

LE PROGRAMME OLYMPIQUE INTERNATIONAL DE COMMERCIALISATION

par *RICHARD W. POUND*

MEMBRE DE LA COMMISSION EXÉCUTIVE DU CIO

Le 28 mai 1985, au château de Vidy, le Président du CIO, S.E. M. Juan Antonio Samaranch, signait avec ISL Licensing AG (ISL), Suisse, un accord qui pourrait bien faire date. (Voir *Revue Olympique*, juillet 1985, page 384). Cet accord donnait le feu vert au Programme TOP*, premier programme de commercialisation véritablement international englobant l'ensemble du Mouvement olympique.

Le programme TOP, dont la coordination doit être assurée par ISL, a été lancé par le Comité International Olympique dans l'optique d'aider les Comités Nationaux Olympiques (CNO), les Comités d'organisation (COJO) et les commanditaires mondiaux proprement dits dans leurs activités de parrainage liées au Mouvement olympique. Le CIO pense que ce programme, qui sera mis en œuvre sous sa direction, contribuera au succès des activités à la fois des CNO et des COJO, ce qui permettra ainsi d'accroître les revenus tirés de telles activités. Un autre aspect essentiel de ce programme sera le partage des revenus provenant des contrats de commandite avec les CNO participants des pays en développement dans lesquels il n'y aurait sans cela que peu ou pas de possibilités de s'engager dans des activités semblables. Des revenus qu'il tirera du Programme TOP, le CIO en allouera une grosse partie (plus de 70%) aux CNO.

Le Programme TOP qui a demandé plusieurs années de mise au point pour parvenir au stade de l'application proprement dite, a d'abord été envisagé pour pallier les difficultés rencontrées par les COJO dans leurs entreprises de commercialisation à l'échelon international, en relation avec les Jeux Olympiques. La « Charte Olympi-

que » exige que toute entreprise de commercialisation lancée par un COJO sur le territoire d'un CNO donné exige l'accord du CNO en question. C'est pour cette raison que par le passé, il a pratiquement été impossible de lancer des campagnes commerciales efficaces à l'échelon international, étant donné que les commanditaires des Jeux Olympiques étaient obligés de négocier avec le CNO de chaque pays afin de pouvoir utiliser les emblèmes respectifs des différents COJO. Cela rendait le parrainage des Jeux Olympiques beaucoup moins attrayant en tant qu'offre commerciale qu'il ne l'aurait été en d'autres circonstances.

Bon nombre des grands commanditaires mondiaux ayant soutenu le Mouvement olympique et les Jeux Olympiques, pendant de nombreuses années, ont exhorté le CIO à simplifier dans une large mesure la procédure de parrainage au niveau international. Ils ont également indiqué qu'ils seraient prêts à contribuer bien davantage à l'action du Mouvement olympique, si ce dernier était en position d'offrir l'exclusivité à l'échelle du globe. Le Programme TOP est fondé, par conséquent, sur le principe selon lequel, dans certaines catégories de produits ou de services, les commanditaires se verront accor-

der les droits exclusifs internationaux. Evidemment, il était logique que le premier grand commanditaire international dans le cadre du Programme TOP fût la société Coca-Cola, partenaire de longue date du Mouvement olympique et l'un des premiers commanditaires internationaux à avoir réclamé la mise en œuvre d'un tel programme.

Alors que le principe de base en est relativement simple, sa mise au point et son application constituent en revanche une tâche extrêmement complexe et de longue haleine. Il convient en effet d'unir les 160 CNO et plus, les COJO des Jeux de l'Olympiade et des Jeux Olympiques d'hiver, ainsi que le CIO par une série d'accords individuels qui ont demandé plusieurs années de négociation. En fait, le processus de discussion et de négociation avec les CNO se poursuit encore, même si à l'heure actuelle, plus d'une centaine de CNO ont déjà accepté de participer.

Le Programme TOP est axé sur quarante-quatre catégories environ de produits ou services. Il s'agit de catégories pouvant faire l'objet de contrats de commandite sur le plan international, que ce soit en raison de la nature du produit ou service, ou encore de la taille et de la portée internationale des compagnies concernées. Le Programme TOP peut donc envisager des actions locales de commandite dans des secteurs ne figurant pas sur la liste internationale, tels que la banque, les liaisons aériennes et les vêtements de sport. La responsabilité d'assurer la coordination du Programme TOP appartient à ISL. La société, implantée à Lucerne, possède une longue expérience dans le domaine de la commercialisation et de l'octroi de licences, en particulier en ce qui concerne les manifestations sportives. Elle représente un certain nombre de Fédérations Sportives Internationales et compte un impressionnant palmarès à son actif dans le domaine de la coordination des campagnes commerciales pour des manifestations internationales. En dehors des catégories de produits et de services appartenant au Programme TOP, ISL lance plusieurs actions locales de commercialisation pour les CNO qui le souhaitent, afin de maximiser leur potentiel en la matière.

Le Programme TOP, en raison d'une part des droits territoriaux spécifiques des CNO relatifs à l'utilisation et à la commercialisation des emblèmes olympiques, et d'autre part de la combinaison des Jeux de l'Olympiade et des

Jeux Olympiques d'hiver, est un projet nouveau et stimulant. Le CIO et ISL ont accepté tous deux de lancer ce projet à titre d'essai au cours de la présente Olympiade, étant entendu que l'expérience acquise au cours de celle-ci fera l'objet d'une analyse avant de poursuivre avec le même programme, avec un programme remanié ou un tout autre programme.

Les conditions financières de ce programme sont particulièrement intéressantes et se présentent comme suit :

1. COJO

En consultation avec ISL, les COJO s'efforcent d'estimer à un montant raisonnable les droits de commandite qui pourront être demandés pour les diverses catégories de produits et services que recouvre le Programme TOP à l'échelon international. Ces chiffres, ajoutés aux besoins du CIO et des CNO, représentent les objectifs fondamentaux pour le Programme TOP en ce qui concerne la catégorie en question. Les COJO sont les premiers bénéficiaires du Programme TOP étant donné que, pour la première fois, leurs commanditaires et eux-mêmes ne seront pas confrontés à la nécessité de négocier des accords séparés concernant l'utilisation des emblèmes des Jeux dans chaque pays. De leur côté, les CNO en bénéficieront en principe largement, de par l'augmentation des revenus tirés des contrats de parrainage et pour bon nombre d'entre eux, ce Programme leur procurera les premiers avantages financiers liés à de tels contrats.

2. CNO

Tous les CNO qui acceptent de participer au Programme, recevront une somme donnée avec un supplément fixe par athlète concourant aux Jeux. Le CIO a décidé que sur la base des contrats de commandite déjà en cours d'exécution, chaque CNO participant recevra, sur la part des revenus allant au CIO, pas moins de US \$10 000 auxquels s'ajoutent US \$300 par athlète prenant part soit aux Jeux de l'Olympiade, soit aux Jeux Olympiques d'hiver en 1988. A mesure que les contrats de commandite se multiplieront, ces chiffres pourront augmenter considérablement.

Outre ces sommes perçues par l'intermédiaire du CIO, les CNO qui disposent déjà d'un programme de commercialisation, recevront des fonds supplémentaires destinés à compenser les revenus engendrés par leurs activités antérieures.

Ainsi, pour des raisons d'ordre pratique, les CNO se trouvent tous dans une situation qui ne comporte « aucun risque ».

3. **Commanditaires**

Le principal élément novateur du nouveau programme TOP, du point de vue des commanditaires, est que ces derniers pourront obtenir l'exclusivité à l'échelle mondiale pour une catégorie de produits ou de services particuliers. C'est là un avantage très intéressant pour les commanditaires, et les participants au programme TOP estiment que ceux-ci réagiront en conséquence.

4. **CIO**

Le CIO reçoit une part des revenus provenant de ce programme TOP, dont la plus grosse partie (plus de 70%) sera répartie entre les CNO comme indiqué plus haut, CNO qui, pour l'immense majorité, ne disposent pas de programmes de commercialisation à eux.

5. **ISL**

ISL perçoit une commission (de montant variable) en fonction de ses activités et de la partie au nom de laquelle elle négocie (c'est-à-dire au nom du CIO ou de l'un des COJO). Le montant de cette commission est en l'occurrence raisonnable et correspond à la pratique commerciale habituelle.

Naturellement, la décision de participer au Programme TOP appartient à chacun des CNO, mais étant donné que ceux qui ont déjà lancé leurs propres programmes de commercialisation peuvent être assurés de tirer de cette façon les mêmes revenus, sinon des sommes supérieures, il faut espérer que tous pratiquement accepteront d'être partie prenante.

R. W. P

TOP : The Olympic Programme : Le Programme Olympique.