

"Sois cool, reste clean!"

Autor(en): **Hubacher, Simone**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Mobile : la revue d'éducation physique et de sport**

Band (Jahr): **6 (2004)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-995385>

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.

«Sois cool, reste clean!»

En lançant cet appel, Swiss Olympic Talents a visé juste. Sa nouvelle campagne de prévention a déjà séduit une vingtaine d'écoles et plus de 200 cadres sportifs. Encourageant!

Simone Hubacher

«Cool and clean», c'est un slogan sympa, mais pas seulement. Ces paroles donnent le ton à une campagne qui cherche à transmettre aux jeunes talents sportifs les valeurs fondamentales d'un sport loyal, opposé au dopage et à toute forme de toxicodépendance. L'idée est novatrice, car les jeunes eux-mêmes deviennent les ambassadeurs du style de vie qu'ils prônent.

La campagne fait partie d'une convention de prestations passée entre l'Office fédéral du sport et Swiss Olympic. Elle est menée en collaboration avec l'Office fédéral de la santé publique et la Commission fédérale du sport. Swiss Olympic Talents a été chargé de développer et de mettre sur pied un projet. «Ce que nous voulons, c'est améliorer l'image des jeunes talents auprès du public de façon à déclencher des réactions positives en termes de formation professionnelle et de promotion sportive», résume Erich Hanselmann, chef de la promotion de la relève en Suisse.

Délivrer un message personnel

La campagne «cool and clean» s'adresse aux sportifs de la relève, des jeunes âgés de 10 à 20 ans. «Dans un premier temps, nous interpellons les cadres des fédérations sportives qui dis-

posent d'un programme de promotion de la relève J+S et les écoles dotées de filières sport-études», explique le chef du projet, Hanspeter Brigger.

La campagne proprement dite repose sur des déclarations d'intention, appelées «commitments»:

1. Je veux accéder à l'élite!
2. Je me comporte avec fair-play!
3. Je réussis sans dopage!
4. J'évite les substances malsaines!
5. Je _____ («commitment» personnel)

«Le deuxième pas consiste à transmettre le message au public», poursuit Hanspeter Brigger. Une vidéo qui met en scène avec beaucoup d'humour les aventures d'un mouton noir dans le monde du sport sert de support. Les sportifs choisissent une manière personnelle de la compléter et se voient attribuer des points, en fonction du temps et de l'énergie investis dans la défense de leur engagement.

Les messages peuvent être transmis au moyen d'exposés, par exemple, ou faire l'objet d'articles de journaux. Sur la base du nombre de points comptabilisés, on calcule ensuite la contribution financière qui sera versée au cadre sportif ou à l'établissement scolaire. «Ce qui est très important pour nous, c'est

La Charte d'éthique «live»

«Cool and clean» fait partie de la campagne fair-play qui sera lancée au début des play-offs de hockey sur glace début mars. Le projet de prévention auprès de la relève profitera ainsi des synergies créées par ce nouveau projet.

La campagne fair-play aborde différents aspects de la prévention dans le sport sous un seul et même chapeau. Elle s'inscrit dans le long terme et vise à enraciner les principes

de la charte éthique de Swiss Olympic dans le quotidien sportif. Ses objectifs sont:

- montrer que le sport se nourrit de respect;
- transmettre des règles qui garantissent ce respect;
- soutenir et promouvoir l'application de ces règles.

La campagne fair-play est menée conjointement par le sport de droit privé (Swiss Olympic) et par le sport de droit public

(OFSPPO). Cette année, ses chevaux de bataille seront la violence dans les stades, les abus sexuels dans le sport et la consommation de stupéfiants.



fairplay

«Ce que nous voulons, c'est améliorer l'image des jeunes talents auprès du public de façon à déclencher des réactions positives.»

Erich Hanselmann, chef de la promotion de la relève en Suisse

que l'argent versé soit investi par les sportifs dans la pratique de leur discipline sportive.»

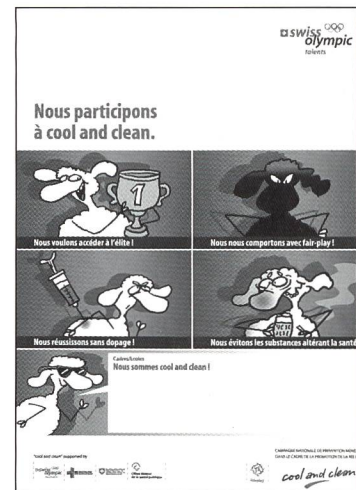
Mais l'argent ne constitue pas l'essentiel dans cette campagne. «Le but premier est d'amener les sportifs à prendre conscience de leur responsabilité et de leur fonction de modèle. De son côté, la société doit se rendre compte que la jeune génération a des ambitions et des rêves. La campagne «cool and clean» mise sur des objectifs positifs, en l'occurrence un sport de qualité et un sport propre», ajoute Hanspeter Brigger.

Pas facile d'être un héros

Les élèves du gymnase sportif de Davos ont eu de la peine, au début, à accepter leur rôle de modèle pour leurs camarades: «Nous sommes trop jeunes pour ça et, d'ailleurs, nous avons nous-mêmes encore des modèles.» Thomas Jaeger, enseignant et entraîneur à Davos, a organisé une journée d'information pour présenter la campagne. Au fil de la discussion, les élèves ont commencé à prendre conscience de leur influence. «Parmi les plus jeunes, certains sont déjà fans de nos sportifs», explique Thomas Jaeger. «Et puis «cool and clean» est un slogan qui nous convient très bien, car le règlement de notre école interdit l'alcool et la fumée.»

Depuis cette journée, les jeunes sont devenus actifs: à la foire de Davos, la campagne a été présentée lors d'un entraînement de démonstration de l'école. Une vidéo a en outre été projetée dans le cadre de la Coupe Spengler.

Les cadres sportifs et les écoles intéressés au projet peuvent encore s'inscrire. Adresse: Swiss Olympics Talents, «cool and clean», Maison du Sport, Hanspeter Brigger, case postale 202, 3000 Berne 32, tél. +41 31 359 71 11
E-mail: coolandclean@swissolympic
www.swissolympic.ch



LE POINT

«Pour moi, faire preuve d'un comportement loyal dans le cadre de la compétition équivaut à respecter mes adversaires. Pour garantir les mêmes chances à tous, il faut que tout le monde soit fair-play.»

Marcel Hug, sport en fauteuil roulant, 17 ans, Pfyng TG
Objectif: participer aux Paralympics

«Je ne fume pas! Ça n'apporte rien au football et c'est malsain. Il n'y a pas de place dans le foot pour le cannabis, le haschich, ou toute autre drogue. Dans ma vie non plus.»

Antoine Bongard, footballeur U16, 15 ans, Granges-Paccot FR
Objectif: devenir un grand joueur de l'équipe nationale et jouer dans un grand club étranger

«Le dopage n'est pas la méthode adéquate pour améliorer ses propres performances, car ses effets sur le corps et le sport sont totalement négatifs.»

Stéphanie Lüscher, natation, 16 ans, Locarno TI
Objectif: être sélectionnée pour les championnats d'Europe de 2004, à Madrid