

# Lignes Directrices

pour l'encadrement  
de l'activité de communication du  
**PANATHLON INTERNATIONAL**



**PANATHLON INTERNATIONAL**

LUDIS IUNGIT





## **PANATHLON INTERNATIONAL**

*LUDIS IUNGIT*

Le rôle du responsable de la communication, généralement appelé “attaché de presse”, revêt une grande importance pour les organes de gouvernance à tout niveau institutionnel du Panathlon International.

Il remplit une fonction de proposition aux côtés du Président du Club, de la Zone ou du District dans la programmation et l’organisation des activités et il développe les services pour leur communication dans les médias.

Ce rôle doit être attribué, de préférence, à un membre ayant une expérience professionnelle dans le domaine de la communication et une connaissance de l’éthique et de la déontologie d’une information correcte.

# Principes éthiques

- Communiquer le Panathlon, à tout niveau, signifie s'engager pour mettre en avant et relayer ses valeurs fondamentales vers des secteurs de la société sportive et civile qui n'en ont pas une connaissance suffisante.
- Toutes les informations concernant les événements ou les initiatives des clubs, des zones ou des districts ou de portée internationale doivent faire ressortir clairement que les performances sportives, la mise en œuvre de manifestations de masse, la création de moments d'excellence culturelle ou scientifique ne sont pas les objectifs fondamentaux, mais la toile de fond pour le développement des valeurs panathloniennes.
- L'information à tout niveau devra respecter la dignité de la personne, le principe de la vérité, la protection des mineurs, la mise en valeur des diversités et le soutien de toute action en faveur des personnes handicapées.
- Le responsable de l'activité de communication d'un club, d'une zone ou d'un district doit satisfaire aux critères de base qui en garantissent

la capacité d'interpréter ce rôle à la lumière des principes énoncés dans les Chartes fondamentales du Panathlon et dans les Chartes déontologiques du journalisme.

- Il doit posséder l'expertise nécessaire pour vérifier la valeur des informations, afin de sélectionner celles qui sont vraiment utiles aux objectifs de fond et qui, de par leur intérêt, pourront être accueillies par les sources d'information.
- Si un déficit d'information n'aide pas le Panathlon à croître, un excès de nouvelles contribue à en biaiser l'image et finit par compromettre la relation avec les sources qui les diffusent.
- Les informations doivent toujours être fidèles à la valeur de l'événement qu'elles annoncent, sans emphases ou accents exagérément déclamatoires, pour ne pas trahir les principes de vérité qui sont à la base des relations avec les médias.
- Pour accroître la probabilité de relayer l'information, l'attaché de presse devra fournir les matériels techniques, tels que photographies, diaporamas ou courtes vidéos. Dans ces matériels, il faut éviter autant que possible les images de banquets, de bouteilles

de vin ou les images de réunions statiques. Il faut faire preuve d'imagination pour donner une image de vitalité mêmes aux situations plus ordinaires.

- Pour favoriser une connaissance adéquate de notre histoire et de notre rôle, il est utile de faire parvenir aux médias les adresses de notre site Internet ([www.panathlon-international.org](http://www.panathlon-international.org)), les actualités hebdomadaires issues du service de presse de Rapallo e le magazine quadrimestriel.
- L'information en provenance des clubs, des zones et des districts peut être relayée dans les actualités et dans le magazine, pourvu qu'elle soit envoyée systématiquement au service central de communication.

# Fonctions de l'attaché de presse

L'attaché de presse a une fonction de "pont" entre le club, la zone ou le district et leur territoire respectif.

## *Pour remplir sa tâche, il doit:*

- être présent aux réunions du Conseil de direction, aux Assemblées et aux réunions conviviales, ainsi qu'aux événements extérieurs, notamment ceux qui font ressortir le rôle du Panathlon comme défenseur du sport pour tous;
- souligner, dans les communiqués de presse, l'attention que le Panathlon porte sur l'éducation des jeunes, le respect de l'éthique sportive, la loyauté, l'intégrité morale, la mise en valeur des diversités et le droit au sport des personnes handicapées;
- établir un fichier électronique contenant les coordonnées de chaque média, des organismes publics aptes à soutenir l'activité, des professionnels du sport et de personnages testimoniaux;
- entretenir des relations cordiales avec les journalistes et les responsables des institutions, en favorisant, avec l'accord du Président, leur participation aux événements;
- contribuer à l'actualisation du site Internet et à la publication de bulletins périodiques;
- transmettre les actualités au service de presse de Rapallo
- rédiger des articles pour le magazine du Panathlon sur des événements d'intérêt général;
- se doter d'un nombre suffisant de publications et de dépliants à distribuer à l'occasion des contacts avec les médias ou au cours d'événements publics;
- aménager un archive des communiqués et des documents vidéo-photographiques.

# Rédaction des communiqués de presse

- Tout communiqué de presse sérieux ne peut pas faire abstraction de trois ingrédients: synthèse, simplicité et vérité.
- Il doit partir de la nouvelle, c'est-à-dire des réponses aux questions de base: Qui? Où? Comment? Pourquoi?
- Ce n'est qu'après avoir fourni ces informations qu'il devient possible de développer les détails et d'ajouter des commentaires, minimisant l'emploi d'adjectifs et évitant les termes emphatiques.
- Un communiqué de presse court sera toujours apprécié par ceux qui le reçoivent: maximum 30 lignes de 65 caractères.
- S'agissant de l'expression d'une communauté, il est souhaitable de demander au Président ou à un autre dirigeant de lire le communiqué avant de le diffuser.

# Organisation d'une conférence de presse

Suite à l'introduction des stratégies de communication modernes, les conférences de presse sont de moins en moins utilisées. La réduction de la taille des rédactions et la vitesse de la transmission électronique des informations ne justifient plus la mobilisation des journalistes.

Une conférence de presse n'est à organiser que dans des cas exceptionnels, après avoir bien étudié les aspects logistiques et les horaires.

Précautions indispensables:

- Choisir le siège de la conférence près des rédactions afin d'éviter de longs déplacements aux journalistes;
- Vérifier au préalable la disponibilité des journalistes;
- La plage horaire plus appropriée va de 11 h 00 à 13 h 00. Jamais l'après-midi;
- l'attaché de presse anime la conférence, annonce le thème, passe la parole au Président et à tout autre intervenant et, ensuite, coordonne les questions des journalistes;
- au-delà de la communication verbale, il faut livrer aux présents un communiqué synthétique et, en l'occurrence, une brochure d'approfondissement; on s'accordera avec les absents pour leur envoyer la documentation par courrier électronique;
- l'emploi de vidéogrammes ou de diapositives est toujours utile;
- offrir des rafraîchissements à la fin de la conférence peut favoriser le contact personnel avec les journalistes;
- tout l'événement ne doit pas durer plus d'une heure.

# Règles pour site web & réseaux sociaux

Le site Internet officiel du Panathlon International est dénommé [www.panathlon-international.org](http://www.panathlon-international.org).

Afin d'assurer une présentation uniforme, les nouveaux sites Internet des districts, des zones et des clubs doivent:

- adopter la dénomination suivante: [www.nomdistrict-panathlon-international.org](http://www.nomdistrict-panathlon-international.org) ou [www.nomzone-panathlon-international.org](http://www.nomzone-panathlon-international.org) ou [www.nomclub-panathlon-international.org](http://www.nomclub-panathlon-international.org) (le suffixe de domaine - .org - .ch - .br est à la discrétion de l'entité concernée)
- afficher de manière visible (si possible en haut à gauche) le logo du PI, respectant les caractéristiques énoncées dans le Manuel d'identité visuelle, et la devise "LUDIS IUNGIT"
- utiliser les couleurs présentes dans le site international

**RÉSEAUX SOCIAUX:** Pour les réseaux sociaux, on pourra créer des pages officielles Facebook, Twitter etc. (dans les réseaux sociaux, les 'pages' correspondent à un site web et elles représentent l'organisation, la marque du PI, de façon univoque et officielle. Pour les nouveaux profils FB, il faudra utiliser des noms qui suivent le même critère adopté pour le site Internet, c'est-à-dire nom district -panathlon international \* nom zone-panathlon international \* nom club – panathlon international. Dans ce cas aussi il

faudra afficher le logo et le nom du PI, ainsi que la devise "LUDIS IUNGIT" et il faudra nommer un responsable/administrateur des publications.

Il est recommandé de...

- respecter les principes éthiques déjà évoqués

...et d'éviter de:

- écrire des commentaires ou des posts entièrement en lettres capitales car, sur Internet, ce comportement revient à parler fort;
- passer à côté du sujet par rapport au contenu du post, évitant tout commentaire manifestement hors de propos;
- sortir du sujet traité dans la page ou le site, en publiant, par exemple, des liens publicitaires;
- publier des liens, pages admirateurs, vidéos ou sites web qui ne sont pas étroitement liés aux thèmes traités par le PI;
- publier des données personnelles de soi-même ou d'autres membres;
- publier des commentaires, des posts ou des images contenant des éléments de discrimination portant sur le genre, la race, l'origine ethnique, la langue, la religion, les opinions politiques, l'orientation sexuelle, l'âge ou la situation personnelle et sociale.