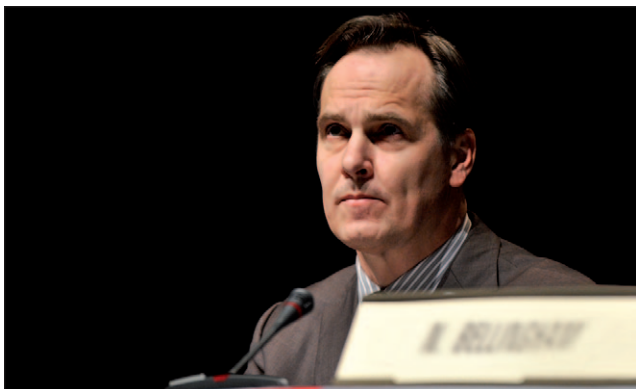




## COMMENT ACCROÎTRE L'AUDIENCE EN SPORT ?

### NORMAN D. BELLINGHAM

Représentant CNO • USOC – United States Olympic Committee



TEXTE ORIGINAL EN ANGLAIS

Accroître l'audience en sport exige de mettre au point une stratégie à long terme comportant les composantes clés de tous les médias, qu'ils soient traditionnels ou modernes. Nous devons faire en sorte que les jeunes du monde entier s'engagent dans le sport dès leur plus jeune âge et continuent de le pratiquer tout au long de leur existence. Il nous faut admettre que la situation évolue constamment et que les consommateurs doivent choisir parmi une palette toujours plus vaste d'offres récréatives ; en outre, la technologie numérique fait office de catalyseur pour les nouvelles formes de communication et d'interaction à l'échelle globale.

Dans le monde des médias traditionnels, les grands écrans de télévision, dont le coût est désormais abordable, ainsi que la programmation à haute définition ont fait du sport une expérience bien plus attrayante qu'auparavant. Nous devons donc continuer à exploiter au maximum ce média en l'associant à des compétitions en direct et en tenant compte des immenses possibilités futures au niveau du contenu de la programmation. Imaginez les histoires qui pourraient être racontées dans le monde entier sur des athlètes d'élite en entraînement, sur des sports qui ne bénéficient pas de l'attention médiatique qu'ils méritent et sur des héros du Mouvement olympique qui peuvent inspirer des téléspectateurs et les inciter à entrer dans le monde passionnant du sport. Nous pensons qu'un réseau olympique digne de ce nom, élaboré en étroite collaboration avec le Comité International Olympique (CIO), peut se révéler extrêmement bénéfique pour les athlètes, les Fédérations Internationales (FI), les jeunes, nos sponsors privés et le Mouvement olympique.

Les médias traditionnels offrent bien entendu d'autres possibilités, mais je vais aujourd'hui me concentrer sur les médias numériques, qui sont ma spécialité. Comme je l'ai dit précédemment, la technologie numérique facilite les nouvelles formes de communication, d'interaction et d'engagement. Nous devons faire nôtres ces nouvelles plateformes et technologies pour diffuser le message du sport à une large couche de la population, tous âges, sexes et milieux culturels confondus. Nous devons débiter avec les jeunes enfants dès les premières classes et

travailler avec les éducateurs pour mettre au point des programmes orientés vers le sport et l'Olympisme qui fassent partie intégrante du programme scolaire.

Des vidéos personnalisées visionnées tous les jours en classe durant les compétitions olympiques permettraient de stimuler l'intérêt envers les Jeux et d'encourager les jeunes à s'engager dans le sport. Nous savons en effet que le plaisir stimule la capacité d'apprentissage des enfants ; or, qu'est-ce qui est plus ludique que le sport ?

Les jeux vidéo peuvent être un excellent moyen d'enseigner aux jeunes les bases d'un sport en particulier, de son mécanisme de notation et de ses règles de compétition. Les jeux faciles à apprendre offrent des possibilités d'interaction et de communication en ligne avec d'autres joueurs du monde entier, ce qui permet d'intéresser les jeunes à d'autres lieux géographiques, d'autres langues et d'autres cultures.

Puisque nous sommes près du siège de la société Lego, intéressons-nous au potentiel que pourrait représenter un jeu vidéo Lego Olympique qui s'adresserait à tous les membres de la famille. Les sites sportifs du Club Penguin pour enfants ainsi que le succès de « Mario & Sonic aux Jeux Olympiques » sont autant d'exemples qui illustrent la manière dont les jeux vidéo peuvent servir à attirer la jeune génération.

Imaginez seulement : vous créez votre propre avatar numérique et vous pénétrez dans un environnement à joueurs multiples dont le thème, les Jeux Olympiques, vous permet d'apprendre, de participer et d'atteindre votre but ultime : remporter une médaille olympique virtuelle. De simples jeux qui vérifient vos connaissances olympiques, des mini-jeux consacrés à des sports individuels ou une compétition générale entre pays, tout est possible sur la planète en ligne.

Outre les jeux vidéo, nous devrions exploiter au maximum les plateformes de réseautage social telles que Facebook, MySpace, YouTube, Twitter ou Bebo afin de diffuser le message du sport et des Jeux Olympiques. C'est en ligne que les consommateurs veulent pouvoir obtenir des nouvelles, lire des messages, discuter et avoir accès à des sujets pertinents. Le compte rendu en temps réel des épreuves et des manifestations sportives est un moyen idéal d'exercer une influence au travers des réseaux sociaux qui connaissent une rapide expansion. C'est là en effet que les 12-35 ans passent une énorme partie de leur temps, et c'est là que nous devons aller les chercher. Ce qui compte, sur ces plateformes médiatiques numériques, ce sont la fréquence des messages et la mise à jour constante des informations. La publication numérique doit s'effectuer sur une base quotidienne dans tous les territoires importants, le contenu doit être adapté à la situation locale et il faut faire intervenir des modérateurs qui postent et contrôlent les forums tout en assurant leur mise à jour. Le monde en ligne est un organisme vivant où les nouvelles obsolettes sont synonymes de néant.

Il faut encourager les blogs des athlètes qui peuvent exercer un énorme impact. Imaginez un jeune nageur (ou sprinteur) de 12 ans qui aurait la possibilité de suivre Michael Phelps (ou Usain Bolt) à travers ses entraînements quotidiens ou durant sa participation aux championnats du monde. Comme autres exemples d'utilisation des médias numériques permettant d'entrer en relation avec notre public cible, citons les athlètes ayant le statut de super-héros qui utilisent Twitter pour susciter l'intérêt envers leur sport ou encore une application iPhone faisant l'interface avec le site Internet des Jeux Olympiques.



Pour conclure, le monde numérique n'en est qu'à ses débuts, et les perspectives sont légion. Si nous parvenons à combiner le potentiel de ces technologies d'avant-garde avec l'attrait universel qu'exerce le sport, nous atteindrons notre but : accroître l'audience globale du sport