



# Le CIO et la presse



## La genèse

A Athènes en 1896 lors des premiers Jeux Olympiques de l'ère moderne, une douzaine de journalistes - si l'on en croit les rapports de l'époque - ont rendu compte des joutes sportives qui virent s'affronter 280 concurrents de 13 pays. A Atlanta, quelque 17 000 représentants des moyens d'information assureront la couverture instantanée des Jeux de la XXVIe Olympiade, Jeux du Centenaire, en direct absolu, utilisant les dernières technologies qui permettent d'atteindre sans délai chaque recoin de la planète et répercutent les exploits des 10 000 athlètes représentant les 197 CNO.

Un siècle est passé au cours duquel la société mondiale a connu de profondes mutations et un prodigieux développement technologique. Les Jeux Olympiques sont devenus, comme le souligne le Président du CIO *"l'événement social le plus important de la fin du XXe siècle"*. Aujourd'hui, les médias assurent de par leur nature :

- le compte rendu des Jeux Olympiques et des activités du Mouvement olympique. Car si les Jeux en sont la manifestation phare, il n'en existe pas moins une structure sous-jacente composée du Comité International Olympique, des Fédérations Internationales sportives, des Comités Nationaux Olympiques et des comités d'organisation qui ont leurs activités propres et qui font aussi l'objet de l'attention des médias. Ce sont les médias qui lors de la célébration des Jeux Olympiques diffusent le message olympique sur les cinq continents.

- le développement d'une nouvelle technologie qui au fil des ans s'est affirmée non seulement comme "medium",

par Michèle Verdier

moyen de communication universelle. outil de culture et de propagation de courants dominant la société du moment, mais aussi comme industrie puissante, soutenue par des grands groupes financiers pour qui le sport et surtout les grands événements comme les Jeux Olympiques ne sont pas seulement occasion de reportage - au sens premier du terme - mais matière à programme et à programmation. C'est en effet la possibilité d'acquérir la retransmission exclusive sur un territoire donné qui confère aux joutes olympiques leur valeur financière.

Dans le domaine des médias, le CIO se doit de combiner des facteurs qui de prime abord peuvent apparaître pour le moins antinomiques, à savoir :

- respecter et assurer l'indispensable liberté et pluralité d'expression et protéger de ce fait le "libre accès à l'information";

- faire appliquer les clauses découlant d'applications contractuelles passées avec des radiotélédiffuseurs individuels (chaîne ou groupe) ou des unions régionales ou continentales, portant sur l'exclusivité de retransmission du programme sportif des Jeux Olympiques sur un territoire donné;

- assurer que toutes les formes de média - presse écrite et photographique, presse généraliste et spécialisée, presse quotidienne ou magazine, radiodiffuseurs, télédiffuseurs, détenteurs de droits exclusifs ou non-détenteurs de droits, bénéficient de conditions optimales de travail, d'accueil et d'encadrement, et ce dans le respect des contrats conclus, et cohabitent sans heurt afin de mener à bien la mission composite qui est la leur.

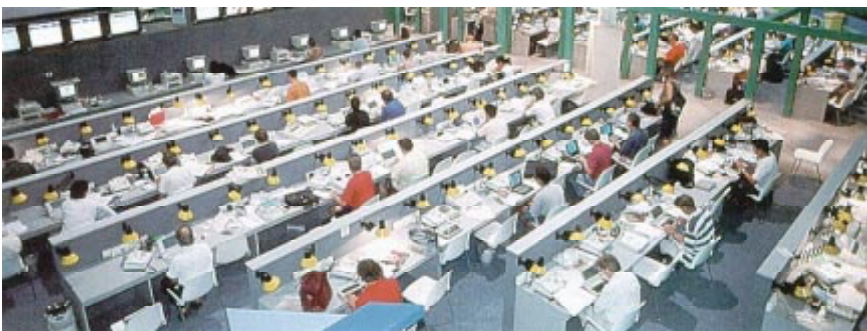
## L'après-Atlanta

Les défis que le CIO devra relever avec le monde des médias à l'aube du troisième millénaire seront pour l'essentiel technologiques et juridiques. Le CIO aura pour tâche difficile mais nécessaire d'incorporer les avantages du "multimedia" compact, portable, personnalisé, en éliminant ou limitant ses dérives potentielles, d'appriivoiser les "autoroutes de l'information". de s'en servir pour promouvoir l'idéal olympique, de plon-



Prêt pour le clic clac

ger sans peur dans l'univers du cyberspace. Il devra surtout continuer à se doter d'un appareil juridique approprié qui le protégera de toute tentative de piratage ou de détournement de patrimoine - le programme des Jeux Olympiques - dans un monde où la propriété intellectuelle et de création est menacée par l'évolution de la technologie qui éloigne le monde de la réalité tangible pour le plonger dans celui du virtuel.



Centre de presse aux Jeux Olympiques.

## La présence des médias aux Jeux de l'olympiade

Le développement exponentiel de la présence des médias aux Jeux de l'Olympiade au cours du siècle qui s'achève s'explique par le fait que la planète est devenue un "village global" sur le plan médiatique. Fuseaux horaires, systèmes de sociétés, mentalités et cultures, ne sont plus un obstacle pour les satellites et la communication globale, mais un plus, enrichissant car reflétant en instantané la disparité de l'être humain.

Jusqu'en 1972, le CIO ne s'étant pas encore doté d'une véritable structure administrative en mesure de codifier l'organisation de la présence des médias aux Jeux, seuls les rapports officiels attestent de la présence des moyens d'information et fournissent des données partielles pour ne pas dire spartiates:

### 1896 - Athènes

12 journalistes.

### 1900 - Paris

pas de données fournies, ces Jeux étaient "noyés" dans une exposition universelle.

### 1904 - St-Louis

même remarque que pour les Jeux de 1900.

### 1908 - Londres

une centaine selon les chroniques de l'époque.

### 1912 - Stockholm

pas de données chiffrées, mais le rapport officiel précise que 500 sièges avaient été réservés aux journalistes dans les tribunes officielles.

### 1920 - Anvers

plus de 200 correspondants de presse (selon le terme de l'époque) suivent régulièrement les épreuves, note le rapport officiel.

### 1924 - Paris

la présence des médias n'est pas plus évoquée qu'en 1904.

### 1929 - Amsterdam

614 journalistes sont enregistrés. Ils représentent 490 organes de presse.

### 1932 - Los Angeles

706 sièges sont mis à la disposition des représentants de la presse au stade olympique.

### 1936 - Berlin

1 800 badges de presse sont émis. Grande première pour la première fois des caméras de télévision filment les épreuves en circuit interne au stade olympique.

### 1948 - Londres

pas de données officielles, mais des membres des médias - qui ont fait partie de la commission de presse du CIO - se souviennent de les avoir couverts.

### 1952 - Helsinki

1 848 laissez-passer de presse sont distribués.

### 1956 - Melbourne

Le rapport officiel fait état de la présence de 589 journalistes d'outremer,

ainsi que de 100 photographes, à une époque où il fallait encore beaucoup de temps pour se rendre d'un continent à l'autre. Les premières liaisons et retransmissions par satellite ont lieu à cette occasion, entre l'Australie et les Etats-Unis d'Amérique.

### 1960 - Rome

1 442 cartes de presse sont délivrées. Ces Jeux constituent un point marquant dans les relations entre le monde olympique et les médias. Pour la première fois, le téléviseur cesse d'être uniquement un outil de communication. Elle devient aussi un mode de financement. Les droits mondiaux sont vendus au réseau américain CBS pour le montant de US\$ 200 000, y compris pour les Jeux Olympiques d'hiver qui se déroulent cette année-là à Squaw Valley (Etats-Unis d'Amérique).

### 1964 - Tokyo

1 891 médias présents. Les liaisons satellites se généralisent. Les Jeux peuvent désormais être vus presque en direct sur trois continents Amérique du Nord, Europe et Asie.

### 1968 - Mexico

4 377 inscriptions au centre média, dont 355 Mexicains, comme journalistes, photographes, cinéastes, commentateurs, techniciens, interprètes, personnel administratif de la radio et de la télévision, correspondants des principales agences de presse mondiale.

### 1972 - Munich

4 880 médias. Le CIO a introduit pour la première fois la notion de quota national, attribué à chaque CNO, afin de réglementer la présence des médias aux Jeux. Pour la première fois aussi, une distinction très nette est faite entre les médias non-détenteurs de droits et les détenteurs de droits, représentant les organismes de télévision ayant acquis l'exclusivité des droits de retransmission sur un territoire donné.

### 1976 - Montréal

8 500 représentants des médias. En l'espace d'une Olympiade, la présence des médias a doublé. Le monde connaît aussi de nombreuses poussées de fièvre qui se traduisent par une libéralisation de la société et l'émergence de médias privés.

### 1980 - Moscou

7 629 médias. Bilan légèrement inférieur aux Jeux précédents, mais un boycott a réduit les prétentions de nombreux CNO.

### 1984 - Los Angeles

10 020 médias, surtout des représentants de la télévision, dans la capitale mondiale du spectacle

### 1988 - Séoul

16 030 médias et des retransmissions 24 heures sur 24 pour accommoder les différents fuseaux horaires et les besoins d'un public mondial de plus en plus exigeant.

### 1992 - Barcelone

16 903 médias et un nombre record de pays d'origine (107).

### 1996 - Atlanta

Pour les Jeux du Centenaire, 17 000 représentants des médias au moins devraient être présents. Ce seront assurément les Jeux les plus médiatiques - en terme de nombre, de moyens, de transmissions et d'audience, de l'histoire désormais centenaire des Jeux de l'Olympiade.