

## LE TROPHÉE 'FEMME ET SPORT'

Le Trophée mondial du CIO 'femme et sport' 2004 a été décerné à la Coupe du monde féminine de la FIFA. Les trophées continentaux ont récompensé Khellil Messaouda (Algérie), Ferdows Ara Khanam (Bangladesh), Galina Gorokhova (Fédération de Russie) et Lorraine Landon (Australie). Cette année, aucun trophée n'a été attribué pour le continent américain. Les lauréates ont été sélectionnées par la commission du CIO femme et sport, que préside le membre du CIO Anita L. DeFrantz, parmi les 72 candidatures soumises par les Comités Nationaux Olympiques et les Fédérations Internationales des sports olympiques.

La Coupe du monde féminine de la FIFA, lauréate du Trophée mondial, a largement contribué à la participation et à la promotion des femmes dans le football. Depuis sa création en 1986, elle a permis de reconnaître aux femmes et aux jeunes filles le droit de pratiquer ce sport et a montré l'exemple au

niveau mondial en encourageant la présence des femmes sur le terrain et à des postes de direction. La Coupe du monde féminine de 1999 a vu l'avènement du principe prévoyant le recours exclusif à des arbitres femmes.

La lauréate pour le continent africain, l'Algérienne Khellil Messaouda, a conçu un vaste programme national visant à promouvoir la participation des femmes dans le sport en Algérie. La lauréate asiatique, Ara Khanam, s'efforce depuis des décennies de promouvoir la participation des femmes et des jeunes filles à tous les échelons du sport. Secrétaire générale de la Fédération sportive féminine du Bangladesh, elle a créé des programmes d'entraînement pour les jeunes filles en natation, aux échecs, en gymnastique, au handball, volleyball et en athlétisme.

Avec trois titres de championne olympique et neuf titres de championne du monde, la lauréate du trophée pour l'Europe, la Russe

Galina Gorokhova, est une légende de l'escrime. Elle a entraîné pendant plus de vingt ans l'équipe féminine nationale. Lorraine Landon, lauréate du trophée pour l'Océanie, contribue depuis plus de 35 ans au développement du basketball féminin au niveau local, national et international, en tant que joueuse, entraîneur, administratrice ou membre de conseils d'administration.

Créé en 2000, le Trophée du CIO 'femme et sport' est décerné chaque année à une femme ou un homme (athlète, entraîneur, administrateur ou journaliste), à une institution ou une organisation, pour sa remarquable contribution au développement, à l'encouragement et au renforcement de la participation des femmes et des jeunes filles dans des activités physiques et sportives, dans le milieu des entraîneurs ou dans les structures administratives et décisionnelles, ainsi qu'à la promotion des femmes journalistes et du sport féminin dans les médias.

## CONCOURS ART & SPORT



Un jury international, composé entre autres de Zhenliang He, président de la commission du CIO pour la culture et l'éducation olympique, et Ousmane Sow, célèbre sculpteur sénégalais, s'est réuni le 22 mars 2004, pour sélectionner les trois lauréats du concours olympique art

& sport. Dans la catégorie 'œuvres graphiques', les lauréats viennent de la République populaire de Chine, de Cuba et d'Italie ; dans la catégorie 'sculptures', ils sont des États-Unis, de la République populaire de Chine et de Chine Taipei. Ce palmarès reflète tout à fait l'originalité et l'internationalisme de la compétition. Le concours a réuni cette année des œuvres d'une soixantaine d'artistes en provenance de 39 pays des cinq continents. Actuellement visibles au Musée Olympique de Lausanne, les pièces primées seront exposées à Athènes pendant les prochains Jeux.



## ORDRE OLYMPIQUE

### ORDRE OLYMPIQUE POUR COMANECI

La légendaire Nadia Comaneci a été décorée de l'Ordre Olympique par le président du CIO Jacques Rogge, lors d'une cérémonie officielle célébrée à Bucarest (Roumanie). Rogge se trouvait dans la capitale roumaine à l'occasion des célébrations du 90<sup>e</sup> anniversaire du CNO Roumain. Nadia Comaneci est entrée dans l'histoire du sport mondial en 1976 à Montréal, à l'âge de 14 ans. Elle remporta trois médailles d'or, une d'argent et une de bronze, et fut la première à réaliser le score parfait de 10, et ce à sept reprises. À Moscou – ses derniers Jeux – son palmarès s'enrichit de quatre médailles, deux d'or et deux d'argent.

Dans son discours, le président Rogge a rappelé que « depuis ce jour-là à Montréal, lorsque non seulement vous avez gagné des médailles d'or, mais aussi les cœurs du monde entier, vous êtes devenue une idole pour des milliers de jeunes femmes. Elles ont toutes rêvé d'être comme vous des championnes de gymnastique ».

Après sa carrière de gymnaste, Nadia Comaneci décida de redonner ce que le sport et la vie lui avaient apporté, en enseignant la gymnastique, d'abord dans son pays d'origine puis dans son pays d'adoption, les États-Unis. « C'est aujourd'hui mon tour d'offrir en retour tout ce qui m'a été donné, avec autant de générosité et de solidarité humaine », a-t-elle déclaré.

## CIO ET ONUSIDA CONTRE LE SIDA

Le CIO et le Programme commun des Nations Unies sur le VIH/SIDA (ONUSIDA) ont signé un protocole d'accord en vertu duquel les deux organisations décident d'associer leurs efforts pour sensibiliser la population, notamment la communauté sportive, au VIH/SIDA. La cérémonie de signature s'est tenue au siège du CIO à Lausanne en présence du président du CIO, Jacques Rogge, et du directeur exécutif d'ONUSIDA, Peter Piot.

Ce protocole d'accord vise avant tout à échanger régulièrement des informations et les leçons tirées pour renforcer le rôle des organisations sportives dans la lutte contre le SIDA au niveau local et national, et à organiser des activités de sensibilisation au VIH/SIDA en coopération avec des entraîneurs, athlètes et autres personnalités sportives.

Le CIO commencera par produire et distribuer une carte de sensibilisation au VIH/SIDA aux 11 000 athlètes présents aux Jeux à Athènes.

« Le monde du sport n'est pas séparé du reste du monde, a déclaré Jacques Rogge. Le sport brise les barrières, favorise l'estime de soi, peut enseigner les gestes de base et encourager un comportement sain. Les athlètes peuvent être source d'inspiration et jouer un rôle de modèle pour les jeunes du monde entier. Cette signature permettra au CIO et à ONUSIDA de lutter ensemble contre le VIH/SIDA. »



« Un tiers des 40 millions de personnes qui vivent avec le VIH ont moins de 25 ans, et bon nombre sont impliquées dans le sport, soit comme spectateurs ou comme athlètes », a déclaré Peter Piot. « Il est primordial que les jeunes aient accès à l'information sur le VIH afin qu'ils soient épargnés par ce virus et puissent mener une vie saine et productive. La communauté sportive est un partenaire clé pour sensibiliser ces jeunes sportifs et sportives, dans leur village ou dans leur ville, où qu'ils soient dans le monde. »

## GENERAL ELECTRIC SIGNE UN ACCORD POUR BEIJING 2008

EN BREF



Le BOCOG a signé un accord de partenariat avec General Electric (GE), société offrant divers services dans les domaines de la technologie, des médias et des finances. En tant que partenaire mondial des Jeux Olympiques, GE offrira une large gamme de produits et de services à l'occasion des Jeux de la XXIX<sup>e</sup> Olympiade, qui se tiendront du 8 au 24 août 2008. Bon nombre de ses produits et services sont essentiels au succès des Jeux. Il s'agit de systèmes de production et de distribution d'énergie, d'équipements et de systèmes de sécurité, d'installations et de services de traitement des eaux, de structures portables, de systèmes d'éclairage et d'appareillages électriques. GE devient également sponsor du Comité Olympique Chinois.

## L'UER REMPORTE LES DROITS DE DIFFUSION

Les droits de retransmission pour l'Europe des XXI<sup>e</sup> Jeux Olympiques d'hiver en 2010 à Vancouver et des Jeux de la XXX<sup>e</sup> Olympiade en 2012 ont été attribués à l'Union Européenne de Radio-télévision (UER).

Ce nouvel accord passé entre le CIO et l'UER porte sur un vaste éventail de médias comprenant le multimédia et la téléphonie mobile, et prévoit l'octroi généralisé de sous-licences. Il permettra de toucher une audience maximale et de protéger le principe de la gratuité de la couverture, assurant ainsi la promotion des valeurs olympiques pendant les Jeux et en dehors. L'annonce achève un processus entamé en mars de cette année avec un appel d'offres, suivi par la remise au CIO des propositions de divers radiodiffuseurs nationaux, d'agences et de consortiums multinationaux.

Le TOROC a annoncé la signature d'accords avec deux nouveaux fournisseurs officiels. La société Ottaviani fournira les médailles récompensant les vainqueurs et les participants des Jeux ainsi que les médailles commémoratives. Au total, 35 000 exemplaires de médailles, qui se répartissent de la façon suivante : 364 médailles individuelles en or, argent et bronze pour les vainqueurs ; 4 500 médailles pour les participants et 25 000 médailles commémoratives pour les Jeux Olympiques et, respectivement, 220, 1 300 et 2 000 pour les Jeux Paralympiques. Les médailles seront présentées à l'occasion de 'MenoUno', un programme de célébrations prévu en février 2005, soit une année avant le début des Jeux.

Fast Buyer, la plus grande centrale d'achats européenne, est devenu le fournisseur officiel du TOROC pour les services d'achats en ligne et prendra en charge l'organisation et la gestion des appels d'offres pour la fourniture de produits, de services et de matériels électroniques pour l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques.

## CÉLÉBRONS L'HUMANITÉ

SUR LE MODÈLE DES DEUX CAMPAGNES RÉUSSIES DE 2000 ET 2002, LES ANNONCES D'INTÉRÊT PUBLIC DE 2004 DE CÉLÉBRONS L'HUMANITÉ ÉVOQUENT DE GRANDES VALEURS INTRINSÈQUES DES JEUX OLYMPIQUES TELLES QUE L'ESPOIR, L'AMITIÉ ET LE FAIR-PLAY, LE RÊVE ET L'INSPIRATION, ET LA JOIE DANS L'EFFORT.

Chacun de ces thèmes universels est interprété de manière très personnelle par des personnes célèbres dont les engagements en dehors de la scène olympique démontrent que ces valeurs fondamentales sont partagées par des gens de tous horizons. Les quatre exemples suivants illustrent la force de la campagne :

### CHRISTOPHER REEVE : « LA FORCE »



Christopher Reeve, le porte-parole de cette annonce, démontre le pouvoir de la force intérieure. Il définit les valeurs

olympiques fondamentales que sont la joie dans l'effort et l'inspiration, deux des nombreux éléments qui rendent les Jeux Olympiques uniques.

### AVRIL LAVIGNE : « LE PLAISIR »



L'important aux Jeux, ce n'est pas l'origine des athlètes ni même leur apparence. L'important c'est qu'ils fassent preuve

de fair-play et qu'ils donnent le meilleur d'eux-mêmes. Cette annonce est adressée par la chanteuse Avril Lavigne à la jeunesse du monde avec l'esprit et l'attitude empreints de liberté qui la caractérisent.

### ANDREA BOCELLI : « LE CŒUR »



Le message d'Andrea Bocelli, dont la voix extraordinaire et les victoires personnelles sont la parfaite définition du rêve et de l'inspiration, nous rappelle que quelles que soient les capacités physiques d'un athlète, le moteur de son effort est le cœur.

### NELSON MANDELA : « AMIS & RIVAUX »



Les Jeux rappellent que des compétiteurs peuvent être amis et égaux bien plus longtemps qu'ils ne seront adversaires.

Et même si la compétition est acharnée, la rivalité cesse lorsque l'épreuve s'achève. Ce message est légitimement communiqué par Nelson Mandela, dont la vie est un exemple même de paix, d'espoir et d'égalité.

### TÉLÉVISION ET PRESSE

Les annonces télévisées de Célébrons l'humanité 2004 ont été produites en six langues. Les pensées exprimées par les porte-parole de la campagne soulignent le fait que l'expérience olympique touche l'ensemble de l'humanité et que les idéaux olympiques sont universels. La campagne de presse présente les pensées originales de différentes personnalités qui traduisent leur interprétation personnelle de l'expérience olympique.

### UN OUTIL PUISSANT ET EFFICACE

Célébrons l'humanité est une campagne d'intérêt général créée par le CIO pour communiquer les valeurs fondamentales du Mouvement olympique et des Jeux Olympiques à un public international. Lancée à l'occasion des Jeux de 2000 à Sydney puis renouvelée en 2002 pour les Jeux d'hiver à Salt Lake City, cette campagne s'est révélée un outil puissant et efficace pour les organisations de la famille olympique, les partenaires de radio-télévision et de marketing dans leurs programmes de promotion respectifs. Elle rappelle aux téléspectateurs du monde entier les principes permanents de l'Olympisme et renforce l'intérêt pour les futures éditions des Jeux Olympiques.