JEUX DE LA FRANCOPHONIE
JEUNESSE, ARTS ET SPORTS

Guide des Jeux de la Francophonie
Média

ORGANISATION INTERNATIONALE DE la francophonie

L'usage du masculin dans le présent document, dans le seul but d'alléger le texte, est sans préjudice du genre des personnes visées.

Les Jeux doivent être organisés dans le respect de la Charte d'éthique des Jeux de la Francophonie. Le CIJF veille au respect des droits de l'Homme et de l'égalité femmes-hommes dans tous les secteurs organisationnels.

Sommaire

Qu'est-ce que les Jeux de la Francophonie ? 6

Sport / Culture / Développement 6

Disciplines sportives. 6

Concours culturels 6

Activités de développement 7

Avant-propos 7

I. Qui sont les médias ?. 8

II. Quels sont les sites officiels faisant l'objet d'un accès médias spécifique ?. 8

III. Accréditation 9

1. Accréditation en ligne 9
2. Formulaires de demande. 9
3. Période d'accréditation 9
4. Vérification et confirmation. 9
5. Catégories de médias 10
6. Zones. 10

IV. Qui est en charge des opérations médias ? 12

1. Le Directeur des Opérations Médias (DOM) 12
2. Le Responsable médias de site, le Site Officier Média (SOM) du Comité Organisateur 12
3. Le Coordinateur du Centre International des Médias (CIM) 12
4. Assistant(e) du centre International des médias 12
5. Photocopieurs 12
6. Messagers pour les listes de départ/feuilles d'informations sur les événements sportifs 13
7. Service d'ordre photo. 13
8. Teneurs de corde 13
9. Contrôleur de la tribune 14
10. Les assistants de la tribune de presse 14
11. Contrôleur de la salle de conférence de presse 14
12. Le contrôleur de la zone mixte 14
13. Transversalité avec les autres services 15

V. Communication avec les médias 15

VI. Installations des espaces médias & services 16

Installations des espaces médias 16

1. Salle de presse dans Site officiel dédié / Centre International des Médias 16
2. Rafraîchissements 16
3. Sanitaires 16
4. Sécurité 16
5. Vestiaires / Cassiers fermés 17
6. Signalisation / Accès / Identification 17
7. Salle de conférence de presse 18
8. Télécommunication / Internet 19
9. Zone mixte 20
10. Tribune de presse. 21
11. Photographes 21

TV / RADIO 23

Services 24

1. Hébergement 24
2. Transport 24
3. Parking 24

VII. Obligations / Compte à rebours d'un évènement sportif ou culturel 25

Evénement Sportif (à préciser en fonction des disciplines) 25

Événements Culturels : À confirmer 25

Qu'est-ce que les Jeux de la Francophonie ?

Les Jeux de la Francophonie sont une compétition multisports et un ensemble de concours culturels, en épreuves individuelles ou par équipes, organisés par le Comité international des Jeux de la Francophonie et le Comité national des Jeux de la Francophonie sous l'égide de l'Organisation internationale de la francophonie.

L'acte constitutif des Jeux de la Francophonie définit ses objectifs comme étant :

- Contribuer à la promotion de la paix et le développement à travers les rencontres et les échanges entre jeunes francophones;
- Permettre le rapprochement des pays de la Francophonie et constituer un facteur de dynamisation de sa jeunesse, en contribuant à la solidarité internationale dans le respect de l'égalité entre les genres;
- Faire connaître l'originalité des cultures francophones dans toute leur diversité et développer les échanges artistiques entre les pays francophones;
- Favoriser l'émergence de jeunes talents artistiques francophones sur la scène artistique internationale;
- Contribuer à la préparation de la relève sportive francophone en vue de sa participation à d'autres grands événements sportifs ;
- Contribuer à la promotion de la langue française.

Les IXes Jeux de la Francophonie se dérouleront du 23 juillet 2021 au 1er août 2021 à Kinshasa et pourront réunir des délégations des 88 États et gouvernements membres de l'Organisation Internationale de la Francophonie.
Les délégations pourront séjourner durant une durée maximale de 15 jours.

À titre indicatif le CNJF des VIIIes Jeux d'Abidjan avait retenu une hypothèse haute de personnes à transporter selon l'évaluation suivante :

- 4000 compétiteurs et personnels d'encadrement
- 500 représentants de fédérations internationales et cadres techniques
- 700 journalistes
- 500 officiels et juges culturels
- 3000 bénévoles
- Un nombre indéterminé de personnalités politiques ainsi que des mondes du sport et de la culture

Sport / Culture / Développement

Disciplines sportives

- Athlétisme(depuis 1989)
- Athlétisme handisport(depuis 1994)
- Basket-ball(depuis 1989)
- Beach volley(depuis 2001)
- Boxe(depuis 1997)
- Cyclisme(depuis 2013)
- Football(depuis 1989)
- Handball(uniquement en 1994)
- Judo(depuis 1989)
- Lutte(depuis 1994)
- Lutte sénégalaise(depuis 2013)
- Tennis(uniquement en 1997)
- Tennis de table(depuis 1994)

Concours culturels

- Arts de la rue :hip-hop(danse), marionnettes géantes et jonglerie avec ballon (freestyle ball) h/f 18-35 ans depuis 2013
- Arts visuels : peinture et sculpture/installation h/f 18-35 ans depuis 1989
- Chanson h/f 18-35 ans depuis 1997
- Contes et conteurs h/f 18-35 ans depuis 1994
- Danse de création h/f 18-35 ans depuis 1989
- Littérature (nouvelle) h/f 18-35 ans depuis 1997
- Photographie h/f 18-35 ans depuis 1997

Activités de développement

- Création pour le développement durable h/f 18-35 ans depuis 2013
- Création numériqueh/f 18-35 ans depuis 2013

Avant-propos

Partenaires incontournables dans la réussite des Jeux de la Francophonie, les médias doivent à ce titre disposer d'un plan d'opérations de qualité pour leur permettre d'accomplir leurs tâches. Ils sont donc partie-prenante de l'événement!

En revanche, Il est important de considérer que chaque évènement est unique en soi mais qu'il y a des principes incontournables pour une organisation sans faille (équipements, services et ressources humaines). La réussite des opérations médias se fonde avant tout sur le travail en équipe (collaborateurs, bénévoles et médias). Rien ne fonctionnera si ces trois groupes ne travaillent pas en harmonie et dans le respect du travail de chacun.

Les rubriques qui suivent présentent les différentes opérations médias qui sont sous l'autorité de l'équipe médias. Le/La responsable médias du Comité National des Jeux de la Francophonie (CNJF) en appui avec le Comité International des Jeux de la Francophonie, et son équipe, est chargé de toutes les questions relatives aux médias sur le(s) site(s), y compris tous les équipements et services concernés pour le Centre International des Médias (CIM), le Centre Médias du Village (CMV), les différents espaces des médias dans les stades (CMS) et les espaces culturels et par extension l'ensemble des zones dédiées aux médias etc.

Pour chaque événement, il/elle est responsable de tous les aspects des opérations médias et il/elle travaille en coopération avec les organisateurs de l'événement et leur responsable médias. Il/elle supervise également les bénévoles et les opérations médias, comme détaillé dans le cahier des charges et/ou le manuel de communication.

Préparation méthodique

Chaque événement sportif ou culturel est unique, mais des principes communs aideront à organiser la réussite de l'événement. L'étendue des équipements, des services et de la main d'œuvre nécessaires diffère d'un évènement à l'autre c'est pour cette raison qu'il faut s'assurer que les services correspondent aux exigences à prévoir et au budget défini.

Cohérence

Il est capital que tous les responsables/équipes des médias disposent des mêmes informations générales et abordent les problèmes sur la base du plan d'opérations convenu.

Flexibilité

La fonction première de toute structure d'opérations médias est d'aider les médias à faire leur travail dans les meilleures conditions possibles. Il conviendra donc parfois d'infléchir temporairement les règles. C'est au/ à la Responsable Médias de le décider mais en indiquant clairement qu'il s'agit d'une exception et non d'un changement de politique.

Travail d'équipe

La coopération de toutes les personnes impliquées dans les opérations médias pour un événement est la clé du succès, qu'elles travaillent pour le CNJF ou pour un partenaire.

I. Qui sont les médias ?

Qu'ils soient nationaux ou internationaux, les médias comprennent :

Presse écrite, sites Internet et réseaux sociaux

- Journalistes d'agences de presse, de journaux, de magazines, de sites Internet, de réseaux sociaux, indépendants.
- Photographes
- Techniciens (presse et photo)

Diffuseurs (radio et télévision) – détenteurs de droits médias

- Reporters, commentateurs
- Équipes techniques
- Diffuseur hôte (HB, pour Host Broadcaster)
- Diffuseurs partenaires (ex. tv5 monde)
- Diffuseurs détenteurs de droits (tv nationales francophones)

Diffuseurs non-détenteurs de droits

- Radios et télévisions non-détentrices de droits

Tous les médias ci-dessus doivent être traités avec impartialité. Les médias audiovisuels (notamment la télévision) représentent maintenant la plus grande partie des recettes d'une compétition, mais tous les représentants des médias ont un travail à faire et doivent être traités avec le même respect.

Les médias internationaux peuvent avoir des exigences spécifiques : leurs délais peuvent être différents, leurs cultures et leurs langues peuvent parfois être difficiles à comprendre, mais ils doivent tous être accueillis comme des membres de la famille de la Francophonie au même titre la presse nationale du pays organisateur.

II. Quels sont les sites officiels faisant l'objet d'un accès médias spécifique ?

- Centre International des Médias
- Village des Jeux
- Village des Partenaires
- Stades pour les rencontres officiels
- Salles pour les évènements culturels officiels
- Stades pour les entrainements des délégations
- Etc.

Tous les médias ci-dessus doivent être traités avec impartialité. Les médias audiovisuels (notamment la télévision) représentent maintenant la plus grande partie des recettes d'une compétition, mais tous les représentants des médias ont un travail à faire et doivent être traités avec le même respect.

Les médias internationaux peuvent avoir des exigences spécifiques : leurs délais peuvent être différents, leurs cultures et leurs langues peuvent parfois être difficiles à comprendre, mais ils doivent tous être accueillis comme des membres de la famille de la Francophonie au même titre la presse nationale du pays organisateur.

III. Accréditation

L'accréditation garantit l'accès aux sites officiels des Jeux de la Francophonie pour les médias.
Il est important de rappeler aux médias que l'accréditation n'accorde pas automatiquement un accès aux tribunes de presses, aux terrains, aux salles de conférence de presse, aux zones mixtes.

Dans le cadre d'un tournoi, les médias doivent demander une accréditation pour chaque match. En cas d'excédent de réservations pour un match, des listes de priorité sont établies pour les médias des équipes participantes et des agences de presse. Il convient toutefois de tenir des listes d'attente.

1. Accréditation en ligne

L'inscription en ligne (dispositif mis en place par le CIJF) est une procédure standard et obligatoire pour l'ensemble des médias. Les représentants des médias désireux d'assister à un événement doivent simplement remplir un formulaire en ligne et les informations sont enregistrées dans une base de données.

Celle-ci est ensuite utilisée pour vérifier les références, confirmer l'acceptation et pour toute autre communication. Si le réseau Internet est insuffisant, il convient de prendre attache auprès du Comité International des Jeux.

2. Formulaires de demande

Lors d'une demande d'accréditation, il faut demander à chaque représentant des médias de remplir un formulaire qui fournit toutes les informations nécessaires à l'organisateur (nom, nationalité, organisation média, catégorie de médias, fonction et tous les numéros de contact, téléphone, adresse électronique, site internet, audimat/tirage/nombre d'abonnés du média).

Ce formulaire ne doit pas être trop compliqué et sa longueur ne doit pas excéder une page si possible. Il doit comprendre les informations que nécessiterait (le cas échéant) une demande de visa et est sous la responsabilité du journaliste concerné. La date limite de demande doit être clairement spécifiée et il faut ajouter un avertissement indiquant que l'envoi du formulaire ne garantit pas automatiquement une accréditation.

Le formulaire de demande doit préciser que la personne accréditée d'engagé à se conformer à la Charte d'éthique des Jeux de la Francophonie. La Charte doit être jointe au formulaire de demande.

3. Période d'accréditation

Les informations sur la période de demande d'accréditation (avec la date limite) doivent être fournies bien à l'avance. Les dates peuvent différer en fonction des décisions prises par le Comité International des Jeux et le Comité d'Organisation Local. En revanche, il convient de laisser aux médias un délai suffisant pour la préparation de leur voyage, notamment s'ils viennent de l'étranger.

Dans le meilleur des cas, il faut les accompagner dans la recherche d'un hébergement (prévoir hôtel(s) dédié(s) pour les médias) et prévoir un contact privilégié pour les procédures quant à l'obtention du visa. Les informations peuvent être diffusées sur les sites officiels du CIJF ou le CNJF. Il est possible également d'en informer les Syndicats ou Associations de journalistes des pays francophones.

4. Vérification et confirmation

Chaque formulaire de demande envoyé doit être vérifié. Les formulaires doivent être classés par catégorie de médias (voir ci-dessous). Une fois qu'une demande a été acceptée, une lettre de confirmation doit être envoyée au média concerné.

S'il y a trop de demandes pour les espaces disponibles, il faut prévoir d'envoyer des avis de refus.

Tous les refus doivent être communiqués dès que possible.

Les candidats acceptés doivent recevoir une lettre de confirmation leur précisant comment, quand et où ils peuvent obtenir leur accréditation ainsi que les informations concernant les aspects logistiques (hôtel, visa, transport local,...).

5. Catégories de médias

les catégories et abréviations suggérées sont :

PRE	Presse écrite, éditeurs de sites Internet et divers
PHO	Photographes
NDD	Non-Détenteur-Droits) Journalistes RTV, reporters et techniciens RTV non-détenteurs de droits
TPP	Techniciens de presse et/ou photo
RTV OU MÉDIA PARTENAIRE	Dirigeants des détenteurs de droits médias et Personnel des détenteurs de droits médias (sans accès au stade – accès uniquement au centre de diffusion)
RTDH OFFICIEL 1	(Radio-Diffuseur-Hôte) Dirigeants de diffuseur détenteur de droits et du diffuseur hôte, Personnel du diffuseur hôte (avec accès au stade)
RTDH TECHNIQUE 2	(Radio-Diffuseur-Hôte) Personnel du diffuseur hôte (sans accès au stade accès uniquement au centre de diffusion)

6. Zones

Chaque site officiel des Jeux de la Francophonie est divisé en zones. Les droits d'accès aux zones spécifiques sont indiqués par des numéros imprimés sur l'accréditation. L'accréditation du responsable médias de l'événement doit autoriser l'accès à toutes les zones.

Zones pour l'ensemble des sites officiels

A = Centre International des Médias / Centre de Diffusion
B = Village des Jeux
C = Village des Partenaires
D = Stades pour les rencontres officiels
E = Salles pour les évènements culturels officiels
F = Stades pour les entraînements des délégations

Pour les Stades

Les zones qui concernent les médias lors des événements sont les suivantes :

- 1 = Niveau du terrain
- 3 = Zones du public
- 6 = Tribune des médias
- 7 = Centre des médias du stade
- 8 = Zones de diffusion

Les zones qui ne concernent pas les médias sont les suivantes :

- 2 = Vestiaires
- 4 = Bureaux
- 5 = Zones VIP/VVIP
- 9 = Zones hospitalité

Les médias autorisés dans les diverses zones sont les suivants :

- PRE zones A, 3, 6, 7
- PHO zones A, 1, 3, 6, 7
- NDD zones A, 1, 3, 6, 7
  Accès limité au stade les jours de match
- TPP zones A, 1, 3, 6, 7
- HB zones A, 1, 3, 4, 6, 7, 8
- RTV A, 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Accès aux zones B, C, D, E, F fait l'objet d'une autorisation spécifique. * En fonction de la distance séparant les sites du Centre International des Médias les billets et chasubles pourront être distribués directement par le Site Officier Média (SIM).

Dispositifs supplémentaires d'accès

Les photographes (PHO) et personnel des diffuseurs TV (HB, RTV) sont obligés de porter une chasuble sur les terrains sportifs (terrain, interviews flash, positions des présentateurs sur le terrain, reporters terrain) et salles de culturels.

En fonction de la distance séparant les sites du Centre International des Médias les chasubles pourront être distribuées directement par le Site Officier Média (SIM).

Liste de contrôle

- Agenda de la procédure
- Lancement de la procédure, date limite d'envoi
- Canal / Canaux d'information(s)
- Formulaire d'accréditation :
  nom, prénom, nationalité, téléphone, adresse mail, Organisation (nom, statistiques, diffusion, classement au niveau national), branche (TV, radio, presse, photographe, site internet…), fonction, photocopie carte d'identité et de presse, cachet/signature de l'employeur ou de l'organisation.
- Réception et traitement des formulaires : vérification et réclamation des informations manquantes.
- Etablissement des listes : par catégorie/pays/nom, etc…
- Comparaison du nombre de demandes et du nombre de places disponibles.
- Décisions :
  positive/négative, critères de sélection – importance/pays/statistiques/audimat…
- Lettre ou mail de confirmation : demande acceptée/rejetée, nombre de personnes par organisation et fonction, information utile ou pratique.
- Badges / chasubles :
  commande/fabrication.

IV. Qui est en charge des opérations médias ?

Pour mémoire, le CIJF a en charge la supervision générale des médias et co-gère avec le CNJF les opérations médias. L'ensemble de l'Équipe en charge des opérations médias est sous l'autorité du Directeur des Opérations Médias (DOM).

Différents «Site Officier Média» (SOM) et un nombre défini de bénévoles par site officiel sont nécessaires pour mettre en œuvre le plan des opérations médias. Les bénévoles doivent recevoir des instructions et une formation complète avant le début de l'événement. Les responsabilités de chacun doivent être clairement identifiées.

Voici un récapitulatif du personnel nécessaire pour une équipe médias efficace, avec une brève description des responsabilités de chacun :

1. Le Directeur des Opérations Médias (DOM)

Il est le responsable de la coordination générale des opérations médias. Il a sous son autorité l'ensemble des personnes intervenant dans ce domaine.

2. Le Responsable médias de site, le Site Officier Média (SOM) du Comité Organisateur

Il est responsable, de toutes les activités médias (informations et opérations médias) pendant les jeux d'un site officiel déterminé.

Selon la taille et les exigences de l'événement, il/elle peut avoir besoin de l'assistance d'un coordinateur de toutes les opérations médias.

3. Le Coordinateur du Centre International des Médias (CIM)

Il est très important, car les médias travaillent en grande partie à partir du centre des médias.

Le coordinateur du centre des médias doit s'assurer que ce dernier ouvre à l'heure (en général le matin) et que les installations soient en parfait état de marche.

Il/elle doit également s'assurer que la connectivité Internet soit maintenue pendant la durée de la compétition ; une liaison étroite avec le personnel informatique est donc essentielle.

Sont distribués au centre des médias, généralement quatre heures avant le coup d'envoi (ou parfois la veille).
La chasuble doit être échangée contre une pièce d'identité qui leur est retournée quand ils rendent la chasuble après le match.

En fonction de la distance séparant les sites du Centre International des Médias, le Responsable Médias de Site (SOM) devra gérer l'accès à la zone mixte et la conférence de presse d'après-match mais également la distribution des chasubles.

4. Assistant(e) du centre International des médias

Leur rôle est d'assister le coordinateur du Centre International des médias dans tous les aspects du fonctionnement de ce dernier.

5. Photocopieurs

Il sera fait un effort particulier pour diffuser l'information sur les réseaux digitaux officiels dédiés aux médias mais il sera nécessaire de photocopier de grands volumes de documents à divers moments de l'événement.

Des préposés seront nécessaires pour assurer que tous les appareils soient en parfait état. La présence d'un technicien pour résoudre tout problème mécanique est en particulier nécessaire les jours des événements.

Les préposés doivent également veiller à ce qu'il y ait assez de papier ; un tirage ordinaire peut facilement atteindre plusieurs centaines d'exemplaires, selon l'importance de l'événement.

6. Messagers pour les listes de départ/feuilles d'informations sur les événements sportifs

les messagers jouent un rôle très important, car les médias ont besoin de connaître la composition des équipes aussitôt que possible. Les messagers doivent se déployer dans le centre des médias et ou les sites officiels et distribuer les listes de départ (également appelées feuilles de match) rapidement et efficacement. Certains d'entre eux doivent faire de même dans la tribune de presse étant donné que certains médias occupent leurs sièges bien avant le coup d'envoi.

Les messagers pour les photographes doivent se coordonner efficacement avec le service d'ordre photo pour la distribution des listes de départ (également appelées feuilles de match) aux photographes répartis autour du terrain. Étant donné que l'accès au terrain est limité aux personnes essentielles, ces messagers doivent quitter le terrain rapidement une fois leur tâche accomplie.

Les listes de départ doivent être distribuées dans l'ordre suivant :

- 1. TV (postes de commentateur, car et régie du diffuseur hôte)
- 2. Radio (tribune de presse)
- 3. Presse (centre des médias, tribune de presse)
- 4. Photographes (centre des médias, bord du terrain)
- 5. VIP*

** Les bénévoles médias ne sont en général pas responsables de la distribution des listes de départ aux VIP. Ils doivent donner le nombre nécessaire d'exemplaires au service qui s'occupe des VIP.*

7. Service d'ordre photo

Il est en grande partie responsable des opérations sur le terrain. Il doit s'assurer que les groupes prioritaires de photographes qui pénètrent dans la zone du terrain se mettent en place rapidement.

Il est assisté dans cette tâche par le SOM. Il doit s'assurer que tous les photographes se conforment aux règles de l'événement : port obligatoire d'une chasuble à tout moment sur le terrain, respect des procédures pendant la séance de photographie des équipes avant le coup d'envoi, etc.
Il doit également s'assurer que les photographes soient correctement placés autour du terrain et ne se gênent pas mutuellement.

Selon les disciplines sportives les photographes sont autorisés à se déplacer d'une extrémité à l'autre.

Aucun photographe n'est admis sur le terrain de jeu avant, pendant, ni après le match. Il n'y a aucune exception et les accréditations des contrevenants doivent leur être retirées par le SOM.

Le service d'ordre photo doit alerter le SOM de toute transgression de la réglementation par les photographes. Il doit noter l'identité du photographe et faire un rapport au SOM.

Le service d'ordre photo doit traiter les photographes poliment mais avec fermeté.

Le service d'ordre photo aide aussi le SOM lors de la prise des photos d'équipe en tenant les cordes qui font office de barrières pour contrôler les photographes.

8. Teneurs de corde

Ces personnes tiennent les cordes sur le terrain pendant les occasions de prises de vue, par exemple pour les photos d'équipe.

9. Contrôleur de la tribune

Il est chargé de :

- S'assurer de la propreté de la tribune de presse
- S'assurer que chaque représentant des médias s'assoit bien à la place dont le numéro est inscrit sur son billet
- S'assurer que toutes les réclamations (par exemple pour une prise de courant défectueuse) soient prises en compte et résolues rapidement
- Aider les messagers à distribuer les listes de départ en temps utile
- Communiquer les problèmes de défaillance de l'accès à Internet aussi rapidement que possible au SOM ou au responsable informatique et/ou fournisseurs locaux d'accès à Internet du site concerné.

10. Les assistants de la tribune de presse

Ils aident le contrôleur de la tribune de presse pour tous les aspects de gestion de la zone de cette tribune.

11. Contrôleur de la salle de conférence de presse

Il s'agit d'un poste clé et la personne choisie doit s'assurer que la salle de la conférence de presse est configurée selon les directives.

Cette personne est chargée de :

- S'assurer de la présence de sièges en configuration salle de classe
- S'assurer de la présence de sièges appropriés sur le podium (avec si possible des plaques/cartons portant les noms des participants sur la table)
- S'assurer que le podium est installé avec le bon arrière-plan
- S'assurer que la sonorisation fonctionne correctement et que tout le monde peut entendre
- S'assurer que les micros baladeurs fonctionnent correctement et sont à portée de main
- S'assurer que le podium pour les équipes de journalisme électronique est installé
- S'assurer que les bons drapeaux des équipes et/ou de la compétition sont en place
- Fournir de l'eau aux entraîneurs/joueurs/intervenants
- Fournir des boîtes de mouchoirs en papier aux entraîneurs/ joueurs

12. Le contrôleur de la zone mixte

Cette personne doit s'assurer que les médias occupent leurs positions correctement dans les zones imparties :

- La presse écrite passe en premier
- Les représentants de la radio partagent l'espace de la presse écrite
- Ils sont suivis du diffuseur hôte et de la RTV

Les NRH (non-détenteur de droits) et photographe ne sont pas autorisés dans la zone mixte (afin de protéger les droits des détenteurs de droits médias).

Philosophie générale : il est essentiel que l'équipe des opérations médias maintienne de bonnes relations avec les collègues des autres services.

13. Transversalité avec les autres services

- Compétitions : pour les sujets relatifs aux joueurs, entraineurs, arbitres....
- Culturels : pour les sujets relatifs aux artistes.
- Informatique et télécommunications : pour s'assurer que tous les outils de télécommunication destinés aux journalistes soient en place.
- Marketing : pour tous les sujets liés aux marques, aux toiles de fond et à la signalétique.
- Transport, logement, restauration.
- Sécurité.
- Logistique.
- Équipement.
- Billetterie.
- Ressources humaines pour les bénévoles.
- Association des Journalistes Sportifs du pays hôte.
- Responsable média ou Chef des délégations.

Personnel

- Directeur des Opérations Médias (DOM)
- Sites Officiers Médias (SOM)
- Coordinateur du Centre International des Médias
- Assistants
- Procédure d'accréditation
- Délivrance des badges/ chasuble
- Photocopie et distribution des fiches d'équipes / d'informations
- Assistants pour les photographes
- Assistants pour la presse dans les tribunes
- Assistant dans la zone mixte
- Télécommunications
- Sécurité / contrôle des entrées

V. Communication avec les médias

Avant, et naturellement pendant l'événement, il est essentiel d'avoir un bon service d'information, garant d'une communication fluide et pourvoyeur d'informations utiles, pertinentes et pratiques. Les moyens de communication sont nombreux (lettre d'information/newsletter, mail, réseaux sociaux, site internet, magazine, communiqués, conférence de presse, dossier de presse...) mais l'utilisation des supports digitaux est recommandée pour son accessibilité et sa rapidité de diffusion.

En revanche, il faudra bien dissocier le support (site internet dédié aux médias) utilisé pour les informations continuelles / éphémères et le support pour les informations applicables pendant toute la durée de l'événement. Il est recommandé d'afficher l'ensemble des informations prioritaires dans le centre des médias. Pendant l'événement, un briefing quotidien des médias peut-être organisé pour leur fournir une source d'informations régulière et établir une relation directe avec l'organisation.

Les aspects les plus importants sont (liste pouvant évoluer) :

- Dossier de presse : moyen utile de diffuser l'information sur l'événement. Il peut être distribué plusieurs semaines à l'avance avec toutes les informations disponibles à ce stade concernant les détails pratiques (hôtel, voyage, visas...) et les aspects pouvant intéresser les médias. Il doit comprendre la liste d'articles suivant si les informations sont déjà disponibles. Dans le cas contraire, les informations seront diffusées sur les canaux dédiés pendant la durée de l'événement.
- Liste de contact : coordonnées de la / des personne(s) en charge des médias à contacter.
- Liste des joueurs / artistes / délégués avec l'ensemble des CV et statistiques pour les sportifs
- Liste des officiels, arbitres avec l'ensemble des CV.
- Programme
- Séances d'entraînement / Répétitions. Information sur l'équipe(s) ou l'artiste(s)
- Détail logistique (horaires de départ et d'arrivée, hébergement,...)
- Organisation de(s) l'événement (s) par journée : Ou, quand, comment? (Distribution des chasubles, réunion organisation quotidienne, point presse, conférence de presse, compte à rebours de l'événement, zone mixte, contrôle, ...).

- Informations

  - Moyens de communication(format papier et /ou digital) : lettre d'actualité, magazine, communiqués, conférence(s) de presse, dossier de presse, site internet, réseaux sociaux officiels, mails.
  - Contenus : Portraits/statistiques des joueurs, officiels; portraits/carrière des artistes;
  - Portraits/statistiques des arbitres, assistants.
  - Programme : officiel, entraînements, répétitions, voyage, possibilité d'interview, etc.
  - Directives pour l'organisation des événements/ médias (qui, quoi, où, quand).
  - Mises à jour quotidiennes
  - Activités spéciales.
  - Informations générales
  - Adresses utiles

VI. Installations des espaces médias & services

Il existe certains paramètres communs à toutes les catégories médias. Pour les aspects suivants vous pouvez avoir une démarche marketing en demandant d'obtenir l'aide d'un ou de plusieurs sponsors. Toutes les initiatives de ce genre devront être coordonnées et validées par le département marketing qui déterminera en amont les possibilités et les limites.

Ce type d'assistance peut prendre différentes formes : service de boissons et petite restauration, installation internet, forfait télécom (carte Sim, forfait), installations photocopieuses, fourniture d'équipement audio pour les conférences de presse, négociation de tarifs spéciaux pour les hôtels ou organisations de services de transport, matériel tables/chaises, matériel informatique / imprimante ...

Installations des espaces médias

1. Salle de presse dans Site officiel dédié / Centre International des Médias

La salle de presse dans un site dédié aux médias est une aire de travail qui est mise à disposition des médias pour qu'ils rédigent et transmettent leurs reportages après l'événement et reçoivent de l'information. Cette aire de travail est dotée d'une infrastructure de base mais suffisante (chaises, tables, internet, un moniteur direct du signal TV, rafraîchissements...) pour travailler avant et après l'événement. Le Centre International des Médias bénéficie d'une infrastructure plus complète avec des équipements et services plus sophistiqués. Le Centre International des Médias constitue la principale aire de travail et source d'information des Jeux pour l'ensemble des médias.

2. Rafraîchissements

Si la place le permet, on dispose dans l'ensemble des sites officiels (ou il y a une aire de travail pour les médias) d'un espace rafraîchissements (boissons, snacks) accessible uniquement aux médias. Cet espace doit être toujours propre (prévoir du personnel pour le ravitaillement et l'entretien de l'espace), non-fumeurs et être séparé de l'espace de travail. Cette attention se justifie car les médias arrivent souvent plusieurs heures avant l'événement et travaillent avec une grande pression.

3. Sanitaires

À ne pas oublier. Il est très important de prévoir suffisamment de toilettes réservées exclusivement aux médias dans l'ensemble des sites officiels et où il y a une aire de travail pour les médias.

4. Sécurité

L'ensemble des sites officiels où il y a une aire de travail pour les médias doivent être sécurisés et disposer de vigiles.

5. Vestiaires / Cassiers fermés

Il peut être envisagé un service vestiaire et / ou un système de cassiers fermés. La responsabilité est à déterminer en fonction de l'aire de travail et de son environnement.

Exemple : configuration type d'un Centre International des Médias

Liste de contrôle

- Signalétique
- Accès réservé aux médias
- Secrétariat : réception / bureau d'information, bureau du responsable des médias et bureau du responsable du Centre International des médias.
- Postes de travail : tables et chaises, prises de courant, raccordements téléphoniques, accès internet haut débit, photocopieuse, éclairage, écrans tv, cassiers fermés ou service pour
- stockage de matériel.
- Salle réservée aux photographes, prises électriques en nombre, connexion internet élevée
- Information : centre de documentation, programme, tableau d'affichage, site internet officiel et canal digital pour diffusion des informations.
- Bar / Café : boissons, snacks, tables/chaises/fauteuils, hôtes ou hôtesses.
- Toilettes
- Autres services : transport, hôtel, vente cartes Sim/ téléphones, distributeur d'argent, location de voiture, office du tourisme, ...

6. Signalisation / Accès / Identification

Il est nécessaire de disposer de panneaux de signalisation clairs et d'aménager un parcours précis réservé aux médias dans les sites officiels, les stades et les espaces culturels officiels. Il faut tout faire pour séparer le public des médias. Cette séparation doit commencer à l'extérieur du site officiel et être clairement indiqué. Il faut veiller à une bonne signalétique au sein des sites grâce à des panneaux de grand format. Salle de presse, zone mixte, bar,... doivent être clairement signalisés. Idem pour le trajet qu'empruntent les photographes pour accéder aux terrains, espaces culturels dédiés et qui se trouvent normalement à l'écart de celui des sportifs, artistes, officiels....

Liste de contrôle

À l'extérieur du site officiel :

- Parking pour les médias
- Entrée des médias (TV, radio, presse, photographes)
- Voie d'accès au terrain pour les photographes (si possible)
- Salle de presse
- Salle de conférence de presse
- Zone mixte

À l'intérieur du site :

- Centre de presse
- Emplacement de reportage TV/radio
- Places réservées à la presse dans les tribunes
- Salle de conférence de presse
- Zone mixte
- Voie d'accès au terrain pour les photographes

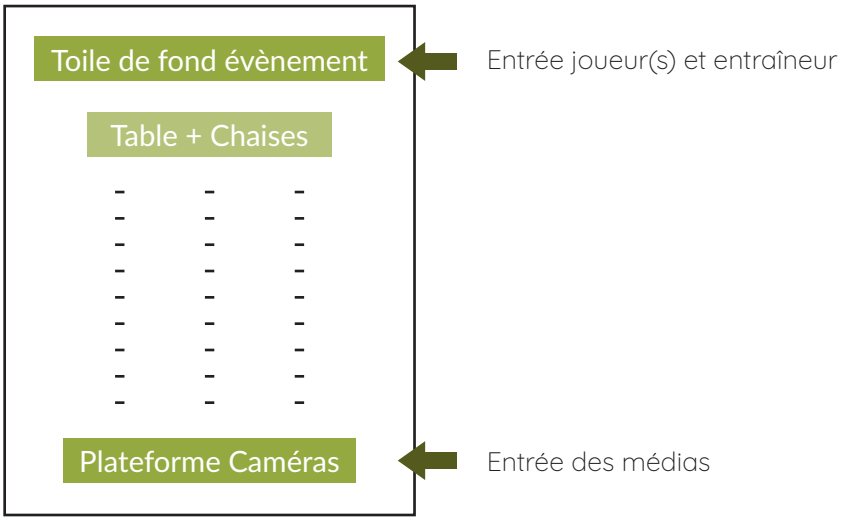
7. Salle de conférence de presse

L'accès à cette salle est exclusivement réservé aux médias. Comme son nom l'indique, la presse écrite a la priorité absolue pour l'accès à la conférence de presse.

Par manque de place vous pouvez exclure les photographes car ils sont principalement occupés à documenter ce qui se passe pendant l'événement et les TV détenteurs de droits.

En fonction de la place (cf. plan), la présence de cameramans est légitime et il est important qu'ils soient bien placés (plate-forme bien éclairée de 1,50 m x 30 cm de haut derrière la presse écrite).

Il faut bien vérifier qu'il y ait des unités audio dotées de microphones, de hauts parleurs, de prise de courant pour les cameramans et les reporters radio. Les micros sans fil sont utiles si des membres de l'audience souhaitent poser des questions.



Liste de contrôle

- Signalétique
- Accès distincts pour les entraîneurs, joueurs et les médias.
- Taille.
- Disposition des sièges (exemple : style théâtre)
- Espace estrade : tables, chaises, plaquettes indiquant le nom des participants (option).
- Équipement de sonorisation : haut-parleurs, microphones (pour l'estrade et éventuellement des microphones portables de salle), raccordement sono (TV, radio).
- Plateforme pour les caméras : en face de l'estrade des conférenciers au fond de la pièce. Au moins 30 cm de haut et 1 m de large.

8. Télécommunication / Internet

Les éléments suivants doivent être mis à disposition dans les sites officiels dédiés pour les médias,

à savoir :

- Connexions RNIS, ASDL, fibre et /ou wifi,
- Location de téléphones portables,
- Vente de cartes téléphoniques prépayées
- Lignes téléphoniques.

Sauf si décision contraire, les équipements matériels ne sont pas fournis gratuitement.
Dans tous les cas il faut fournir un accès gratuit à internet qui est un élément incontournable et indispensable pour la couverture médiatique d'un événement.

La qualité du réseau internet dans les sites officiels dédiés aux médias doit être de première qualité et de très haut débit. Sans celle-ci, vous pouvez considérer de la mauvaise couverture et réputation de l'événement.

Tous les services de télécommunication supplémentaires devront être réservés à l'avance auprès du Comité d'Organisation et au moyen d'un formulaire mis à disposition. Le COL pourra fournir un nombre limité d'ordinateurs avec connexion internet à libre disposition dans chaque site médias officiels.

Liste de contrôle

- Un accès internet haut débit dans chaque espace officiel dédié aux médias.
- Mise à disposition de matériel télécom (carte Sim/ téléphone) et informatique (en libre-service).
- Services spécifiques pour diffusion.

9. Zone mixte

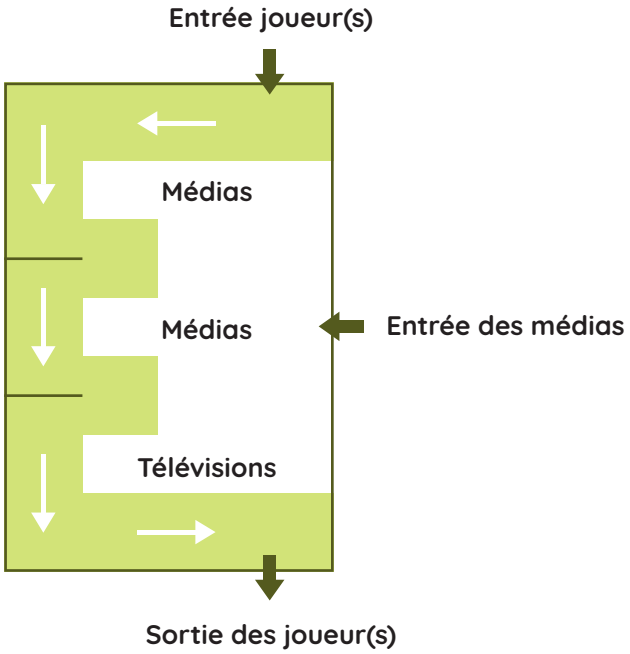
Il s'agit d'aménager une zone (entre les vestiaires et la sortie qu'empruntent les sportifs pour se rendre à leur bus) où les médias rencontrent librement entraîneurs et joueurs. Même si l'aménagement d'une telle zone n'est pas toujours facile (il faut tenir compte de la configuration de la construction et de son accessibilité) elle est indispensable pour les opérations médias. Dispositions (cf. plan) : les joueurs et les médias pénètrent dans la zone mixte par des accès distincts. Dans la plupart des cas, la zone mixte est divisée en deux sections par des barrières (l'une pour les médias et l'autre pour les sportifs).

Même s'ils doivent passer par la zone mixte, personne ne peut forcer un sportif ou un dirigeant à parler aux médias. Si un sportif ne souhaite pas donner d'interview, personne ne pourra prétendre que l'organisateur a empêché les médias de rencontrer les sportifs.

Le nombre de place doit être impérativement limité. La liste doit être communiquée aux médias avec l'événement. Les critères de sélection sont : un nombre limité par type de médias, une certaine priorité aux journalistes des pays représenté par les équipes qui viennent de faire la compétition, raisons spéciales en précisant qu'octroyer un trop grand nombre d'accès irait à l'encontre du but recherché et pourrait créer une cohue et bousculade. Il est recommandé d'encourager la pratique que les collègues qui ont un accès enregistrent pour leurs collègues restés à l'extérieur.

Priorités des médias : les journalistes de la presse écrite, radio et digitale sont privilégiés si les places sont comptées. Le mieux est de placer ces catégories à l'endroit où les joueurs pénètrent la zone mixte pour qu'ils puissent ainsi être les premiers à établir le contact. Les représentants des TV seront situés juste derrière. Ceci exige un effort d'organisation mais il faut éviter bousculade et frustrations du côté des premières catégories.

Les photographes ne sont pas admis en zone mixte.



Liste de contrôle

- Signalétique
- Voies d'accès/de sortie séparées pour les équipes et les médias.
- Entre les vestiaires et le trajet de sortie des équipes (accès au bus).
- Médias et équipes séparés par des barrières.
- Contrôle des portes et accès.
- Priorité d'accès éventuelle : 1. Presse, 2. Radio, 3. TV.
- Coin d'interview TV.
- Zone éventuelle pour les mini-interviews : tables/chaises, équipement sono (microphones, haut-parleurs), toile de fond/décorations.

10. Tribune de presse

Outre la salle de presse et le Centre International des Médias, les tribunes de presse sont l'endroit ou la presse travaille le plus. La section réservée à la presse dans les tribunes est couverte et située le plus près possible du centre, sans que piliers, drapeaux ni autre objet n'obstruent la vue.

Il est essentiel d'offrir un excellent point de vue à la presse. Les voies d'accès et de sortie de la presse seront séparées de celles du public, même si cela exige l'aide d'assistant(e)s ou de service de sécurité.

Chaque place sera, si possible, dotée d'une table de travail permettant de poser un ordinateur portable et ainsi que des documents. Idéalement, chaque position doit être doté d'une prise électrique et d'une connexion téléphonique et internet*.

L'important n'est pas le luxe mais la fonctionnalité. Les chaises ne doivent naturellement pas être trop étroites ni se trouver trop près ou trop loin des tables. Les allées et venues dans les rangs ne doivent pas occasionner trop de dérangement. L'espace réservé à la tribune de presse doit être conçu de telle sorte que sa capacité puisse être augmentée en fonction de l'importance de l'événement.

** Internet : cette mise à disposition permet aux médias de transmettre en temps réel des textes, des photos mais également d'animer leurs réseaux et de rester en contact avec leur rédaction. Pour la mise en place d'un tel service, il convient d'analyser précisément le volume de données nécessaires. C'est un service qui doit être mis gracieusement à disposition par l'organisation. Une demande particulière ou sur-mesure pourra être facturée.*

Liste de contrôle

- Signalétique
- Couverture
- Bon angle de vue
- Accès réservé
- Séparé du public
- Contrôle à l'entrée
- Places : avec tables et chaises, sans tables, confort minimum.
- Prises de courant : déjà installées, en option.
- Raccordement téléphoniques : déjà installé, en option.
- Internet : déjà installé, en option / sur mesure.
- Ecrans de retour du direct.

11. Photographes

Les photographes travaillent dans des conditions très difficiles, doivent porter un équipement parfois lourd et ne disposent que d'une fraction de seconde pour prendre les photos demandées.

L'une des tâches de l'équipe des opérations médias est de donner toutes les occasions raisonnables de prendre les photos qui captent les grands moments et resteront donc dans les mémoires.

Pour être aisément reconnaissables et accéder rapidement aux secteurs dédiés, les photographes doivent porter en permanence une chasuble (retirée au Centre International des Médias en échange de leurs cartes de presse / identité).

Il est conseillé de faire signer une décharge attestant qu'ils ont pris connaissance de certaines règles (exemple pour le football : n'opérer que derrière les buts, ne jamais aller sur le terrain…).

Nous pouvons adopter le même système pour les équipes de la chaîne TV ainsi que pour les cameramans opérant autour du terrain qui doivent porter des dossards de différentes couleurs.
Par précaution, les photographes peuvent avoir un billet de la manifestation qu'ils peuvent récupérer dès la vieille de l'événement au Centre International des Médias.

Le développement et la transmission des photos se fait aujourd'hui et dans la majorité des cas de façon numérique. Une photo numérique professionnelle est un fichier volumineux.

C'est pour cette raison qu'il convient de configurer l'accès internet en conséquence et de prévoir une salle dédiée avec de nombreuses prises aussi bien dans la salle de presse de l'un des Sites officiels dédiés aux médias mais également au Centre International des Médias.

L'accès au terrain pour les préparatifs doit être défini à une heure convenue. Dans tous les cas, il faut éviter que les photographes aient à passer par la zone technique près des vestiaires.

Dans la plupart des stades, on peut aménager un accès par la porte dite «marathon» qui est contrôlée par un portier. Si la configuration du stade ne le permet pas, les photographes doivent être conduits en groupe jusqu'au terrain pour s'assurer qu'ils ne dérangent ni les équipes ni les officiels du match.

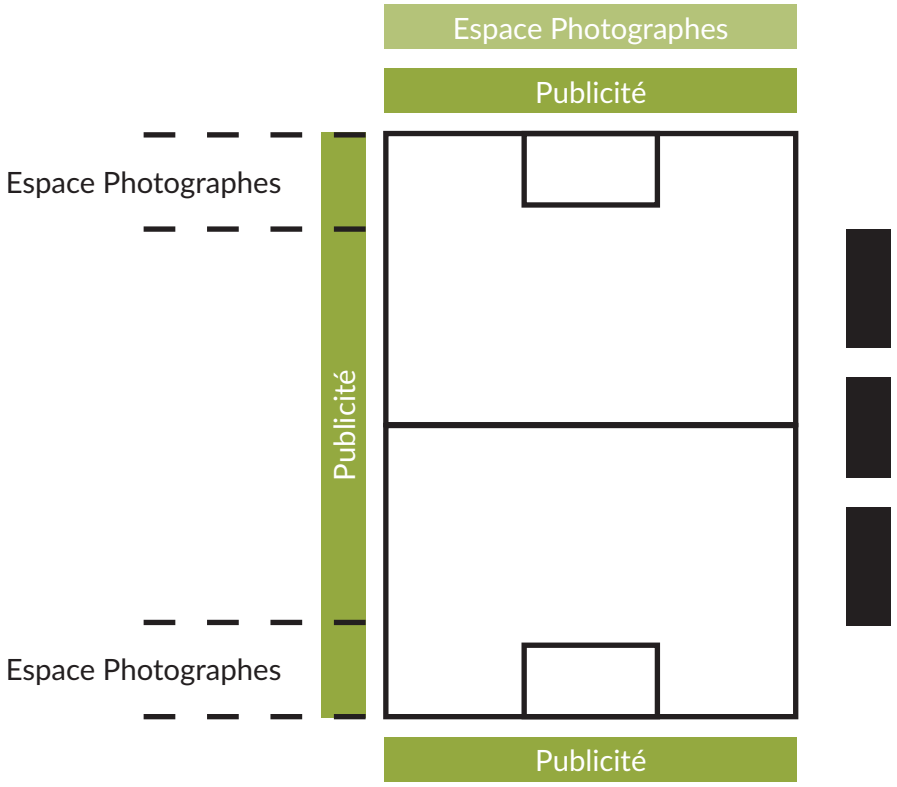
Les photographes doivent toujours être autorisés à accéder au centre de presse et aux bars mais un service boisson sur place pendant les pauses sera toujours très apprécié.

Les photographes ne sont pas admis dans la zone mixte. Ils peuvent participer aux conférences de presse sauf à la conférence de presse d'après événement.
Pour cette dernière, on peut les autoriser à prendre des photos des participants avant le début de la conférence, puis on leur demande de sortir.

Le photographe officiel de l'événement a un statut particulier et peut accéder à l'ensemble des sites officiels dédiés aux médias et aux événements médias.

Pendant les événements, il peut travailler depuis des espaces non autorisés aux photographes accrédités.

Exemple d'un dispositif pour les photographes dans le cadre d'un match de football :



Instructions

- Les photographes ne doivent jamais se rendre sur le terrain de jeu que soit avant, pendant ou après le match. Idem pour les activités culturelles.
- Les photographes ne doivent jamais se rendre dans les vestiaires ou loges.
- Chaque photographe doit avoir une accréditation et une chasuble.
- Les positions de travail des photographes ne se situent que derrière les panneaux de publicitaires.
- Des consignes / prescriptions précises seront indiquées en fonction des disciplines sportives, activités culturelles cérémonies et présentation des trophées.
- Les photographes officiels de l'événement ont des accès privilégiés.
- Les photos au flash ne sont pas autorisées.
- Les photographes ne doivent pas obstruer la visibilité des panneaux publicitaires.

TV / RADIO

Zones de compétition

Conformément au plan de production défini, les techniciens et personnels du RTDH seront les seuls autorisés à accéder aux espaces de compétition.
Ils seront en chasuble avec une couleur différente des autres avec la mention RTDH marquée sur l'avant et l'arrière de la chasuble. Il faudra respecter la distanciation entre les photographes et les caméras du RTDH au moyen de barrières physique pour le respect de chaque corporation.

CIM = Le studio TV et les studios radios seront activé en fonction des demandes des TVDD et RDD. Un espace dédié pour le RTDH accueillera le centre nodal du RTDH. Son accès devra être sécurisé et comporter 2 entrées l'une vers l'extérieur et l'autre vers la salle de presse.

Position ou Cabine commentateur TV = Chaque position ou cabine commentateur TV devra être avec vue totale et sans obstacle sur le terrain ou la scène. Une table au minimum de 1m80 et 2 ou 3 chaises.
Deux moniteurs, une position commentateur double avec 2 casques type HDM 25.
Équipé d'un accès internet et intranet pour accéder au réseau dédié. Deux prises de courant et une lampe pour chaque commentateur pour les compétitions de nuit ou en salle.

TVDH = située au centre cette position commentateur accueille 2 ou 3 commentateurs.

TVDD = Télévisions Détenteurs De Droit. Prévoir 3 ou 4 emplacements pour 2 personnes (une dizaine pour la finale de football, les Cérémonies d'ouverture et de clôture). Positions complètement équipées soit par le DH, soit par le détenteur si ils en expriment la demande

TVND = Accès limité à des places d'observateur s'il reste de la place dans la tribune de presse

Position ou Cabine commentateur Radio = Chaque position ou cabine commentateur Radio devra être avec vu totale et sans obstacle sur le terrain ou la scène. Une table au minimum de 1m 50 et 1 ou 2 chaises. Une position commentateur double avec 2 casques type HDM 25. Équipée d'un accès internet et intranet pour accéder au réseau dédié. Deux prises de courant et une lampe pour chaque commentateur pour les compétitions de nuit ou en salle.

RDH = située au centre cette position commentateur accueille 1 ou 2 commentateurs Radio.

RDD = Radio Détenteurs De Droit. Prévoir 4 ou 6 emplacements pour 1 ou 2 personnes (une dizaine pour la finale de football, les Cérémonies d'ouverture et de clôture).
Positions complètement équipées soit par le DH, soit par le détenteur si ils en expriment la demande.

RND = Accès limité à des places d'observateur s'il reste de la place dans la tribune de presse.

Services

1. Hébergement

Il est fortement conseillé d'héberger tous les représentants des médias dans un ou plusieurs hôtels spécifiques ou au moins de recommander certains hôtels, à différents tarifs. Cela aura également pour effet, de faciliter le service transport. Même s'il est possible de bénéficier de tarifs spéciaux, les réservations doivent être faites directement par les médias et il faut décliner toute responsabilité.

2. Transport

Dans la mesure du possible il faut envisager la possibilité d'une navette entre le(s) hôtel(s) des médias et les événements (sportifs et culturels) qui se déroulent dans les différents sites officiels des Jeux. Toute cette logistique devra être organisée et communiquée longtemps à l'avance.

3. Parking

Les médias apprécient souvent la mise à disposition d'un parking. Lorsque les places de parking sont en nombre suffisant, on accorde la priorité aux photographes qui doivent souvent transporter un équipement lourd. Dans tous les cas, les cars de reportage du Radio Téléviseur Hôte ont la priorité de l'espace parking car ils sont en charge de la production du signal TV.

VII. Obligations / Compte à rebours d'un évènement sportif ou culturel

Evénement Sportif (à préciser en fonction des disciplines)

5 heures avant l'événement :

- Réunion générale de l'organisation. Le responsable des médias doit y participer et indiquer son dispositif et ses besoins.
- Réunion avec toute l'équipe des opérations médias et si nécessaires avec les différents intervenants.
- Vérifications de l'ensemble des installations techniques et de réception des médias des site(s) médias des événements de la journée (Centre International des Médias, Centre Média du site, zone parking, tribune de presse, salle de conférence de presse, sonorisation,....)
- Rédiger une check-list précise en fonction des sites de l'événement.

2 heures avant l'événement :

Obtention et distribution des listes de départ (feuille de match).

1 heure avant l'événement :

Vérifier les installations principales.
Passer à la tribune de presse pour vérifier que les listes de départs ont bien été distribuées et s'il n'y a pas de problème.

10 minutes avant le coup d'envoi :

Suivre l'emploi du temps prévu par les règles de chaque discipline

Obligations pendant la pause :

Vérifier que tout fonctionne bien (Tribune de presse, centre des médias...).
Vérifier que la salle de conférence de presse et la zone mixte soient bien prêtes.
S'assurer que les reporters sont en place pour l'interview flash (cf. partie TV/radio).

Obligations après le match :

- Interview flash
- Conférence de presse d'après-match
- Zone mixte
- Vérifier que les photographes rendent leurs chasubles
- Organiser le transport des médias accrédités
- Compte rendu avec l'ensemble de l'équipe médias concernée par l'événement.

Événements Culturels : À confirmer

Résumé des actions clés des opérations médias

- Définir clairement et catégoriser les médias qui assisteront aux Jeux.
- Mettre en place une procédure d'accréditation avec des délais stricts.
- Assurer que tous les sites dédiés aux médias soient prêts pour les accueillir et d'une propreté irréprochable.
- Assurer que l'ensemble des rôles et les calendrier/horaires soit définis et transmis.
- Être attentif aux besoins des photographes.
- Veiller à connaître tous les besoins des diffuseurs et leur façon de travailler.
- Traiter tous les médias avec respect. Ils jouent un rôle crucial pour la réussite de la couverture des Jeux de la Francophonie.

Comité international des Jeux de la Francophonie
www.jeux.francophonie.org / cijf@francophonie.org
19-21 avenue Bosquet - 75007 Paris FRANCE