



UNE NOUVELLE GESTION DES DROITS SPORTIFS

JOHN D. COATES, AC

Modérateur • Comité International Olympique



TEXTE ORIGINAL EN ANGLAIS

Par le passé, l'accès aux informations télévisées se limitait à la télévision recevant des chaînes en clair.

La révolution numérique s'est accompagnée de l'apparition de diverses plateformes permettant d'avoir accès au contenu, de le conserver et de le visionner.

Grâce à la révolution numérique, un grand nombre de possibilités est offert aux consommateurs et aux Jeux Olympiques.

Cette révolution est en marche grâce à l'utilisation croissante du haut débit et des portables.

Si la télévision payante est devenue la plateforme prédominante, la télévision diffusant les chaînes en clair occupe toujours une place importante. Cependant, l'avenir se situe clairement du côté du numérique. Sans compter les téléphones mobiles, qui sont dorénavant utilisés comme des « outils médias » proposant un contenu plus riche.

Chaque jour, la jeune génération (ou enfants du Net) utilise plusieurs plateformes; cela peut aller jusqu'à 16.

La révolution numérique est également à l'origine d'une augmentation spectaculaire de la publicité en ligne. Sur le long terme, il s'agira du principal support publicitaire.

La révolution numérique fournit une palette de différents programmes sportifs. Les taux d'audience télévisés et en ligne des Jeux Olympiques de Beijing démontrent que la révolution numérique est appréciée des téléspectateurs.

Aux États-Unis, le tournoi d'athlétisme « March Madness » mis sur pied par la National Collegiate Athletic Association (NCAA) a enregistré la même hausse significative d'utilisateurs numériques sans toutefois affecter l'audience télévisée.

Les droits des médias numériques représentent toujours une faible proportion de la valeur globale des droits des médias, mais ils subiront une croissance spectaculaire ces dix prochaines années.

En sa qualité de détenteur du contenu des deux plus grandes manifestations sportives du monde que sont les Jeux Olympiques d'hiver et d'été, le Comité International Olympique (CIO) bénéficiera considérablement de la révolution numérique. Cependant, la monétisation peut être à l'origine de certains risques.

Avantages potentiels

- Engagement accru des adeptes et meilleur accès global;
- Processus d'attribution des droits plus compétitif: les compagnies de téléphone et les fournisseurs de services d'information viennent rejoindre les diffuseurs traditionnels pour postuler afin de détenir les droits des nouveaux médias;
- Capacité du CIO à créer une offre sur mesure et à la diffuser en ligne / sur les mobiles;
- Possibilité pour les sponsors principaux d'accroître leur présence à leurs propres conditions.

Risques potentiels

- Les problèmes posés par la monétisation du contenu médiatique numérique sont différents de ceux posés par l'audience télévisée.
- Le support publicitaire actuel n'est pas au point.
- Les modèles de télévision à la carte ou d'abonnements ne sont valables que pour les émissions de premier choix. En Australie, Foxtel souhaite fidéliser ses abonnés olympiques.
- Le piratage illégal représente toujours un risque pour le contenu payant.
- Les droits des séquences plus courtes sont également en jeu pour les sites d'informations.
- Les schémas de revenus pour les détenteurs de droits sont en évolution.

Lorsqu'il analyse les possibilités offertes par la révolution numérique, le CIO doit étudier plusieurs questions.

PRINCIPALES CONSIDÉRATIONS ET QUESTIONS À DISCUTER

Promotion des principes et des valeurs de l'Olympisme

Comment faire en sorte que le numérique assure la diffusion des principes et des valeurs olympiques? Quels sont les défis posés par la révolution numérique qui ont un impact sur l'Olympisme?

Mode d'utilisation des droits (la couverture la plus large possible n'est pas uniquement géographique)

Quel contrôle le CIO doit-il avoir sur la manière dont les nouveaux médias sont utilisés? Comment le CIO peut-il garantir au mieux l'engagement et l'interaction de la part de ses adeptes?

Attractivité des nouveaux sports et des nouvelles manifestations

Quels sont les nouveaux sports et manifestations dont les droits médiatiques seront prédominants à l'avenir? Quels sont les bénéfices et les risques que présentent ces sports et manifestations?

Faut-il dissocier les droits par différents types de médias?

Quels sont les bénéfices et les risques que présentent ces sports et manifestations?



Meilleure interaction avec les médias traditionnels

Quelle est l'offre ayant le meilleur rapport qualité/prix? Le CIO doit-il accorder la priorité à l'engagement des adeptes ou à la valeur des médias?

CIO.com contre FI.com / CNO.com

Le CIO peut-il créer et exploiter son propre contenu numérique tout en conservant les médias traditionnels? Y a-t-il des conflits potentiels avec les autres détenteurs de droits, et comment les surmonter?

Droits des médias «sur mesure» ou «taille unique»

Comment optimiser la valeur des droits dans les différents milieux géographiques? À quels exemples de meilleures pratiques se référer actuellement?

Services olympiques de radio-télévision (OBS)

Quel rôle les OBS joueront-ils dans le développement du contenu et la commercialisation des droits?

Besoins des pays en développement

Comment le CIO peut-il favoriser au maximum l'accès aux informations olympiques dans les pays en développement?