

Sport INTERNATIONAL

CISM

MAGAZINE



HOCKEY A COLOGNE

PAIM IN FINLAND

CHAMPAGNE POUR ROUSSEAU



RIDING for GOLD

15, 16, 17, 20, 22, 24
25, 26, 27, 28, 29
30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

Flash - News ✓
81 Newbobs ✓

15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

SPORT INTERNATIONAL

Le magazine du sport militaire



Publication Officielle du Conseil International du Sport Militaire
Official Publication of the International Military Sports Council

Rédaction

Editeur responsable
Marc Vandenplas

Comité de Rédaction

Marc Vandenplas
Capt F. Pardieu
D. Delvigne
S. Massonet
M. Moussa
Capt Ph. Coisne

Publicité

Advertisements

Secrétariat général du
CISM, Rue Jacques
Jordaens 26, 1050
Bruxelles
Tél: (02) 647.68.52
Télex: 269416 cism b
Fax: 32-2/647.53.87

Abonnements Subscriptions

Quatre numéros: 480 Fb,
Four issues: 480 Fb,
Compte n° - Account Nr:
611-4875620-82, CISM
Crédit Lyonnais Belgium
Avenue Marnix, 17
1050 Bruxelles -
Belgique

Prepress - Printing

Blondiau, Brussels

Les articles publiés
dans ce magazine
ne reflètent pas
nécessairement
l'opinion du CISM

The articles
published in this
magazine do not
necessary reflect the
opinion of CISM



4 Editorial

5 Cyclisme

La kermesse de la petite reine
The Awakening of Australian Cycling
Bollen, prophète en son pays

13 Sponsor

Parrain de la bonne cause
Interview
The armed forces
Polytronic, the loyal companion
L'avis des partenaires

26 Athlétisme

Pantagruelian
Fin d'un long rodage

31 Zoom

Jugement sommaire

32 Paim

The Iron Eagles

35 Art et sport

Dynamique du sport

38 Le tour du CISM en 80 jours

40 Hockey

Ballet on astroturf
les Rois du PC

44 Symposium de Rome

46 Santé & Sport

48 La Vie au CISM

49 Concours Kodak

EDITORIAL

Le marketing est devenu, de nos jours, une discipline maîtresse pour tout type d'entreprise : qu'elle soit marchande ou, comme le CISM, non-marchande. Dans un cas, on parle de marketing commercial, et dans l'autre de marketing social. Ces deux concepts ne sont pas étrangers l'un à l'autre. Au contraire, ils constituent les pôles d'un même axe. Le recours aux moyens marketing est accentué par la rareté des moyens et l'apparition d'une concurrence, plus ou moins intense. Cette situation entraîne la nécessité de systématiser l'action dans la relation que l'organisation entretient avec son environnement économique, social et politique.



*Lt-Colonel Fr. Pilot,
Secrétaire Général*

Aujourd'hui, alors que l'adaptation à son environnement prend une nouvelle tournure - la croissance du CISM augmente continuellement, ses besoins également, mais ses moyens diminuent en raison de la réduction sensible et progressive des budgets militaires et de ses effectifs - le CISM doit trouver de nouvelles sources de financement pour réaliser ses objectifs de solidarité. Le marketing est certainement l'un des outils les plus adéquats.

Les buts du CISM et sa devise "Amitié par le Sport" sont en parfaite harmonie avec la tendance actuelle du monde, à savoir : l'action humanitaire, la paix entre les peuples, l'ouverture des frontières, etc Par son caractère international, ses objectifs et la qualité de ses activités, nous pouvons affirmer que le CISM a beaucoup à offrir aux compagnies internationales désireuses d'engager des dépenses judicieuses, pour mettre leur société dans une position de citoyen du monde.

Pourtant, certaines autorités du CISM éprouvent une certaine hésitation à s'engager dans des pratiques mercantiles, car, pensent-ils, les objectifs sociaux de notre organisation se concilient difficilement avec les valeurs de profit associées au marketing.

Notre objectif, dans cette édition, sera de mettre en évidence l'intérêt, mais également les risques de l'utilisation du marketing. Sport International s'attachera à démontrer que le marketing social ne vise absolument pas le profit pur mais les moyens financiers lui permettant de défendre des valeurs sociales, morales et culturelles.

Le CISM doit s'efforcer de garder son indépendance et son identité vis-à-vis des sponsors. En d'autres mots, le sport militaire doit rester maître des sponsors et non l'inverse. Nous verrons, dans ce numéro, que cela est réalisable à condition de rester vigilant.

In the modern age, marketing has become a key discipline for every kind of enterprise, whether it be profit-making or, like CISM, nonprofit. In the former type of enterprise, commercial marketing is the name of the game, while enterprises in the latter category are geared towards social marketing.

These two concepts, however, are not mutually exclusive. On the contrary, they constitute the two extremes of the same axis. Marketing methods are being applied in more and more areas of life due to the scarcity of resources and the advent of competition in varying degrees of intensity. In view of this situation, it has become necessary to systematize marketing at the level of the interaction between the organization and its economic, social and political environment.

CISM is growing constantly and its requirements are increasing accordingly. However, its resources are diminishing due to significant and deepening cuts in military budgets and in staffing. With these new trends affecting the interplay between its own structures and its environment, CISM is now forced to look for new sources of funding to meet the targets of its solidarity initiatives. Marketing is without doubt one of the most effective tools which can be found to help CISM carry out its work.

The aims of CISM and its motto "Friendship through Sport" are perfectly suited to current worldwide trends: humanitarian action, peace among nations, the opening of borders, etc. By virtue of its international scope of operation, its objectives and the quality of its activities, there can be no doubt that CISM has a lot to offer international companies wishing to undertake some degree of judicious expenditure in order to give their company its place as a citizen in this global village.

Nonetheless, a number of the office-bearers within CISM are having some misgivings about becoming involved in commercial practices as they feel that the social aims of our organization cannot easily be reconciled with the profiteering associated with marketing.

In this month's issue, our aim is to emphasize not only the desirability but also the risks involved in marketing. Sport International will endeavour to demonstrate that social marketing is by no means simply a money-spinner but that it is first and foremost a means of securing the financial resources needed to allow it to uphold certain social, moral and cultural values.

CISM must strive to maintain its autonomy and identity vis-a-vis its sponsors. In other words, military sport must remain in control of its sponsors and not vice-versa. In this issue, we shall demonstrate that this can be achieved

LA KERMESSE DE LA PETITE REINE

Marc Vandenplas

On l'appellait autrefois la Petite Reine. Au plat pays, si bien chanté par Jacques Brel, le cyclisme reste une véritable religion. Surtout dans la partie flamande du pays où se recrute l'essentiel du peloton qui représente la Belgique lors des grandes joutes internationales. C'est non loin de Bruxelles, dans la charmante petite ville de Zottegem, que la délégation belge avait décidé d'organiser les 11èmes championnats du monde militaires de cyclisme. Dans cette région flamande, on aime le vélo et on ne s'est pas privé de le montrer. En cette fin d'été pourri - mémoire de Belge, il est rarement tombé autant de seaux! - le temps avait établi une trêve des plus étonnantes avec les organisateurs. De la pluie, il n'y en eût que lors de la cérémonie de médailles récompensant les vainqueurs de l'épreuve contre la montre par équipes. Mais le soleil était là, bien présent pour un week-end de gala, regroupant le cyclo-cross et l'épreuve en ligne.

Le beau temps, c'était la garantie d'un public nombreux et connaisseur. Il faut dire que ces gens-là, Monsieur, ils en voient presque tous les jours, des courses cyclistes! Et pas n'importe lesquelles puisque c'est dans les environs de Leeuwigem et sur certaines des routes empruntées par la crème de nos militaires que se déroulent les hauts faits du célèbre Tour des Flandres.

La course cycliste en Belgique, c'est la Kermesse avec un grand k. De la fête de cyclo-cross, disputée dans le Château d'Evergem et aux relents de boudins noirs frits arrosés d'une savoureuse bière locale du nom d'Oud Zottegem, à l'épreuve en ligne, suivie par des milliers de spectateurs qui n'avaient pas hésité à sortir, le long du parcours, chaises longues, tables de pique-nique et pistolets au haché ou à la tête pressée, en passant par



l'épreuve du contre la montre par équipes dont le départ et l'arrivée avaient lieu sur le parvis d'une mignonne petite église. Cela sentait bon la fête populaire.

On attendait les Belges sur leur terrain : ils étaient au rendez-vous. Seuls, face à l'inattendu envahisseur, descendu de ses montagnes alpines et qui a presque tout remporté sur son passage. Surgie du néant cycliste, l'Autriche a remporté deux des trois titres mis en jeu. La Belgique, inégalable dans sa discipline de prédilection - le cyclo-cross - et avec deux autres podiums dans les deux autres épreuves, était la seule à tenir tête aux talentueux Autrichiens.

Sport International a mis le grand braquet pour prendre la roue des principaux acteurs de cette grande fresque cycliste. Avec nos envoyés spéciaux sur le terrain, découvrez les jeunes mollets de demain. Bollen, Totschnig et consorts sont en train de se faire un nom dans le firmament du cyclisme international. Une raison de plus pour faire leur connaissance....

The Awakening

A veil of anxiety seemed to glide over the faces of the spectators. With their eyes glued to the scoreboard, their mood shifted with the meanings of every word coming over the loud speakers. In the last three minutes they had seen the ranking change as many as four times. Did Belgium win the gold medal? Or, was it Germany? The scorekeeper, once more, inquired the announcer about the final times of both teams. But soon, an unpredictable turn of events was going to make the purpose of this exercise in elementary mathematics a moot point. The Austrians, with an incredible second leg, were going to, in no uncertain terms, settle matters once and for all. Where did they come from? They were only third or fourth after the first leg. Why were Purner, Stocher, Totschnig and Schmied counted out even before the race was completely over? It's true they are not yet household names, but their participation and performances at the CISM 11th Military World Cycling Championships in Zottegem should be a warning to the rest of the cycling world of the leaping progress that took place in Austrian cycling these last few years.

The fittest does twice the work

The team time trial is a tremendously fascinating event. It's hard to find another race where the individualistic and team aspects of sport are so closely intertwined. All is geared toward achieving maximum results for the team that includes four riders of which at least three must complete the race or the result is void. As often is the case, one rider ends up being dropped by his companions who must carry on. This is the point of no return after which any little accident can seriously jeopardize a team's chances for a gold medal. "For such a race, the team must be balanced which means all four riders must be equally strong", said Armin, "if three are strong and one is weak, it's not

of Austrian Cycling

By Francisco Pardieu Capt, USAF in Zottegem, Belgium

At Zottegem that afternoon, the sky was overcast with clouds carrying rain ready to pour at any moment. The air was a bit chilly too. But none of this was going to cool off the fervor of the Belgian spectators as much as the draft felt when the bicycles of the third Austrian rider crossed the finish line to win the first event of these championships- the 80km team time trial road race. "Austrians are not specially fond of this event", said Corporal Armin Purner, this year's Austrian champion in the point race, who, with teammate Georg Torschning, won the 100km team time trial in Austria. But, "The cyclo-cross is even less popular in Austria and... it's hard to concentrate on the road and the cross events at the same time. While road races are quite popular, we must choose events that complement each other. Cyclo-cross requires such special preparation," added Armin, "...and we must run sometimes to prepare for the cyclo-cross in order to develop the necessary endurance." Although the road events in cycling are predominantly endurance related, they each require preparative measures specific to each of them. Armin, the spokesperson for the team explained: "Many factors come into play in preparing for such a race.



The team time trial requires a lot of endurance which means you have to perform a lot of long riding sessions. We ride about 30,000km a year. You should stay with it all year around and should train together a lot; however Austria doesn't have enough cyclists to afford the luxury of having specialists for every event. That's one of the reasons we haven't trained together not even once-for this race. Fortunately, we know each other well since we race often together at other events." Judging from today, they must have hit the right combination.

good or if one of us is having an extraordinarily good day, he must be careful not to lose the others. The rider that is weak that day actually spends less time working when he is up front so that the overall speed doesn't drop and the one having a good day does twice the work of the others. The team speed must always be the same so it moves in a smooth, compact, close unit fashion. There should hardly be any distance between the back wheel of the front rider and the front wheel of the one following him." Nevertheless,

more often than not, the dreadful choice of dropping someone must be made and the team must intelligently make that choice. The process seems to be further complicated by the lack of time to consult each other orally. How does the team determine who is not in form that day? The Austrian cyclists: "You feel it, sometimes we talk but the teammates should be friends and know each other very well. You watch your teammate and you know how he pedals usually; so you can see if he's feeling good or not. Therefore, you don't really need words to communicate." On a personal level, Armin elaborated: "If I feel I'm not in good shape that day, that I can't keep up the pace much longer, then I put maximum effort for, let's say, 8km and after 8km I know I've done my work, so I drop out but it's always good mentally for the team to stay together for morale support and in case of accidents." Incidentally, Armin was the one left behind today, but the joy of winning that gold medal was shared equally by every member of the squad. The Austrians recorded two flat tires during today's race. They feel that the flat tire incident had costed them about 30 seconds.

No time to worry about the other

The Austrians had already served notice by terminating second in the team time trial at the last CISM cycling championships in Italy in 1992. Whatever they were lacking at that time, they more than made up for it as evidenced by the two gold medals they won in Zottegem. What was their strategy this time? "Everything is in the preparation," explained Armin, "by the time you get to the race everyone knows what to do. There is not even a team captain and, during the race, the coach has no influence at all. His influence is crucial during the weeks and hours preceding the race. The coach must ensure that we train in optimal conditions. These conditions are mental and physical. Mentally, he motivates and helps us focus on the race-how important it is, what it means at that point of our careers or season...etc. He also encourages feedback from each rider about their feelings after this or that kind of workout. But, by the time you get to the race, you must be sure that you have done everything you could to prepare for it and be confident that your preparation will carry you through. Because you don't have time to worry about the other teams' strategies, you follow your own game plan. For example, we knew we were third after the first lap, but because of a radio

problem, we could not get updated on the race's progression. We stuck to our guns and were the only team to have ridden the second lap faster than the first. If you begin too fast you get tired and lose ground in the last 10km which are always very crucial." Therefore, it seems that this event requires a certain amount of strength that proves itself necessary at the end.

Twenty seconds and a welcome break

The ability to surge ahead after spending so much time at maximum effort level is one aspect of the race that dictates the cyclist's training program, and therefore the events he chooses to compete in. No matter what the event is, the training hours are arduous and long. "We trained nine to ten hours a day, scattering the training periods throughout the day," said Armin, "for example in February we went to South Africa and raced 300km in one month. That's besides training." But all that roadwork doesn't do much for the cyclist's upper body which gets tired faster than the legs if not properly trained also. "In late fall and early winter we go to the gymnasium twice a week for upper body work: You must have a strong back and strong arms to steady the handle bar at all times," explained Herr Müller, the coach of the Austrian team. Everything seems to be meticulously studied in order to gain maximum output from the body, especially that most powerful of muscles- the heart. Although the endurance aspect forms the base core of the cyclist's preparation, a certain amount of work at peak performance level is required during the race. The cyclists relay each other at the lead position to break the draft for each other. During the time spent up front, the leading rider gives out extra effort. As explained by Corporal Armin, "We race at a certain speed that we call: maximum steady pace and for 20 seconds we (the leading rider) exceed that pace during which time we burn the rich fuel provided by carbohydrates. After 20 seconds the leader drops back to maximum steady pace to recover while another rider takes up the leading role, for after 20 seconds the body starts to produce lactic acid which is common in resistance work. That's why we also train at higher heart rate than required in races. We do sprints and power boosting workouts. We've done about 80 races this year so far. That also contributes to keep up our endurance level." The maximum steady pace depends also on the course: "We



looked at this course the day before and found it very unusual with narrow, bumpy and winding roads which can render it very dangerous when it rains. We didn't want to risk too much in the bends because we could lose each other. We had to be very alert to see exactly where we were going. This course was especially challenging with its many hills. We were hoping for it not to rain and in that respect everyone was lucky." By the way, the downpour started as soon as the last team crossed the finish line. Not soon enough for the Belgians and the Germans.

Armin and company continued their gold rush in the 150km team road race. A race which requires a totally different strategy. "Road race tactics are different", said Armin. "In a road race you can sit and wait, while in the team time trial you must keep up the race." Apparently somebody did too much waiting, because the Austrians, whose real strength lies in climbing situations, took the lead with Corporal Georg Totschnig in the last 100 meters to never relinquish it. At these championships, the Austrians entered only two events and earned gold medals in both. Not bad for a team which doesn't have the reputation of producing world class riders.



**"Georg
has run
a formidable
race this
afternoon"**



The Austrian Hope

He is only 21 years old and has just won the 150km road race at the 11th CISM Military World Cycling Championships in Zottegem, Belgium. His name is Georg Totschnig and he represents the spearhead of a group of young talents carrying the hopes of Austrian cycling. Earlier this year, he had won the Tour of Austria for amateurs: a feat that takes on huge significance considering the fact that the tour takes place entirely on mountainous terrain. He is particularly at ease on this type of terrain because he trains on it everyday. He is a complete rider who also excels in the 80km team time trial. His teammate did not fail to emphasize his contribution to that race: *"Georg has run a formidable race this afternoon,"*

said one of them. And judging by his victorious sprint to the finish line during the 150km road race, he is also gifted with an especially strong kick. *"I feel more confident at the end of a challenging course if the finish is uphill,"* he said. Concerning the race he had just won: *"I feel the course was taxing but average. I was always in control of the situation while going for the last dash. It is a great victory but, in no way does it compare to the Tour of Austria."* Austrian cyclists, in the past, have not fared well with sponsors who usually favored the perennial cycling powers like Germany, Belgium and France. However, Georg seems to stand a pretty good chance of joining the ranks of Gatorade next year.

Sport International wishes him: Good Luck.



Photo SID

PROPHETE EN SON PAYS

par Dominique DELVIGNE

Zottegem, situé à 30 kilomètres à l'ouest de Bruxelles, est une petite bourgade flamande tranquille, sereine. La localité ne présente aucune curiosité frappante. Une chaussée fréquentée la traverse de tout son long, interrompue de temps à autres par de nombreux feux de signalisation. La valse des voitures se déroule inlassablement. En ce samedi de septembre 1993, Zottegem se réveille comme tous les jours, ébloui par un soleil timide qui feint de réchauffer les lève-tôt. Cependant, l'agitation qui gagne peu à peu Zottegem n'est pas ordinaire. Certains indices laissent bien penser qu'il se trame quelque chose, mais bien malin celui qui pourrait l'affirmer. A la croisée de deux chemins, une pancarte, trop petite, semble annoncer un événement. Un détail frappe néanmoins les villageois : les vélos. Sortant de toute part, les cycles font leur apparition. Quoi de plus normal, diront certains, quand l'on se trouve au beau milieu du plat pays, terre de vénération par excellence du vélo. Finalement, le défilé de véhicules militaires tantôt officiels, tantôt logistiques, lève le voile sur les derniers doutes des villageois. L'armée débarque à Zottegem ! Le 11^{ème} championnat du monde militaire de cyclisme peut commencer.

Un cadre enchanteur

Superbe et sélectif. Il n'y a pas d'autres mots pour qualifier le circuit concocté par les organisateurs de l'épreuve réservée aux cyclo-cross men. Tracé autour du magnifique château de Leeuwergem, propriété du Baron de La Faille, le parcours réunissait tous les ingrédients imaginables pour nous réserver une course synonyme de lutte acharnée. Secteurs sinueux, longues lignes droites assassines car légèrement ascendantes, sous-bois bosselés étaient au menu du jour. Les observateurs présents étaient unanimes. Le coureur

qui émergerait devait être costaud, doué techniquement pour éviter les nombreux pièges naturels, recensés tout au long des 3 Km 500 du circuit. Le terrain très gras semblait cependant avantager les poids plumes.

Considérés comme grandissimes favoris, deux hommes : le Belge Clarysse, habitué aux places d'honneur, et le Hollandais Brentjes que beaucoup voyaient déjà revêtir le maillot arc-en-ciel de champion du monde au terme de l'heure de course suivi du dernier tour. Pourtant, dès le premier tour, un

homme se dégagea du peloton de tête. Erwin Bollen. Son avance s'accroît au fil des passages sur la ligne d'arrivée. Après une bonne demi-heure de course, il avait déjà relégué ses poursuivants à une distance respectable. Sans une terrible défaillance du coureur belge, le reste du peloton devait alors se résigner à se battre pour les accessits. Pointés à 45 secondes du leader à l'entame du dernier quart d'heure de course, quatre hommes se livraient une formidable bataille. Clarysse et Brentjes d'une part suivis par le Belge Wouters et le Français Dutilleul d'autre part.

Les Belges impressionnent

Les positions sont cependant demeurées identiques. Bollen franchit



Photos SID

le premier la ligne d'arrivée suivi de Clarysse et du Hollandais Brentjes. Le podium de l'édition 1993 était connu. La Brabançonne pouvait retentir. En plaçant 5 de ses représentants dans les 7 premières places, la Belgique a démontré qu'elle restait bien une "nation du vélo". L'opportunité de disputer un championnat du monde sur ses terres a sans doute transcendé les cyclistes noir, jaune, rouge. Après l'impressionnant ballet offert par les paracommandos belges en prélude de l'épreuve, celui des athlètes ne détonnait nullement.

A la découverte du héros du jour

Erwin Bollen. Fiancé. 21 ans. Originaire de la province de Limbourg (nord-est de la Belgique). 1m85 pour à peine 60 kilos. On aurait pu imaginer que ce garçon allait exulter de joie, sauter de bonheur une fois la ligne fatidique franchie. "Ne vous méprenez pas. Je suis fou de joie. Mais que voulez-vous. C'est dans mon caractère. Je n'extériorise pas mes sensations. N'attendez pas de moi une exhubérance délirante." E. Bollen a la caractéristique de courir sur route ainsi qu'en cyclo-cross. Encore fort jeune, il devra néanmoins opérer un choix rapidement s'il veut continuer à progresser. "Je n'ai pas encore arrêté mon choix. Mais après ma victoire à Zottegem, je pense que le cyclo-cross tient la corde."

Et s'il devait dédier sa victoire à une personne, quelle serait-elle? "Sans hésiter, Eric De Vlaeminck. Il est le coach de l'équipe nationale belge militaire. C'est une personne fantastique

classement inter-pays en surclassement devant les Pays-Bas et l'Italie. Le succès est donc total en cyclo-cross. "Nous avions bien préparé l'épreuve. Le circuit, nous le connaissions par coeur. Monsieur De Vlaeminck nous avait conseillé d'attaquer pour épuiser nos adversaires. Vous l'avez vu, sur un parcours de cette trempe, une fois que l'on a concédé plusieurs mètres, on ne revient pratiquement plus." Personne n'en disconvient. Cependant, au vu des premiers tours d'Erwin Bollen, on n'a pu s'empêcher de penser qu'il était parti trop vite et qu'il ne tiendrait pas la distance. "Je me sentais très bien physiquement. Je savais que je pouvais tenir la distance en imposant un rythme élevé. Une fois que l'écart fut creusé, il me restait à gérer cette avance tranquillement sans m'essouffler. Ma tactique était la bonne".

Erwin Bollen, milicien dans l'armée belge pour quelques ...jours encore, est un beau champion. S'il parvient à garder "la tête froide" après son premier grand succès, il semble armé pour entamer une belle carrière dans le monde



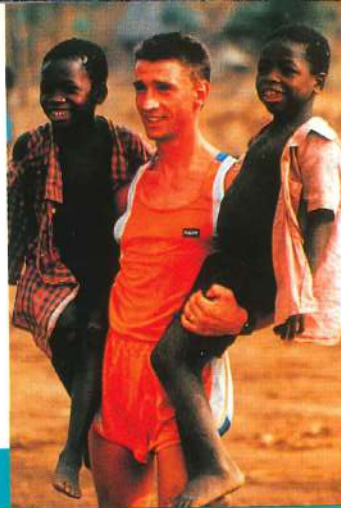
Photos SID

qui connaît le cyclo-cross comme sa poche. Il suffit de voir son palmarès pour vous en convaincre. Il doit être considéré comme le véritable artisan du succès de notre équipe aujourd'hui". La Belgique a en effet remporté le

exigeant du cyclo-cross. Encouragé par ses aînés que sont Liboton et De Bie, champions incontestés du cyclo-cross, il veut percer lui aussi. Pour le bonheur de son supporter N°1.....sa fiancée.

Sport International

un autre regard, d'autres sports...



Sport INTERNATIONAL

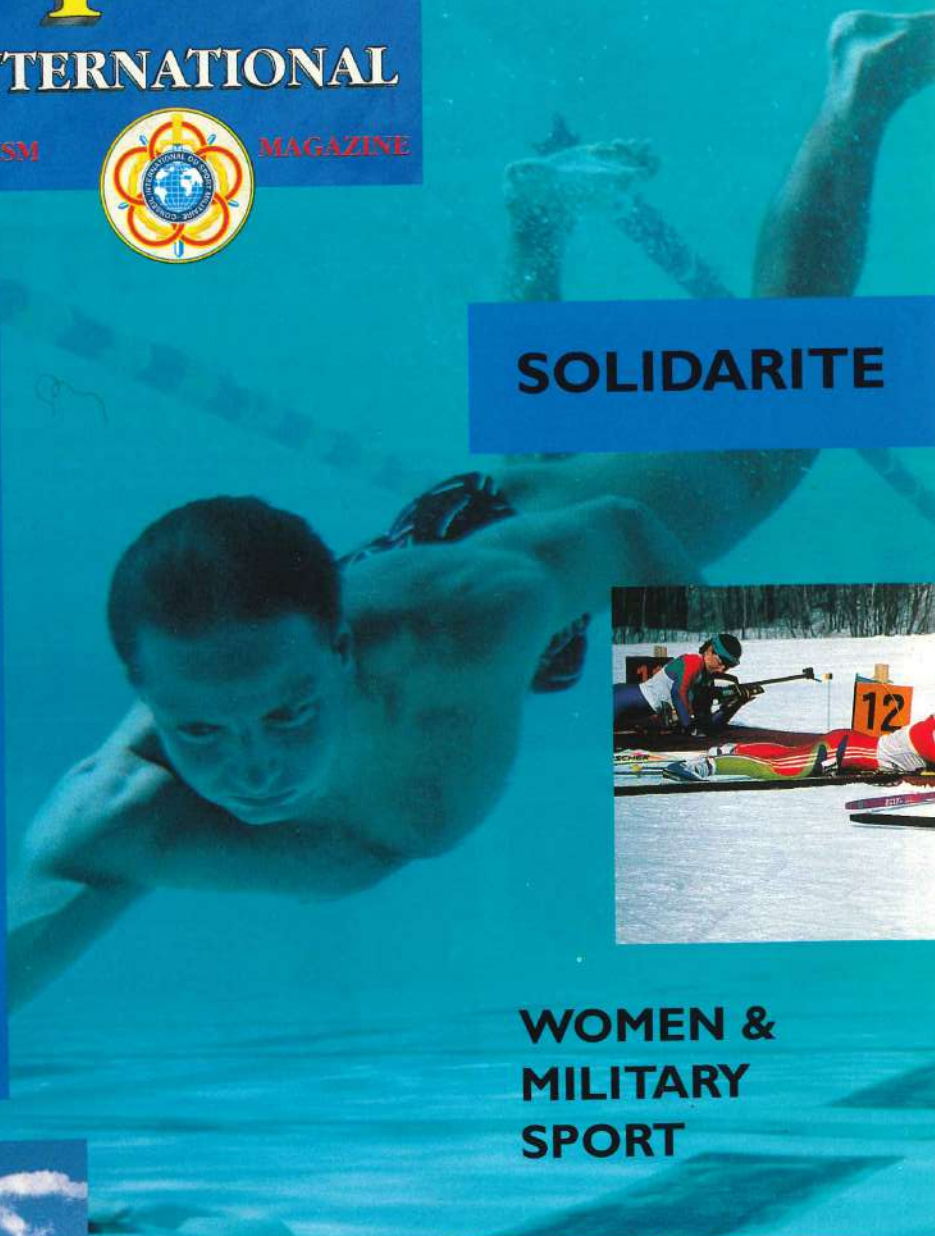
CISM



MAGAZINE

AMITIE PAR LE SPORT

SOLIDARITE



WOMEN &
MILITARY
SPORT



Sport International

another look, other sports...

Abonnement annuel : 480 Fb.
Compte 611-4875620-82, CISM,
Crédit Lyonnais Belgium,
Avenue Marnix 17,
1050 Bruxelles - Belgique

SPONSOR, PARRAIN DE LA BONNE CAUSE ...

Le marketing est un instrument de gestion qui contribue à définir une stratégie et à la mettre en oeuvre. La manière d'utiliser cet instrument de gestion dépend de la nature des objectifs poursuivis.

Nous n'apprenons rien au lecteur en précisant que le CISM, de par sa nature, est bien placé pour saisir, en détail, la signification du mot stratégie : "l'art de faire évoluer une armée, sur un théâtre d'opération jusqu'au moment où elle entre en contact avec l'ennemi, ou ensemble d'actions coordonnées en vue d'une victoire".

Par extension, toute entreprise devrait adapter ces notions à ses activités marketing. Dans le cas du CISM, l'armée correspond à ses diverses commissions qui forment, entre elles, les différentes forces alliées pour le combat, soit l'exécution des multiples projets. L'ennemi, c'est bien entendu, l'environnement et ses contraintes souvent imprévisibles et

parfois incontrôlables.

Si le concept du CISM survit encore aujourd'hui, après 45 ans d'existence, il convient d'en attribuer les raisons, d'une part, à la bonne perception du besoin à l'origine (aspect intuitif), et d'autre part, à la maîtrise constante d'un environnement sans cesse en mouvance (tant sur la plan socio-culturel, politique, législatif ou économique).

Le CISM, comme la plupart des entreprises, se trouve aujourd'hui dans la situation où il doit trouver de nouvelles ressources financières. Nous savons que ce n'est donc pas pour une question de survie, mais pour développer ses actions de solidarité

envers ses pays membres les moins nantis. En effet, ces derniers ont besoin d'une aide financière que l'organisation ne peut leur fournir sans faire appel au secteur privé par le biais du partenariat ou du sponsoring.

De plus, les récents développements de la stratégie de communication du CISM (Sport International, projets audiovisuels, ...) nécessitent, pour leur réalisation, la contribution des sponsors.

Pour attirer les sponsors, la stratégie marketing du CISM doit veiller à mieux valoriser ses activités et à augmenter sa notoriété.

Il est clair que pour obtenir l'aide financière ou en services des sponsors, il faut que ceux-ci aient une bonne raison de le faire, c'est-à-dire un juste retour de leur investissement en termes d'image de marque, de publicité, de visibilité, de chiffres d'affaires, etc....

Sport International s'est attaché à mettre en évidence les bienfaits, les dessous, parfois cachés et les dangers du sponsoring.

Le sponsoring est une forme de communication qui, au delà de sa dimension publicitaire, exprime à travers des événements sportifs ou culturels une atmosphère de sympathie autour de l'entreprise sponsor.

Par Malika MOUSSA

L'Amérique

découverte par le sponsoring

Retour dans le passé. On remonte le temps jusqu'au XI^{ème} siècle où l'on retrouve, déjà bien établies, les traces du sponsoring. Au nord de l'Italie, en effet, s'est développée, à cette époque, la Commanda. Cette société mettait en relation commanditaire et commerçant. Le premier fournissait les ressources nécessaires au second, en panne d'argent, pour lui permettre d'exercer son commerce.

Quatre cents ans plus tard, on recouvre les vestiges du sponsoring moderne : celui qui finance l'exploit. A défaut d'y retrouver l'origine de la célèbre course de voile "Route du Rhum", c'est à une grande première que nous assistons : La "Route des Epices" avec un certain Christophe Colomb comme skipper et un duo ibérique : les Souverains Ferdinand et Isabelle de Castille, comme sponsors prestigieux.

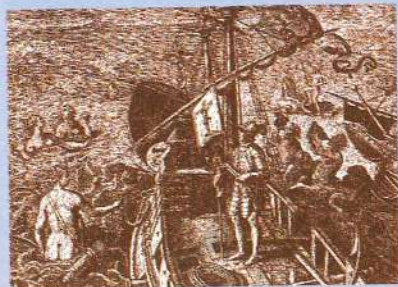


Gravure, Théodore de Bry, XVI^e siècle (Edimedia)

Pas de balise ou de télé en direct : heureusement car si TF1 avait attendu Christophe Colomb en Inde - notre célèbre navigateur voulait découvrir la route de la Chine et des îles à épices par l'Occident - la célèbre chaîne commerciale française attendrait toujours depuis 500 ans. Et ce serait NBC qui aurait tiré le gros lot !

Ln'empêche que si les sponsors n'ont pas pu tirer les bénéfices escomptés de ce grand voyage, ils auront néanmoins amélioré leur image de marque en étant associés à la découverte de l'Amérique.

Quant au Roi Jean II du Portugal, qui avait refusé d'épauler son compatriote dans son chemin vers la gloire posthume, il aura manqué une belle opération de marketing !



Le sponsoring phénomène de mode

Si notre Christophe prenait la route aujourd'hui, ce ne serait plus à la tête d'une caravelle baptisée la Pinta ou la Santa Maria, mais à bord d'un trimaran ou d'un catamaran dénommé Coca Cola, Adidas, ...

Aucun risque qu'il se perde, car sa course serait suivie, en permanence, par le système de communication "Argos", lancé par la station radio "RTL" et le journal "La Dernière Heure".

Bien sûr, les domaines où l'on trouve cette association des entreprises commerciales (ou leur marque) aux grands événements sportifs se sont considérablement multipliés.

Cette collaboration résulte de la rencontre entre deux mondes : celui du commerce qui trouve, à travers l'actualité sportive, un moyen de communication pour se faire aimer plutôt que connaître, et celui du sport à la recherche de moyens financiers.

Certains événements, voire même certains sports, nécessitent un concours, plus ou moins important, des sponsors, car sans la collaboration de ceux-ci, ils n'existeraient pratiquement pas. C'est le cas notamment des sports mécaniques tels que les courses automobiles, qui sans le soutien des sponsors, n'auraient pas l'ampleur qu'ils possèdent actuellement.

Dans le cas précis du CISM, il semblerait de plus en plus improbable que certains championnats de haut niveau puissent encore être organisés sans contribution relativement importante de sponsors et, bien entendu, des médias. Et ce, malgré l'économie des frais d'organisation réalisés grâce à l'appui des forces armées. Cette spécificité du CISM est développée, plus loin, dans Sport International.

Le CISM est donc confronté à la fois au besoin croissant d'autres ressources financières et au souci permanent de garder son indépendance face aux sponsors.



Sport & Sponsoring pour le meilleur et pour le pire ?

L'essor récent des événements sportifs importants et l'implication massive des médias (Coupe du Monde de football, les Jeux Olympiques, les tournois de tennis, ...) ont permis d'envisager le secteur du sport sous l'angle de la production de biens et de services.

Une telle évolution a donné naissance à une puissante industrie grâce à la création et à la diffusion des activités sportives dans le grand public.

Les retombées économiques du sport sont multiples. Il est à l'origine d'un certain nombre de marchés importants tels que les loisirs, l'alimentation, la boisson, la médecine, les transports, les assurances, les médias, l'hôtellerie, l'imprimerie, etc ...

Le sport est le domaine privilégié du sponsoring car il est devenu un des meilleurs moyens de promotion et de lancement d'un produit. L'image du sport fait vendre, même ce qui n'a rien (ou peu) à voir avec le sport.

En outre, le sport est universel même dans un continent où l'on parle plus de 10 langues différentes, c'est un véhicule de qualité.

Ce "mariage" entre les entreprises commerciales et le sport correspond à un marché où existe une offre et une demande.

**Sans la
collaboration
financière de
sponsors, certains
événements
n'existeraient
pratiquement pas**

...

Sport & TV

Sans télé, pas de sponsoring !

Comme le prouvent les statistiques, les profits que peuvent retirer réciproquement de leur collaboration le sport et la télévision ont permis d'établir une association florissante entre le monde du sport et les télévisions.

Ceci est particulièrement vrai pour les chaînes de télévision importantes et les événements sportifs prestigieux. Sport International a interrogé un spécialiste en marketing de l'agence internationale de sponsoring sportif "ISL Marketing".

SI -Pourriez-vous nous donner une idée de l'audience cumulée lors de certains événements tels que les Jeux Olympiques ?

- "A l'occasion des Jeux Olympiques de 1988, l'audience cumulative a atteint 2,7 milliards de téléspectateurs, atteignant 90% de la population du Royaume-Uni et 88% de la population française.

SI -... et la Coupe du Monde de football ?

- "La Coupe du Monde de football en 1986 à Mexico a été diffusée vers tous les pays de la Communauté euro-péenne et a drainé une audience télévisée cumulée de 2 milliards 590 millions de téléspectateurs. L'audience télévisuelle pour les douze pays, pour un total combiné de 953 rencontres de football télévisées, on été de 20 milliards 600 millions.

"En 1982, la Coupe du Monde de football en Espagne a procuré une audience de télévision cumulée de 10 milliards de téléspectateurs. Le temps de couverture de l'événement par le sponsoring a atteint 52 heures. Il est évident que les nécessités du marché et le désir du secteur des affaires de s'en servir sont à la base du développement de la télévision en lui donnant un caractère international".

SI -Quelles sont les exigences des sponsors en général?

- "Les sponsors et les annonceurs ont deux soucis principaux concernant les messages : l'audience et l'environnement, à savoir l'endroit où a lieu l'événement.

L'influence de la télévision sur le sport a eu pour résultat d'augmenter l'intérêt pour les sports populaires, de contribuer au développement des sports secondaires, et d'en introduire de nouveaux qui n'étaient pas connus du grand public.

ISL Marketing indique que les montants

des droits à payer pour le sport vont augmenter et la possibilité d'atteindre des consommateurs, dans une grande surface géographique par des diffuseurs nationaux, est l'un des points les plus attractifs du sponsoring et qui a contribué à son expansion.

Cette expansion a atteint, ces dix dernières années, 900% en sponsoring contre 55% en publicité pour la même période.

Les montants en sponsoring sont estimés à 451.000.000 de US \$, dont 154.000.000 pour l'Europe occidentale, à savoir 34%. L'Europe de l'Ouest, prise dans son ensemble, représente la seconde région en importance, devancée par les Etats-Unis.

Pour les prochaines années, les montants estimés pour le monde entier, devraient augmenter de 28,6% pour atteindre 580.000.000 \$.

Actuellement, la répartition des dépenses entre les deux plus importants domaines du sponsoring est de 87% pour le sport et 13% pour la culture.



Le marketing spectacle

Est-il immoral de faire du marketing spectacle pour les associations non marchandes ?

Le sponsoring spectacle encore appelé "sponsoring événementiel" est une stratégie de communication qui se moule sur des événements existants ou qui crée des événements pour faire parler d'une entreprise, d'un produit ou d'une marque.

Dans le monde, des dizaines de milliers d'associations s'activent à boucher les trous d'un tissu social déchiré par les crises, les maladies, les guerres, les catastrophes, les inégalités, les frontières, etc ... Mais pratiquement, seules les associations qui recourent au sponsoring événementiel sont vraiment connues. Les autres végètent dans l'anonymat, le bénévolat (par manque de moyens) et le souci permanent de vivre sur le fil du rasoir en raison de ressources souvent trop justes.

"Les Restos du Coeur" n'auraient certainement pas si bien marché s'ils n'avaient pas bénéficié de l'aura d'un homme de spectacle comme "Coluche".

"Médecins sans Frontières" emporte des grands courants de sympathie et de soutien grâce aux grands coups de publicité dont l'organisation est friande, alors que "Architectes sans Frontières" est pratiquement inconnue faute de marketing spectacle.

Qu'en est-il du CISM ? Serait-il immoral pour notre organisation sportive et non marchande de faire du marketing spectacle ?

Pas forcément, s'il permet de récolter plus d'argent avec moins d'investissements publicitaires, et si les dons sont utilisés, au maximum, pour atteindre les objectifs sociaux et humanitaires qu'il s'est fixés.

Le sponsoring des stars

victime malgré lui.

Les accusations à l'encontre du chanteur américain Michael Jackson pour son "soi-disant" amour trop prononcé pour les petits garçons, ou la maladie de Magic Johnson, ou

Le top modèle d'une grande marque se voit signer un contrat qui spécifie les vêtements et les parfums à porter, les lieux et les personnes à fréquenter, ...

Bien sûr les sponsors peuvent mener une enquête sur la vie et les moeurs des stars qui les intéressent, mais il est bien évidemment impossible de tout contrôler à 100%. Il y aura toujours une part de risque.



encore le scandale de Carl Lewis, sans oublier la très récente affaire de l'Olympique de Marseille ... nous poussent à constater que, de plus en plus de marques ou d'entreprises

Et l'exclusion de l'OM de la Coupe d'Europe, porte-t-elle préjudice à ses sponsors, en l'occurrence TF1? La chaîne de télévision française se



sont confrontées aussi à des crises des ventes, mais également à des crises morales.

De nos jours, les sponsors sont amenés à tenir compte, non seulement de la popularité des vedettes, mais également d'examiner leur vie privée afin de pouvoir anticiper certains problèmes.

Dans ce type de sponsoring, la star est souvent confrontée à des obligations de comportement dans sa vie privée.

défend en expliquant qu'elle n'est pas associée à Marseille mais à une compétition ... Nuance ! Pourtant il semblerait qu'elle possède des parts dans le club sportif.

Beaucoup d'autres personnes disent également que la vraie star, ce n'est pas l'équipe de Marseille, mais le football qui, malgré ses crises cycliques, maintient la passion de son public qui lui vouera, apparemment toujours le même fanatisme.

Un malheur n'arrive jamais seul

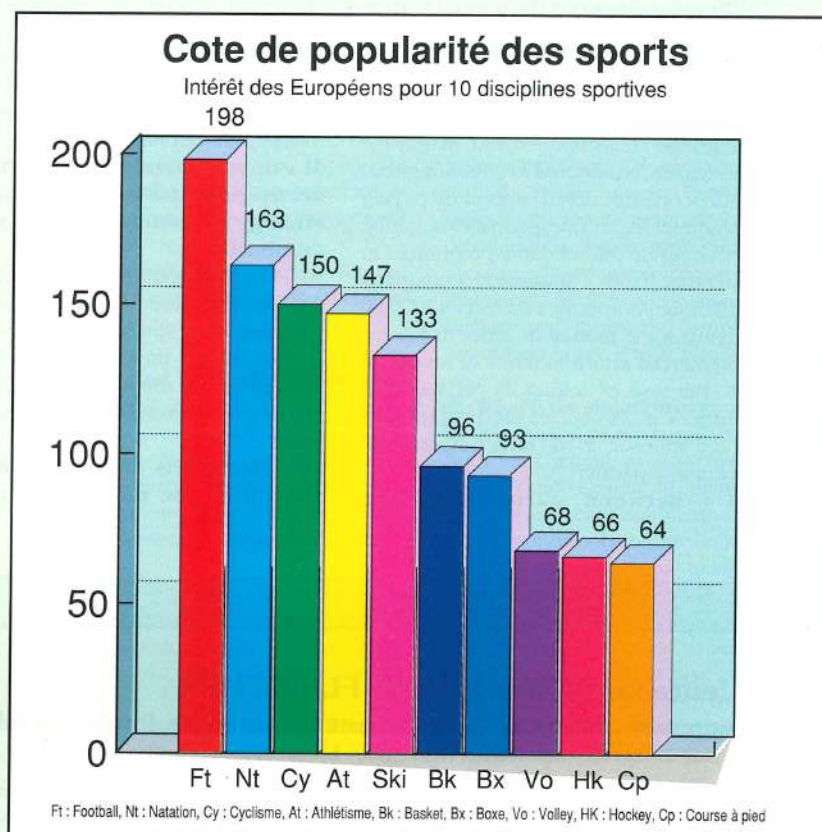
Comme le proverbe nous le dit, le malheur des uns fait le bonheur des autres. Et comment !

Coca Cola nous le prouve par la campagne publicitaire, qui pour contrer Pepsi, a lancé au lendemain de l'annulation du concert de Michael Jackson pour cause de déshydratation : "Déshydraté ? Buvez Coca Cola".

Une telle situation soulève une question importante : faut-il renoncer à l'utilisation des stars ?

Pas nécessairement. La vedette représente une part capitale de la stratégie de communication et sans elle, elle n'aurait plus ni la même ampleur, ni le même impact. Elle crée l'événement, attire l'attention, augmente l'intérêt et fait vendre.

Le sponsor doit être conscient du risque et l'évaluer tout en sachant qu'il peut y perdre des plumes. Mais la tentation est grande car il sait que quant ça marche, c'est le gros lot !



Et le CISM dans tout cela ...

La démarche marketing, du CISM et en particulier dans sa recherche de sponsors, est limitée tant par des aspects moraux, que sociaux et légaux. D'une part, ses objectifs ne sont pas commerciaux, et ne doivent pas le devenir car ce serait en contradiction totale avec ses idéaux, et sa crédibilité en serait remise en cause. D'autre part, il n'en reste pas moins que ses objectifs marketing visent à récolter des fonds au bénéfice de son programme de solidarité envers les pays membres qui en ont besoin. Rappelons que ce dernier objectif en engendre un autre : la nécessité de développer la notoriété de l'organisation.

Il faut dès lors une stratégie de communication qui respecte les concepts classiques du marketing - d'où le besoin de faire appel à des professionnels - mais qui s'efforce de respecter les limites et les objectifs du CISM - ce qui entraîne la nécessité, pour l'organisation, de rester maître de ses activités et de sa stratégie.

Il est certain que le CISM a beaucoup d'atouts pour attirer les sponsors qui désirent associer leur marque à une association à une organisation qui défend les valeurs humanitaires. Celles-ci sont au goût du jour alors que le CISM s'évertue à les défendre depuis 45 ans.

Sponsoring ou mécénat : entre les deux, mon coeur balance ...

A notre avis, le CISM doit préférer le sponsoring au mécénat qui présente le risque de la publicité institutionnelle : celui de lasser le public cible qui peut s'agacer et considérer ces campagnes comme des entreprises d'auto-satisfactions. Par contre le sponsoring est une opération commerciale qui implique une relation réciproque de droits et d'obligations : l'appui matériel ou financier des événements du CISM pris en charge et, en contrepartie, une certaine exploitation de ces événements par le partenaire ou le sponsor.

Cependant, il est primordial d'observer la règle d'or qui consiste à ne pas faire plus de 20% de chiffre d'affaires avec le même client, car si l'organisation perd ce sponsor, son avenir peut être dangereusement compromis.

Major General Angelo BONIZI

President of the CISM Permanent Commission for Partnership

SI : Partners and sponsors play a very important part in the CISM solidarity program. Could you explain the difference between these two entities with regard to CISM ?

AB : A partner is an industrial or commercial firm, a service company, an institution or even an individual who shares the ideals of CISM and, mainly for this reason, is prepared to offer a financial and/or organizational support by paying an annual fee, making donations, taking active part in the solidarity programs. On the other hand, a sponsor is a company which signs a specific contract with CISM, paying some money in order to have a commercial return in terms of image for the purpose of selling its products. A partner can, of course, also be a sponsor and a sponsor, in the long run, can also become a partner.

SI : Between partnership and

sponsorship, which concept do you think is preferable for CISM ?

AB : It is not a question of preference. Both partners and sponsors are vital to CISM. In different ways they provide the same result : support for the solidarity program. Of course a partner is "one of us" and therefore the relationship is different ..., but not the final result.

SI : In your personal opinion, what are the principal issues that the CISM strategy of communication should emphasize ?

AB : The CISM strategy of communication has to be based on the principle of "creating and selling an interesting image". In other words, the CISM image must not be confined to the military environment but must be present in the entire world of sport.

SI : The sports disciplines that are usually

unknown to the large public. In this context, do you feel that disciplines such as PAIM (International Military Aeronautical Pentathlon) and military pentathlon can attract the media and therefore, the sponsors ?

AB : First of all, we must consider that the strictly military disciplines account for a very small percentage of the CISM official disciplines. They are classified as multisports and include interesting civilian disciplines (like sailing in the naval pentathlon). I am sure that if we succeed in showing the images of such disciplines (especially video images) the public would be attracted by them. In addition, they can attract sponsors who are interested in having the military as a client.

SI : Is CISM affected by this period of recession in its search for sponsors ? If yes, could the future of CISM be threatened by this recession ?

AB : Unfortunately, the answer is yes but I am quite optimistic about the future. CISM, itself, is not threatened by the recession but its solidarity program could be affected, and that would be a pity !

Lieutenant-Colonel Willy FLEISCHER

Secretary of the CISM Permanent Commission for Partnership

SI : How long has CISM been including sponsors in its activities?

Can you give us your assessment of the commission's activities since then?

WF : If we are concretely talking about commercial sponsoring, then the CISM Solidarity Foundation created in 1975, and now replaced by our current partnership system in 1988 has been the platform for our first sponsoring activities.

The worldwide growth of our organisation closely connected to the increasing need for a better elaborated solidarity program to the benefit of the less privileged CISM member nations encouraged CISM and its organising countries more and more to generate additional financial resources through sponsoring activities.

The Permanent Commission for Partnership has selected some attractive sports disciplines to interest sponsors willing to produce programs destined to the military environment worldwide; and thus giving the sponsors a maximum of exposure and business contacts.

On the centralised international level, CISM is now selling sponsoring rights and partly delegating limited rights to the organising member countries. Meanwhile, local, regional and national sponsoring activities are also encouraged.

SI : Can you explain the commission's strategy and modus operandi for prospecting for partners and sponsors? What is the role of the PGS in all this?

WF : The commission's strategy is to

strengthen, on the one hand, our partnership system and, on the other, our association with reliable sponsors. This takes time, and contracts should be concluded at medium terms. The acquisition of new sponsors cannot be the responsibility of the commission members or the people in the CISM secretariat only. We need the support of all our CISM authorities.

Nevertheless, we, in the secretariat, have to organise the sponsoring work more systematically. We are creating, coordinating and preparing new sponsoring programs as well as helping during the execution. We are extending our activities for instance to projects suited for television, follow-up on the work of the permanent commission and stimulate the relationships with commercial firms. We have just laid down all our experiences made over the last five years in a CISM international sponsoring concept with aims, principles, limits as well as procedures to conduct sponsoring activities in an efficient way. This concept will be submitted to the next General Assembly in Istanbul for approval and should be considered as an aid for worldwide CISM sponsoring activities within the armed forces.

SI : Do you think that the military nature of the organization might be misinterpreted by the general public, and particularly the possible partners and sponsors?

WF : As far as the military nature of our organisation is concerned, I don't see any misinterpretation by the general public and

sponsors because the main issue we are dealing with is "Friendship through Sport". This overall CISM goal is very positive and we should not forget that armed forces represent a big market all over the world. Armed Forces are mass organisations wherein sport is still mandatory. Most of our sports disciplines are practised and recognised by the public. Our CISM media work is working hard to improve and spread the image of sports disciplines not well-known outside the military. This means that our contribution to the motivation, physical education, health and mass sports activities, including leisure time sports for young people is very significant. Armed Forces and military sportsmen are strong target groups, that partner firms and sponsors are looking for.

SI : CISM receives yearly about 4.000.000 BF from its partners and sponsors. Do you feel that this amount of revenues is enough for such a large organisation.

WF : We succeeded in increasing the CISM's central budget through partnership and sponsoring activities to more or less 20 % of the entire volume. This amount is certainly not sufficient in comparison to what should and could be done to ensure parity during competitions between our member countries. But we should never forget that the most important sponsors of CISM are our armed forces themselves. Every year, many of them host and participate in our championships, clinics and important



JAN ROB



meetings. Their willingness to organise, participate and host our activities is our main strength.

SI : Do you think the fact that CISM has only one main sponsor could endanger the independence of CISM?

WF : Although the armed forces, our most important sponsors, guarantee our independence, they cannot afford us the possibility to do more for our friends of the underprivileged regions of our CISM family. That is why we need more flexibility and quality through our partners and sponsors in the future.

In commercial as well as military life there is an important principle: "divide your risks". Indeed, having only one main sponsor could endanger our solidarity activities but not our independence in case of a withdrawal, therefore we must be able to compensate for such possible losses. That's why we need as a backup several smaller sponsors in order to ensure the continuation of our programs. With regards to the capacities and responsibilities of the secretariat, we try to find up to 5 credible majorsponsors and approximately 10 reliable partners while always keeping in mind that CISM must remain the "master of the game".

Burson-Marsteller Jan Robberechts

General Manager B-M Belgium and Vice-President B-M International

Burson-Marsteller is an international consultancy. By size, it is the largest public relations and public affairs agency, with more than 2,600 professionals operating from 69 offices in 29 countries. It is part of the Young and Rubicam advertising agency family.

"Inside PR", the leading US publication for communications and public relations wrote that "Burson-Marsteller continues to be the international PR agency of choice for sophisticated clients and has ranked it first in its 1993 list of best performing international PR agencies".

Sport International interviewed Mr Jan Robberechts, General Manager B-M Belgium and Vice-President B-M International.

SI : What kind of services does your agency offer ?

BM : An agency such as ours is a communications and public relations consultant basically. We use various disciplines covering communication services except for advertising which we leave to specialists.

Our specialty is to influence opinions for our clients. There are three different ways of influencing opinions : you can create them when they don't exist, reinforce them or change them.

SI : Tell us exactly for what kind of reasons a client would need your services ?

BM : The clients come to us when they have a communication problem or an opportunity. A typical example for a communication problem is a company which has decided to down-size its operations. The client foresees a problem and comes to us to assist him in minimizing the social damage by establishing a professional communication program together.

In the marketing field, companies apply to us when they launch a new product. That is what we call an opportunity. In that case, the clients need to change the perception of the product or of the company among the large public or a segmented part of it.

When we get involved in sports sponsoring for instance, that usually has to do with the perception of an attribute for the company.

SI : Who are your main clients here in Brussels this year ?

BM : There is a long list among which you find : Philip Morris, Danone, Colgate-Palmolive, Unilever, Bayer, DHL, Mexico (government), the Wall Street Journal Europe, etc ...

SI : How can you measure the efficiency/ impact of marketing ?

BM : For the large budgets, we include a program of measurement system. There are various ways.

At the beginning and before the event, we measure what the opinion is. This phase is entrusted to a third office specialized in Marketing Research. That means measuring the perception of attributes of the company (or the product) in the minds of the target

concerned. Then we establish what we call a "zero base". After this first phase, we systematically measure the change in perception among that same target during and after the event.

For smaller projects like, for example, in the field of media relations : we develop an announcement to the press or we have it developed by the company. We send out press releases with key messages which we want the reader to read. Then in order to measure the results, we analyze how many times and in which proportion the key messages have been repeated by the journalists. Additionally, we can also go further and interview samples of the population to see if they actually read the messages.

SI : What is the situation of your business in this period of economic crisis ?

BM : We continue to grow even if it is a difficult economic time. In our field of public relations and communications consultancy, we and our competitors are doing very well and have a very hard time to keep up with the demands for our services. One of the reasons is because we do a lot of "crisis" preparedness and "crisis" communications so that, when companies have to down-size their operations, they need good communications expertise in order to minimize the damage. If they don't do it professionally, they risk demotivating the people whom they want to stay on.

Therefore an economic down-turn for us is not bad at all because we have a whole series of tools in the drawer to help clients deal with difficult economic period.

SI : That is specific to the economic crisis, but what about the rest of the business ?

BM : In the rest of the business we see a shift. There is less marketing communications and therefore, less money available for sponsoring and marketing support.

SI : Do you sometimes work for non profit organizations ?

We work for a number of them. But most of them think they do not have enough money to afford our services. That is wrong because we are not that expensive.

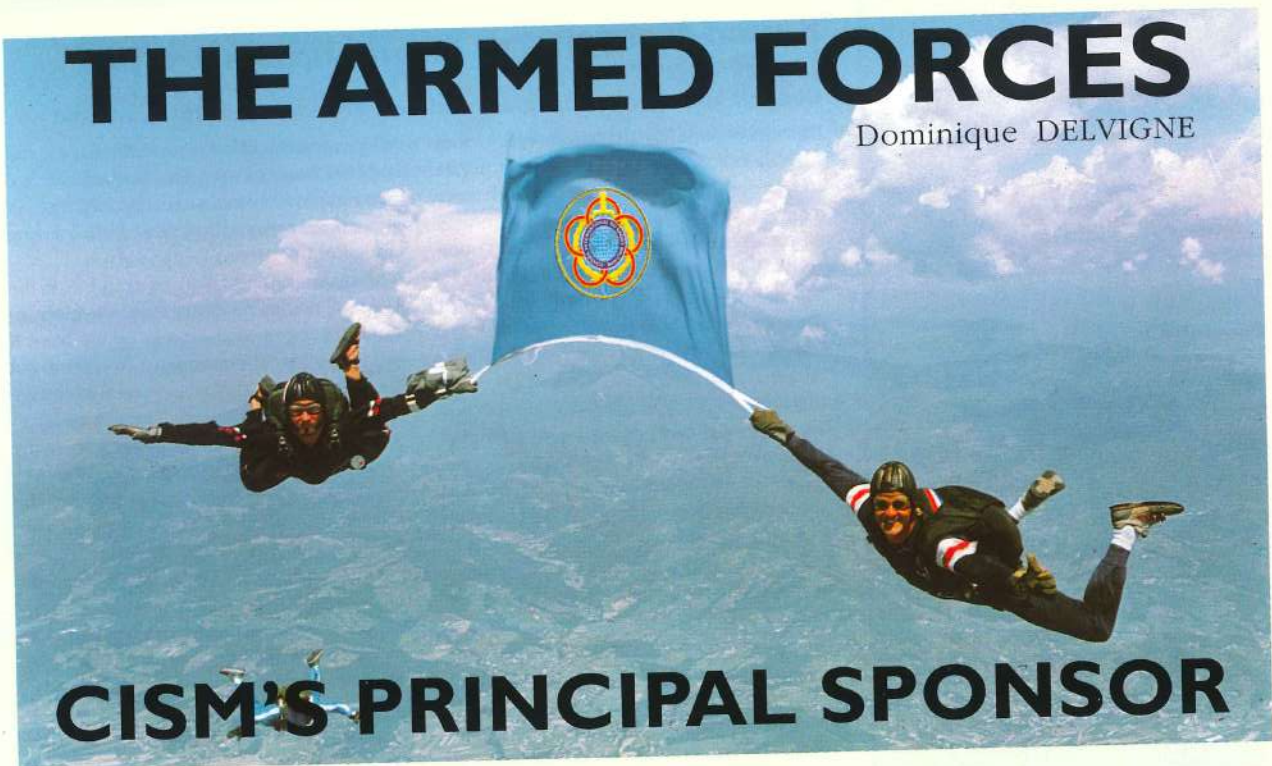
SI : What is the tendency for the 10 coming years in terms of sponsorship ?

BM : I believe sports will remain the number one place for sponsors to invest their money. Let me give you some figures : the money invested in sponsorship amounts yearly to between 8 to 10 billion US dollars around the world of which the USA and Europe each have around 3 billion.

The investments for sponsoring will at least remain the same and if not, they will go slightly up. The main reasons are obvious : first of all, the television's attention of course, then the enormous escalation in purchase cost for space and time in traditional media and finally the result of the zapping habit caused by a wide choice in the TV programs.

THE ARMED FORCES

Dominique DELVIGNE



CISM'S PRINCIPAL SPONSOR

At last it's out. The subject of so much envy, the sponsor, has become king of the City. No cultural, social and, particularly, sports event is organized now without the presence of a ... sponsor, enhancing it, promoting it and backing it. Seen by some as a messiah, the sponsor is given the respect his rank deserves. The VIP villages, the Club Houses, off limits to the good public, are their reserve. It seems that they can even be accompanied. All the sectors are affected by the phenomenon. Nothing escapes them. It is not within our province to analyse this situation and still less to pass judgement on it. The marketing specialists deal with that much better than we do. Nevertheless, we should look at the role played by the sponsor within an organization like CISM. Their complementary roles rapidly become evident. They are almost vital.

CISM in search of sponsoring

The more wily among us have already observed - and we are not the first to assert this - that the crucial factor is money. An enterprise which

wants to prosper, to extend its field of action, to make itself known, understood and appreciated, which wants, in other words, to communicate, needs resources to achieve that. Without investment, the enterprise is condemned to stagnation of its activities or even to failure in the medium-term. The

He was born 15 years ago in the eighties
He grew wisely, achieving his aims
He is appreciated by all, knows how to be likeable
He also knows how to wait and achieve respect
He helps some live, even to the poorest
He knows what he has to do to attract attention
He makes himself desirable, is never late
He is on everyone's lips, spoken of everywhere
But of whom are we speaking, who, then, is this guru?

Do you have to be fine and strong to become a SPONSOR?

issue is therefore an important one. It is worth the effort. It warrants careful consideration. Obviously, CISM is not a commercial enterprise which has to achieve a significantly greater turnover year after year. Its role and reason for being are not expressed in terms of US \$. Sport is its king, friendship its queen. Together they form an inseparable and indestructible combination. We have also all observed that, for several years, CISM has been expanding at an impressive rate. Political events have undoubtedly accelerated this process. But the fundamental reason for this great enthusiasm is to be found within. Media feedback has been cautiously achieved through the perseverance of a few. Automatically, to provide for the increasingly sizeable costs arising from its organizations, CISM has also approached the world of sponsoring; not to become a profit-making organization, far from it; but to give itself sufficient financial resources to enable it to pursue its motto: Friendship through sport.

1986: once upon a time

The Partnership section has been in

charge of CISM's sponsoring and marketing dossiers since 1986. It conscientiously manages sponsors' investments so that it serves CISM in the best way. The solidarity programme exists to demonstrate that the complementary CISM-Sponsor arrangement is meaningful. The some 20,000,000 BF collected since it started have been put into this programme right down to the last franc. It is important to stress that CISM's partner enterprises invest in solidarity, that they associate their name, reputation and

prestige with the achievements of the programme. Lt-Colonel Fleischer, Secretary of the Permanent Commission for Partnership and fierce advocate of this policy, defends this. *"CISM would be missing its reason for being if it changed its plans.*

There is, of course, no question of this. The role of the Partnership section is to prospect and this is a determining factor for the actions of solidarity between our member countries. We are all aware of this. Just as we are convinced that it is not necessary for the annual subscriptions of the member countries to cover the financing of the solidarity programme. The fundamental issue goes beyond simple financing. For us, the sponsors' practical investment, i.e. human, logistical and technical investment, must be preserved. This is the principal theme of the section. The sponsors have understood it. Their support to CISM's solidarity programme fits in with their marketing strategy".

We have our sponsor

It goes without saying that sponsors

outside CISM are vital for our prosperity in sporting and human terms. We have attempted to explain this above. Nevertheless, it should not be forgotten that for more than 45 years, our principal sponsor, as it were, is one of the countries which joined us over the course of the years. The armed forces abound with valuable individuals who, through their self-sacrifice and their faith in sport, most certainly make CISM an exportable "product". Losing interest in this would amount to



dismissing a very real truth. The athletes are, after all, our showcase, our best ambassadors. We are, undoubtedly, preaching to the converted. But it is sometimes good to revive certain convictions buried in our memories for so long that they seem to disappear. It remains to be hoped that in an era when the military service is disappearing in many countries, enough... converts will remain to ensure that our natural sponsor is always as dashing. Some will display the merest hint of a benevolent smile on reading these last few lines. So much the better, they will have understood the message. Without the contribution of the Armed Forces, CISM is nothing.

One concrete example has just been given at the last world military cycling championships in Zottegem (Belgium). The Belgian delegation, host of the week, spared no efforts to ensure that these championships would be as successful as possible. Relieving the local cyclists club which was responsible for the technical organization, the Belgian delegation transformed itself, so to speak, into a real sponsor of the event. Colonel MIGNON talks to us about this.

Colonel Mignon, How did this world championship in Zottegem go?

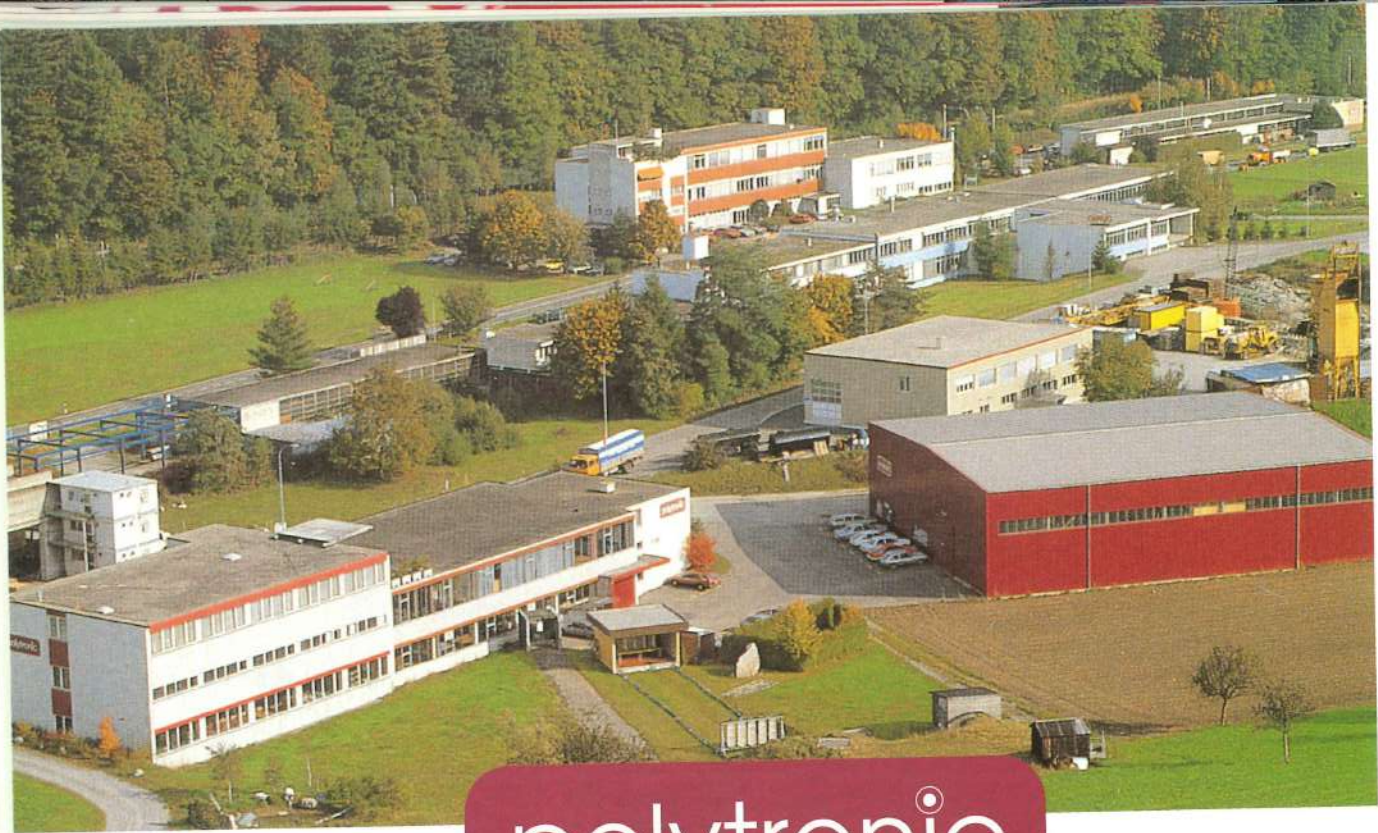
Very well. I think everything went wonderfully. The various competitions were of a very worthwhile standard although cycling is not a military sport.

Is this important in terms of organization?

It is crucial. The BLS, the Belgian army sports section, has a budget distributed over the whole year. It has to manage it according to the competitions it organizes. For the cycling championship, given that cycling is not a military sport, we cannot invest financially in the whole organization. This would be to the detriment of a typically military sports event which we organize from start to finish.

How did you approach it?

We made a request to the Belgian Cycling Federation which, in turn, issued a sort of invitation to tender to the various Belgian cyclist clubs. Two were accepted. The "Zottegem Cyclist Club" was finally selected. It invested the money which was used for the technical organization of the race and some extras. With regard to the Belgian army, it dealt with the logistics, the athletes' travel arrangements, VIP's, the athletes' accommodation in Ghent, etc. By working in this way, we do not put a strain on our annual budget. Everyone is happy.



polytronic

The loyal companion

By: Marc Vandenplas
and Francisco Pardieu, Capt, USAF

One of the strengthening features of CISM is to count within its ranks sponsors and partners that spouse its goals and ideals. And the least one can say about the relationship between CISM and Polytronic, the world-renowned manufacturer of target systems, is that it has always had everything of a marriage made in heaven. This beautiful love story has been going on for nearly 20 years. Indeed, it's in 1974 that Claude Thalmann, the founder-president of Polytronic, encouraged by his friend, le Chevalier Raoul Mollet, then CISM Secretary General, decided to join the destinies of the two organizations. A fierce defender of CISM and its ideals, Mr Thalmann and Polytronic are now permanent fixtures of the CISM family.

The professional success of Claude Thalmann is closely linked to the growth of Polytronic and has caused the admiration of all of his colleagues from the oldest and closest to the most recent employee. Like any true Swiss, Mr Thalmann is completely versed in the sport of shooting. His story began in 1966. Like many of his countrymen, he regularly practiced shooting the 300-

meter rifle. And soon, just like many of them, he quickly got fed up with the 300-meter trips he had to take after every ten shots to examine the feats or the blunders of the day. So, young Thalmann, in a stroke of genius, decided to invent the electronic target system—a concept that gave rise to the birth of Polytronic in 1966. *"The firm grew rapidly,"* explained marketing director, Henry Schweizer, *"but, it took until 1968 for the firm to gain its first significant official contract"*. There was no doubt that Thalmann had hit on a winner. Shooting is practically Switzerland's national sport: the 300-meter rifle is the preferred weapon for the military service which all Swiss citizens must continue to perform during their lifelong yearly recalls. To keep up their skills, they had to practice, therefore each village is equipped with a shooting stand. So, Claude Thalmann, with the whole of Switzerland in need of electronic target systems, had laid hand on a highly competitive product that enabled him to develop Polytronic. Even the appearance in the late 70s of a rival firm did not hamper Polytronic's growth: there seemed to be enough

room for two.

However, the need to diversify its activities and penetrate the international market made itself, quickly, felt. *"Relying solely on the national market is too risky,"* explained Schweizer, *"now you can find us in many countries, playing even a larger role than before because, we're offering to build the entire shooting stand and a whole lot of services ranging from the design stage to the actual target."* Polytronic has become a prosperous enterprise, hiring over 50 employees and using several subcontractors. It grossed yearly about 25 million SF. Polytronic covers several lines of products destined to three types of customers: the sportsmen, the military, and the police. Thalmann added: *"On the international arena, we're interested in sponsoring U.I.T. (Union Internationale de Tir) and CISM events. Through CISM we develop our contacts in the sporting arena but more specifically with the military (electronic target, pop-ups, etc). I can sincerely say that our sponsoring of CISM has provided us with some significant results even though they're*

not always quantifiable. CISM cannot help us much with countries of Western Europe or North America, because the procurement practices of these countries are regulated by rules and procedures specific to those countries and are not under the control of the delegates to whom our products are recommended. But, CISM can help us develop the sport of shooting with the 300-meter rifle in those countries where it is not yet practiced. Its recommendation of the Polytronic material would weigh a lot more, because we would be the first to be introduced to that market."

Looking back at the last 20 years spent with CISM, Claude Thalmann confessed: "In general, I am quite satisfied with the returns of my sponsoring investments in CISM. I won't go as far as saying that without CISM I wouldn't be on the international market, but, I can affirm that the contacts I have made through CISM have greatly accelerated the closing of some of our contracts. It is important that each potential sponsor or partner understand that once CISM provides a contact, they must start working at a double-quick time pace to make it pay off. Most of those sponsors that were unhappy with CISM are those that

expected CISM to do everything for them and that all they had to do was to appear at the General Assembly and the delegates were going to automatically be interested in their products. It is a mistake that much too often proved fatal, because after the introduction the bulk of the work is still left to be done. Nevertheless, it is also true that CISM could improve the reception of the partners and their introduction near the delegates. I have many times of my own initiative taken new CISM partners under my wings to introduce them to the delegates, even

though this is not my job."

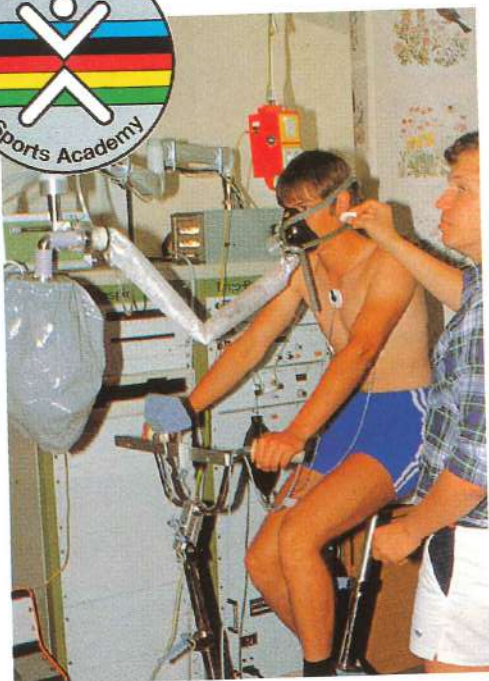
It's true that Claude Thalmann has, a long time ago, ceased to see himself as simply a partner or a sponsor. His commitment to the CISM ideals is total. And whenever he gained a contract through CISM, he never failed to markedly show his appreciation; which is not required under his contract with CISM. But is that surprising coming from a man who is truly devoted to the cause of "Friendship through Sport"? We think not.



LA VIE DE CHATEAU

Claude Thalmann n'est pas uniquement le président heureux de Polytronic. Il est également le propriétaire d'un magnifique château près de Neuchâtel. Un énorme domaine qu'il a aménagé en salles de réunion pour sociétés, en chambres d'hôtes, en secrétariat pour

40 différentes sociétés, en restaurant médiéval tout en gardant intact le cachet du magnifique château qu'il a restauré. Cette opération est un magnifique succès commercial. Vaumarcuse, c'est également un peu la résidence de campagne du CISM puisqu'il abrite des réunions de commissions et Claude Thalmann est souvent l'hôte avisé de plusieurs de nos membres les plus éminents.



INSA International Sports Academy

"Sport in CISM as in everywhere else depends on sponsoring ..."

"The percentage of our yearly gross invested in sponsorship is not a fixed figure but it reaches at least 4% since it depends very much on international competition.

"We are quite satisfied with the CISM services. Our view concerns more the delegations from the developing countries. Their cooperation and initiatives could be higher."

"Sport in CISM as in everywhere else depends on sponsoring since the contributions from the various members or governments are limited. Sports activities are wanted in the different societies, groups, organizations, etc. However, public interest is one thing. Governments have often other priorities or too many other tasks that prevent them from granting the financial resources to allow sport to grow."

Prof. Harald DUBBERKE, President.



THE PARTNERS

SPEAK

 **Marango**
Sport



Marango Sport : Sporting articles and implements

"we will be very glad to invest more in the CISM solidarity program ..."

The percentage of yearly gross that Marango invests in sponsoring programs "depends on the total amount of the profit : there is no fixed quote" ...

"Even in such a period of economical crisis, the sporting activities never stop especially in the

military environment : this is why we believe we could be favourite in sponsoring CISM activities".
"We think that CISM should give more publicity to the partner firms either in CISM News or during major CISM events ... According to this policy, all the CISM members will be aware that Marango, as usual, is offering, at very special rates, almost every sporting item all over the world and, even CISM could profit from Marango's increase in sales. On our side, we will be very glad to invest more in the CISM solidarity program. Another very important point is that we could be interested in sponsoring sports events with the supplying of items which will be adopted from all the participants as well as from the championship organizing committee".
"Wishing you all the best in the spirit of Friendship through Sport".

Mr Emanuele MARANGO, Director.



Mobile Seats : Tribunes mobiles

"Nous investissons 1% de notre chiffre d'affaires dans des actions de sponsoring. Si nous désirons obtenir un retour de notre investissement, il est impératif d'injecter une somme équivalente par des actions complémentaires qui permettent de bien faire connaître le produit, ses avantages et ses qualités. Nous ne ressentons pas les problèmes de la crise car nous sommes en pleine croissance.

Mon souhait est d'insérer, dans la revue Sport International, une fiche d'information accompagnée d'un carton-réponse qui me permettrait de poser un certain nombre de questions et, dès lors, percevoir s'il y a un intérêt pour notre produit.

Nous serions prêts à investir davantage dans les actions sponsoring du CISM à condition que le travail soit professionnel. Nous ne sommes pas une société de bienfaisance, il est important d'obtenir des retombées car dans le cas contraire, nous mettrons fin à notre partenariat. D'un autre côté, cela fait plaisir de participer à une organisation qui réunit une centaine d'armées et dont le vecteur d'union est le sport".

Mr Jacques BORLEE, Directeur.



**mobile
seats**

L'AVIS DES PARTENAIRES



Polytronic : Installations de tir

Polytronic investit, chaque année, environ 1% de son chiffre d'affaires. La situation de la firme, en cette période de récession économique, reste stable. En retour de sa contribution au programme de solidarité du CISM, Polytronic souhaite bénéficier d'une meilleure visibilité, de plus d'introductions auprès des nouvelles délégations et une d'augmentation de ses ventes.

Mr Claude THALMANN, Président.



Depuis qu'il a décidé de suivre sa voie et qu'il n'a plus à se préoccuper d'obligations en tout genre, le Belge Vincent Rousseau ne cesse de nous surprendre. Tout a commencé à l'aube de cette année lorsqu'il fut vainqueur du cross de Tourcoing (France) et du cross militaire de Wassenaar (Pays-Bas) (1). Ensuite, il bat les records nationaux du 5000 m en juillet et du 10000 m en septembre. Au début du mois d'octobre, il arrive à battre le record national de Léon Schots et devient par la même occasion champion du monde du semi-marathon. Enfin, le 17 octobre à Reims (France), c'est pour Vincent, meilleur performer mondial du marathon de l'année 1993, que sautent les bouchons de champagne. La réjouissance des militaires belges et en particulier, ceux de la caserne du SHAPE à Casteau, qui n'osaient plus trop y croire, était sans pareille.

CAPT. PHILIPPE COISNE



Jimmy Bolcina, PhotoNews

Fin d'un long rodage

"Je choisis moi-même mes objectifs"

C'est lors de son premier marathon sans préparation spécifique à Rotterdam en avril dernier, que Vincent a décidé de s'orienter vers cette discipline. Il n'était supposé jouer le rôle de lièvre que pendant 25 km mais il termina quand même la course, sur un coup de folie, en 02h13'30". Son état de fraîcheur à l'arrivée prouvait qu'il pouvait faire mieux encore.

"J'admets que c'était de l'inconscience, explique Vincent, mais Rotterdam fut pour moi le moment charnière de ma carrière. En effet, je me suis rendu compte que la voie qui m'était prescrite depuis plus de dix ans ne me permettait pas de briller au plus haut niveau. J'acceptais toutes les courses, parfois même inutiles, pour ne pas contrarier les organisateurs et ma fédération. Maintenant, je choisis moi-même mes objectifs tout en espérant qu'on me fasse confiance. Je sais que je dois m'axer sur les longues distances. Depuis que je me suis épuisé sur tous les terrains du monde, j'ai appris à me connaître, à gérer mes efforts. A Rotterdam, j'ai senti

que je pouvais faire quelque chose d'exceptionnel en marathon. Je savais qu'à Reims tout allait bien se passer. Le seul problème qui persiste toujours c'est que tout dépend des dieux de la météo : chacun sait que la chaleur n'a jamais été idéale pour moi. Je vous assure que je n'aurais pas pris le départ à Reims si la température avait été supérieure à 25°C. Comme je décide moi-même de ma participation à une course en fonction des conditions, je me sens plus motivé que jamais pour m'entraîner".

"Forcer, tout en gérant son effort"

Depuis son expérience à Rotterdam, Vincent n'appréhende plus le marathon. Il ressent très bien comment il doit se préparer à l'épreuve. Avant le marathon de Reims, Vincent a passé plus de deux mois à s'entraîner en altitude à Font-Romeu (France) pour développer au maximum son aptitude à utiliser l'oxygène. Il s'est entraîné progressivement afin d'éviter le surmenage

ou le sur-entraînement. Mais pour récupérer un maximum de forces avant le marathon, il a quelque peu baissé l'intensité de son entraînement. "La semaine avant Reims, je parcourais deux fois par jour une quarantaine de kilomètres. Le matin, je partais sans déjeuner pour m'habituer au manque de graisses lors des épreuves de longue durée". Une fois bien préparé et bénéficiant de conditions météorologiques favorables, le champion a développé une stratégie, comme il l'avait déclaré avant l'épreuve, sans plus de mystères: "Je foncerai, je courrai à une cadence de 03'02" par km pour atteindre mon objectif c'est-à-dire descendre sous la barre de 02h10'. Néanmoins, il faut gérer son effort et ceci pendant toute la course. Pour préserver la bonne cadence, je serai aidé par le Français Dominique Chauvelier et le Djiboutien Aden Yahye pendant la première partie de la course. Il est également fondamental de se ravitailler tous les 5 voire tous les 4 kilomètres. Chaque fois qu'on se ravitaile, on repousse le problème

(1): Sport International n° 94 - Juin 93

énergétique du marathonien". La certitude avec laquelle Vincent s'était exprimé était surprenante. Le jour fatidique, les conditions météorologiques étaient au rendez-vous. Après 5 kilomètres, Vincent et ses deux lièvres sont dans les temps qu'ils avaient annoncés et, derrière, c'est déjà la cassure. Les lièvres durent s'arrêter après 25 km. La question à ce moment était de savoir si Vincent, qui ne disputait que son second marathon, allait encore pouvoir tenir le coup en solitaire durant les dix-sept km restants? Une tâche d'autant plus rude que, dans les longues portions qui empruntaient les rives du canal, le vent soufflait assez fort. Vincent faiblit quelque peu entre le 35ème et le 40ème km mais il tint son pari téméraire puisqu'il termina en trombe et que le chrono s'arrêta à 02h09'13".

"Encore plus vite"

Il n'a pas terminé de nous étonner : "Comme j'en étais à mon second marathon - mais c'était le premier que je préparais sérieusement - j'ai établi mon temps de référence. Maintenant, mon objectif dans ma préparation est de le battre. Certes, l'année prochaine je participerai encore à quelques cross et à quelques marathons mais j'entretiendrai surtout la vitesse sur des plus courtes distances. C'est elle qui fait la différence! Je pense que je peux encore descendre sous les 02h09' voire 02h08'". Vincent continuera à effectuer des stages à haute altitude à Font-Romeu ou à Ténérife en hiver: "Ténérife donne l'avantage de pouvoir s'entraîner en hiver et s'il fait trop chaud, il y a toujours moyen de monter jusque 3700 m pour trouver la bonne température. En outre, ce n'est pas trop loin et le décalage horaire n'est que d'une heure. Retrouver son rythme de vie normal prend plusieurs jours. D'ailleurs, entre nous soit dit, je n'ai jamais rien compris aux raisons du changement d'heure été-hiver; personnellement je me porterais mieux si je devais me lever une heure plus tard en été et

une heure plus tôt en hiver". Il a mis longtemps avant de se roder mais, une fois les rênes lâchées, notre champion s'avère être un bolide hors série.

"C'est la vitesse qui fait la différence".



Photo SID



Jimmy Bolcina, PhotoNews

JUGEMENT SOMMAIRE

par *Marc Vandenplas*

L'un des fléaux du sport moderne est assurément le doping. La lutte contre ce "paradis" artificiel de l'athlète s'est intensifiée au fil des années avec des résultats à la clef, certes, mais dont il est très difficile de quantifier et de qualifier les véritables retombées. Car s'il est indéniable que les techniques de contrôle se modernisent et s'affinent au fil du temps, il est tout aussi sûr que les méthodes de dopage se développent au moins aussi rapidement. Il est à craindre que, dans le domaine, les contrôles aient toujours un temps de retard sur les moyens mis en oeuvre pour permettre à l'athlète de passer au travers des mailles du filet tendu par les gouvernants du sport planétaire. D'autres obstacles tels que par exemple la volonté de certains pays de réaliser des résultats sportifs à tout prix - mais au mépris de toute éthique sportive - afin d'en recueillir une belle image de marque et de reconnaissance internationale sont autant de freins au développement de la lutte contre le dopage.

Difficile donc d'établir un diagnostic précis de l'évolution du dopage dans le sport international. Mais force est de constater qu'auprès de l'opinion publique, cette incurie des fédérations sportives à contrôler le phénomène et cette impuissance à cerner et à discerner parfaitement le fléau, ont semé à jamais le doute sur les performances des athlètes de haut niveau.

Il est toutefois piquant de constater que par la "grâce" d'un nationalisme sportif exacerbé et sans nul doute de plus en plus développé, chaque pays, par le biais des médias qui se prêtent au jeu avec enthousiasme, a le mauvais goût d'aller chercher les poux dans la tête du voisin sans avoir au préalable fait une introspection de son propre cuir chevelu. Je vous avoue avoir été choqué par l'attitude du public - conditionné et chauffé à blanc par les médias internationaux - de Stuttgart qui assistait aux derniers championnats du monde et qui a sifflé les victoires écrasantes des Chinoises en demi-fond. Cette attitude fut en tout point dictée par l'abondance d'une littérature et d'une presse mettant plus qu'en doute ce raz de marée spectaculaire et inattendu par son ampleur mais m'a laissé, dans la bouche, le goût saumâtre d'un verdict populaire rendu sans la moindre preuve et sous l'emprise du simple doute. Quinze jours plus tard, ces satanées Chinoises ont poussé l'outrecuidance de remettre cela en pulvérisant tous les records du monde du 1.500 au 10.000 mètres et, plus grave encore, à Pékin loin des regards du monde sportif et médiatique occidental, le seul habilité à décerner la reconnaissance et les mérites d'une performance sportive.

Moi-même, je me pose des questions sans réponses



apparemment convaincantes à ce soudain raz de marée chinois. Mais les arguments d'un ancien coureur de demi-fond et sportif de grande classe, occupant une place en vue dans les instances olympiques et du sport international, me semblent aussi bien tenir la route que les jugements hâtifs accusant le sport chinois de dopage à grande échelle : "Pourquoi ne pas mettre plutôt en exergue le niveau actuel encore très bas du demi-fond féminin qui explique une amélioration soudaine et impressionnante de tous les records du monde dans la discipline? Pourquoi ne pas souligner l'extraordinaire potentiel humain des Chinois - ils sont plus d'un milliard - qui permet de sortir une flopée d'athlètes de très haut niveau? Que dire également de l'attrait de promotion sociale par le sport beaucoup plus développée dans des pays comme la Chine? Pourquoi ne pas mettre l'accent sur des méthodes d'entraînement en altitude très exigeantes mais qui ne sont pas récentes et qui sont développées par les Kenyans chez les hommes, sans pour autant qu'on crie quotidiennement au dopage de ces Africains qui écrasent le demi-fond mondial? Pourquoi enfin ne pas insister sur le fait que les Chinoises ont passé autant, si pas plus, de contrôles inopinés que leurs adversaires?"

Les Chinoises dopées ou non? Telle n'est pas le but de la réflexion mais celle-ci porte bien plus sur la nature des accusations et sur la probité intellectuelle de ceux qui mettent les Chinoises sur le banc des accusés. Lorsque je

lis dans un des plus grands quotidiens sportifs de la planète - il est français pour cet exemple précis mais j'ai retrouvé le même genre d'articles dans toute la presse internationale - que, preuve presque irréfutable du crime de dopage imputé aux Chinoises, ce sont des entraîneurs de l'ex-Allemagne de l'Est où le doping était institutionnalisé qui veillent en partie aux destinées des nouveaux prodiges du sport international, j'avoue être ébranlé. Mais lorsque, quelques semaines plus tard, l'équipe française d'aviron faisait une razzia sur les médailles d'or des championnats du monde, mettant fin à un quart de siècle de disette internationale, le quotidien

français en question mettait alors en exergue le remarquable travail d'un entraîneur ... est-allemand. Dans la plume par ailleurs excellente des journalistes qui couvraient l'événement, il n'y eût, cette fois-là, jamais trace d'une quelconque allusion au passé compromettant des entraîneurs est-allemands. Dans la foulée d'une victoire retentissante d'un de leurs ressortissants, il n'est pas un média au monde qui jette le discrédit sur l'athlète de son pays qui a flatté son nationalisme et augmenté le temps d'un soir, d'une semaine, son tirage ou son audience. Mais par contre, lorsqu'il s'agit de déconsidérer la performance d'un autre pays, là on se lance sans vergogne dans un jugement sommaire. Sans preuve fondée.

Les réactions du public de Stuttgart ont été conditionnées par une énorme campagne de presse, ne reposant que sur des supputations. Mais la question se pose : et si les Chinoises n'étaient pas dopées? Et bien alors, ces sifflets orchestrés par un verdict populaire et international hâtif auront valeur de condamnation inique et constitueront, s'ils ne constituent déjà pas, une véritable insulte à la performance sportive. Et le sport dans tout cela....

ZOOM



THE IRON EAGLES

By **Francisco Pardieu**, Capt, USAF

If you're a pilot and you're looking for a way to really test your mental and physical capacities, PAIM, the International Military Aeronautical Pentathlon, may be just what you're looking for. It was developed after World War II by French pilot Commandant Edmond Petit who emphasized agility, endurance, balance, flexibility, strength, quick thinking, excellent reflexes and aggressiveness as the main characteristics required for participants of this event- needless to say, a blueprint for the qualities sought in fighter pilots.

The 27th CISM PAIM Championships was hosted from 10 - 18 August in Tikkakoski, Finland by the Finnish Air Force, which is celebrating, this year, its 75th anniversary. PAIM is not new to Tikkakoski. Indeed, the Tikkakoskians have hosted three PAIM championships prior to this one, going as far back as 1969 and as recent as 1986. After winning gold medals in the individual category at the 26th CISM PAIM Championships in Brazil in 1991 and at the PAIM Nordic Open in 1992, the Finns were primed to go after that elusive team trophy. So, with the superb backing of the Air Force, the city of Jyväskylä and its suburbs joined Luonetjärvi Air Base to play host to 51 well trained pilots (36 starters and 15 substitutes) from 14 countries covering three continents. "I hope that all the competitors... will enjoy their stay here and become acquainted with the nature and the people of Central Finland," said Mr Jaakko Lovén, Mayor of the town of Jyväskylä, greeting the competitors.

Once more, Sport was offering to Friendship another opportunity to shine. Only in CISM!

Sources: PAIM report filed by Mr K. Palvalin and Col P. Kanninen

A PAIM Championship consists of six widely differing events involving both team and individual competitions. Only the best five scores count toward the final standings in both categories. The disciplines include fencing, basketball, shooting, swimming, the obstacle course and orienteering, with the last two being combined, from now on, into one event called «escape». Each team consists of four competitors and the best three results count towards the team score. To add flair to the championship, a flying contest involving the same pentathlon competitors, is also held. The results do not count toward the final standings. Although hauling modern jet aircrafts over long distances is no simple matter, it is unfortunate that only three nations- Belgium (Alpha jet), Sweden (Saab 105), and Finland (Hawk)- showed enough interest for the flying contest this year, because the organizers and the participants had gone through great expense to put it together. A minimum of five to six participants should be required to make holding the contest worthwhile. This year, the Belgian crew of SLt Luc Viaene and SLt Hugues Defailly won the flying contest. Finland posted the best team performance- a sign of things to come in the next few days.

Aim...and...Fire!

As in any sport event, the butterflies were omnipresent and at their peak right before the start of the contest. This Friday the 13th of August was no exception. The first contest was pistol shooting. What better way to test self-control than to be asked to fire 20 shots at a target that stays in sight, for only, all of 3 seconds? Steady nerves are primordial for the guaranteeing of success. However, nothing was going to stop Swedish Viggen pilot, Lt Peter Carlsson from winning it with 188 points. In the past, the best scores were often between 190 and 195 points. *"I try to train every day and this is my best event, but I am not fully satisfied with the result,"* said the winner. And he added, *"Shooting from an aircraft can no more be compared to pistol shooting because fire control is so automatic."* What about the 1991 world champion, Finnish Captain Markku Viitala who placed 29th with the score of 158? *"It was a normal achievement,"* the former champion said, *"I don't train shooting sufficiently enough. But I am still going strong. There are six events on the championships, and the best five results will be counted..."* The Finns must not believe in Friday the 13th.

A good swim to calm the nerves

The next event of the day was swimming. The competitors must swim 50 meters freestyle, jump out of the pool, touch the facing wall and back into the water for another 50 meter-swim. Well, this would be easy enough, if it wasn't for the two four-meter-long obstacles that the competitors have to swim under, during the second 50 meters after diving back into lanes that are different from the ones they came out of. Although the activity is much harder than a straight 100-meter freestyle, the best competitors can finish it in about one minute or so. *"It was very easy to swim,"* said the winner, Captain Markku Viitala, immediately after the contest, *"Only after the second obstacle did I begin to feel tired."* With a time of 1:03.6, he was immediately



Photo SID



Photo SID

followed by two other compatriots in the standing, thus giving the Finns a good shot at the team championship trophy that has been eluding them for years. The Finns had finally put their fins on.

En garde!

Last night was definitely not the time to visit the CatCat club or the Finnish saunas, for this Saturday was going to be a long one. Although Friday the 13th was long gone, the competitors were no where near the end of their trials. The next event was fencing and it usually lasts very long, sometimes, claiming up to twelve hours at the world championship. This time it took only ten hours to carry it out. Conducted with «épées», each competitor must fight each other once. It is very demanding, because they have to concentrate on every match: thirty-two in all. The Spaniards were able to keep their guards up the longest, as Capt Fernando Torres and his countryman Lt Enrique Cuenca took first and second respectively. Brazil's Capt Guasti followed a close third. The Finns, Capt Viitala and Capt Antila, finished sixth and seventh; thus keeping their hopes alive for that long awaited team championship trophy.

Let's play ball

The next event was the basketball contest. At that contest, a good pair of lungs was more important than a new pair of Nike Air shoes. This was definitely not the time to be in a shooting slump. The contestants had to go through a series of four activities ranging from dribbling a basketball through several obstacles to actually shooting it into a hoop. The catch is that they had to go through all four activities non-stop; sometimes racing the clock to score as many points as possible. The exact sequence was the following: first, they dribbled a ball around the hurdles and then tried to score at both baskets. Second, they had to shoot as many points as possible in 30 seconds. Next, they dribbled and shot, as fast they could, five balls placed on the free throw line. Finally, they had to take 20 free throws, of which, the first ten must hit the backboard before going into the basket while the next 10 must go straight into the hoop. The competitors stormed at the baskets and, except for French helicopter pilot Capt Christophe Bienaimé, found their sights were misaligned. The best Finn finished sixth while Capt Viitala collected sixteenth place. Shooting is definitely not his bag. At that point, the team trophy seemed to be in jeopardy.

Where in heaven's name are we?

The final standings are usually difficult to estimate because of the calculating system. The suspense usually lasts all the way to the last event. And this time was not going to be any different. It was known that the Finns, traditionally, are strong in the escape event. It combines two disciplines, the obstacle course and orienteering, which are performed with an interval of only one hour. The Sioux Indians have a saying that goes something like this: *"When the skies and the earth are on fire, the eagle flies until he falls."* The fighter pilot must experience a comparable feeling when forced to go down behind enemy lines or in the middle of nowhere. The Escape event emphasizes those necessary qualities and skills- endurance, mental toughness, and sense of direction- that increase probability of him surviving this type of ordeal. Fortunately, the obstacle course is only 350 meters with 10

obstacles to be negotiated in various ways. Nevertheless, it requires much effort for two minutes, during which, the capacity to absorb oxygen aerobically and anaerobically and to tolerate lactic acid is severely tested. There is not much time to relax. An hour later, the competitors had to find their way home in a span of six kilometers. Norwegian Lt Baard Vereide won the obstacle course while Capt Viitala made true of the predictions by winning the orienteering challenge and barely missing first place in the obstacle course. He led a Finnish sweep of the first three places in the escape competition.

In the end, the host country proved to be quite impolite. Its athletes occupied all three spaces at the podium during the medal ceremony: Gold, Capt Markku Viitala, Silver, SLt Pasi Matero, and Bronze, Cad Vuolle. Although they did not finish first in every event, the Finnish pilots, as a whole, when not

leading managed to stay significantly close to the leaders; thus gathering enough points to win both the individual and team categories. They had stopped the Swedes and the surprising Spaniards which ended second and third, respectively. The PAIM team trophy had finally made its way to Finland. However, of most significance was the CISM spirit that prevailed during the whole competition. As observed at the closing banquet, the pilots improvised some fantastic entertainment numbers, testifying to the strong fellowship that exists among CISM aviators.

The Finns thanked all the competitors and extended an invitation to everyone for their next PAIM championship in the year 2000.

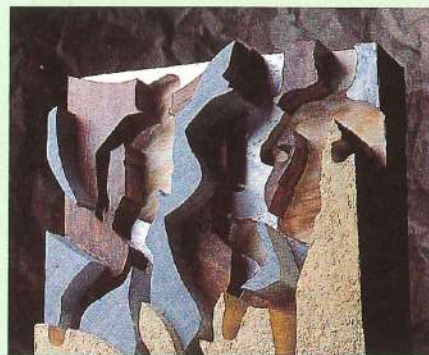


Captain Markku Viitala is a fighter pilot assigned to the Satakunta Wing in Tampere, Finland. He is no newcomer to CISM. In fact, this is the eighth PAIM championship that he's taking part in. His PAIM career started in Tikkakoski in 1986. He is strongest in swimming, where he previously managed the time of 1.01.3, and the escape event. Shooting is not his forte, because in a discipline where the best competitors hover between 190 and 195 points, his personal best has been only 185: a score that he did not manage to improve this time around. Going into these championships, he was a bit apprehensive because the long test pilot training course he has just attended did not leave him much time to train for this competition. He knew that his strongest rivals would be as usual the Swedes and the Brazilians. But, he had one thing

playing in his favor: they were coming to challenge him on his own turf. He knew the surroundings and, therefore, promised a tough fight for the championship. Besides, having won the individual category at both, the 1991 CISM PAIM World Championship in Brazil and the 1992 PAIM Nordic Open, he was expected to do well. Leading a well-balanced contingent of Finnish pilots, he won, once more, the PAIM individual category and contributed greatly to the Finnish team winning, for the first time, the long awaited PAIM team trophy.

DYNAMIQUE DU SPORT

par Stéphane Massonet



MUR du MARATHONIEN

L'alliance entre le savoir-faire du designer, l'esprit monumentale de l'architecte et cet instinct pour le mélange des matières, donne naissance, à travers l'oeuvre de Gérard Wibin, à une forme nouvelle et originale dans le monde de la sculpture contemporaine. La recherche de cet artiste belge s'est orientée depuis quelque temps vers l'étude de la dynamique du geste dans le sport. A travers son travail, nous découvrons combien le geste du sportif apparaît comme un médiateur fondamental, un symbole dans lequel se reflètent l'homme et l'image de son temps.

Né en 1938, Gérard Wibin enseigne depuis plus de vingt ans à l'Institut Supérieur d'Architecture de Saint-Luc de Bruxelles. Parallèlement, il dirige une société de création et de design qui vise à l'humanisation de l'activité industrielle. En effet, pour Gérard Wibin, la dimension humaine est primordiale. Elle est au coeur de ses études sur le geste et la dynamique du sport. De cet ensemble qui parcourt trente-quatre sports, l'artiste a déjà réalisé quelques pièces imposantes: "le Monument au football" qui, par un puissant coup de ciseau, tente de restaurer l'image culturelle de ce sport: "Le Mur du Marathonien", un

symbole monumental de l'endurance et du dépassement de soi qui mesure plus de trois mètres de haut. L'oeuvre fut acquise en 1991 par l'Université Catholique de Louvain. Un autre monument sportif destiné à l'Université de Cambridge est «Aviron». Mais il ne faudrait pas oublier le très beau «Water-polo», le «Saut de ski», un trophée dédié au «Golf», ou encore «Baseball», une pièce qui devrait particulièrement intéresser ceux qui attendent les prochains Jeux Olympiques, où ce sport sera alors en démonstration. Découvrons avec Gérard Wibin, qui a accordé à Sport International une interview exclusive, l'important travail de cet artiste qui renouvelle avec l'esprit et le geste du sport. Il nous a reçus, dans sa maison entièrement consacrée à la création et à l'art, pour une discussion à bâtons rompus sur les rapports entre l'art et le sport.

«Le geste est la charpente de l'esprit»



TOI, MA VIE

Sport International: «Gérard Wibin, pourquoi avoir choisi le sport pour développer une étude d'une aussi grande importance?»

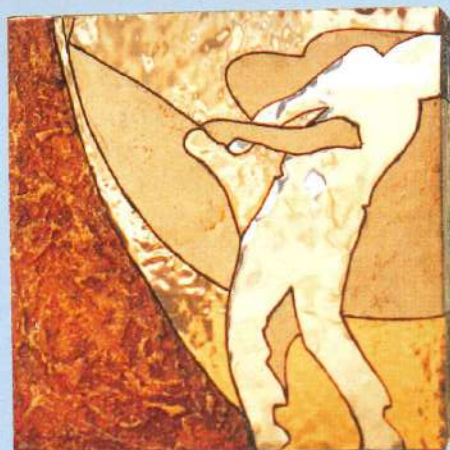
Gérard Wibin: «Notre société passe actuellement à travers une crise profonde. Au milieu de ce chaos, le rôle de l'artiste est de donner une image de cette société, tenter de préciser son identité. Il doit être au coeur de l'événement, à la rencontre du grand nombre. Or, nous avons l'habitude de cantonner l'artiste dans le domaine de la culture et des arts. Pour moi, le sport est l'antichambre de la culture, et apparaît, au côté de la musique, comme une manifestation privilégiée de notre société. Le sport est aussi le moyen de porter mon message d'artiste auprès d'un très grand nombre de personnes».

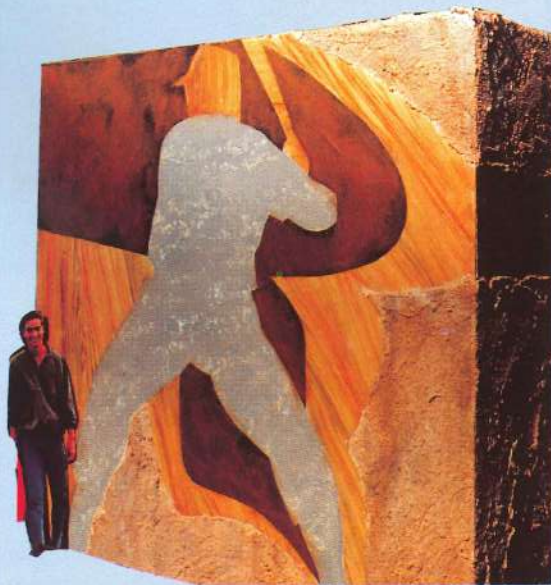
Sport International: «D'où vos différentes études sur le geste dans le sport?»

Gérard Wibin: «Oui, en fait il s'agit d'un vaste projet dont l'idée première regroupait trente-quatre sports différents, à travers lequel j'entrepris une étude sur la dynamique du geste dans le sport. Cette étude du geste est à la recherche de quelque chose de précis, d'intellectuel. Une perfection et une qualité propre à l'homme, car le geste est la charpente de l'esprit».

Sport International: «Comment réalisez-vous vos oeuvres?»

Gérard Wibin: «D'abord, je pars d'un dessin dans lequel je tente de réduire la silhouette du sportif à son expression la plus pure. Ce contour est comme un repère à partir duquel je recherche le mouvement parfait de l'athlète. Ainsi, dans le football, j'ai choisi le coup de ciseau, car ce geste est le résultat, l'aboutissement du travail de toute une équipe».





Tir à l'arc, Monument au Football, «Mur du Marathonien», «Aviron», Baseball, «Le Trophée de Golf», «Waterpolo», «Saut de ski»

Sport International: «Ensuite vous passez à l'assemblage des différentes matières.»

Gérard Wibin: «Oui. De cette silhouette, j'assemble et je superpose trois sortes de matières différentes. Le béton qui a quelque chose de rugueux et de brut. Ensuite vient le bois qui offre des formes plus nobles, plus pures, et qu'il faut traiter comme un artisan. Finalement, intervient le métal et le marbre qui sont à la fois plus fins et moins vulnérables. L'ensemble de ces matières sont découpées et travaillées pour former des monoblocs à double face. La première nous montre la silhouette en deux dimensions, tel qu'il se présentait dans le dessin initial, tandis que la deuxième face enferme la silhouette dans un montage en trois dimensions.»

Sport International: «Cette dernière étape est à la fois l'aspect le plus intéressant et le plus abstrait de votre travail.»

Gérard Wibin: «Tout à fait. Mais il faut considérer la taille des oeuvres. Certaines d'entre elles ont plus de trois mètres. Elles invitent le spectateur à une participation. On peut tourner autour d'elles, les toucher. Je suis ravi lorsque je vois des jeunes enfants qui veulent monter dans la structure pour s'y loger et découvrir les différentes sensations que propose au toucher le mélange des différentes matières. A partir de ce moment-là, il y a participation par jeu, prise de possession de l'oeuvre. Car l'art est un moyen, un code de communication que l'on peut s'approprier.»

Sport International: «Cette communication serait l'expression d'une forme d'amitié par le sport?»

Gérard Wibin: «Oui, si l'amitié naît d'abord de la complicité, de l'esprit du jeu et de la solidarité.»

08
 Août 93. On court à Tours (France). Trente-sixièmes championnats du monde d'athlétisme avec à la clef 14 records du monde militaires. Pendant ce temps-là, Zelesny, capitaine de l'armée tchèque bat à Sheffield le record du monde du javelot.

Septembre 93. Symposium à Rome (Italie). Encadré par la réunion tripartite (sports, médecine sportive, académie), le Symposium ouvre la porte à la réalisation probable d'un vieux rêve : celui de l'organisation des Jeux Mondiaux Militaires. Date prévue : septembre 1995 à Rome.

August 93. 41st Military Pentathlon World Championships at Skive, Denmark. A smashing victory by the Chinese in the men's division: Guo, Yang and Wei took the first three places and the team trophy. In the women's division, the Danes, at home, almost duplicated the Chinese's feat: a team title and the first two spots for Johansen and Olsen.

August 93. 25th Modern Pentathlon World Championships in Banska Bystrica, Slovakia. It was a clean Eastern European sweep:

1. Katona (Hun),
 2. Tsigipov (Rus),
 3. Timosenko (Ukr).
- Team classification:
1. Hungary,
 2. Ukraine,
 3. Russia.

Septembre 93. 11èmes championnats du monde de cyclisme à Zottegem. Triomphe autrichien sur route : Totschnig remporte l'épreuve en ligne; l'équipe d'Autriche, celle du contre la montre par équipe. Le Belge Bollen emporte l'épreuve du cyclo-cross.

Septembre 1993. 31èmes championnats du monde de natation à Riccione (Italie). 12 nouveaux records du monde militaires. Les Russes Koustov et Prokhorov dominent le plongeon masculin. Les filles russes enlèvent tous les titres féminins. Les Italiens dominent en natation masculine et enlèvent le titre en water-polo.

August 93. 26th Orientation World Championship in Szentendre, Hungary. The Swiss Humbel, in the individual category, and his countrymen Bühler and Berger, in the team category, ran away with the men's division. Only the Finn, Mattinen, was not lost in the Swiss avalanche. In the women's division, the Russians were simply unstoppable: the foursome Rahimova, Jaksanova, Smorodina and Nikitina found their way to all the individual and team medals.

September 93. 23rd Parachuting World Championship at Kayseri, Turkey. In the men's division, they competed on a more or less even keel; two Frenchmen, Lubbe and Bernacht and the Slovenian Pogacar won individual medals, while the Czech and Russian teams shared the spoils in the team category. The Russian ladies were practically inaccessible: only the Moroccans were able to scrounge a victory away from them.





Ballet on astroturf



by **Marc Vandenplas**
and **Francisco Pardieu**, Capt, USAF

One could already get a whiff of the approaching winter season even though it was the middle of autumn, when began in the outskirts of Cologne, the 5th Military World Field Hockey Championship. Although the icy rain, that showered the final game of the championship, was short-lived, it is no less true that mittens, thick socks, and warm coats were the uniform of the day for the probable spectator that decided to brave the elements to follow the matches disputed in the neat stadium of Hürth.

The spectators, courageous enough to face the cold, must be grateful to their bravery, because there were plenty to see during the week-long competition. Goals galore, spectacular matches with fast and offensive style of play and open confrontations pairing different philosophies were on the daily menu for every field hockey enthusiast.

However, it would not unfair to state that the bulk of the entertainment was ensured by the four teams reaching the semifinals. Germany, the uncontested winner, Russia, the unlucky finalist, as well as Pakistan, the bronze-medal winner and Holland were always one step ahead of the rest of the participants at this championship. The only flaw in the whole program came surprisingly at the end. A one-way final whose interest took a dive inside of a quarter of an hour, because of two goals too prematurely conceded by the Russians caught unaware. Forced to go forward, they left their flanks exposed to some murderous counterattacks from the Germans. Fortunately, the fine display offered during the semifinals by the impressive foursome had already given us plenty for our money. Nevertheless, the Germans had the good sense, during this somewhat abbreviated final, to put on a goal scoring exhibition- seven in all. It was a fitting finale for this ballet on astroturf.



LES ROIS DU PC

par Marc Vandenplas

Pas de panique! Nous ne sommes pas partis pour un énoncé sur les vertus de l'informatique ou les secrets de la tactique militaire : le terme PC, lorsqu'appliqué au hockey, veut tout simplement dire penalty corner. Mais sachez aussi que c'est l'une des armes les plus redoutables mises à la disposition des attaques de la planète. Mais alors qu'est-ce que le penalty corner? A vrai dire, hormis les pratiquants de hockey, peu de personnes peuvent l'expliquer. Ils peuvent tout juste se borner à vous expliquer que c'est une pénalité qui est jouée de la manière la plus bizarre qui soit. Ils peuvent bien vous dire qu'ils ont vu, avec surprise, quatre voire cinq défenseurs plus un gardien qui ressemblent au Masque de Fer prendre place dans leurs buts derrière la ligne de but; qu'ils ont admiré un attaquant, placé sur cette même ligne de but mais pratiquement au bord du cercle (celui-ci étant le pendant du rectangle en football), prendre tout son temps pour adresser une balle précise à ses coéquipiers de l'attaque qui sont placés en embuscade en dehors du cercle mais en face du but adverse. Mais ces profanes du hockey n'ont toujours pas compris pourquoi un joueur de l'attaque s'agenouillait pour stopper la balle, et que, lorsque le tir d'un de ses coéquipiers adverses partait de son stick, il y avait plusieurs mecs assez fous pour courir vers cet obus afin de l'empêcher

d'entrer dans le but. Si vous comptez sur nous pour vous expliquer toutes les subtilités de ce penalty-corner, vous serez mieux avisé de consulter le Hockey Rules Board. Nous pouvons toujours vous sussurer à l'oreille que ce " coup de stick arrêté " est une sanction grave mais qui vient en-deça du penalty-stroke, l'alter-ego du penalty en football. Mais ce qui est le plus important à savoir - nous avons fini par y arriver- c'est que c'est l'un des moyens le plus utilisé pour tromper la défense adverse.

Il ne faut pas être très perspicace pour observer que, dans le sport collectif moderne, celui qui se montre performant sur les phases dites arrêtées a bien souvent le succès au bout du pied, de la main ou du stick. Devant des défenses renforcées, au physique toujours de plus en plus impressionnant et n'hésitant que rarement à recourir à la faute dite nécessaire, l'attaquant doit souvent compter sur le coup de pénalité pour tromper la vigilance du gardien adverse.

Et le hockey ne faillit pas à la tradition. C'est ainsi que bon nombre de buts au cours de ce mondial militaire furent marqués sur pénaltys-corners.

Et c'est finalement l'Allemagne qui s'est montrée la plus habile, et de loin, dans l'exercice qui l'a emporté. Son entraîneur, Dieter Schmidt d'Osternienburg, nous explique l'habileté de son équipe dans

l'exercice: "Ily a quelques semaines, l'équipe d'Allemagne junior a été sacrée championne du monde en Espagne en battant le Pakistan 3-0 en finale. Par chance, j'ai pu compter, dans mon équipe, sur l'apport de cinq joueurs, le gardien Reitz, Kunz, Gemmrig, Helwig et Warweg, qui ont fait partie de cette épopée victorieuse. Kunz était le tireur attiré et les autres étaient tout à fait familiarisés avec les différentes variantes utilisées pour les pc par l'équipe allemande lors de son triomphe espagnol. Je n'ai dès lors pas dû me creuser les méninges et j'ai pu utiliser les combinaisons imaginées par l'entraîneur des champions juniors. Pendant les trois semaines de préparation, nous les avons peaufinées avec le résultat que vous savez."

Un résultat des plus probants puisqu'en demi-finales, par exemple, contre la redoutable équipe de Hollande, les cinq buts allemands ont été obtenus à la suite d'autant de pc. Mais résumer la performance des Allemands à la simple réussite de pc serait méconnaître la qualité du jeu d'une équipe allemande qui était vraiment au-dessus du lot. Même le forfait de son joueur vedette Oliver Kurtz, victime d'une déchirure musculaire à la veille du championnat, n'a pu entraver la marche victorieuse d'une équipe qui n'a concédé qu'un seul match nul au cours du tournoi : 2-

2 contre le Pakistan qui avait été sauvé à de multiples reprises par ses piquets : " Outre nos champions mondiaux juniors, d'autres grands joueurs composent notre équipe, explique Dieter Schmidt puisque le gardien Reitz (champion olympique) que Hendrik Lange et Gotz Muller font partie de l'équipe nationale senior. Quant aux autres, ils appartiennent tous à des clubs de Bundesliga. Lorsqu'on connaît le niveau d'ensemble du hockey allemand, au faite de la hiérarchie mondiale depuis des lustres, cela démontre la qualité de l'équipe."

L'équipe d'Allemagne a fait preuve, dans son jeu, d'une discipline et d'une rigueur assez remarquables chez des jeunes joueurs. Un physique au-dessus de tout soupçon, une technique sans faille et l'application des systèmes de jeu simples mais efficaces ont fait la différence. Car s'il faut pouvoir marquer des pc, encore faut-il se les procurer. A chaque match, l'équipe d'Allemagne en a bénéficié d'une multitude, prouvant à chaque fois sa domination dans le jeu.

La manière dont l'Allemagne a dominé l'équipe de Russie en finale sur le score de 7-0 avait de quoi impressionner le public qui avait pris place dans le stade de Hurth.

On attendait monts et merveilles de cette finale car l'équipe de Russie, tout au long de ce tournoi, avait conquis les fervents du stick par son jeu alerte, rapide et tourné résolument vers l'offensive : " Il ne faut pas juger les Russes sur le simple résultat de ce match expliquait l'entraîneur allemand Dieter Schmidt. Ils ont vraiment été pris à froid par deux buts survenus en tout début de partie.

Lorsqu'ils sont revenus dans le match, ils ont été à deux doigts de marquer. Ce qui aurait changé la partie. Mais au lieu de concrétiser les trois occasions qu'ils ont eues, ils en ont pris un troisième en contre. En sport, si vous n'êtes pas réaliste... Mais cela n'enlève rien au niveau de cette équipe. Elle est composée des membres de l'équipe de Samara championne de Russie.

Pour situer le niveau, il faut savoir que lors du championnat qui met aux prises les anciens Etats de la défunte URSS, l'équipe de Russie a terminé deuxième derrière la Biélorussie. Ils comptent plusieurs joueurs qui ont représenté auparavant l'URSS dans les grandes compétitions internationales. Sergej Pleschakow, Lieutenant-Colonel de son état, a participé par exemple à quatre Olympiades."

Cette équipe d'Allemagne était tout simplement inabordable.

Ce sont indéniablement les meilleurs qui ont gagné. Démonstration sur le terrain et dans ces deux derniers matches décisifs qu'elle a survolés. C'est une équipe de classe internationale qui l'a emporté. Cela ne fait que rehausser le niveau de ces championnats.





ROME

Dominique DELVIGNE

C'est à Rome que les participants du dernier Symposium se sont retrouvés l'espace de 7 jours. Les symposiums, organisés une fois l'an par le CISM, sont souvent le théâtre de grandes réflexions de fond sur notre organisation. A l'heure où le CISM connaît une période de "changements dans la continuité" - il suffit de penser entre autres au projet Eurosport, au programme de solidarité -, le thème de l'édition 1993 s'inscrivait tout à fait dans ce cadre. En effet, le futur du CISM interroge, interpelle, préoccupe bon nombre d'entre-nous. Il était important d'analyser ensemble, en concertation, cet avenir afin que chacun puisse se rendre compte des enjeux que représentent les années 90. Ceux-ci sont de taille : reconnaissance auprès du CIO, organisation probable des Jeux Mondiaux en 1995, autant de défis que les participants du défunt Symposium de Rome se disent prêts à relever. Le Colonel Van Meerbeeck, spectateur averti de ce rassemblement romain, peut sans doute mieux que quiconque apporter un regard éclairé sur l'événement étant donné qu'il a servi le CISM pendant de nombreuses années. Son dévouement, sa disponibilité et son expérience au sein de la maison CISM ne sont plus à présenter.

1993 avant 1995 ?

Une réflexion mûrie

Tous les ingrédients étaient réunis à Rome pour que ce Symposium se révèle efficace et constructif. Plus de 30 nations avaient répondu présentes à l'invitation de la délégation italienne. "Ce fut réellement une réussite", affirme tout de go le Colonel Van Meerbeeck. "Il faut savoir que ce Symposium s'inscrivait à la suite de 2 étapes importantes qui avaient démontré la volonté des membres du CISM de réfléchir sur l'avenir de l'organisation. Déjà en 1992, à Olympie, un désir ardent d'être reconnu et de graviter dans les sphères d'influence du CIO s'était manifesté. Par la suite, un questionnaire avait été rédigé. Cette enquête devait nous permettre de faire le

point de la situation dans les Forces Armées de chaque pays membre et d'estimer leur évolution à tous les niveaux. Le dépouillement des réponses fut éloquent à double titre. "En effet, le pourcentage des réponses fut très élevé. Les Européens tiennent d'ailleurs le haut du pavé avec 100% de réponses. Globalement, nous avons recensé 70% de réponses. Nous avons également constaté que dans certains pays la suppression du service militaire allait, à court terme, se faire sentir au niveau du nombre d'athlètes performants. Cette suppression est à analyser parallèlement avec la diminution des militaires de carrière".

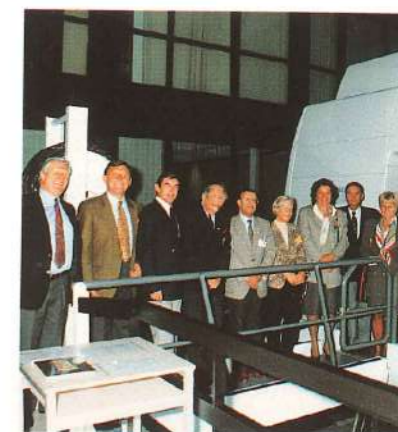
Mondiaux Militaires en 1995. Cette proposition eut le mérite d'en faire rêver plus d'un. Si pareille manifestation voit le jour, le CISM par l'intermédiaire de ses Jeux Mondiaux, deviendrait l'égal des Jeux Olympiques, des Universiades, des Paralympics et des World Games.

L'intérêt d'une telle organisation saute aux yeux. Le CISM s'exprimerait au niveau mondial, aurait l'occasion de présenter à la planète ses disciplines encore trop méconnues et surtout deviendrait un interlocuteur de poids en matière de sport de haut niveau.

Approbation du CE et de l'AG

Un premier texte officiel a été rédigé par les cinq (5) membres de l'Académie. Le Général de Division Duguet, le Lt-Colonel Pilot, le Colonel Zechner, le Médecin Colonel Major Fayala et le Colonel Mignon ont ainsi remis à la délégation italienne une première approche des sujets brûlants qu'une telle organisation engendre. Parce que rien ne devra être laissé au hasard, et parce que le temps presse, mine de rien, même si l'échéance est dans 2 ans, l'Académie veut que l'Italie et le CONI aient la possibilité de réfléchir à ce projet gigantesque. Quels seront les sports concernés, quand se déroulera la manifestation, quid de la cérémonie d'ouverture et de clôture,...? Sans oublier les questions liées à l'information, aux communications, au sponsoring et au marketing qui seront évidemment débattues dans un proche avenir. "Le programme à venir est simple : il est bien évident qu'une telle organisation doit rencontrer l'avis favorable des organes officiels du CISM à savoir le Comité Exécutif et l'Assemblée

Générale. Les prochaines réunions au Koweït d'une part et en Turquie d'autre part décideront de la suite à apporter à ce projet. Mais quand on connaît la volonté de la plupart d'entre-nous de s'immiscer au rang des grandes organisations sportives internationales et



quand on sait que le Président de l'IAAF, Primo Nebiolo en personne, encourage notre entreprise, il y a de fortes raisons de rester optimiste".

Au terme du Symposium de Rome, après avoir vu la détermination de la délégation italienne épaulée par le puissant CONI, on se dit que le CISM compte en ses rangs de véritables



"locomotives" capables, par leur seule foi en l'idéal du sport, de rassembler autour d'elles des dizaines de nations pour la promotion de l'Amitié par le Sport.

000000



LES «PERFS» AU BOUT DE LA FOURCHETTE

Que pleuvent les records !

S'il existe un dénominateur commun entre tous les amateurs d'exploits sportifs, c'est sans conteste celui qui verrait les athlètes battre sans cesse des records au prix de prestations enlevées. Quelle joie immense pour les spectateurs d'assister en direct à l'avènement d'un nouveau champion, à l'éclosion d'un athlète hors normes. Quelle satisfaction pour le sportif également d'atteindre des sommets qu'il n'osait espérer.

Le sport engendre encore certains rêves. C'est tout le bien qu'on lui reconnaît. Il permet d'arrêter le temps l'espace de quelques heures, quelques minutes voire quelques secondes. Sans lui, notre insouciance, notre candeur seraient orphelines. Il va sans dire que pour atteindre cette perfection dans le dépassement de soi, dans le jusqu'au-boutisme, les élites sportives doivent recourir à de multiples méthodes d'entraînement. Confrontés quotidiennement à des efforts intenses, ils doivent s'astreindre scrupuleusement à une hygiène de vie on ne peut plus saine. La diététique du sport, de plus en plus présente de nos jours, fait l'objet de nombreuses études dans les sphères du monde des sportifs. Sport International a décidé de se pencher un instant sur ce sujet puisque le CISM regorge d'athlètes de haut niveau qui, à n'en pas douter, bradent volontiers (?) le "steak frites" du dimanche pour un repas allégé qui leur sied mieux.

Pour nous entretenir de l'alimentation du sportif - sujet où l'on trouvera à boire et à manger - le Docteur Didier Potdevin, spécialiste de la question et sportif affirmé à ses heures perdues.

Les suédois précurseurs

De nombreux travaux ont été réalisés pour établir une diététique sportive tenant compte de l'effort sportif et de l'individu. "L'équipe suédoise du Dr Bergstrom", enchaîne le Dr Potdevin, "composée de spécialistes en alimentation, a étudié l'influence de l'alimentation lors d'efforts intenses permettant d'aboutir à l'accroissement au niveau du muscle de la substance sucrée que le foie met en réserve, le glycogène. Une augmentation du stock de glycogène musculaire permettrait de maintenir plus longtemps un effort important ou d'améliorer les performances".

D'autres travaux sont venus étayer les premiers résultats acquis. La conclusion pratique de ces expérimentations fut la mise au point du régime scandinave comportant une

alimentation très riche en aliments sucrés. Les résultats ont confirmé cette découverte notamment dans les épreuves de ski de fond. En 1969, le vainqueur de l'épreuve du Marathon à Athènes avait adopté ce régime avec comme résultat une victoire éclatante puisque le second accusait un retard appréciable sur la ligne d'arrivée. Plus près de nous, en 1984, le champion cycliste italien Francesco MOSER doit son record du monde de l'heure sur piste au régime scandinave.

Le glycogène et les graisses de réserve

Il est établi que lors d'efforts intenses, le corps combure le glycogène mais également les graisses de réserve siégeant dans les tissus graisseux. Après un effort sportif, il faut reconstituer le stock de glycogène plus ou moins entamé. *Or, une alimentation normale, comportant selon les conseils habituels 50% de glucides, ne peut reconstituer le stock à son niveau initial ou du moins suffisamment rapidement. Il faut savoir qu'un entraînement intensif de plusieurs jours épuise les réserves en glycogène. Un laps de temps plus ou moins égal est nécessaire pour compenser cette perte. D'autre part, un entraînement bien conduit permet l'utilisation des graisses pendant l'effort ce qui économise le combustible si précieux qu'est le glycogène.*" Sachant que l'alimentation habituelle, si bien codifiée qu'elle soit, est dans l'incapacité de répondre aux exigences d'un effort soutenu, la solution apparaît clairement : il faut accroître la capacité du muscle à stocker le glycogène. "Les travaux de Bergstrom ont montré que si l'on épuisait au préalable par des efforts très intenses les muscles appelés à être mis sous pression physique, il était impossible d'augmenter, lors de la récupération, les stocks de glycogène et donc de poursuivre plus longtemps un exercice à vitesse élevée".

La solution synonyme d'alimentation saine

La solution diététique consiste à administrer une nourriture riche en aliments sucrés du type riz, pâtes, pain, céréales après avoir au préalable épuisé grâce à des exercices intensifs les réserves de glycogène. Ceci est à la base du régime hyper-glucidique qui semble avoir fait ses preuves depuis son instauration. On le constate, à l'écoute du Dr. Potdevin, la diététique sportive prend de l'ampleur. Elle est considérée par les entraîneurs et les sportifs comme source de résultats ou du moins de mise en forme propice aux bons résultats. Plus personne n'en doute. Chacun agit en fonction de la discipline exercée. *"Le glycogène n'est pas la seule substance*



nécessaire aux sportifs. L'acide glutamique (farine de blé complète, son, noisette, amande) protège certaines fonctions cérébrales sensibles et absorbe l'excès d'amoniaque. Les vitamines B 15 ou acide pangamique (découverte par le Dr. Krebs) activent les phénomènes d'oxydation et de respiration cellulaire, facilitant ainsi l'utilisation de l'oxygène par les tissus. Elle accroît aussi le taux de sucre de réserve organique, le glycogène dans le foie, dans le muscle. Elle est présente dans le foie de cheval,

le sang de boeuf, la levure de bière, les noyaux d'abricots.... rarement considérés comme produits de consommation courante! L'acide pangamique est habituellement pris sous forme médicamenteuse (capsules) par le sportif. L'eleuthérocoque, racine d'arbrisseau, augmente les possibilités de travail et d'efforts tant sur les capacités physiques qu' intellectuelles. On l'utilise pour combattre le stress, bien connu des sportifs de haut niveau. Enfin signalons la cartinine qui joue un grand rôle dans la contraction musculaire et dans la récupération après l'effort. Cette notion, déjà fort importante dans la vie quotidienne, prend un aspect majeur dans le domaine sportif".

Il reste évident que les performances sportives ne sont pas exclusivement liées à l'alimentation du sportif. Les aléas du sport existent pour démontrer que d'autres facteurs entrent en ligne de compte. Néanmoins, le respect d'une certaine hygiène de vie alimentaire augmente certainement les chances de résultats et permet au sportif de se présenter dans les meilleures conditions pour étaler ses capacités physiques aux yeux du monde.

Néanmoins, après ces conseils



avisés, il restera toujours des amateurs d'hamburgers et autres hot-dogs badigeonnés de ketchup...mais ceux-ci se trouvent dans les tribunes, pas sur les pistes!

Dominique DELVIGNE



CISM on RAI 3. During the Symposium held in Rome, General Duguet, president of CISM, Colonel Pilot, Secretary General, the continental Vice-Presidents, Colonel Zechner and Colonel Potin, and Colonel Gola were invited to appear live in the studios of RAI 3 to present the activities of CISM.

Colonel Potin visited CISM during the month of September. As member of the commission for information, he attended the statutory meeting of the commission. He didn't show up empty handed. Colonel Pilot was very pleased to receive some very beautiful pieces of Senegalese art.



Life in CISM

La Vie au CISM



Dîner de clôture du congrès de l'AGFIS qui a eu lieu à l'Hennala Hall de la garnison de Lahti et organisé par le Régiment des forces armées finlandaises. Au centre de la photo, le Docteur Un Yong Kim, président de l'AGFIS, entouré par des figures du CISM bien connues.

Les huit nations participantes présentes autour du maire-adjoint de Cologne au cours de la réception offerte à l'hôtel de ville à l'occasion des championnats du monde militaires de hockey.



CONCOURS KODAK

LA SUISSE

ET LE PENTATHLON MILITAIRE A L'HONNEUR

La seconde édition du concours Kodak, récompensant les meilleures photos prises au cours des championnats du CISM et magnifiant la devise du CISM " Amitié par le Sport " a livré son verdict. Le fait que les trois photos primées illustrent à chaque fois le pentathlon militaire n'est pas dû à un simple concours de circonstances. Comme les spécialistes du sport le savent, les sports multidisciplinaires, tels que le décathlon ou toutes les formes de pentathlon, développent d'une manière spectaculaire les liens d'amitié qui unissent les concurrents. Visionnez les images des arrivées de la dernière épreuve de ces disciplines et vous verrez tous les athlètes se congratuler et tomber dans les bras les uns des autres. Certes, la victoire a son importance mais la concurrence est vécue d'une manière beaucoup plus saine que dans les autres épreuves sportives. Le pentathlon militaire qui a eu lieu en 1992 à Bremgarten n'a pas failli à la tradition.

La délégation suisse avait soigné plus que toute autre la couverture médiatique et photographique de cet événement. Cet effort a été couronné de réussite puisque l'organisation fut un modèle du genre mais aussi parce que l'un de ses photographes, qui resta à l'affût pendant cinq jours durant, a remporté deux prix : le 1er Sergent suisse Dominique Baumann a remporté les premier et troisième prix (respectivement 300 et 100 dollars) du concours grâce à deux superbes photos : vous constaterez que le noir et blanc sied magnifiquement bien à la photo d'action. Une dame également à l'honneur : l'Américaine Kimberly Kresnak, photographe amateur, qui a remporté la deuxième place (200\$) et qui a eu le doigt suffisamment alerte pour immortaliser les moments de joie du vainqueur de l'épreuve le Chinois Zhong Li, partagés par un concurrent tout aussi heureux que lui.



1^{er} prix : 1er Sgt Dominique Baumann (SUI)



2^{ème} prix : Kimberly Kresnak (USA)



3^{ème} prix : 1er Sgt Dominique Baumann (SUI)