



COMITÉ
INTERNATIONAL
OLYMPIQUE

Archives historiques
Centre d'études olympiques

Commission du marketing

Fiche de fonds

Aperçu du contenu des archives concernant l'histoire, les missions et les activités de la commission du marketing pour la période allant de 1981 à 1988

Août 2014



© 2014 / Comité International Olympique (CIO)



Commission du marketing

Référence : CH CIO-AH B-ID04-MARKE

Dates extrêmes : 1981-1988

Niveau de description : sous-série

Importance matérielle et support : 0,23 m.l. Documents textuels

Nom du producteur

Comité International Olympique (CIO)

Histoire administrative / Notice biographique

Un groupe de travail intitulé « Groupe de travail sur les nouvelles sources de financement » est créé par le président du CIO Juan Antonio Samaranch au cours de l'année 1981¹. Sa mission est de trouver d'autres sources de revenus pour le CIO et le Mouvement olympique que les recettes des droits de télévision. Le CIO souhaite ne pas dépendre d'une seule et unique source de revenus, mais désire diversifier ses sources afin d'éviter toute limitation politique ou commerciale².

Le groupe de travail se doit aussi d'aider les Comités Nationaux Olympiques (CNO), de sorte que toute activité commerciale entreprise par le CIO puisse profiter avantageusement aux CNO. Il souhaite ainsi assurer une collaboration pour toutes les activités commerciales entre le CIO, les CNO et les comités d'organisation des Jeux Olympiques (COJO)³.

En mars 1983, le groupe de travail recommande au CIO de se tourner vers la société « International Sports Culture and Leisure Marketing SA » (ISL), spécialisée dans le merchandising, le marketing, la promotion et le marketing sportif et basée à Lucerne (Suisse), afin de mettre en place un programme de marketing au niveau mondial⁴. Avec cette société, le CIO met sur pied le programme intitulé « International Olympic Marketing Programme » (IOMP) renommé plus tard « The Olympic Partner (TOP) Programme ». Ce programme fournit à chaque partenaire olympique mondial des droits de marketing mondiaux exclusifs⁵. Des contrats sont conclus avec les CNO pour les droits de commercialisation dans leurs pays respectifs.

Le groupe de travail se penche aussi sur d'autres projets, comme le programme des monnaies olympiques, comme autre source de revenus pour le CIO.

Dès 1983, le groupe de travail sur les nouvelles sources de financement devient la commission des nouvelles sources de financement⁶. En septembre 1997, la commission change officiellement de nom et devient la commission du marketing afin de refléter au mieux ses activités.

La première réunion du groupe de travail a lieu à Rome (Italie) le 24 mai 1982. La présidence en est assurée par le membre ivoirien Louis Guirandou-N'Diaye. À partir de 1988, le membre canadien Richard Pound reprend la présidence de la commission.

En date du 1^{er} mars 2014, la commission du marketing est toujours en activité.

¹ Ce groupe de travail apparaît dans la liste des nouvelles commissions publiée dans le procès-verbal de la réunion de la commission exécutive du CIO en décembre 1981.

² Source : Procès-verbal de la réunion du groupe de travail sur les nouvelles sources de financement le 24 mai 1982. In : Archives CIO / B-ID04-MARKE/002

³ Source : Procès-verbal de la réunion du groupe de travail sur les nouvelles sources de financement le 22 mars 1983. In : Archives CIO / B-ID04-MARKE/003

⁴ Ibid.

⁵ Source : International Olympic Committee. *History of Olympic Marketing*. CIO, 2013. p. 11-12

⁶ Selon la circulaire n°52 du 21 avril 1983, tous les groupes de travail ont été soit supprimés (leurs fonctions ayant été remplies) soit transformés en commissions. Source : Archives CIO / B-ID04-MARKE/001



Modalité d'entrée

La sous-série est parvenue aux Archives historiques du CIO en 1993, suite à la construction du nouveau Musée Olympique à Ouchy.

Présentation du contenu

La sous-série témoigne des principales activités de la commission des nouvelles sources de financement qui sont essentiellement liées à la recherche de nouveaux revenus et à l'élaboration d'un programme de commercialisation au niveau mondial.

Elle renferme un dossier de correspondance liée à la composition, à l'organisation et au déroulement des réunions, ainsi que sur les divers travaux de la commission. On y trouve également des documents liés spécifiquement aux réunions, à savoir les procès-verbaux, les listes de présence et des documents de travail.

Les procès-verbaux des réunions de la commission du marketing ont été numérisés et sont disponibles sur place en format électronique.

La sous-série contient des exemplaires de conservation des procès-verbaux des réunions de cette commission (collection incomplète).

Accroissement

Oui

Mode de classement

Les dossiers sont classés soit par sujets, par types de documents ou encore par activités dans l'ordre alphabétique. Les documents à l'intérieur des dossiers sont classés dans l'ordre chronologique inverse.

Conditions d'accès

L'accès aux documents est libre, sous réserve des dispositions prévues à cet effet par le CIO.

Langue et écriture des documents

Les documents sont en français et en anglais.

Sources complémentaires

Sources internes

Marketing olympique : programme TOP : J-TOP

Marketing olympique : firme ISL : J-ISL

Notes

Le contenu de cette sous-série, y compris les identifications olympiques, est la propriété du CIO.

Règles ou conventions

Description conforme à la norme ISAD(G).

Date(s) de description

Mars 2014