brochures multilingues à peu de frais.

Les jeux interactifs nécessitent un ordinateur, mais ne nécessitent pas une connexion Internet. Ils sont offerts dans plusieurs langues et peuvent arborer votre logo et celui de l'AMA. Il vous suffit de soumettre le formulaire de demande de programme de sensibilisation, 4 à 6 semaines à l'avance.



5

### Informations et ressources sur la lutte contre le dopage

L'AMA produit de nombreux documents que vous pouvez distribuer au cours des activités de sensibilisation. Vous pouvez intégrer les images et le logo de votre organisme dans la mise en page de toute votre documentation. L'AMA offre des fichiers prêts à utiliser, faciles à adapter par un graphiste local. Les autres outils sont fournis en format PDF pour faciliter l'impression.

Pour recevoir votre trousse de départ, il vous suffit de soumettre le formulaire de demande de programme de sensibilisation, 4 à 6 semaines à l'avance.



### Articles promotionnels et prix

6

Nous vous suggérons d'utiliser les articles promotionnels pour inciter les sportifs et les officiels à participer à votre événement. En utilisant ou en portant les articles comme les t-shirts, les casquettes, les balles et ballons, les stylos et les porte-clés, les sportifs et leur entourage font la promotion du sport propre bien après la fin de l'activité! Tous les articles peuvent être co-marqués avec le logo de partenariat avec l'AMA.

#### Dis NON! au dopage

La campagne de sensibilisation « Dis NON! au dopage » aide à accroître l'intérêt pour vos activités de sensibilisation. Vous pouvez créer de l'équipement de sport de couleur verte, à utiliser pendant les périodes d'échauffement lors des grandes manifestations sportives. Dans le cadre de cette campagne, nous vous encourageons à utiliser le logo sur les affiches et nous vous fournissons d'autres idées originales pour la promotion du sport propre. Pour recevoir le logo « Dis NON! au dopage », il vous suffit de soumettre le formulaire de demande de programme de sensibilisation, 4 à 6 semaines à l'avance.



**DIS NON!  
AU DOPAGE**  
En partenariat avec AMA

### Comités d'organisation

Communiquez avec le comité d'organisation de la manifestation choisie pour expliquer :

- **Votre objectif** : insistez sur les avantages du programme pour la manifestation et sur l'importance de la sensibilisation des sportifs, des entraîneurs et des officiels au sport sans dopage;
- **Les besoins logistiques de votre programme** : prévoyez l'aménagement d'une installation principale pour inciter les sportifs à visiter le site et stimuler leur intérêt.

7



### Ressources humaines / Personnel

8

Réunissez une équipe d'experts antidopage, par exemple :

- des administrateurs d'organismes antidopage;
- des membres d'une commission médicale;
- des agents de contrôle du dopage;
- des sportifs à la retraite, qui peuvent jouer le rôle d'ambassadeurs.

Les membres de l'équipe de sensibilisation devraient être responsables et posséder de solides connaissances sur la lutte contre le dopage. Rappelez-vous : en fournissant des uniformes aux membres de l'équipe, vous établirez clairement leur lien avec le programme.



### Relations avec les médias

9

Nous vous encourageons à organiser une conférence de presse ou à diffuser un communiqué de presse pour faire connaître votre événement. Les programmes de sensibilisation offrent aux médias une excellente occasion de parler des aspects positifs du sport sans dopage. Voici quelques exemples des types de médias à cibler :

- journaux locaux, ou le cahier sport des grands quotidiens;
- revues générales ou spécialisées dans le sport;
- médias sociaux, comme Facebook et Twitter;
- si possible, inviter les médias à se rendre à votre activité de sensibilisation.



### Le grand jour!

10

Le jour venu, vous mettez en œuvre votre programme de sensibilisation. N'oubliez pas :

- de parler aux chefs d'équipe afin qu'ils encouragent les sportifs et les officiels à venir vous voir;
- d'engager des sportifs comme ambassadeurs de votre programme afin de stimuler l'intérêt des sportifs et des médias.



### Rapport

Au terme de la manifestation, rédigez un rapport pour évaluer chaque étape du processus de planification. Incorporez si possible :

- des photos;
- des témoignages de sportifs;
- des sections sur ce qui a été efficace;
- des recommandations en vue des prochaines manifestations.

11



### Gardez le contact!

12

L'AMA s'intéresse aux activités de sensibilisation que vous réalisez :

- pour en parler dans son site Web, dans ses publications ou dans ses plateformes des réseaux sociaux;
- pour s'informer de vos idées et de vos initiatives;
- pour améliorer son programme pour l'avenir!



### Nous joindre

Stacy SPLETZER-JEGEN  
Responsable principale,  
Relations avec les Sportifs et Communication  
Agence mondiale antidopage  
T +1 514 904 8840  
F +1 514 904 8766  
stacy.spletzer@wada-ama.org