

ments anticipés de partenariat.

Le second avantage supplémentaire de TOP est qu'il a provoqué un accroissement de l'intérêt dans le partenariat olympique aussi bien au sein des CNO que dans le monde des affaires. Comparé à il y a dix ou douze ans, quand seulement une dizaine de CNO bénéficiaient de sponsors, la situation aujourd'hui s'est profondément modifiée: la vaste majorité des CNO bénéficient du soutien financier de partenaires locaux. Leurs revenus proviennent en partie des activités locales d'ISL mais aussi de leurs propres initiatives de marketing, basées généralement sur les règles de marketing établies par TOP.

Ainsi! la vision du CIO telle que proposée par sa commission des nouvelles sources de financement s'est avérée payante. Elle s'est concrétisée par une plus grande indépendance financière des CNO en fournissant des revenus solides, alors même que nous traversons la plus sévère récession depuis les années trente. Sur ce socle, les initiatives de partenariat local ont pu prendre corps, entraînant elles une réduction de la dépendance sur les droits de télévision comme source de revenus. C'est le remarquable résultat obtenu en dix ans par le Programme TOP.

ANDREW CRAIG

Directeur général de ISL Marketing



Partenaire du programme TOP, **Matsushita** a récemment remis du matériel électronique au CIO et notamment des téléviseurs **Panasonic** comme on le voit sur notre photo.

LE CIO TRANSPORTÉ PAR LUFTHANSA

La compagnie aérienne allemande Lufthansa est devenue le transporteur officiel du Comité International Olympique. A ce titre, Lufthansa fait désormais partie des compagnies chargées du transport aérien du CIO pour ses manifestations importantes dans le monde, les sessions, les réunions des commissions et l'important programme des cours de Solidarité.



le compagnie aérienne, dont le réseau dessert plus de deux cents destinations dans quatre-vingt-dix pays, a également acquis une réputation dans le domaine hautement spécialisé du fret aérien et notamment le transport de chevaux de compétition. Son expérience dans ce domaine sera particulièrement utile pour le Musée olympique, désormais très engagé dans la collecte d'oeuvres d'art et autres souvenirs sportifs du monde entier, et qui prévoit de prêter ses expositions aux CNO. Lufthansa offrira aussi un accueil promotionnel au Mouvement olympique international dans ses publications et ses vidéos offertes en vol. Cet important accord prolonge le soutien de longue date que Lufthansa apporte au sport, il ajoute un partenaire au programme des fournisseurs du CIO qui compte déjà les assurances John Hancock et Daimler-Benz.