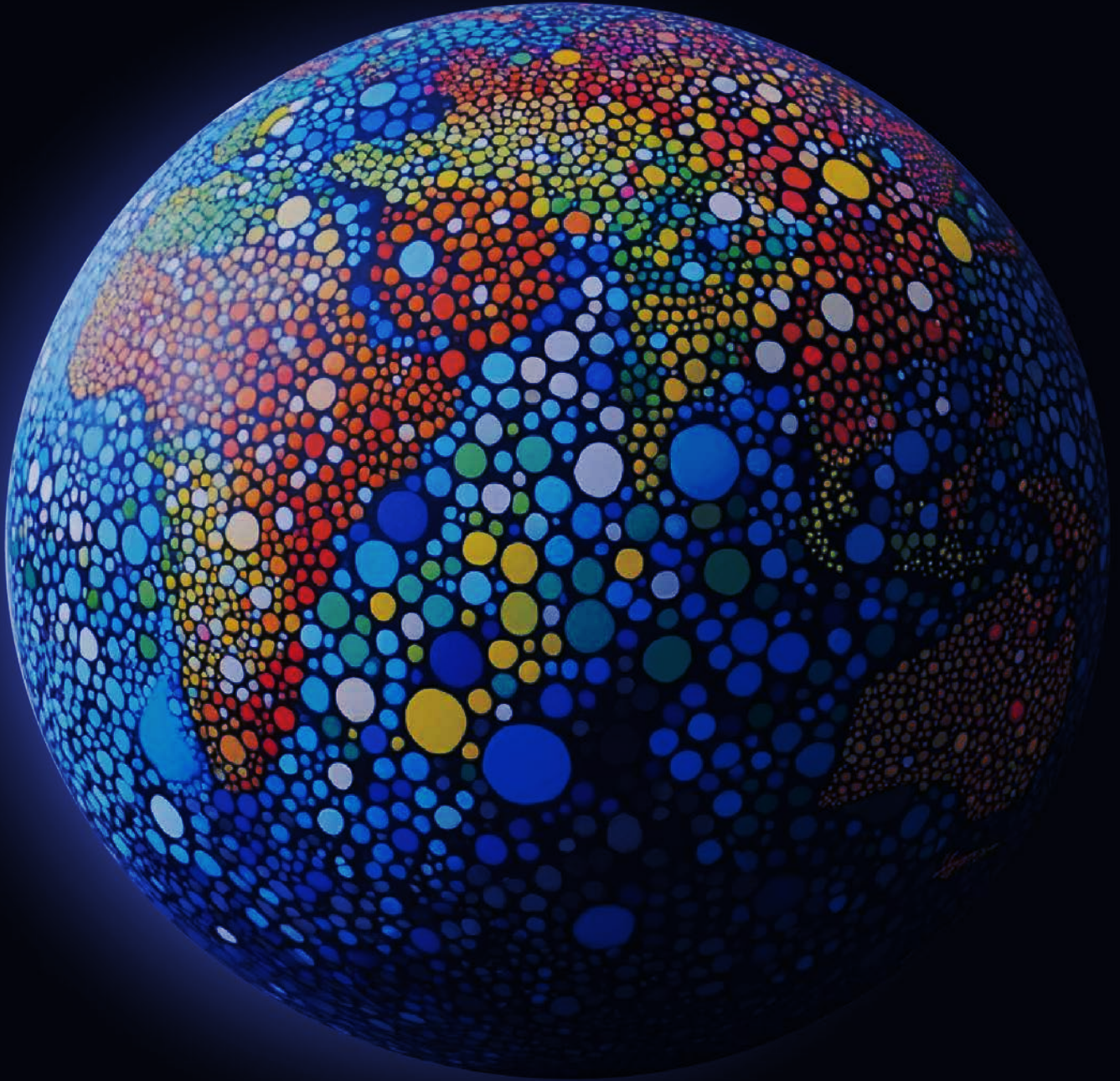




**Johan Eliasch**

Document de candidature

Présidence du CIO 2025



Vision 2033

**Une longueur  
d'avance - ensemble**



## M. Johan Eliasch

### Entrée au CIO 2024

#### Durée maximale du mandat

- Élu membre du CIO en 2024 en tant que président de la Fédération internationale de ski et de snowboard (FIS) (Charte olympique, Règle 16.1.1.3).
- Conformément à la Règle 16.3.7 de la Charte olympique, il cessera d'être membre du CIO lorsqu'il cessera d'exercer la fonction de président de la FIS.
- M. Eliasch a été élu en 2021 président de la FIS ; il est rééligible en tant que président de la FIS.
- Né en 1962, il pourrait être réélu en tant que membre du CIO tant qu'il reste président de la FIS et jusqu'à ce qu'il atteigne la limite d'âge de 70 ans en 2032.
- M. Eliasch peut être proposé à la Session du CIO pour un changement de statut de membre.
- Conformément à la Charte olympique, Règle 16.3.3.2.1 à 16.3.3.2.4, il peut être proposé de repousser la limite d'âge de quatre ans jusqu'en 2036.

#### Déclaration d'intérêt

- Head (Royaume-Uni)
- London Films (Royaume-Uni)
- Fédération internationale de ski (Suisse)
- Association olympique britannique (Royaume-Uni)
- Fondation Mark Hodder (Suisse)
- AIOWF (Suisse)
- Galerie Saatchi (Royaume-Uni)
- Cool Earth (Royaume-Uni)
- Cool Earth Action LTD (Royaume-Uni)
- Fondation pour les énergies renouvelables et l'environnement (États-Unis)
- Global Strategy Forum (Royaume-Uni)

# M. Johan Eliasch

Membre du Comité international olympique, président de la Fédération internationale de ski et de snowboard (FIS), ancien représentant spécial du premier ministre du Royaume-Uni

## Nationalité et éducation

- Né en 1962 à Stockholm, Suède.  
Double nationalité britannique et suédoise.
- Master of Science, Royal Institute of Technology, Stockholm, Suède (1984) [www.kth.se](http://www.kth.se)
- Licence en administration des affaires, Université de Stockholm, Stockholm, Suède (1984) [www.su.se](http://www.su.se)

## Service militaire

- Unité spécialisée, Police militaire, Life-Guard Dragoons, K1, Stockholm, Suède (1980 - 1981)  
[en.wikipedia.org/wiki/Life\\_Guard\\_Dragoons\\_\(Suède\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Life_Guard_Dragoons_(Suède))

## Sport

- Membre du Comité international olympique, Lausanne, Suisse (2024-)
- Membre de la commission du développement durable et de l'héritage du Comité international olympique, Lausanne, Suisse (2023-) (2023-)
- Président de la Fédération internationale de ski et de snowboard, FIS, Oberhofen, Suisse (2021-) [www.fis-ski.com](http://www.fis-ski.com)
- Président, Fondation Marc Hodler, Oberhofen, Suisse (2021-)
- Membre du conseil, fédérations des sports olympiques d'hiver (2021-)
- Association olympique britannique (2024-)
- Conseil consultatif de l'Association olympique britannique (2003 - 2012)
- Membre du conseil d'administration, Special Olympics Great Britain (2002-2007)
- Ski, golf, tennis, curling, voile, football, hockey sur glace, course automobile

## Politique, affaires étrangères, sécurité et changement climatique

- Représentant spécial du Premier ministre du Royaume-Uni pour la déforestation et l'énergie propre (2007-2010)
- The Eliasch Review, Climate Change – Financing Global Forests (2008) [assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/228833/9780108507632.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/228833/9780108507632.pdf)
- Président, Global Strategy Forum, Royaume-Uni (2005-) [www.globalstrategyforum.org](http://www.globalstrategyforum.org)
- Président du groupe consultatif sur la technologie et l'innovation de la Net Zero Review, HM Treasury, Royaume-Uni (2020-) [www.gov.uk/government/news/net-zero-review-publishes-initial-analysis-of-green-transition](http://www.gov.uk/government/news/net-zero-review-publishes-initial-analysis-of-green-transition)
- Trésorier adjoint du parti, Parti conservateur, Royaume-Uni (2003 - 2007)
- Conseiller des chefs de l'opposition, Parti conservateur, Royaume-Uni (1998 - 2007)
- Conseiller auprès des secrétaires d'État aux affaires étrangères, Parti conservateur, Royaume-Uni (1999 - 2006)

- Relations extérieures, Affaires européennes, Parti conservateur, Royaume-Uni (2003 - 2006)
- Membre de la délégation d'État du président autrichien pour le commerce et l'industrie (1996 - 2006)
- Président, Parti des jeunes conservateurs, Djursholm, Suède (1979 - 1982)
- Président du programme sur la sécurité alimentaire, énergétique et hydrique, RUSI, Royaume-Uni (2010 - 2016) [www.rusi.org](http://www.rusi.org)
- Conseil consultatif des entreprises internationales du maire de Rome (2010 - 2016)
- Conseil consultatif international des entreprises du maire de Jérusalem (2010 - 2016)
- Conseil consultatif des entreprises internationales du maire de Londres (2008 - 2016)
- Conseil pour le commerce durable, ministère de l'environnement, de l'alimentation et des affaires rurales, Royaume-Uni (2018 - 2019)

## Entreprises

- Président, HEAD (1995-) [www.head.com](http://www.head.com)
- Président, ECJ Holdings (1984-)
- Président, London Films (1990-) [www.londonfilms.com](http://www.londonfilms.com)
- Président non exécutif, Investcorp Europe (2010 - 2014) [www.investcorp.com](http://www.investcorp.com)
- Directeur non exécutif, IMG (2006 - 2013) [www.img.com](http://www.img.com)
- Président non exécutif et directeur, Starr Managing Agents (2008 - 2015) [www.starrcompanies.com](http://www.starrcompanies.com)
- Président, Aman Resorts (2014 - 2018) [www.aman.com](http://www.aman.com)
- Conseil consultatif, Société du Louvre (2005 - 2015) [en.wikipedia.org/wiki/Groupe\\_du\\_Louvre](https://en.wikipedia.org/wiki/Groupe_du_Louvre)
- Conseil consultatif, Brasilinvest (2003-) [www.brasilinvest.com](http://www.brasilinvest.com)

## Philanthropie, environnement, innovation et arts

- Fondateur de Rainforest Trust : Préservation d'une zone de forêt tropicale de 1 600 km<sup>2</sup> dans la région de l'Amazonie, au Brésil (2005-)
- Directeur, Fondation pour les énergies renouvelables et l'environnement, NYC, NY (2012-) [www.freefutures.org](http://www.freefutures.org)
- Membre du conseil consultatif international, Stockholm Resilience Centre (Suède) (2010 - 2022) [www.stockholmresilience.org](http://www.stockholmresilience.org)
- Conseil consultatif, The Schwarzenegger Climate Initiative, (2022-) [www.schwarzeneggerclimateinitiative.com](http://www.schwarzeneggerclimateinitiative.com)
- Co-fondateur, co-président (2005-2023) et président (2023-), Cool Earth, Royaume-Uni (2005-) [www.coolearth.org](http://www.coolearth.org)
- Administrateur de la Kew Foundation, Royal Botanical Society, Royaume-Uni (2010 - 2016) [www.kew.org](http://www.kew.org)
- Conseil consultatif, The Centre for Social Justice, Royaume-Uni (2004-2015) [www.centreforsocialjustice.org.uk](http://www.centreforsocialjustice.org.uk)
- Président de la Saatchi Gallery, Londres, Royaume-Uni (2017-) [www.saatchigallery.com](http://www.saatchigallery.com)
- Parrain, Université de Stockholm
- Crédits du producteur exécutif : Scarlett Pimpernel, Lady Chatterley, Best of Friends, Resort to Murder [www.imdb.com/name/nm0253534](http://www.imdb.com/name/nm0253534)
- Brevets : Système et méthode de communication indirecte par téléphone mobile (invention de la VoIP moderne) [patents.justia.com/inventor/johan-eliasch](http://patents.justia.com/inventor/johan-eliasch)



## Sommaire

Page 04 Résumé exécutif

Page 08 Avant-propos

Page 12 Cinq défis dans un monde en constante évolution

Page 16 Un CIO dynamique et entreprenant

Page 20 L'excellence sportive avant tout

Page 26 Garder une longueur d'avance sur le plan commercial

Page 32 Renforcer la confiance et la crédibilité

Page 36 Unis autour de nos valeurs

Page 40 Nouvelles frontières

Page 44 Une longueur d'avance

# Résumé exécutif

## Nous avons besoin d'un nouveau plan stratégique.

Si je suis élu président du CIO, nous lancerons l'élaboration d'un plan stratégique quinquennal détaillé, afin de nous assurer que nous restons concentrés.

## Égalité pour tous les membres.

Sous ma direction, tous les membres du CIO auront la même importance et leur voix sera entendue, quelle que soit leur ancienneté.

## Un esprit d'entreprise et entrepreneurial.

Je travaillerai 24 heures/24 et 7 jours/7 pour insuffler créativité et innovation à notre organisation.

## Plus pour moins.

Nous pouvons gagner en efficacité dans tous les domaines, en tirant parti des synergies pour rendre notre organisation énergique et dynamique.

## L'excellence sportive au premier plan.

Je lancerai un examen de tous les sports et de tous les formats afin de maximiser leur attrait pour les fans.

## Nos athlètes passent avant tout.

Ceux qui consacrent leur vie au sport méritent notre dévouement en retour, avec une expérience améliorée avant, pendant et après les Jeux.

## Les sports féminins doivent être sanctuarisés : pas de compromis.

Nous devons revenir aux faits biologiques pour garantir l'équité pour tous.

## Le plus grand spectacle du monde.

Nous maximiserons le spectacle et le vedettariat des Jeux olympiques et paralympiques, afin d'accroître notre impact et notre influence.

## Le numérique change tout.

Les nouvelles générations regardent le sport d'une manière radicalement nouvelle. Nous transformerons notre approche de la numérisation, du streaming et de la narration pour rester à la pointe du progrès.

## L'IA est la nouvelle réalité ; il est essentiel de l'adopter.

Il y a là d'énormes possibilités d'efficacité, de formation et de jugement que je veillerai à saisir.

## La durabilité doit être au cœur de l'agenda du CIO.

Nous porterons notre engagement en faveur de la durabilité à un niveau supérieur, en adoptant une approche résolument audacieuse et fondée sur les connaissances scientifiques les plus récentes.

## Le CIO est avant tout une équipe.

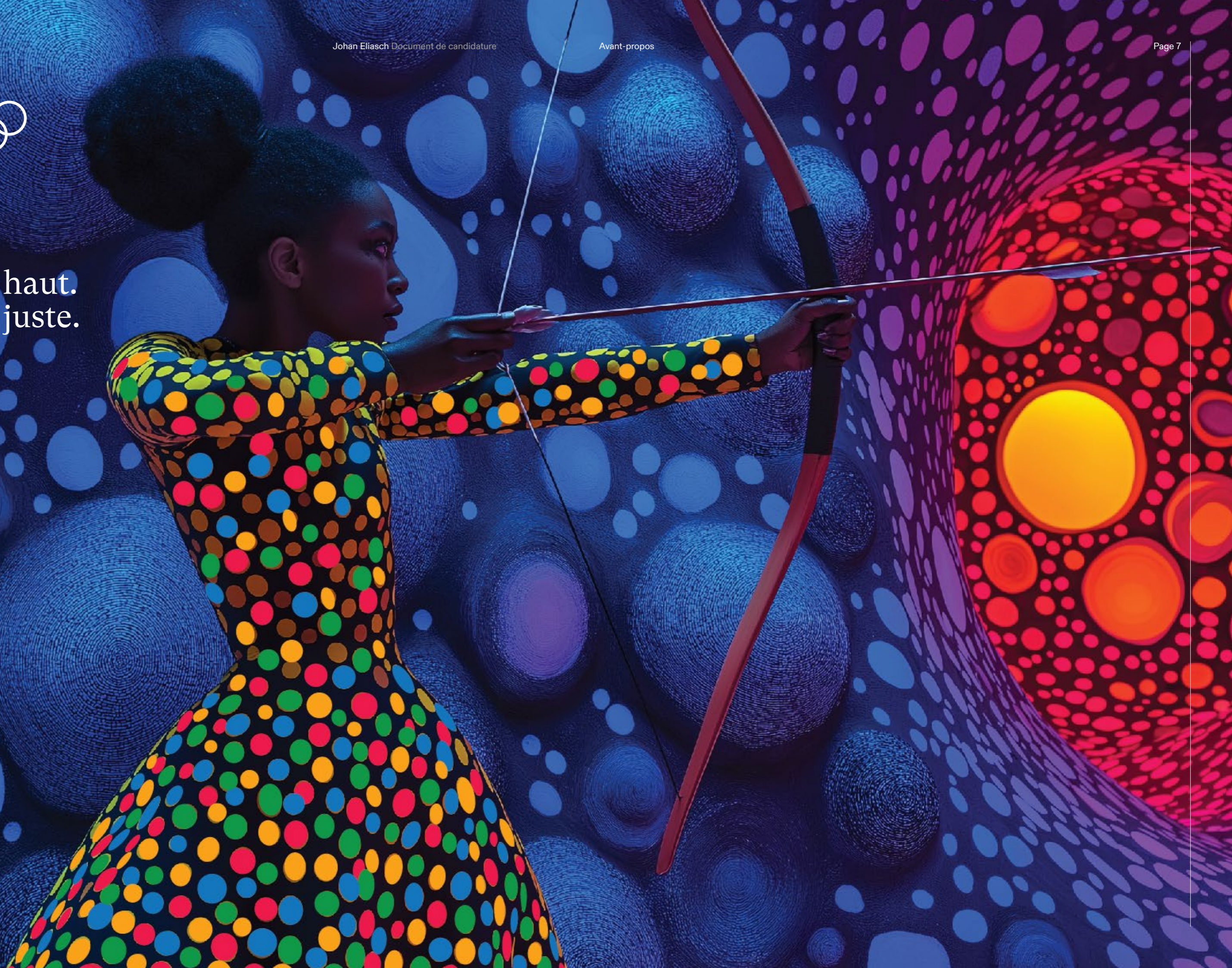
Nous sommes une équipe unie autour d'une passion commune pour le sport et son potentiel à changer le monde.

**Liés par le sport, unis par les frontières.**





Visez haut.  
Visez juste.



J'ai toujours voulu être quelqu'un qui suscite activement des changements positifs.



## Avant-propos

Le Mouvement olympique est l'une des plus grandes forces d'espoir et d'unité que le monde ait jamais connues, mais il doit évoluer. C'est une chose que notre président sortant comprend instinctivement. Thomas Bach a dirigé le CIO de manière exemplaire et a fait preuve d'une diligence phénoménale. Avec le succès incontestable des Jeux olympiques et paralympiques de Paris, il place notre marque à un niveau élevé, tant sur le plan de l'organisation que de la réputation.

Le message principal de ma campagne est simple. Nous vivons une époque de plus en plus complexe, avec de nombreux défis à relever : prévus et imprévus. Si nous voulons garder une longueur d'avance, le CIO a besoin d'une paire de mains sûres et expérimentées, capables de se mettre au travail et d'engager les membres et les autres dans un voyage vers un avenir toujours plus radieux. Nous avons besoin d'une direction très expérimentée, acquise au fil des décennies dans les domaines de l'administration sportive, des affaires, de la politique et de la philanthropie.

Notre prochain président doit avoir dirigé une grande organisation et géré le changement en son sein, avoir été confronté à une avalanche de décisions à prendre chaque jour, et avoir non seulement pris des décisions, mais aussi supervisé leur mise en œuvre. L'expérience de la direction personnelle d'une organisation mondiale à multiples facettes ne s'acquiert pas sur le tas. Les exigences d'un tel rôle sont intenses à tout moment, mais aujourd'hui - en cette période de changements géopolitiques, technologiques et culturels rapides - elles sont exceptionnellement stimulantes et requièrent une expérience exceptionnelle. Pour paraphraser un slogan politique, il n'y a pas de place pour un novice.



Je ne suis peut-être pas un vétéran du CIO, mais je ne suis pas un novice. Mon expérience m'a permis d'acquérir les compétences exactes requises pour ce poste. Il ne peut y avoir de meilleur apprentissage de l'administration sportive que la direction d'une grande fédération internationale - et la FIS, que je dirige, est l'une des plus importantes, couvrant 14 disciplines et fournissant respectivement 55 % et 80 % des médailles des Jeux olympiques et paralympiques d'hiver.

Lorsqu'il s'agit de stimuler les perspectives commerciales du CIO et d'en faire plus pour moins, j'ai une expérience de PDG aux multiples facettes, ayant mené de nombreuses entreprises mondiales au succès. Mon leadership apporterait une touche d'esprit d'entreprise, en encourageant les idées audacieuses et en incitant les collègues à sortir des sentiers battus. Nous devons adopter une approche commerciale, avec des mesures rigoureuses pour définir et mesurer le succès, et penser différemment pour libérer la créativité et le potentiel. Lorsque les choses ne fonctionnent pas aussi efficacement qu'elles le devraient, je veux que les collègues s'expriment. Il ne doit y avoir aucune complaisance dans notre volonté d'atteindre l'excellence. Nos athlètes doivent battre des records mondiaux et olympiques, et nous devons leur offrir le même niveau de compétences administratives et commerciales afin d'égaliser et de mettre en valeur leurs talents extraordinaires.



Mon amour pour le  
Mouvement olympique  
et le sport en général,  
combiné à mon  
expérience, créerait  
une puissante force de  
changement.

En ce qui concerne les questions géopolitiques difficiles, j'apporte les connaissances d'un initié, ayant travaillé en tant que membre d'un gouvernement au plus haut niveau. Le prochain président du CIO devrait également être un expert en matière de développement durable, avec les connaissances nécessaires pour s'assurer que notre organisation est à la pointe de la question majeure de notre époque. Ayant participé au mouvement pendant des décennies - en présidant des fondations environnementales, en créant des fondations pour la conservation des forêts tropicales et en rédigeant des rapports gouvernementaux (tels que le rapport Eliasch sur le financement des forêts mondiales et la partie science et innovation du rapport britannique « Net Zero ») - je suis bien placé pour m'occuper de cette partie du travail.

Enfin, notre prochain président doit être au fait des dernières technologies qui bouleversent le monde du sport et du divertissement. En tant que titulaire de brevets ayant participé aux innovations numériques qui ont façonné les produits que nous utilisons tous au quotidien, je suis très attentif aux nouvelles technologies et à leur application pratique dans notre domaine.

En bref, les quatre dernières décennies que j'ai passées ont été une préparation unique pour ce poste - et pour ce moment. Mais ce n'est pas la raison pour laquelle je postule pour ce poste. Je me présente à l'élection présidentielle non pas pour ce qui figure sur mon CV, mais pour ce que j'ai à cœur. Ma passion pour le Mouvement olympique et tout ce qu'il représente remonte à mon enfance. Le sport olympique touche des parties de notre psyché que rien d'autre ne peut atteindre, unissant l'humanité comme rien d'autre ne peut le faire. D'innombrables fois, j'ai regardé avec admiration des athlètes repousser les limites du corps humain et des femmes et des hommes de tous les coins de la planète se rencontrer sur un terrain commun, unis dans un sentiment de camaraderie sportive.

Cette passion sera essentielle à mon approche dynamique en tant que président du CIO. Tout au long de ma carrière, ma passion et ma volonté d'innover se sont révélées être une combinaison puissante lorsqu'il s'agit de faire bouger les choses. Mon amour pour le Mouvement olympique et mon expérience allaient créer une puissante force de changement, mais cette force ne deviendrait magique et durable qu'en collaborant avec tous nos membres.

Mes années passées dans l'administration des affaires et du sport m'ont appris cette équation cruciale : un plus un égale trois. Lorsqu'il s'agit de faire bouger les choses, un dirigeant ne peut pas faire cavalier seul. Un avenir plus solide n'est possible que si nous faisons appel à tous les talents du CIO. Ma vision est celle d'une égalité totale : tous les membres du CIO ont la même valeur et toutes les voix comptent, quelle que soit la longueur de votre CV ou le nombre d'années que vous avez passées au service du CIO. Les meilleures idées devraient toujours l'emporter.

C'est dans cet esprit que j'ai apprécié le dialogue avec mes amis et collègues du CIO sur l'avenir de notre mouvement. Il en est ressorti une forte volonté de faire évoluer notre organisation pour qu'elle soit en mesure de relever les défis actuels. Bien que le CIO soit bien plus qu'une entreprise, il doit être géré avec le dynamisme d'une entreprise : sans bureaucratie inutile, avec esprit d'entreprise, avec passion et émotion, et avec un maximum de créativité et d'innovation. Il s'agit de générer de la valeur et de l'impact, non seulement pour le CIO, mais aussi pour l'humanité.

Les conversations qui ont contribué à l'élaboration de ce document ne sont qu'un début. Je souhaite que cette conversation s'inscrive dans la durée, et c'est pourquoi ce document est riche non seulement de réponses, mais aussi de questions. Ces questions, et vos commentaires, constitueront la base de l'examen approfondi que j'entreprendrai immédiatement. Cet examen ne négligera aucune piste, dans le but de s'assurer que nous sommes aptes à remplir notre mission dans un environnement qui évolue rapidement.

Alors, veuillez me faire savoir ce que vous pensez. Vos avis m'importent. J'espère poursuivre cette conversation dans les années à venir, pour le bien du CIO et du Mouvement olympique.

**Ensemble, prenons de l'avance.**

Johan Eliasch

# Cinq défis dans un monde en constante évolution

**La gestion d'une grande organisation mondiale à l'instar du CIO exige non seulement de solides compétences en matière de direction, mais aussi une clairvoyance exceptionnelle. Pour diriger notre mouvement avec succès dans une période de changement rapide, nous devons réfléchir aux défis auxquels nous sommes confrontés et à la manière de les relever.**

Lorsque les nouvelles technologies évoluent dans des directions surprenantes, lorsque la géopolitique est hautement imprévisible et lorsque les mondes du sport et du divertissement changent d'une manière qui n'aurait pas été prévue il y a seulement cinq ans, cela rend la planification à long terme plus difficile - et cela rend la réactivité agile et astucieuse au changement encore plus importante.



## PLUS de 117 millions

de personnes déplacées de force de leur pays d'origine

Le premier défi auquel nous sommes confrontés est celui des divisions qui marquent notre monde. Le plus évident, ce sont les divisions géopolitiques qui sont actuellement à l'origine des principaux conflits internationaux. Moins évidentes sont les divisions entre le monde développé et le monde en développement, avec plus de 700 millions de personnes vivant dans l'extrême pauvreté - et la pauvreté en hausse dans certaines parties du sud de la planète.

## PLUS de 40 milliards

d'heures de contenu des jeux olympiques de Paris 2024 regardées sur YouTube

Un autre défi - et une autre opportunité - est la numérisation et l'évolution technologique rapide qui transforment la manière dont les gens pratiquent et apprécient le sport. Plus d'un tiers de la population mondiale a moins de 20 ans. Ils ont grandi dans un monde médiatique qui aurait été méconnaissable il y a seulement dix ans, ce qui se traduit par des comportements et des préférences de consommation totalement nouveaux que toute organisation doit refléter pour prospérer sur le plan commercial.

## 5,17 milliards

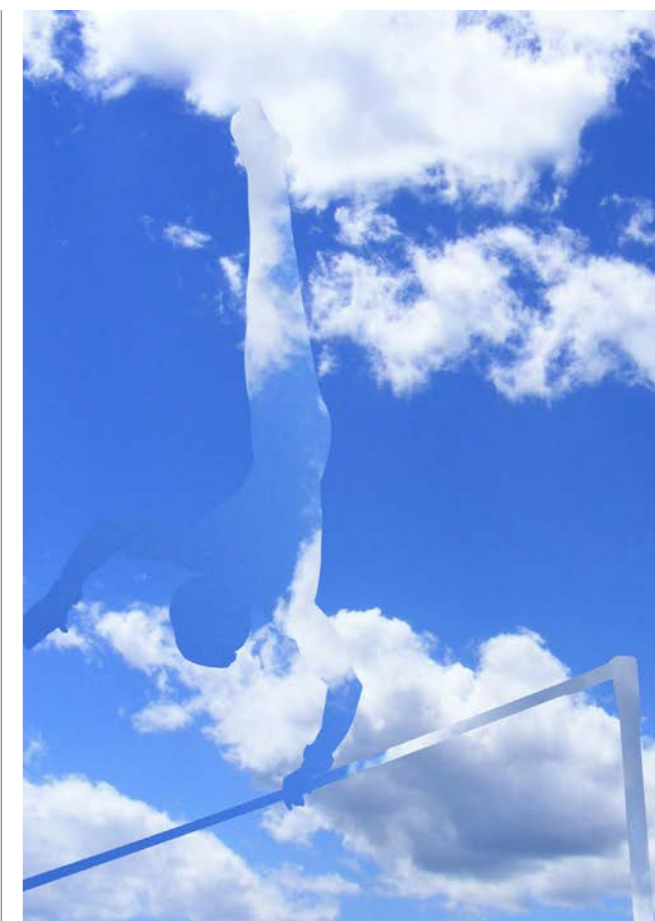
d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux dans le monde entier

À cela s'ajoute le défi de tenir le cap - et de le gagner - dans une économie de l'attention féroce et concurrentielle. Les nouveaux événements sportifs et de divertissement prolifèrent. Les événements en direct offrent des expériences toujours plus mémorables et passionnantes. Les marques insurgées peuvent percer beaucoup plus rapidement grâce aux réseaux sociaux. Trois grands changements façonnent et perturbent ce paysage : le passage de la programmation en direct aux temps forts, des formats traditionnels au storytelling, et des modèles commerciaux traditionnels aux You Tubers, au streaming gratuit avec des partenaires présentateurs, au placement de produits, etc. Dans ce contexte, rester pertinent est un véritable défi. Nous devons rester à l'avant-garde, tant sur le plan numérique que dans le domaine des événements en direct.

## PLUS de 80%

de citoyens du monde entier veulent davantage d'actions en faveur du climat

La baisse du niveau de confiance du public constitue un autre défi de taille. Ces dernières années, nous avons assisté à une détérioration généralisée de la confiance, non seulement dans les gouvernements, mais aussi dans les grandes organisations telles que la nôtre. Partout dans le monde, les gens demandent à leurs dirigeants de faire preuve d'intégrité et de transparence. Ces appels se concentrent de plus en plus sur le changement climatique. L'urgence et l'ampleur de ce défi sont de plus en plus réelles pour les populations du monde entier, qui recherchent désespérément des dirigeants pratiques et dignes de confiance. Il est essentiel pour l'avenir de la marque olympique de faire preuve de leadership sur ce front.



Nous devons être prêts

À ces défis, j'en ajouterais un cinquième qui est propre au CIO : les attentes croissantes à l'égard du Mouvement olympique lui-même. Notre marque est ancienne. Elle est synonyme d'inspiration et des plus hauts sommets de l'effort humain et de l'endurance. Elle n'a pas seulement survécu, elle a prospéré à travers les changements culturels et économiques massifs des 20e et 21e siècles. Aujourd'hui, les attentes se sont accrues de manière exponentielle, à l'image des succès remportés sous la direction du président Bach. Si nous voulons traverser efficacement cette période de changements rapides, nous devons veiller à ce que notre maison soit bien préparée.

Ensemble, ces défis présentent cinq domaines d'action clairs pour le CIO :

# 1

Dans un monde où les attentes sont élevées et où le CIO fait l'objet d'un examen minutieux, nous devons veiller à ce que notre organisation soit dynamique et professionnelle.

# 2

Dans un monde où les technologies évoluent rapidement, nous devons rester en tête de la courbe commerciale et obtenir plus pour le moins.

# 3

Dans un monde où la concurrence est de plus en plus féroce pour attirer l'attention des consommateurs, nous devons rester pertinents et donner la priorité à l'excellence sportive avant tout.

# 4

Dans un monde où le cynisme à l'égard des institutions nationales et mondiales ne cesse de croître, nous devons instaurer la confiance et la crédibilité, notamment en matière de durabilité.

# 5

Dans un monde divisé par la politique, la pauvreté et les inégalités, nous devons nous unir autour de nos valeurs.

Au-delà de ces défis spécifiques, nous devons adopter une attitude d'audace et d'innovation. À une époque où les changements technologiques et culturels sont incessants, nous devons faire preuve de courage pour franchir de nouvelles frontières.

La seule façon de relever ces défis est de faire preuve d'un esprit d'entreprise et d'innovation sans relâche - un esprit qui rejette le bricolage bureaucratique, qui embrasse la créativité et qui est guidé par nos cœurs et nos esprits.



# Un CIO dynamique et entreprenant



Grâce au leadership du président Bach, le navire se porte bien. Mais pour être à la hauteur des défis à venir, le CIO doit être flexible, dynamique et se concentrer sans relâche sur l'atteinte des objectifs qu'il s'est fixés.

Bien que le CIO ne soit pas une entreprise, il doit être géré comme une entreprise. En pratique, cela signifie qu'il faut définir clairement les objectifs à atteindre et rendre des comptes en cas de succès ou d'échec. Nos esprits doivent être ouverts à de nouvelles approches, de nouvelles idées et de nouvelles technologies. Nos forums doivent encourager le débat et notre approche doit inspirer une réflexion nouvelle.

Nous devons être particulièrement attentifs à ne pas tomber dans le piège des accords exclusifs et des partenariats qui étouffent la créativité et la croissance. Nous devons poursuivre une approche qui encourage la concurrence et le dynamisme.

## Questions clés

**Quelle est notre vision de l'avenir ? A-t-elle changé ? Où voulons-nous être dans cinq, dix ou cinquante ans ?**

Nous devons disposer d'un plan stratégique quinquennal détaillé et évolutif, assorti de jalons, afin de nous assurer que nous restons concentrés et que nous regardons tous dans la même direction. Ce plan serait le fruit d'un effort de collaboration, s'inspirant de la sagesse et de la perspicacité de l'ensemble de notre mouvement, riche en détails et en objectifs, et serait mis à jour chaque année.

**L'organisation du CIO s'est énormément développée en taille et en complexité au cours de la dernière décennie. Comment devrait-elle évoluer pour rester adaptée à ses objectifs ? L'efficacité et la responsabilité doivent être intégrées dans le CIO.**

Les organisations qui réussissent durablement s'appuient sur des fondations solides, notamment :

- une attention particulière portée à la gouvernance ;
- des domaines de responsabilité, d'obligation de rendre compte et d'autorité clairement définis dans l'ensemble de l'organisation ;
- une réflexion stratégique, avec des objectifs clairement définis ;
- une culture de collaboration, de créativité et d'innovation ; et
- une planification de la succession.

Le CIO ne doit pas être différent.

**Tous les membres du CIO sont aussi spéciaux les uns que les autres.**

Nous devons faire appel aux talents de toute l'organisation. Tous les membres du CIO sont aussi spéciaux les uns que les autres et tous doivent avoir la possibilité d'être vus et écoutés. Nous devons viser le paradigme selon lequel un plus un égale effectivement trois, en favorisant une culture de collaboration et en faisant avancer tout le monde dans la même direction.

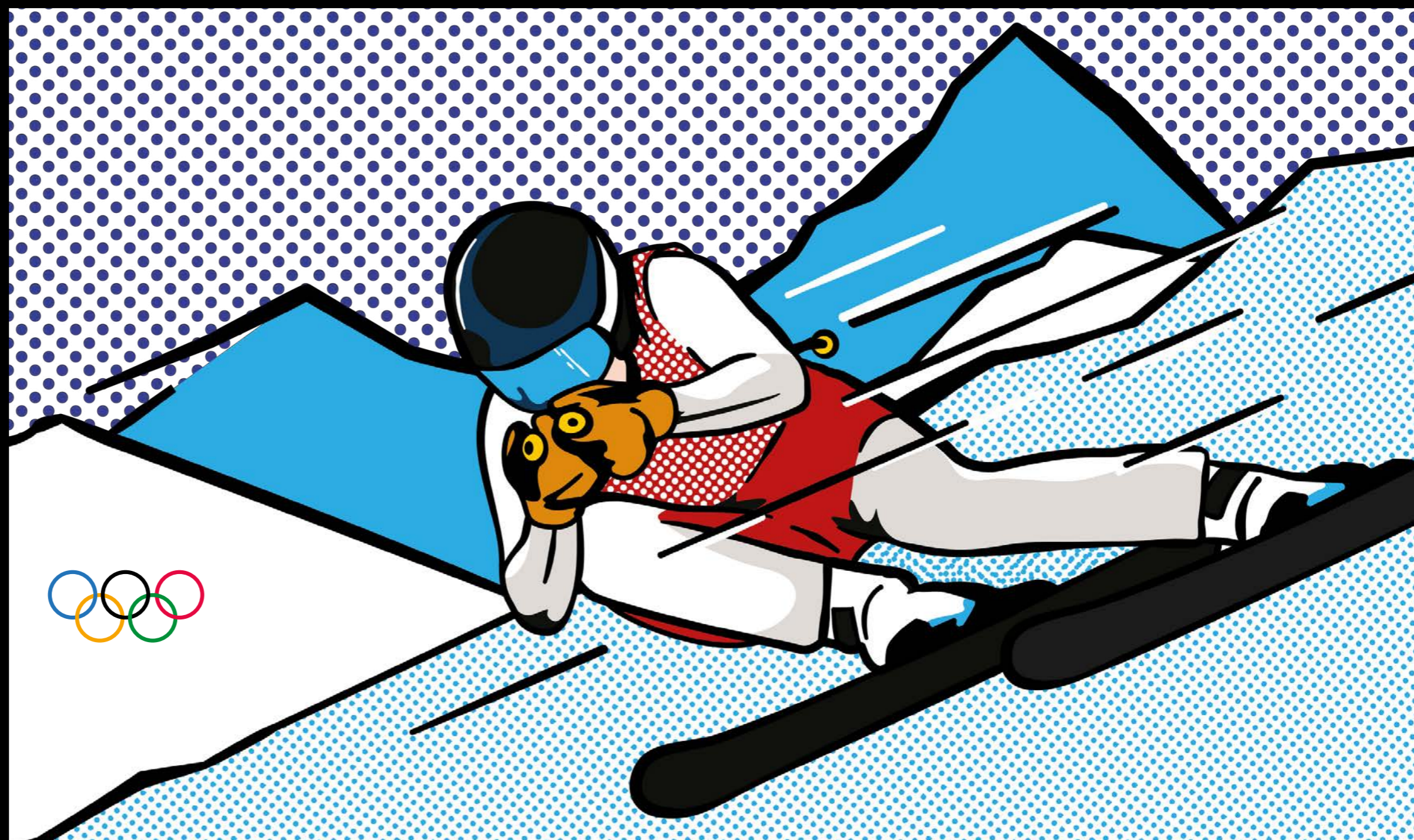
**Nous avons besoin des bonnes personnes aux bons endroits.**

Peu importe que vous soyez un nouveau membre du CIO ou un ancien membre, ce sont vos idées et votre passion qui comptent, ainsi que votre expérience de la concrétisation d'un projet.

**Nous devons faire davantage pour favoriser l'innovation et la créativité au sein des sessions et des comités du CIO, en rendant nos réunions plus interactives et plus engageantes. En tant qu'organisation, nous devons être très ouverts aux nouvelles idées afin d'attirer les personnes les plus qualifiées.**

Nous devons accueillir les idées et les innovations venant de l'extérieur, qu'elles émanent de professionnels du sport, de climatologues, d'artistes ou de personnalités du monde de la culture.

**La passion et l'innovation constituent la plus grande force.**



L'olympisme cherche à créer un mode de vie basé sur la joie de l'effort...



## L'excellence sportive avant tout

**Nous ne devons jamais oublier qu'en fin de compte, notre mouvement concerne le sport et l'excellence sportive.**

Il s'agit de ces moments d'efforts, d'habileté et de courage qui inspirent des milliards de personnes dans le monde. Alors que les consommateurs de médias du monde entier se voient proposer des sports et des divertissements de plus en plus variés, attrayants et séduisants, nous devons garder à l'esprit que l'excellence sportive mondiale est notre unique argument de vente. Comment faire en sorte que les formats des sports et des épreuves olympiques restent aussi attrayants, passionnants et inspirants qu'ils l'ont toujours été ?

Pour relever ce défi, il est essentiel d'enrichir l'expérience des athlètes. Ceux qui consacrent leur vie à l'excellence sportive constituent le noyau du Mouvement olympique. Nous devons faire en sorte que leur expérience soit exceptionnelle et que leur protection soit primordiale. En plus de cela, les athlètes doivent avoir une voix forte au sein du mouvement. Leurs points de vue doivent contribuer à façonner notre avenir.

Lorsqu'il s'agit de s'assurer que les sports olympiques et paralympiques restent de la plus haute qualité, les relations du CIO avec les Fédérations internationales et les Comités nationaux d'organisation sont vitales. Dans la mesure du possible, nous devons jeter des ponts avec les FI et les CNO, en tirant parti des synergies, en réduisant les tâches redondantes et en mettant en commun notre sagesse. Nous avons beaucoup à apprendre d'eux - et nous pouvons faire beaucoup pour les soutenir. Notre attitude doit être de considérer que nous sommes les différentes branches d'une même équipe : une équipe passionnée par le sport mondial et son pouvoir d'inspiration.

Par-dessus tout, nous devons être conscients de l'importance de maintenir la pertinence de notre marque à une époque où les options de divertissement et de distraction sont infinies. Notre passé glorieux ne nous garantit pas un avenir radieux. C'est quelque chose que nous devons mériter et pour lequel nous devons travailler chaque jour.

# Questions clés

## Les athlètes sont au cœur même des Jeux olympiques. Comment pouvons-nous améliorer leur expérience avant, pendant et après les Jeux ?

Nous devons nous inspirer des Jeux olympiques de Paris 2024. Que pouvons-nous faire de plus pour rendre cette période exceptionnelle pour tous les athlètes ?

## En ce qui concerne le village olympique, comment trouver le juste équilibre entre le confort des athlètes et la durabilité ?

Notre leadership en matière de durabilité ne doit jamais être remis en question, mais les athlètes méritent également le meilleur niveau de vie possible lorsqu'ils sont sur place. En effet, il s'agit là d'un élément fondamental de la vision des Jeux en tant que lieu où tous sont traités sur un pied d'égalité, quels que soient leur pays d'origine et le sport dans lequel ils concourent. Plus largement, notre action en matière de durabilité doit toujours être significative.

## Nous devons renforcer nos capacités en matière de protection, notamment en améliorant le soutien aux athlètes en matière de santé mentale, pendant et après les Jeux.

Veiller au bien-être des athlètes est primordial et ne doit pas s'arrêter aux Jeux. Nous devons poursuivre notre travail et rechercher les possibilités d'améliorer le soutien aux anciens athlètes olympiques lorsqu'ils mettent fin à leur carrière sportive active.

## L'intégrité et le fair-play sont essentiels à la marque olympique.

Nous devons collaborer plus étroitement avec Interpol et l'Office des Nations unies contre la drogue et le crime (ONUDD) pour créer une campagne de sensibilisation à la manipulation des compétitions, destinée aux athlètes, aux équipes, aux juges et aux arbitres.

## Les sports féminins doivent être sanctuarisés : sans compromis.

Il ne doit y avoir de zones grises. L'intégrité du sport féminin doit être protégée, quelles que soient les pressions culturelles. Face à ces pressions, l'équité et la clarté peuvent être atteintes si nous revenons aux faits biologiques.

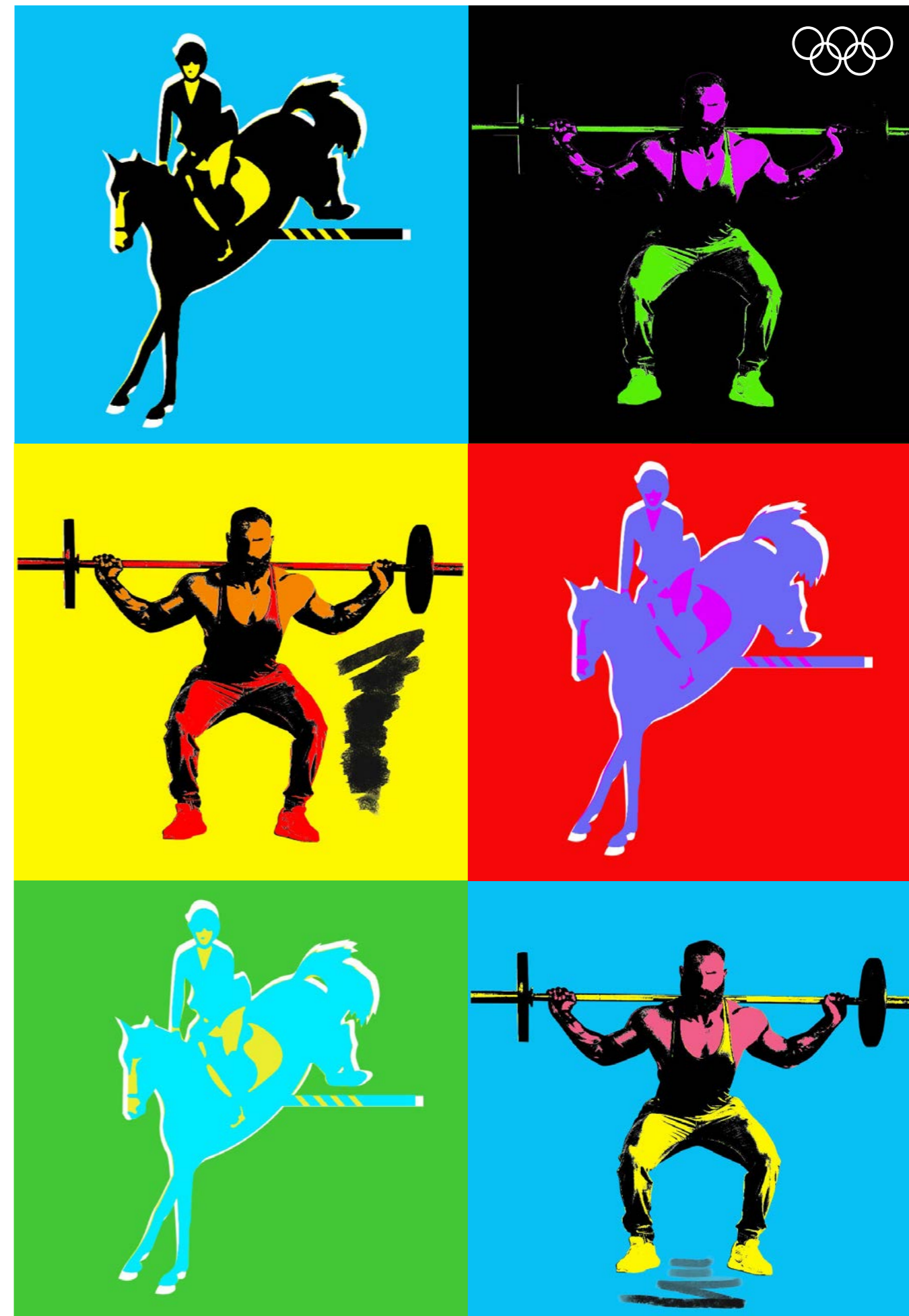
## Nous devons être guidés par des faits biologiques, et non les tendances culturelles.

Indépendamment des niveaux actuels de testostérone, la puberté crée des différences au niveau de la taille, du poids, etc. qui peuvent constituer un avantage sportif.

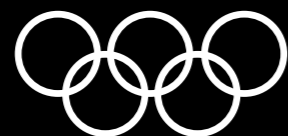
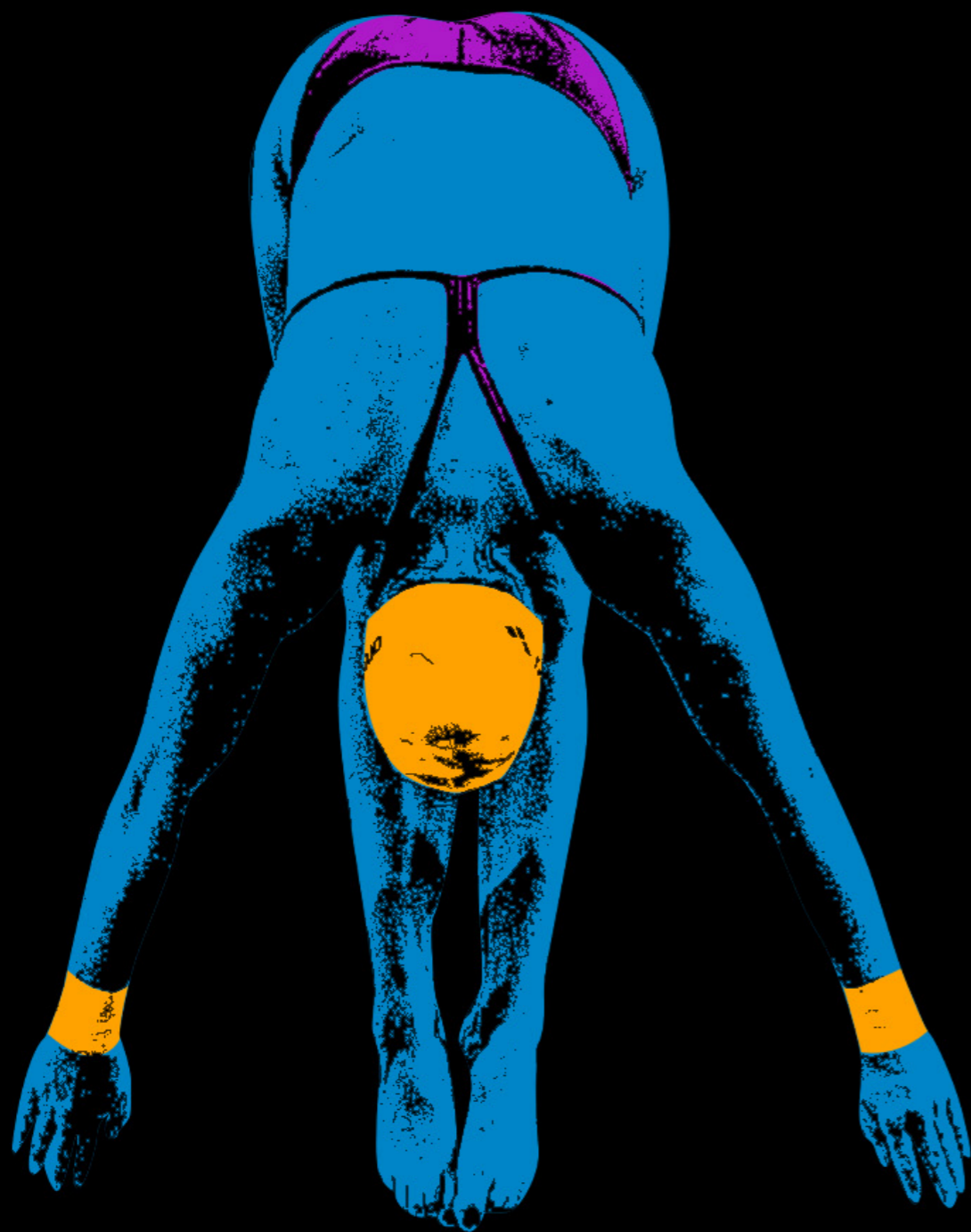
C'est sur la base de ce fait biologique que je crois fermement que nous devons délimiter le sport féminin, en veillant à ce que seules les personnes nées de sexe féminin puissent concourir dans le sport féminin. Nous devons protéger l'avenir compétitif des athlètes féminines par des cadres objectifs et scientifiques, et non par des politiques façonnées par des opinions ou des idéologies subjectives.

## Le CIO doit prendre l'initiative sur la question du genre et de l'éligibilité, en créant un cadre pour les fédérations internationales.

Bien que les fédérations internationales soient en fin de compte des organisations autonomes qui définissent leurs propres politiques, il est essentiel que les organismes sportifs du monde entier adoptent une approche uniforme. Le CIO doit montrer la voie en établissant une politique simple et claire afin de garantir un environnement équitable et sûr pour tous les athlètes, en particulier les femmes. Ce ne sera pas facile, pour des raisons évidentes, mais nous devons nous rappeler que l'intégrité et même la viabilité du sport féminin sont en jeu. Ce qui est primordial, ce n'est pas l'opinion publique ou les tendances dominantes, mais l'intégrité et la sécurité du sport féminin.



# Questions clés



## Les Jeux olympiques et paralympiques doivent être inclusifs pour tous.

Nous devons faire preuve d'ouverture d'esprit pour reconnaître que tout être humain a le droit non seulement de pratiquer un sport, mais aussi de participer à des compétitions de haut niveau. Cela pourrait signifier, par exemple, une catégorisation distincte basée sur l'identité biologique et sur des données scientifiques. Il ne s'agit pas d'exclusion, mais d'équité et de sécurité.

## Les avantages de l'attribution de prix aux athlètes olympiques l'emporteraient-ils sur les inconvénients ?

Notre mouvement vise à célébrer l'excellence et l'endurance humaines. Les athlètes consacrent des années à réaliser leur meilleure performance possible et reçoivent des récompenses bien plus importantes que l'argent : la fierté nationale, la gloire personnelle et le respect de leurs concurrents. Nous devons nous poser la question suivante : l'introduction de prix en argent est-elle compatible avec cet esprit ? Est-elle nécessaire ? Une médaille olympique confère à l'athlète l'immortalité sportive et des possibilités infinies. Une autre question à prendre en compte est le précieux idéal olympique d'inclusion. Au lieu de concentrer les récompenses monétaires sur quelques athlètes d'élite, nous devons nous efforcer de faire en sorte que davantage d'athlètes aient la possibilité de concourir au plus haut niveau.

## Comment pouvons-nous rendre les Jeux plus attrayants pour les jeunes générations - et comment pouvons-nous les faire participer plus d'une fois tous les deux ans ?

La relative rareté des Jeux (par rapport à d'autres compétitions sportives majeures) rend leur pertinence difficile. Le CIO doit donc explorer les moyens de renforcer le profil olympique entre les Jeux. Comment pourrions-nous adapter le budget des Jeux de la Jeunesse pour le rendre commercialement durable ?

## Nous devons maximiser le spectacle des Jeux olympiques et paralympiques, en renouvelant sans cesse leur réputation de plus grand spectacle au monde.

Nous disposons d'un pouvoir de rassemblement exceptionnel et de la capacité de réunir une série de personnalités du monde du sport et du spectacle. Nous devons nous en servir pour créer davantage d'éléments de divertissement pleins de stars, non seulement pour les cérémonies d'ouverture et de clôture, mais aussi tout au long des Jeux.

## Comment pouvons-nous rendre l'expérience des Jeux plus excitante pour tous les spectateurs ?

Nous devons envisager de faire davantage appel à des commentateurs sportifs de renom, en tirant parti de leur notoriété pour attirer davantage de spectateurs et souligner le statut des Jeux olympiques et paralympiques en tant que sommet des événements sportifs. Par exemple, pourquoi ne pas faire appel à des voix familières telles que John McEnroe et Chris Evert pour commenter les Jeux olympiques de tennis ?

## Nous devons examiner tous les sports olympiques existants et potentiels en fonction de leur attrait pour les supporters, de leur valeur ludique et de leur potentiel d'intégration technologique.

Cet examen pourrait porter à la fois sur l'inclusion de nouvelles disciplines et sur le maintien de la viabilité d'autres disciplines.

## Les formats de chaque sport sont-ils appropriés et suffisamment attrayants pour les spectateurs modernes ?

Par exemple, le tennis devrait-il être joué dans un format de grand chelem, avec des matchs au meilleur des cinq manches et un tirage au sort de grand chelem ? Devrions-nous imiter le succès du rugby à sept avec le football à sept pour attirer les stars du jeu ?

## Nous devons viser à égaler l'attrait d'autres événements mondiaux dans chaque sport olympique et paralympique, tels que les grands chelems de tennis.

Nous devons toujours nous efforcer d'avoir les meilleurs athlètes du monde. Comment, par exemple, pourrions-nous garantir la participation des meilleurs golfeurs du monde ? Lorsqu'il est question de quotas, ne soyons pas otages de la fortune.

## Comment pouvons-nous jeter un pont entre le sport olympique et le sport paralympique, en attirant davantage de téléspectateurs et en donnant une plus grande visibilité aux athlètes paralympiques ?

Il convient d'étudier les compétitions de relais auxquelles participent des athlètes valides et des athlètes handicapés, en recherchant de nouveaux formats qui permettront aux téléspectateurs de se concentrer sur les capacités extraordinaires - et non sur les handicaps - de tous les participants.



## Garder une longueur d'avance sur le plan commercial

**Dans une entreprise, la valeur est générée pour les parties prenantes. Au sein du CIO, la valeur est générée pour des milliards de personnes à travers le monde : les athlètes dont la carrière est transformée, les supporters dont le cœur est touché, les personnes dont les villes, les perspectives et les vies sont transformées au-delà de toute mesure.**

L'argent n'est pas le seul facteur déterminant de la pertinence de notre mouvement. Il est important parce que plus notre réserve d'investissement est importante, plus nous pouvons enthousiasmer et soutenir de nouveaux athlètes, en particulier dans les pays qui n'ont pas les moyens d'assurer un tel développement. Chaque centime gagné par le CIO génère de la valeur pour tous. Un résultat net sain signifie « un monde meilleur grâce au sport ».

C'est pourquoi nous devons redoubler d'efforts pour générer de la valeur et rester en tête de la courbe commerciale. À court et à moyen terme, le modèle économique olympique est confronté à des défis évidents. Les revenus de la télévision traditionnelle sont susceptibles de diminuer en raison de quatre changements dans la manière dont les gens consomment le contenu : de la télévision linéaire à la diffusion en continu ; du visionnage du sport en direct à l'écoute des temps forts ; du plaisir traditionnel du sport à l'appétit pour les histoires mettant en scène des visages familiers ; et des modèles traditionnels aux You Tubers, à la diffusion en continu gratuite avec des partenaires présentateurs, au placement de produits, etc.

Nous ne devons pas nous contenter d'observer ces tendances, mais les anticiper et les utiliser pour créer des résultats convaincants. Il ne suffit pas de se reposer sur nos lauriers et sur l'héritage de notre marque ; à l'heure où les gens cherchent à consommer du contenu de manière nouvelle et innovante, nous devons nous assurer que le CIO reste en tête de la courbe numérique. Pour ce faire, il faudra adopter de nouveaux modes de narration et s'ouvrir à de nouvelles formes de monétisation. Grâce à la technologie numérique, nous disposons d'opportunités inégalées pour diffuser nos valeurs. Profitons de cette opportunité.

Une marque est comme un organisme vivant : elle évolue, elle change avec le temps, mais elle doit toujours rester fidèle à ses valeurs. Notre marque jouit d'un riche héritage, synonyme des plus hauts sommets de l'accomplissement humain. Pour lui assurer un avenir tout aussi riche, nous devons promouvoir ces valeurs, faire preuve d'intégrité dans tout ce que nous faisons et répondre aux préoccupations mondiales telles que le changement climatique.

Cette évolution de la marque est essentielle si nous voulons rester une proposition attrayante pour les partenaires de parrainage, tout comme la manière dont nous entretenons ces relations. La confiance est essentielle et nos partenaires de parrainage attendent de la cohérence, avec une architecture transparente et claire et un cadre de règles et de politiques incluant la ville hôte.

L'évolution rapide des attentes, des modes de consommation de contenu et de la combinaison des canaux doit être suivie de près. Des leçons ont été tirées de la bulle Internet et d'autres devront être tirées de l'impact commercial des tendances actuelles. Nous devons bientôt prendre une décision stratégique sur notre future politique de radiodiffusion.

Garder une longueur d'avance signifie également obtenir plus pour le moins. La collaboration avec les fédérations internationales pour l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques sera essentielle à cette efficacité, et nous devons nous assurer que nos capacités et nos investissements servent bien nos objectifs.

Dans les années à venir, nous devons trouver le bon équilibre entre les objectifs de parrainage, l'exploitation des droits de télévision, les stratégies numériques et les nouveaux modèles de commercialisation.

## Questions clés

### Comment notre production devrait-elle prendre en compte les comportements et les valeurs massivement modifiés de la jeune génération ?

40 milliards d'heures de contenu des Jeux olympiques de Paris 2024 ont été regardées sur YouTube uniquement. Le site a fait appel à 30 créateurs de premier plan pour les Jeux olympiques afin d'offrir de nouvelles perspectives. Nous devons embrasser ce changement, en utilisant notre pouvoir et nos plateformes pour aider les athlètes, les fans et les influenceurs des réseaux sociaux à raconter des histoires meilleures et plus profondes.

### Investissement dans la technologie - sommes-nous sur la bonne voie ?

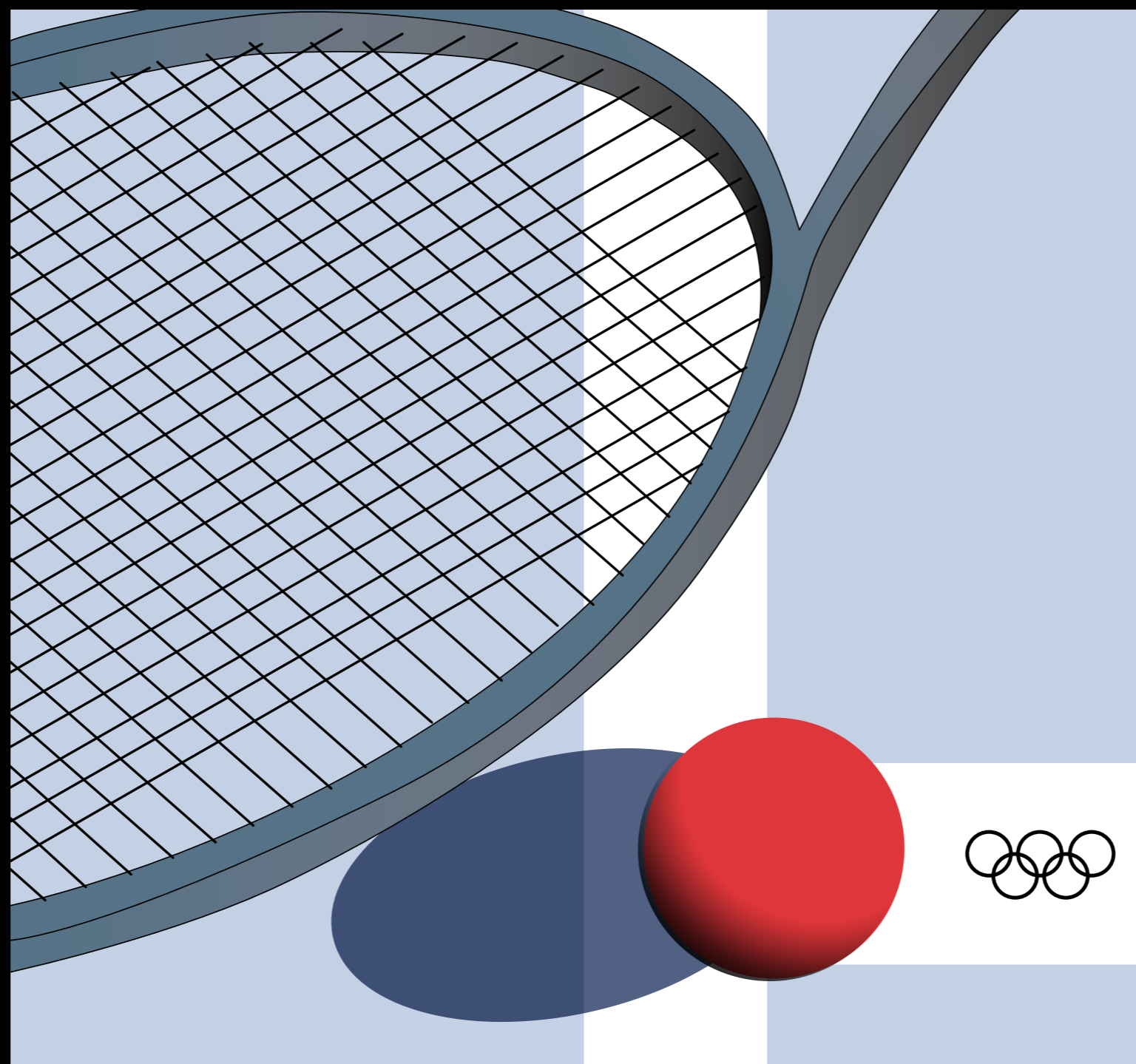
Avec l'évolution spectaculaire vers le streaming et les temps forts, nous avons fait le bon choix en adoptant des modèles de distribution basés sur le cloud. Mais l'innovation ne doit pas s'arrêter là. De nouvelles possibilités de monétisation se profilent à l'horizon, qui nécessiteront une réflexion stratégique approfondie, ainsi que des investissements importants pour le renforcement des capacités.

### Le numérique change tout - nous devons nous assurer que le CIO a une longueur d'avance. Devons-nous créer une plateforme d'échange de contenu où les athlètes et les équipes pourraient partager des images et du contenu ? Comment les technologies telles que la technologie cloud et l'IA vont-elles permettre de personnaliser davantage les contenus et les expériences ?

Aujourd'hui, la mode est aux clips, aux temps forts et aux résumés sportifs. Demain, il s'agira peut-être de lunettes de réalité augmentée et de contenus ultra-personnalisés. Quelle que soit la tendance, le CIO doit être le premier à s'y intéresser. La consommation numérique continuant à dépasser l'audience télévisuelle, nous devons continuer à investir dans les innovations numériques, l'expansion des plateformes directes au consommateur, avec un contenu exclusif de haute qualité et différents modèles de contenu axés sur les paliers, ainsi que des expériences d'engagement des supporters de plus grande qualité.

### Il est essentiel de maintenir des relations étroites avec les sponsors.

Construire ces relations demande du temps et des efforts. Nous devons travailler sans relâche pour entretenir les relations existantes et en développer de nouvelles. Sommes-nous suffisamment à l'écoute de nos partenaires sponsors ?



**Lorsque les intérêts des sponsors s'opposent, l'attrait de la poursuite du parrainage est sérieusement compromis. Nous devons préserver les intérêts de nos principaux sponsors, en veillant à ce qu'il n'y ait pas de raccourci dans le niveau d'exposition dont ils bénéficient.**

Nous devons revoir l'architecture et le cadre des règles entourant nos programmes de parrainage et de marketing afin que nos partenaires et nous-mêmes soyons parfaitement au clair sur les opportunités dont ils bénéficieront par rapport à d'autres marques.

**Lorsqu'il s'agit de nos sponsors, la confiance est primordiale.**

Il est essentiel de disposer des compétences requises. Nous avons besoin des bonnes personnes ayant de bonnes capacités aux bons endroits.

**Pour garantir la cohérence de tout ce que touche le nom olympique, nous devons rationaliser les politiques de parrainage tout au long du processus.**

Nos partenaires veulent connaître leur place dans la hiérarchie du parrainage et savoir que leurs objectifs commerciaux n'entreront pas en conflit avec ceux des autres. Nous devons les entendre sur ce point et tenir nos promesses.

**Compte tenu de l'évolution rapide des habitudes des spectateurs, comment pouvons-nous raconter de meilleures histoires et maximiser la commercialisation de notre marque par le biais de nouveaux médias ? En faisons-nous assez en matière d'activations ?**

Les sponsors et les partenaires cherchent à faire les choses différemment. Plutôt que de se soucier uniquement de la visibilité de leur logo, ils souhaitent intégrer leur marque dans des histoires et des moments autour des Jeux. Nous devons nous efforcer d'atteindre le prochain niveau de création de valeur avec les sponsors, en créant des histoires uniques qui non seulement trouvent un écho auprès des spectateurs, mais qui améliorent davantage leur expérience. Les attentes futures repousseront les limites de l'innovation et de la technologie - et nous devons nous y préparer.

**Optimisons-nous les possibilités de parrainage en nature ?**

Le parrainage en nature peut apporter des avantages évidents au résultat net et à la marque, mais seulement s'il est lié à nos objectifs. La technologie continuant d'évoluer rapidement, il est important que le parrainage en nature ne nuise pas à nos objectifs stratégiques.

**Quel est l'avenir de nos droits de télévision ? Quel type de diffuseur voulons-nous être ?**

D'importants contrats de télévision doivent être renouvelés, à commencer par les Jeux olympiques de 2034 et 2036. Nous sommes une marque leader et nous pouvons nous permettre d'avoir une vision à long terme, mais en même temps nous devons observer attentivement le marché et prendre les bonnes décisions pour les bonnes raisons. En fin de compte, c'est à nous de décider de notre future politique de diffusion.

## Questions clés

**Avec nos partenaires de diffusion, nous devons étudier la possibilité d'inclure des services de streaming.**

En prélude au LA 2028, nous devons préparer le terrain pour une expérience du téléspectateur complètement différente, avec des récits et des moments forts plus importants. Si nous voulons avoir accès à un public en pleine croissance et amplifier nos récits, nous devons ouvrir plus largement la porte aux services de streaming tels que YouTube, Netflix, Apple et Amazon. Les téléspectateurs de demain s'orientent résolument dans cette direction, et nous devons en faire autant.

**Comment pouvons-nous tirer le meilleur parti des futures opportunités commerciales ?**

Le CIO dispose d'une multitude d'opportunités commerciales, allant de la monétisation plus efficace de nos canaux numériques à l'expansion du commerce électronique, des marchandises et des produits de consommation numériques. Nous devons choisir intelligemment les opportunités à saisir. La question clé sera de savoir comment chaque opportunité commerciale correspond à nos valeurs et à nos objectifs stratégiques à long terme - et comment chacune d'entre elles pourrait avoir un impact sur notre positionnement de qualité. Nous devons maintenir un dialogue étroit sur les initiatives commerciales avec nos parties prenantes, nos sponsors et nos partenaires commerciaux.

**Obtenir plus pour le moins !**

La puissance de notre marque a fait que, par le passé, nous pouvions nous permettre d'être moins rigoureux en matière d'efficacité. Nous ne pouvons plus nous permettre ce luxe. Nos structures se sont développées de manière exponentielle. Nous devons nous concentrer sans relâche sur l'obtention du meilleur rapport qualité-prix. Les actions doivent inclure ce qui :

- réviser nos frais généraux fixes et nos stratégies d'investissement ;
- faire preuve de perspicacité dans le déploiement des ressources et dans la manière dont nous générons des revenus ;
- s'efforcer de mettre nos capacités et nos compétences au service de nos objectifs ;
- tirer parti des synergies ; et
- rationaliser nos investissements, nos coûts et nos frais généraux en fonction de nos objectifs stratégiques.

**Travailler avec les fédérations internationales, leurs associations membres et les organisateurs locaux pour réduire les doublons, les délais et les coûts liés aux événements des Jeux est un fruit à portée de main - et nous devons le saisir.**

Grâce à mon expérience dans le monde des affaires et en tant que président de la FIS, la plus grande fédération des sports olympiques d'hiver, je suis convaincu qu'avec les nouvelles technologies et une participation plus étroite des fédérations internationales, nous pourrions organiser les prochaines éditions des Jeux de manière plus efficace, à un coût nettement inférieur et avec un niveau de qualité encore plus élevé. Le partage des bénéfices permettrait aux fédérations internationales d'investir davantage dans leurs athlètes et leur sport, ce qui profiterait en fin de compte au Mouvement olympique. Ce n'est qu'un exemple de l'équation qui sous-tend mon approche :  $1 + 1 = 3$ .

**Quelle est la stratégie future du service de diffusion des jeux olympiques ?**

Dans un paysage en constante évolution, avec la livraison basée sur le cloud, les nouvelles technologies, les drones et l'IA, notre stratégie actuelle est-elle alignée sur les nouvelles possibilités d'élever l'expérience des téléspectateurs ? Pourrions-nous bénéficier d'un équilibre différent entre les fonctions et les compétences internes/externes ? Le défi consiste à assurer un bon rapport qualité-prix tout en garantissant la meilleure qualité.

**Que réserve l'avenir à la chaîne olympique ?**

Nous avons tant d'histoires à raconter à notre public. Notre approche doit donc s'aligner sur l'évolution des habitudes des téléspectateurs. Nous devons nous concentrer sur les chaînes qui donneront les meilleurs résultats.

## Si vous ne vous préparez pas, vous préparez à l'échec.



# Renforcer la confiance et la crédibilité

Au cours des dernières décennies, on a assisté à une implosion de la confiance dans les hommes politiques et les gouvernements du monde entier, et son impact est ressenti par les grandes organisations telles que la nôtre. C'est pourquoi nous devons sans cesse renouveler nos efforts dans tous les domaines de responsabilité, en particulier en matière de développement durable.

Il n'est pas seulement essentiel de prendre les devants en matière de durabilité pour conserver l'attrait de notre marque auprès des jeunes générations ; il s'agit de notre responsabilité solennelle. Soyons clairs sur l'ampleur et l'urgence du défi climatique. Le monde n'a pas été conçu pour 8 milliards de personnes vivant comme nous le faisons. La sécurité alimentaire, hydrique, météorologique, climatique et énergétique constitue une menace réelle et actuelle pour toute l'humanité.

Les Jeux olympiques de Paris 2024 ont été un exemple en termes de durabilité. Notre défi n'est pas seulement de continuer sur cette trajectoire positive, mais de l'améliorer. Cela signifie qu'il faut constamment rechercher des solutions innovantes pour minimiser notre empreinte carbone et protéger la biodiversité. Cela signifie qu'il faut adopter des mesures d'adaptation et d'atténuation, être attentif à la circularité et aux déchets, sensibiliser et s'engager avec les communautés du monde entier pour trouver des solutions pratiques et réalisables en matière de durabilité. En faisant ce qu'il faut et en montrant que l'on fait ce qu'il faut - par exemple en évitant la déforestation et en lançant des initiatives de reboisement - nous pouvons renforcer la confiance dans le CIO.

**Nous devons être la voix la plus forte pour défendre nos valeurs.**





## Questions clés

### **La confiance est un élément essentiel de la marque olympique.**

Nous ne devons pas nous contenter de défendre nos valeurs dans des documents et des stratégies, nous devons les vivre au quotidien dans notre travail.

### **La durabilité doit être au cœur de l'agenda du CIO. Quelles sont les nouvelles innovations qui peuvent à la fois apporter des changements significatifs et renforcer la confiance dans notre action ?**

Nous devons, par exemple, créer une nouvelle initiative « Forest City », dans le cadre de laquelle une portion de forêt tropicale de la taille exacte de la ville hôte serait conservée, en respectant les critères de permanence, de fuite et d'additionnalité.

### **Notre approche de la durabilité doit être fondée sur la science.**

En tant qu'organisation, nous devons observer attentivement ce que la science nous dit, plutôt que de nous laisser guider par l'opinion publique.

### **Comment pouvons-nous utiliser la marque olympique pour sensibiliser au changement climatique et encourager toutes les parties prenantes à agir ?**

En tant qu'influenceur mondial, le Mouvement olympique peut aider les entreprises et les individus du monde entier à faire de meilleurs choix. Nous devons tirer parti du statut d'observateur du CIO à la COP, en intégrant plus efficacement notre travail avec cette organisation et d'autres organisations internationales de lutte contre les changements climatiques. Nous devons obtenir davantage de reconnaissance pour notre excellent travail en matière de durabilité. Et nous devons tirer parti de notre marque pour sensibiliser davantage à l'action en faveur du climat, notamment en engageant davantage les athlètes en tant qu'ambassadeurs du changement.

### **Nous devons être clairs sur le fait que le changement climatique est une menace existentielle pour les Jeux olympiques d'hiver.**

La rotation des JOH entre les sites permanents est une option souhaitable et durable. L'exploration de cette politique doit être accélérée, avec toutes les parties prenantes contribuant à façonner cette idée. En tant que président de la plus grande fédération des sports olympiques d'hiver, je soutiens de tout cœur ce concept. C'est une solution gagnante pour le mouvement et pour la planète.

### **Comment pouvons-nous nous tenir responsables des progrès que nous réalisons en matière de durabilité ?**

Si je suis élu président du CIO, je fixerai des objectifs annuels clairs et transparents afin de favoriser le changement dans l'ensemble de l'organisation.

# S'unir autour de nos valeurs



Notre mouvement concerne le sport, certes, mais il va bien au-delà. Il s'agit de justice sociale. Il s'agit de transcender les différences au nom de l'amitié. Il s'agit de valeurs qui n'ont ni langue ni culture : l'unité, l'espoir, le respect des autres.

Dans un monde divisé par la politique, la pauvreté et l'inégalité, ces valeurs sont exceptionnellement puissantes. Nous devons savoir comment les exploiter, en promouvant l'unité et la paix partout et chaque fois que nous le pouvons.

Le sport a le  
pouvoir d'unir  
les gens plus que  
toute autre chose.



## Questions clés

### **Nous devons défendre le précieux principe de la neutralité politique.**

Les résultats obtenus par le président Bach dans la conduite du CIO dans des eaux controversées - notamment en obtenant plusieurs résolutions novatrices des Nations unies - sont dignes du prix Nobel de la paix. Il s'agissait de décisions difficiles prises sous une pression énorme. Notre tâche consiste à poursuivre ce grand travail avec le même courage et le même engagement, en reconnaissant que la neutralité politique est sacrée pour notre mouvement. À chaque différend ou conflit géopolitique, le CIO subira des pressions pour prendre parti ou pour démontrer qu'il est du « bon » côté d'un argument. Nous devons défendre vigoureusement notre neutralité politique.

### **Nous devons empêcher que les athlètes soient utilisés à des fins politiques.**

Personne ne peut choisir son lieu de naissance. Il serait très discriminatoire d'empêcher un athlète de concourir au plus haut niveau en raison de son passeport. Nous devons donc développer l'approche consistant à permettre aux athlètes neutres de concourir sous leur propre nom aux Jeux. Paris 2024 a démontré que notre programme AIN fonctionne bien pour les compétiteurs russes et biélorusses, et qu'il doit être poursuivi dans l'intérêt des athlètes. Le fait de détenir un passeport d'un pays donné ne doit pas vous empêcher de poursuivre vos rêves sportifs. Le programme AIN respecte ces droits tout en tenant compte de la réalité géopolitique actuelle. En définitive, le sport est un droit de l'homme.

### **Pourrions-nous faire davantage pour tirer parti de la marque olympique afin de favoriser la compréhension entre les différents peuples et de promouvoir l'unité ? Devons-nous être de plus en plus proactifs dans la diffusion des opportunités sportives à travers le monde ?**

Le Mouvement olympique est le plus grand pourvoyeur d'espoir et d'enthousiasme au monde ; un forum qui encourage chacun à aspirer à la grandeur, d'où qu'il vienne. Nous devons être inlassablement proactifs et tirer parti de cette réputation en proposant de nouvelles idées pour l'engagement et la participation au niveau mondial. Nous avons la capacité unique de faciliter le dialogue entre des nations et des peuples divisés - et nous devons utiliser cette capacité plus régulièrement pour le bien de l'humanité.

Il faut faire preuve de créativité pour soutenir les pays en développement - sommes-nous assez courageux ? Encourager l'investissement dans le sport est essentiel - mais pouvons-nous être plus innovants, faire plus avec moins de ressources en utilisant des technologies telles que l'IA ? Pouvons-nous, par exemple, créer des plans d'entraînement basés sur des données pour les nations olympiques qui n'ont pas les moyens de s'offrir cette technologie ?

### **L'olympisme a-t-il sa place dans les programmes scolaires ?**

L'humanité a beaucoup à apprendre du Mouvement olympique et de ses valeurs. Quel meilleur endroit que le programme scolaire pour initier les enfants au Mouvement olympique et à ses valeurs ? Comment pouvons-nous encourager cela ?

# Nouvelles frontières

**Le Mouvement olympique a une histoire riche dont nous sommes tous fiers à juste titre. Mais nous ne devons jamais nous reposer sur nos lauriers.**

Pour maintenir notre réputation et notre influence, nous devons explorer avec audace de nouvelles frontières, en poussant au progrès dans les lieux où nous nous rendons, les sports que nous défendons et les technologies que nous adoptons.

Si nous voulons rester pertinents en tant que mouvement mondial, nous devons montrer que la flamme olympique ne traverse pas seulement les régions en développement du monde en direction des nations plus riches. Nous devons faire preuve de courage en explorant de nouveaux territoires pour accueillir les futures éditions, en cherchant à briser les idées préconçues sur les endroits où nous pouvons ou ne pouvons pas aller - et, en retour, en brisant les barrières dans les pays du Sud.

Cette audace doit également s'étendre aux nouvelles frontières dans le domaine sportif. Les sports électroniques peuvent sembler différents des sports olympiques à bien des égards, mais leur popularité croissante laisse entrevoir un avenir alléchant dans lequel les valeurs olympiques sont exploitées pour toucher un public plus large et plus jeune.

## La fortune sourit aux audacieux.





### **Nous sommes un mouvement pour le monde entier.**

Dans le passé, il y a eu une réticence compréhensible à explorer les possibilités d'accueillir des éditions dans les pays en voie de développement. Les enjeux sont importants, mais les risques peuvent être gérés. Avec un état d'esprit audacieux, nous devons envisager de nouvelles destinations - y compris les pays du Sud - pour les futurs Jeux olympiques et paralympiques. La perspective de futures éditions en Afrique, en Inde et au Moyen-Orient devrait nous enthousiasmer et nous émouvoir. Travaillons dans ce sens.

### **Comment les risques liés à l'attribution des Jeux à des pays moins développés pourraient-ils être atténués ?**

Notre première priorité est de garantir une expérience olympique viable, sûre et spectaculaire, où que ce soit dans le monde. Afin d'aider les nations qui ne disposent pas d'infrastructures de niveau équivalent à celles des éditions précédentes, nous pourrions envisager d'attribuer les Jeux plus tôt, afin de laisser plus de temps pour la planification et l'organisation. En ce qui concerne l'organisation des événements, une coopération étroite avec les fédérations internationales serait encore plus importante qu'à l'accoutumée, un processus qui serait soutenu à tout moment par le CIO.

### **Adoption des sports électroniques.**

La taille du marché mondial des sports électroniques devrait être multipliée par plus de cinq au cours de la prochaine décennie. L'intégrer dans le giron olympique est judicieux non seulement d'un point de vue commercial, mais aussi d'un point de vue stratégique. Bien que tout nouveau genre sportif doive être abordé avec prudence, nous devons être ouverts à l'idée d'explorer la possibilité de nouveaux événements et formats qui offrent une plateforme aux sports électroniques. Le nombre important de personnes attirées par les sports électroniques - et l'énorme potentiel de croissance - nous offre l'opportunité de tirer parti des valeurs olympiques auprès de nouveaux publics dans le monde entier.

### **Comment devrions-nous aborder l'intelligence artificielle ?**

L'Agenda olympique pour l'IA constitue une excellente base pour l'avenir. Il reconnaît que l'IA n'est pas une menace pour le Mouvement olympique, mais une fantastique opportunité.

### **Au-delà du battage médiatique, nous devons reconnaître ce que l'IA fera, et ce qu'elle ne fera pas.**

L'intelligence artificielle peut contribuer au processus de créativité, mais en fin de compte, toute pensée créative et innovante originale viendra des êtres humains. L'IA sera plutôt un outil d'efficacité fantastiquement utile. Il nous remplacera, mais ne se substituera pas à nous.

### **Comment pouvons-nous saisir les opportunités d'optimisation des ressources offertes par l'IA ?**

L'IA permettra d'allouer les ressources plus efficacement et nous aidera à offrir des spectacles plus homogènes et plus étonnants, de manière plus efficace et à moindre coût pour les résultats financiers et la planète.

### **L'IA a le potentiel d'apporter une aide considérable en matière de classification, de jugement et de programmes de formation fondés sur des données.**

Investir dans ces technologies aujourd'hui permettra de réaliser d'importantes économies de temps et d'argent à l'avenir. Nous devons également garder à l'esprit que l'IA pourrait rendre le dopage encore plus difficile à détecter - une autre raison pour laquelle il est important d'investir maintenant pour la marque olympique et paralympique à l'avenir.

### **L'IA peut également nous aider à promouvoir nos valeurs, en touchant davantage d'athlètes et de supporters dans plus de pays.**

Une technologie capable d'identifier rapidement les athlètes exceptionnels est déjà disponible. Le CIO l'a testée au Sénégal. Comment pouvons-nous déployer rapidement cette technologie dans les pays en voie de développement, en identifiant les futurs médaillés d'or et en utilisant les ressources olympiques pour soutenir leur progression ?

# Une longueur d'avance



Johan Eliasch

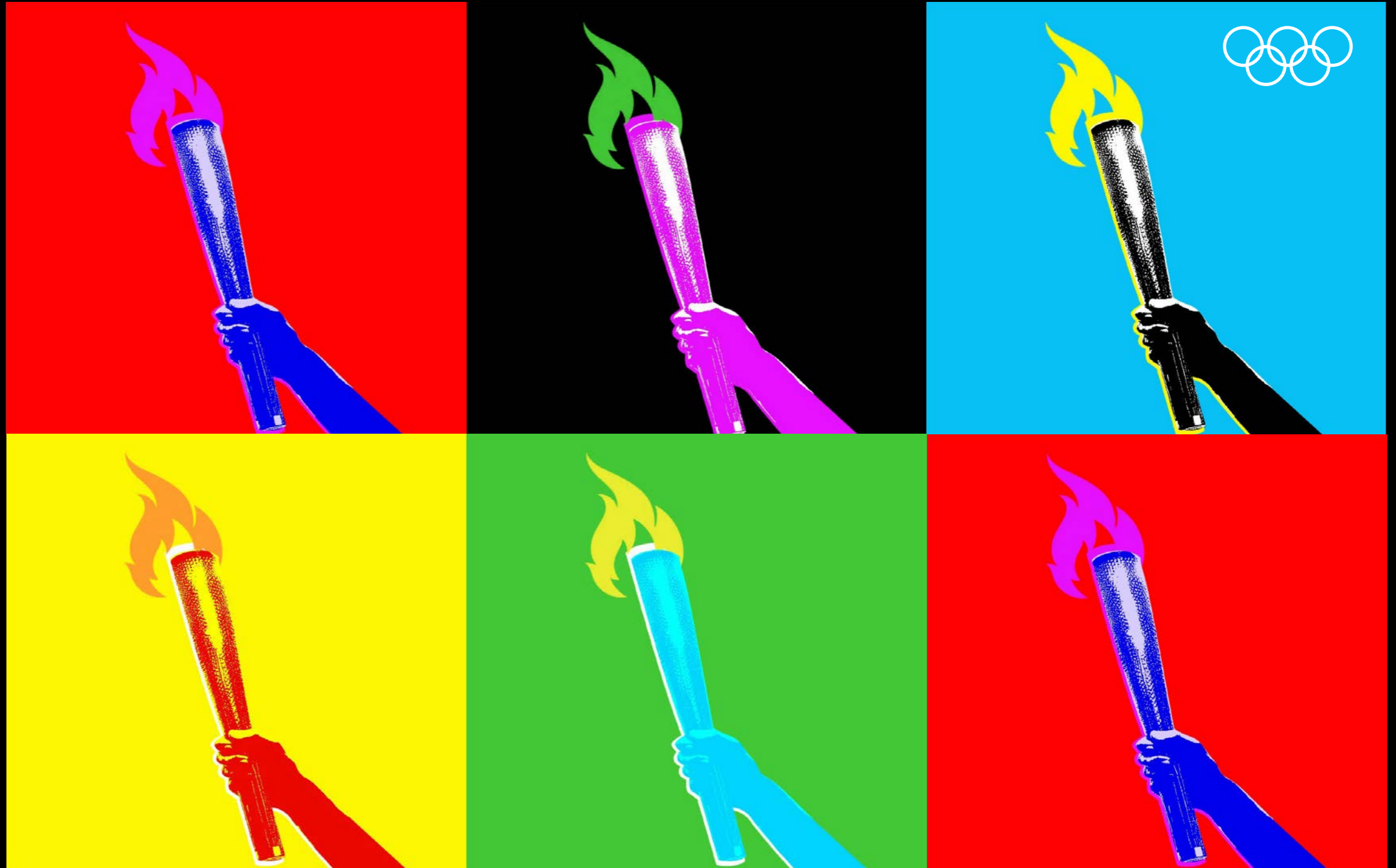
Je tiens à remercier tous ceux qui m'ont fait part de leurs opinions et de leurs réflexions au cours des derniers mois. J'ai eu d'innombrables conversations sur l'avenir de notre mouvement avec des membres du CIO du monde entier. Quel que soit le continent d'où nous venons, le pays que nous représentons ou notre expérience antérieure, il y a un point commun : nous sommes passionnément attachés à la direction et à la sauvegarde du Mouvement olympique en raison de son importance pour l'humanité.

Nous voulons tous que notre organisation soit adaptée à ses objectifs afin de pouvoir relever les défis d'une époque en pleine mutation. Nous voulons tous passionnément exploiter le pouvoir de la marque pour améliorer le monde. Tous les collègues avec qui j'ai échangé m'ont également dit clairement qu'ils voulaient que le CIO soit géré de manière dynamique et professionnelle.

Si je suis élu président du CIO, je travaillerai 24 heures/24 et 7 jours/7 pour atteindre ces objectifs, et je m'efforcerai également d'introduire la collaboration et l'égalité à tous les niveaux de notre organisation. Comme je l'ai déjà dit dans le présent document, tous les membres du CIO sont aussi spéciaux les uns que les autres. Toutes les voix doivent être écoutées, quelle que soit la longueur de votre CV ou votre ancienneté en tant que membre du CIO. Nous sommes avant tout une équipe - une équipe unie dans sa passion pour le sport et son potentiel à changer le monde.

J'espère que ce manifeste n'est que le début d'une longue et productive conversation avec vous sur la manière de faire évoluer notre organisation pour qu'elle soit en mesure de relever les défis du jour. Vos avis m'importent. Votre passion et votre engagement sont essentiels pour notre mouvement. De nombreuses opportunités s'offrent à nous pour porter le Mouvement olympique vers des niveaux encore plus élevés.

Ensemble, gardons une longueur d'avance.



Gagner, c'est l'art  
d'être préparé.



**Johan Eliasch**

Document de candidature  
Présidence du CIO 2025