

FEUILLE D'INFORMATION

XIIIe CONGRÈS OLYMPIQUE

THÈME 5 : LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

SEPTEMBRE 2009



1. LE THÈME ET LES SOUS-THÈMES

Le cinquième thème du Congrès consacré à la révolution numérique est divisé en trois sous-thèmes :

1.1 Une nouvelle gestion des droits sportifs

1.2 Comment accroître l'audience en sport ?

1.3 La communication avec les diverses parties prenantes à l'ère du numérique

Dans les quinze dernières années, les progrès technologiques – et surtout de la technologie numérique – ont révolutionné les modes de transmission des images sportives à travers le monde.

La télévision, seul média qui jusqu'alors permettait aux publics de regarder les grandes manifestations sportives partout dans le monde, a désormais été rejointe par les écrans d'ordinateur, les organisateurs personnels et téléphones mobiles, autant de plateformes possibles grâce aux capacités toujours croissantes d'Internet et de la bande passante.

De tels changements significatifs dans le paysage médiatique amènent à penser naturellement qu'il se peut que les modèles actuels de gestion des droits médiatiques du Mouvement olympique ne soient plus adaptés.

Dans le cadre de toute évaluation des orientations que devrait retenir le Mouvement olympique en vue de la révision de ses politiques de gestion des droits sportifs, il est important de tenir compte de l'influence qu'a déjà la révolution numérique sur les modes de retransmission des Jeux par les diffuseurs détenteurs de droits, en termes bénéfiques et moins bénéfiques.

Les transformations numériques offrent un potentiel fantastique pour modifier les modes de retransmission des images, sans parler de l'exploration des moyens divers et ciblés de diffuser un contenu à différents types de publics. Ceci s'avère particulièrement pertinent lorsqu'il s'agit de renouveler l'intérêt pour le sport de compétition des générations plus jeunes.

Ce que le CIO va devoir envisager avant tout c'est s'il ne devrait pas produire de nouveaux contenus sur les Jeux pour augmenter le nombre de spectateurs et élargir sa gamme de publics.

L'un des avantages évidents des médias numériques c'est qu'en rendant le contenu disponible par tant de canaux différents, ils augmentent effectivement le temps de diffusion et offrent aux spectateurs et aux utilisateurs d'Internet un accès plus large à un plus grand nombre de compétitions qui ont toutes lieu durant les Jeux Olympiques.

Autre avantage de la révolution numérique, c'est qu'elle propose un nombre plus important et plus varié de possibilités de communication entre les différents organismes et partenaires du Mouvement olympique, qu'il s'agisse du CIO, des FI, des CNO des athlètes et des COJO ainsi que des partenaires commerciaux et non commerciaux et des médias.

À présent, la question qui se pose au Mouvement olympique est celle de savoir comment il peut tirer le meilleur avantage des transformations numériques pour servir au mieux ses très nombreux partenaires.

En ce qui concerne les médias, étant donné que la convergence de plateformes devient de plus en plus commune, quelles sont les ramifications pour les types de médias spécialisés (agences de presse, presse imprimée, images animées, Internet) ? Et comment le CIO devrait-il réagir à ces changements pour assurer la meilleure, la plus efficace et la plus large retransmission du contenu des Jeux ?

Ce sont là des interrogations considérables et fascinantes. Leur examen attentif ne peut avoir pour résultat que celui de transmettre les Jeux à un nombre toujours plus grand de spectateurs de la manière la plus appropriée, la plus ciblée et la plus intéressante qui soit.



2. LE MOUVEMENT OLYMPIQUE EN LIEN AVEC LA SOCIÉTÉ

La révolution des médias numériques a marqué la société actuelle autant que la révolution industrielle a influé sur le monde à la fin du siècle précédent.

Nul besoin de souligner l'impact qu'une stratégie numérique bien réfléchie de l'un des mouvements sociaux les plus importants, le Mouvement olympique, peut avoir sur la société.

De nos jours, des millions de personnes suivent déjà les manifestations sportives sur des appareils numériques et en utilisent certains pour se former ou pour entraîner.

La révolution n'en est cependant qu'à ses débuts et d'autres outils permettront à la communauté sportive d'en tirer avantage dans leurs activités sportives.

3. ORDRE DU JOUR ET CONFÉRENCIER PRINCIPAL

Le thème 5 consacré à la révolution numérique sera débattu le lundi 5 octobre au matin en séance plénière, suivi d'une répartition en groupes de discussion pour chaque sous-thème.

Le conférencier principal en séance plénière sera **Sir Martin Sorrell**, président-directeur général de WWP.

Sir Martin Sorrell présente une connaissance approfondie des médias numériques et de leur récente évolution, ce qui permettra au Congrès d'étudier les tendances à venir et les évolutions ultérieures.

Sorrell est largement respecté dans l'industrie de la publicité, et ses paroles sont écoutées et citées par beaucoup dans le monde du marketing.

Pour plus d'informations / idées de sujets :

- Interview de Sir Martin Sorrell dans la Revue olympique de septembre 2009

4. CAS D'ÉTUDE

a) Une nouvelle gestion des droits sportifs

- La révolution numérique permet au mouvement sportif d'explorer les diverses modes de vente des droits, regroupés en une seule offre pour la télévision et le numérique ou répartis en fonction de territoires donnés entre la télévision, l'Internet et le matériel mobile.
- La gestion des droits sportifs et notamment celle des droits de télévision a été régulièrement révisée au cours de la dernière décennie. Lors d'une évolution récente, le CIO a décidé de négocier les droits de télévision en Europe avec chaque marché séparément au lieu du contrat groupé précédent avec l'UER.

➤ Pour plus d'informations / idées de sujets :

- Sujets de nouvelles sur les différents contrats de droits de télévision sur www.olympic.org.

b) Comment accroître l'audience en sport ?

- Les Jeux à Beijing en 2008 furent les premiers à bénéficier d'une couverture entièrement numérique dans le monde entier, avec des diffuseurs détenteurs de droits qui proposaient des images sur Internet et téléphones mobiles.
- Le CIO a également lancé sa propre chaîne Internet : « Beijing 2008 » pour diffuser des séquences vidéo dans les territoires où les droits de séquences vidéo à la demande n'avaient pas été vendus. Les progrès du « blocage géographique » et autres techniques anti-pirate ont permis au CIO de garantir l'exclusivité numérique dans les pays concernés. Il a enregistré plus de 200 millions de spectateurs.



- Un nombre record de six millions de spectateurs a été décompté durant les Jeux à Beijing sur www.olympic.org. Avec un total de 25,5 millions de pages visionnées et un intérêt tout particulier pour les vidéos (1,2 million de visionnage) et le jeu vidéo en ligne proposé sur le site (avec plus de deux millions de pages visionnées)
- Le CIO s'est récemment engagé sur les sites Internet de réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter.com.

Pour plus d'informations / idées de sujets :

- www.olympic.org
- Twitter
- Facebook
- YouTube
- Vidéos éditées et séquences brutes sur les sujets du Congrès consacrés à la révolution numérique avec des citations de Mark Adams, directeur de la communication du CIO, et de Leo Laporte, créateur d'un certain nombre de projets de diffusion à technologie similaire et qui a contribué à d'autres projets.

c) Communication avec les diverses parties prenantes à l'ère du numérique

- Le CIO s'est engagé au cours des dernières années dans une stratégie 3-Net avec Internet, des extranets et un intranet pour son personnel.
- Les extranets jouent un rôle particulièrement important dans la renommée des Programme de transfert des connaissances des Jeux Olympiques (OGKM) et dans la relation avec les partenaires TOP. Concernant cette dernière, la validation de l'usage des marques est entièrement numérisée.
- L'intranet a eu au cours des trois dernières années un effet positif sur le flux de l'information au sein du CIO.

Pour plus d'informations / idées de sujets :

- Extranets et intranet du CIO

5. AUTRES INFORMATIONS

Voir toutes les autres informations et idées de sujets sous chaque sous-thème au chapitre 4.

Autres informations générales :

- Programme du XIIIe Congrès olympique
- Feuilles d'information sur chaque thème
- Feuille d'information sur les congrès précédents
- 12 messages vidéo sur les différents sous-thèmes
- Revue olympique septembre 2009
- Suivez le Congrès sur Facebook et Twitter.com.

IMPRESSUM

SERVICES MÉDIAS DU CIO

Septembre 2009

Une publication du

Pour plus d'informations, contacter :



COMITÉ
INTERNATIONAL
OLYMPIQUE

Château de Vidy,
1007 Lausanne, Suisse

Le bureau de presse
+41 21 621 6111[...] et
press.office@olympic.org