



UNE NOUVELLE GESTION DES DROITS SPORTIFS

VEDA BRUNO-VICTOR

Représentante CNO • The Grenada Olympic Committee



TEXTE ORIGINAL EN ANGLAIS

INTRODUCTION

Il y a quelques années, le Comité National Olympique (CNO) américain (United States Olympic Committee, USOC) a lancé un nouveau slogan, qui dit simplement : « Ce n'est pas tous les quatre ans. C'est tous les jours. »

Chers amis, la procédure à suivre pour la séance ayant été établie, j'aimerais commencer mon bref exposé par ce slogan du CNO américain, en tant que principe directeur fondamental. En réalité, ce slogan exprime intrinsèquement ce que nous allons faire au sein du Mouvement olympique. Nous allons amener des changements dans l'humanité, chaque jour de notre vie. Le moyen que nous avons choisi pour cela est le sport.

La révolution numérique offre au Mouvement olympique de nouveaux moyens d'avoir une incidence sur l'humanité, des moyens innovants, étendus, intensifs, flexibles, d'une grande portée, comme il n'en a jamais existé dans l'histoire.

LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

Lorsque j'évoque ici la révolution numérique, je me réfère aux changements qui se sont produits dans notre manière de communiquer. Nous parlons donc des progrès technologiques en matière de communication, qui ont débuté il y a plusieurs décennies et se sont poursuivis, à une vitesse fulgurante, au cours des dix dernières années.

Dans le Mouvement olympique, nous considérons le sport comme un divertissement. La révolution numérique a la capacité d'amener le sport et ses nombreuses valeurs positives à la société mondiale.

D'une certaine façon, nous devons tous être d'accord avec l'analyse de PricewaterhouseCoopers selon laquelle « il est impossible d'échapper à la révolution numérique. » (Londres, 16 juin 2009) L'analyse fait référence, en particulier, à la « migration numérique », en mettant l'accent sur la vitesse à laquelle les nouvelles technologies de la communication

traversent les frontières nationales, ethniques et culturelles, exerçant un impact sur toutes les sociétés.

Selon l'analyse, au cours des cinq prochaines années, les technologies numériques vont se répandre de plus en plus dans toutes les branches du secteur du divertissement et des médias, tandis que la migration numérique continue de s'étendre.

On affirme que face au ralentissement économique mondial, la migration numérique s'est accélérée et intensifiée... à la fois chez les fournisseurs et chez les consommateurs de contenus. On nous dit aussi que le marché mondial du divertissement et des médias dans son ensemble, y compris les consommateurs et les dépenses publicitaires, augmentera de 2,7% annuellement... pour atteindre 1600 milliards de dollars en 2013. Si cette analyse est juste, le Mouvement olympique doit se positionner pour bénéficier des technologies numériques en constante évolution, qui facilitent l'accès à des audiences plus larges à l'échelon mondial.

Marcel Fenez, directeur de Global Entertainment & Media practice (PricewaterhouseCoopers), a déclaré : « On pourrait appeler cela, en quelque sorte, "la tempête parfaite". À l'intérieur de chaque nuage se trouve un revêtement argenté, et dans ce cas, il s'agit d'un revêtement numérique. Les sociétés qui saisissent les occasions se présentant sur ce marché, en proie à des transformations rapides, et qui sont suffisamment flexibles pour adapter leurs modèles entrepreneuriaux pourront profiter pleinement du potentiel et des nouveaux modèles de recettes, au fur et à mesure qu'ils émergent. » Cette stratégie est souven préconisée dans les nombreuses contributions à ce Congrès.

La révolution numérique a un impact sur le contenu, le packaging et la diffusion à grande échelle de l'information, donnant aux consommateurs une plus grande variété de choix et la possibilité d'interagir à leur propre rythme, n'importe où et au moment qui leur convient. Cette réalité ne peut pas échapper au Mouvement olympique et, en fait, nous y sommes déjà confrontés.

PRINCIPES FONDAMENTAUX

Je dirais volontiers que nous devons veiller en permanence à maintenir certains principes fondamentaux dans l'utilisation de la révolution numérique par le Mouvement olympique international, si nous voulons en retirer le maximum de bénéfices, en rapport avec notre mandat.

- Accessibilité universelle
- Coût abordable
- Attrait
- Acceptabilité
- Simplicité
- Interactivité

DÉFIS À RELEVER

Il serait peut-être bon de dire que les différentes contributions n'ont pas accordé suffisamment d'importance au rôle de la révolution numérique dans la promotion des nombreuses valeurs positives du sport – l'Olympisme – pour faciliter et renforcer la pratique sportive et le sport, quel que soit le niveau, en tant que mouvement international œuvrant pour la paix, l'harmonie sociale, la compréhension internationale et une vie meilleure pour tous – les idéaux des pères fondateurs du Mouvement



olympique international. Notre tâche consiste donc à placer cet aspect de notre action au premier plan de notre engagement en faveur de la révolution numérique.

D'autres défis nous attendent. Nous devons trouver les moyens de déterminer les médias qui nous permettront le mieux d'atteindre des audiences dans diverses zones géographiques présentant différents niveaux de développement économique, socioculturel et technologique.

Nous sommes aussi confrontés à des questions qui touchent la gestion des droits, les nouvelles relations avec les gouvernements et les parties prenantes, ainsi que l'égalité entre hommes et femmes.

CONCLUSION

Il est important pour nous tous de comprendre que la révolution numérique est aujourd'hui le mouvement le plus rapide qui a lieu dans le monde aujourd'hui. Tandis que nous sommes réunis ici pour discuter des diverses contributions relatives à son impact sur le Mouvement olympique, la révolution numérique continue d'avancer et aura déjà progressé à grands pas quand nos conclusions seront diffusées.

Ainsi, nous devrions tenir compte de ce que dit Marcel : « Les gagnants seront les acteurs qui se soucient avant tout de provoquer et de conduire des changements qui apportent une véritable valeur aux consommateurs... Mais pour que chaque branche de l'industrie participe pleinement à cette croissance, ils devront d'abord adhérer au futur numérique. »