

Certains sportifs, pour améliorer leurs performances, n'hésitent pas à utiliser des produits dopants.

1. Donnez quelques exemples de produits dopants en montrant les effets recherchés et les dangers.
2. Que pensez-vous de cette pratique ?



mots-clés
de la
QUESTION

**AMÉLIORER – PERFORMANCE – EXEMPLES
PRODUITS DOPANTS – EFFETS – DANGERS
CF. CISEJ 71**

1. Le dopage :

1.1. Définition :

Article L. 232-9 du code du sport est considéré comme dopage, le fait :

- d'utiliser des substances et procédés interdits ;
- d'administrer ou d'appliquer ces substances ou procédés (y compris aux animaux) ;

Aucun sport n'est à l'abri du dopage, certains y sont particulièrement exposés (ceux à dominante énergétique).

1.2. Différentes classes de substances dopantes

1. Amphétamine et excitants :

➔ effets recherchés :

- stimulant de l'éveil,
- stimulant système cardio-respiratoire,
- diminution de la sensation de fatigue ;

➔ dangers :

- risques cardio-vasculaires,
- accoutumance-dépendance.

2. Stupéfiants et anti-douleurs :

➔ effets recherchés :

- euphorie-excitation,
- agressivité ;

➔ dangers :

- troubles digestifs et respiratoires,
- accoutumance-dépendance.

3. Cortisone et corticoïdes :

➔ effets recherchés :

- euphorie,
- stimulation volonté,
- action antalgique ;

➔ dangers :

- troubles hydro-minéral et glucidique,
- sensibilité aux infections,
- troubles neuro-psychiatriques,
- dépasser les signaux d'alarme.

4. Testostérone et anabolisants :

➔ effets recherchés :

- développement musculaire,
- stimulation volonté et agressivité,
- recul de la fatigue ;

➔ dangers :

- fragilisation musculo-tendineuse,
- atteintes organiques (foie-reins),
- virilisation de la femme.

5. Hormones :

De l'hormone de croissance à l'érythropoïétine, elles sont nombreuses actuellement dans la panoplie des substances dopantes. Leurs effets sont très spécifiques : de l'anabolisme musculaire (HGH) à la concentration accrue de globules rouges (EPO) les dangers sont nombreux : troubles neuro-vasculaires, diabète, hypertension, cancers...

6. Diurétiques et produits marquants :

➔ effets recherchés :

- perte de poids,
- masque des produits dopants ;

➔ dangers :

- hypotension,
- déshydratation.

7. Bêta-bloquants :

➔ effets recherchés :

- anti-stress,
- baisse FC ;

➔ dangers :

- vertiges, céphalées, hypotension,
- troubles rythme cardiaque.

8. Anesthésiques locaux :

➔ effets recherchés :

- suppression de la douleur ;

➔ dangers :

- réactions anaphylactiques,
- dépasser les signaux d'alarme.

2. Les pilules ne font pas les champions. Le problème des dopés devient celui des dopés.

Actuellement les athlètes ont entrepris une escalade vertigineuse qui les portent vers des sommets de toxicité, notamment avec la classe des hormones.

Ces médicaments, préalablement administrés à des malades, sont détournés de leurs finalités thérapeutiques pour « optimiser » le rendement des athlètes. Ceux-ci prennent des risques insensés pour être les meilleurs. Les causes sont connues (voir question E. Sp 96) :

- calendriers sportifs démentiels ;
- sur-médiatisation du sport ;
- enjeux financiers...

Aujourd'hui, on assiste à une course poursuite entre sportifs et laboratoires d'analyse : les produits décelés sont remplacés par de nouveaux. Cette escalade prend des proportions démesurées.

Qui peut penser enrayer ce phénomène ?



mots-clés
de la
RÉPONSE

**DOPAGE – DÉFINITION – CLASSES DE PRODUITS DOPANTS
SURENCHÈRE**

Votre association est déclarée depuis bientôt un an ; vous en êtes le principal animateur et vous recherchez des moyens supplémentaires de fonctionnement. Après avoir rappelé les aides que vous pouvez attendre de la Direction Départementale de la Cohésion Sociale (DDCS) et/ou Protection des Populations (DDCSPP), vous préciserez les conditions que vous devez remplir pour les obtenir.



MOYENS SUPPLÉMENTAIRES – AIDES DE LA DDCS OU DDCSPP – CONDITIONS

Le candidat fait appel à des connaissances concernant le Ministère chargé des Sports (MS), les aides aux AS et, à un degré moindre, au fonctionnement du club.

1. La DDCS ou DDCSPP :

1.1. Définition :

C'est un organe déconcentré de l'État (MS), chargé de la mise en place de la politique gouvernementale, et du développement des APS en liaison avec les partenaires locaux (conseil général, communes, comités départementaux sportifs...).

1.2. Principales missions :

- information, conseils,
- formation, examens,
- aides au mouvement sportif,
- contrôle.

2. Conditions pour obtenir l'aide de l'État :

Pour pouvoir bénéficier des aides de l'État, les AS doivent demander l'agrément « Sports ».

– obligations :

- fonctionnement démocratique,
- transparence de gestion,
- égal accès des femmes et des hommes aux postes de responsabilité ;

– constitution du dossier :

- statuts, récépissé de déclaration, copie du « Journal Officiel »,
- affiliation à une fédération,
- bilan financier des 3 dernières années (au moins une année) et budget (prévision année à venir) ;

– démarches :

Elles sont effectuées auprès de la DDCS ou DDCSPP et c'est le préfet du département qui octroie l'agrément.

3. Les aides possibles :

Elles seront surtout financières mais ont la particularité de n'être attribuées que pour réaliser un projet précis (souvent avec signature de convention).

3.1. Subventions du MS :

a) **les contrats éducatifs locaux** : dispositifs interministériels pilotés par les DDCS ou DDCSPP permettant de mettre en cohérence sur un territoire les temps scolaires, péri et extrascolaires. Il s'agit d'aborder l'éducation des enfants avec l'ensemble des partenaires concernés (mission partagée) entre les familles, l'état, les enseignants en particulier, le milieu associatif, les collectivités locales, pour une réelle continuité éducative (groupe de pilotage, convention).

b) **les subventions CNDS (ex-subventions FNDS) :**

- prélèvements sur la Française des Jeux (1,78 %) et sur les droits de retransmission TV (5 % = fonds de mutualisation) ;
- subventions d'équipements ou de fonctionnement ;
- actions subventionnées : pratique pour le plus grand nombre, haut niveau, santé par le sport, sécurité des pratiques, encadrement, accompagnement éducatif... ;
- démarches à effectuer après de la DDCS ou DDCSPP.



Vous êtes chargé de l'organisation d'une grande manifestation sur le plan local.

- 1. Rappelez les principes généraux d'une bonne communication.**
- 2. Quels outils utilisez-vous pour la promotion de cette manifestation ?**



**GRANDE MANIFESTATION – PLAN LOCAL – PRINCIPES
COMMUNICATION – OUTILS – PROMOTION**

Pour que la manifestation soit réussie, il est nécessaire de la préparer sérieusement et de prévoir un plan stratégique de communication. Son seul caractère de « grande » manifestation ne lui confère pas, de facto, un succès immédiat.

1. Principes généraux de la communication :

- Il s'agit d'établir une préparation déterminante afin d'être cohérent, efficace et stratégique dans le message,
- communiquer c'est viser une cible et l'atteindre,
- les questions qui se posent sont (Lasswell) :

Qui ?..... l'émetteur
dit quoi ?..... le message (longueur, contenu)
par quel moyen ?..... les outils utilisés
à qui ?..... le public destinataire
avec quel effet ?..... le résultat, les retombées,

- le message doit être lisible, clair, avec du sens et présentant des intérêts, en évitant les redondances (les redites inutiles),
- il doit répondre aux questions de base :
 qui ? quoi ? pourquoi ? quand ? où ?

Exemple :

- Qui ?... l'Association des Marcheurs du Centre
- Quoi ?... organise une randonnée Châteauroux-Bourges
- Pourquoi ?... pour la lutte contre le cancer
- Quand ?... le jeudi de l'Ascension, dès 7 heures
- Où ?... départ du mail Saint-Gildas à Châteauroux.

Voilà le message essentiel à faire passer par tous les canaux possibles.

2. Les outils utilisés : les médias de communication

Ils sont écrit, visuel et oral.

Les outils utilisés sont :

2.1. L'affiche :

- elle touche un vaste public, occupe le mobilier urbain et s'impose au lecteur,
- posée 10 à 15 jours avant l'événement,
- elle est visuelle avant d'être rédactionnelle,

- texte court, simple, direct : 2 mots clés maximum,
- format : mur 120 x 160 ou 240 x 320 cm, magasin 40 x 60 cm,
- l'affichage : fréquence de passage du public et lieux de stationnement.

2.2. Le tract :

- distribué 5 à 7 jours avant la manifestation (boîte à lettres, pare-brise voiture, distribué en ville...) ➔ prévoir main-d'œuvre en conséquence.

2.3. Le communiqué de presse :

- texte court, aux faits précis,
- il informe les journalistes : il répond aux qui, quoi, quand, où, pourquoi ?
- il répond à la règle des 3 C : clair, concis, concret,
- à envoyer 8 jours avant l'événement au quotidien
1 mois avant l'événement à un hebdomadaire
2 mois avant l'événement à un mensuel.

2.4. La conférence de presse :

- (soit apéritif de presse, buffet ou dîner de presse)
- contacts avec les journalistes au préalable (8 jours avant),
 - se rappeler qu'un journaliste est indépendant et qu'il utilise l'information comme il l'entend (indépendance de la presse),
 - à bien préparer à l'avance,
 - être clair, concis, concret,
 - prévoir un dossier de presse retraçant les grandes lignes du projet et remis à chaque journaliste,

2.5. L'interview (entrevue) :

- (presse parlée, écrite ou audio-visuelle)
- bien la préparer (questionnement certain du journaliste),
 - limiter le message à l'essentiel (pas d'excès argumentaire),
 - préparer son « fil conducteur » (fiche pratique) avec :
 - objectifs
 - lieu
 - date
 - public visé
 - être naturel et décontracté.

2.6. Les journaux électroniques :

- utilisent le mobilier urbain,
- défilement cyclique (une centaine de fois par jour),
- informations essentielles (clair, concis, concret),
- voir le service « communication » de la commune.

2.7. Le site internet :

- Outil moderne et interactif, il doit être régulièrement actualisé.



mots-clés
de la
RÉPONSE

**QUI - QUOI - POURQUOI - QUAND - OÙ ? AFFICHE - TRACT
COMMUNIQUÉ DE PRESSE - CONFÉRENCE DE PRESSE
INTERVIEW - JOURNAUX ÉLECTRONIQUES - INTERNET**



« Être fair-play » est une recommandation de l'éducateur sportif auprès de ses pratiquants.

1. Donnez une définition du fair-play : exemples.
2. Pourquoi le fair-play tend-il à disparaître ?

FAIR-PLAY – DÉFINITION – DISPARAÎTRE - EXEMPLES

1. Le fair-play :

Il est souvent assimilé à l'esprit sportif. Il est l'expression, sur le terrain de sport, de la « manière d'être », du savoir-vivre. C'est la traduction effective de l'esprit sportif, « le chevalier moderne » selon la pensée de de Coubertin.

Pour l'AFSVFP : « Être fair-play, c'est adopter lors (puis hors) des compétitions, un code de conduite morale qui permet de régir à la fois les règles strictes d'une pratique avec une interprétation favorable à l'esprit du jeu, et celles humaines et fondamentales du respect des autres et de soi-même ».

L'AFSVFP délivre de nombreux prix :

- attitude de fairplay (prix Micheline Ostermeyer),
- esprit sportif (prix Jo Maso),
- carrière sportive (prix Patrice Martin),
- carrière éducateur (prix Amimé Jacquet),
- carrière dirigeant (prix Fernand Sastre),
- promotion esprit sportif (prix Nelson Paillou),
- défense esprit sportif
- prix spécial du jury.

Exemples :

- En 2005

Le prix « Attitude Fairplay », (Micheline Ostermeyer) attribué à Sébastien Loeb. Alors en tête de l'épreuve 2005 de Grande Bretagne, un accident mortel lors d'une spéciale endeuilla la course. Sébastien Loeb préfère alors – par respect de l'adversaire malheureux et du décès d'un ami – se faire pénaliser de deux minutes plutôt que d'obtenir le jour même la victoire et le titre de champion du monde. Son geste d'honneur, magnifique d'élégance a fait primer les valeurs humaines sur les enjeux financiers.

- En 2005

Le prix spécial du jury a été attribué à Florian Rousseau, dix fois champion du monde de vitesse et trois fois champion olympique. Il a mené une carrière exceptionnelle de sprinter avec un fairplay exemplaire, un respect des règles et des adversaires, une acceptation sereine de la défaite et une modestie souriante après de nombreuses victoires.

2. La tendance à la disparition du fair-play :

La main de Maradona marquant un but non valable à la Coupe du Monde, celle du Portugais Vata en demi-finale de Coupe d'Europe contre Marseille, ou l'agression du gardien de but allemand Schumacher sur le Français Battiston en Coupe du Monde 1982 sont autant d'exemples illustres de la négation du fair-play sur les terrains de sport à haut niveau.

Qu'est-ce qui peut engendrer cet état de fait ?

- les enjeux financiers colossaux actuels,
- la recherche éperdue de la victoire,
- le prestige social accordé aux vainqueurs,
- la pression médiatique des événements,
- la pression des sponsors qui veulent des résultats,
- l'âpreté des entraînements pour atteindre le plus haut niveau,
- le manque d'éducation sportive,
- l'apathie des médias à ne pas sanctionner ces comportements déviants,
- la dramatisation des affrontements,
- l'individualisme outrancier exprimé par la société actuelle...



mots-clés
de la
RÉPONSE

**CONDUITE MORALE – RESPECT DES RÈGLES
RESPECT DES AUTRES – EXCÈS**