



DEUXIÈME MISE À JOUR SUR LES JEUX OLYMPIQUES DE SOTCHI

MISES À JOUR PÉRIODIQUES SUR LES JEUX OLYMPIQUES D'HIVER DE 2014 À SOTCHI

DESTINATAIRE :	Conseil d'administration
RÉUNION :	21 février 2013 – Réunion du Conseil d'administration
EXPÉDITRICE :	Kirstine Stewart, vice-présidente principale, Services anglais
OBJET :	Mise à jour sur les Jeux olympiques d'hiver de 2014 à Sotchi présentée au Conseil
DATE :	11 février 2013



***Deuxième mise à jour (21 février 2013) :
Jeux olympiques d'hiver de 2014 à
Sotchi***

CBC  Radio-Canada



SOMMAIRE : DEUXIÈME MISE À JOUR

- Le signal du départ a été donné : le 1^{er} janvier 2013, CBC/Radio-Canada est devenue le partenaire radiodiffuseur officiel des Jeux olympiques et détient les droits d'utilisation des anneaux olympiques et les droits de promotion.
- La rédaction de l'accord détaillé sur les droits qui sera conclu avec le CIO est maintenant terminée.
- Le lancement officiel à Vancouver et à Montréal aura lieu le 7 février, soit exactement un an avant que la vasque olympique soit allumée à Sotchi. Un lancement de presse, auquel participeront des athlètes et des personnalités, sera notamment organisé.
- La vente de commandites fait présentement l'objet de négociations avec les partenaires olympiques et sera généralisée le mois prochain.
- Des contrats de sous-licence sont en cours de négociation.
- La route vers Sochi, sur toutes les plateformes et partout à CBC/Radio-Canada, est planifiée : nous avons sélectionné les reportages les plus fascinants sur des athlètes et nous faisons équipe avec le Comité olympique canadien pour attiser la ferveur olympique chez tous les Canadiens.



VENTES

Activités terminées	<ul style="list-style-type: none">• Préparation des propositions et leur présentation aux partenaires du CIO et du COC (décembre et janvier)<ul style="list-style-type: none">• Chaque proposition était adaptée aux plans d'affaires du partenaire (services de radiodiffusion, services numériques, articles de fond et activations).• Achèvement des plans de génération de revenus – Prévisions/Catégorie
Activités en cours	<ul style="list-style-type: none">• Poursuite des négociations et des discussions avec les partenaires du CIO et du COC (la période d'exclusivité prend fin 45 jours après la présentation initiale de la proposition à chaque client potentiel)• Discussion des possibilités de partenariat avec le COC (31 janvier)• Tenue de la conférence Olympic University à l'intention du personnel des Ventes (du 28 au 30 janvier 2013)• Commercialisation auprès des entreprises ne détenant pas les droits de commandite officielle (Février 2013)• Lancement par les Ventes le 7 février (avec l'appui des Communications)



PROGRAMMATION ET PRODUCTION

Activités terminées

- Formation d'une équipe composée d'employés de CBC et de Radio-Canada
- Embauche d'administrateurs de production à Toronto et à Montréal
- Confirmation d'une stratégie de programmation à trois volets, soit :
 - s.18(b)
 - s.21(1)(b)
 - s.68.1
- Achèvement de la première série de demandes présentées aux Services olympiques de radio-télévision (OBS*) concernant les installations sur place, qui visent à personnaliser l'expérience canadienne

Activités en cours

- Début de la diffusion de contenu olympique sur CBC/Radio-Canada, avec le volet [redacted] du 2 au 7 février :
 - Épreuves préparatoires à Sotchi
 - Reportages sur la Russie et sur les sites, et présentation des athlètes
- Analyse continue des exigences de production
- Collaboration avec les Ventes pour définir des commandites possibles par les partenaires du CIO et du COC
- Établissement d'un centre de recherche à CBC/Radio-Canada (base de données sur les athlètes, les sports d'hiver et le contenu olympique)

* Les Services olympiques de radio-télévision (OBS) sont le diffuseur hôte des Jeux olympiques.. À ce titre, OBS est principalement responsable de gérer les installations et la production sur les sites ainsi que de construire les sites.



COMMUNICATIONS

Activités terminées

- Le 1^{er} janvier 2013, CBC/Radio-Canada est devenue le partenaire radiodiffuseur officiel des Jeux olympiques, acquérant ainsi le droit d'utiliser les logos des Jeux et de se présenter comme radiodiffuseur olympique national.
- Achèvement des lignes directrices sur l'image de marque de CBC et de Radio-Canada pour les Jeux olympiques

Activités en cours

- Dernière main aux plans de communication
- Début de la promotion à l'antenne de CBC Television et de la Télévision de Radio-Canada, ainsi que sur les sites Internet : « À un an des Jeux »
- Opération médiatique par CBC/Radio-Canada et soutien aux Ventes au moyen d'une activité centrée sur les clients (7 février)



PLAN D'AFFAIRES

Activités terminées

- L'accord détaillé sur les droits qui sera conclu avec le Comité international olympique (CIO) est terminé et doit être signé par les parties.
- Changements apportés aux contrats à la suite des discussions avec le CIO :

-
-

- Premières ébauches des plans d'affaires des équipes affectées au contenu, aux ventes et aux communications : budget respecté
- Dernière main aux contrats de sous-licence avec Bell et Rogers.

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1

Activités en cours

- Mise en œuvre des plans d'affaires détaillés.

s.20(1)(c)

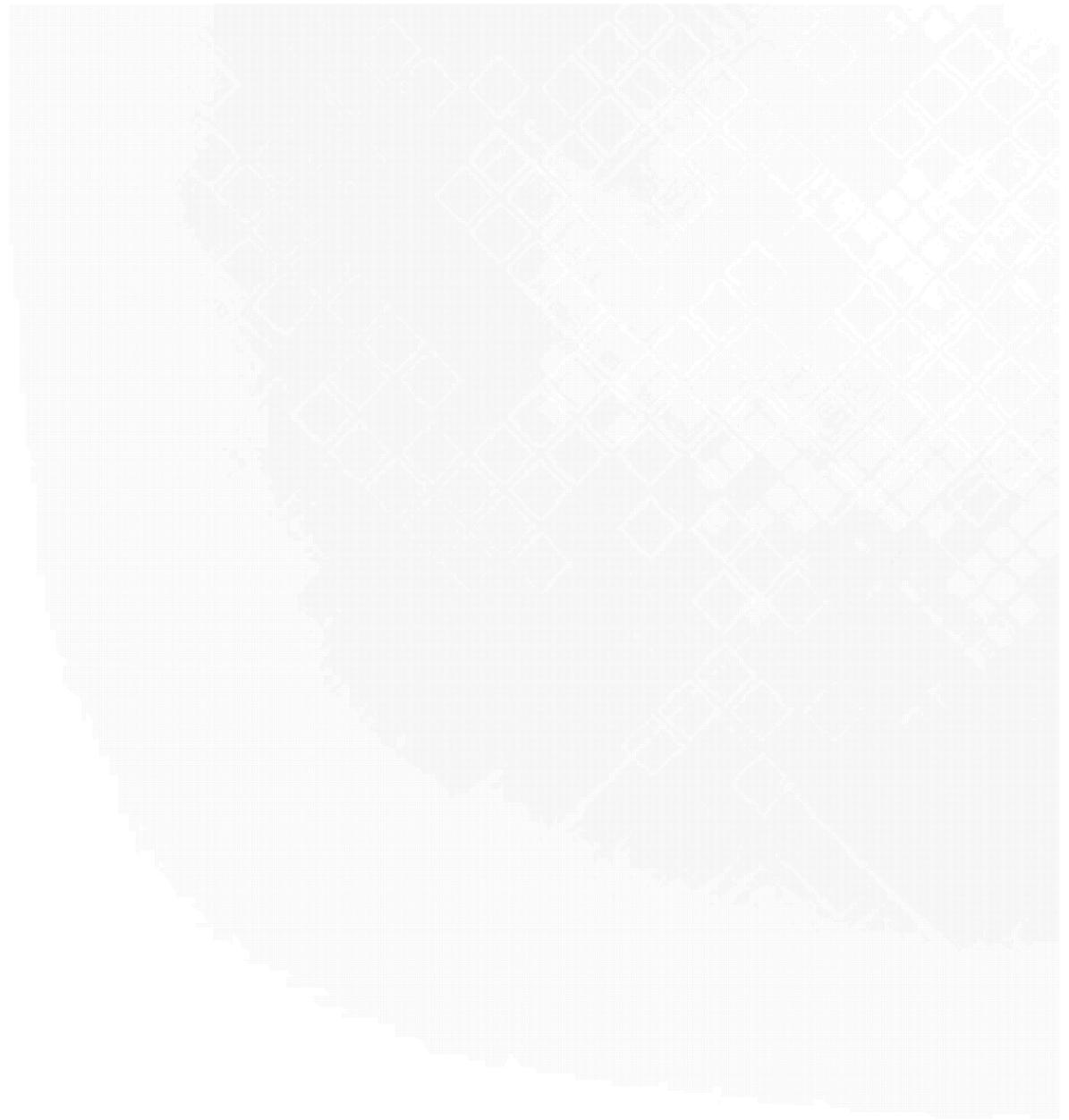


DATES IMPORTANTES À VENIR

Date	Secteur	Description
Février 2013	Ventes	<ul style="list-style-type: none">• Lancement prévu du plan de commercialisation pour les entreprises ne détenant pas les droits de commandite officielle
	Programmation	<ul style="list-style-type: none">• Épreuves préparatoires à Sotchi : courte piste, combiné nordique et ski de fond• Activité des Ventes le 7 février
	Communications	<ul style="list-style-type: none">• Début le 7 février du plan de communication sur 52 semaines
	Plan d'affaires	<ul style="list-style-type: none">• Réunion des diffuseurs mondiaux à Sotchi



ANNEXES





ANNEXE 1 : PLAN D'AFFAIRES – MISE À JOUR FINANCIÈRE

En millions de dollars canadiens

Jeux olympiques d'hiver de 2014 à Sotchi seulement

Plan mis à jour

Plan initial

Écarts

		Plan mis à jour	Plan initial	Écarts
Revenus				
	Publicité à CBC			
	Publicité à Radio-Canada			
Total des revenus				
Coûts d'exploitation				
	Coûts de production			
	Ventes et promotion			
	Coûts liés aux droits (nouvelle répartition comme dans le contrat)			
	Coûts totaux avant retenue d'impôt			
Profits avant retenue d'impôt				
	Part des profits du CIO			
Profits – après la part des profits du CIO et avant la retenue d'impôt				
	Retenues d'impôt sur les droits			
Profits nets				



ANNEXE 1 : PLAN D'AFFAIRES – MISE À JOUR FINANCIÈRE (RIO)

En millions de dollars canadiens

Jeux olympiques d'été de 2016 à Rio seulement

Plan mis à jour

Plan initial

Écarts

Revenus	
Publicité à CBC	
Publicité à Radio-Canada	
Total des revenus	
Coûts d'exploitation	
Coûts de production	s.18(b) s.21(1)(b) s.68.1
Ventes et promotion	
Coûts liés aux droits (nouvelle répartition comme dans le contrat)	
Coûts totaux avant retenue d'impôt	
Profits avant retenue d'impôt	
Part des profits du CIO	
Profits – après la part des profits du CIO et avant la retenue d'impôt	
Retenues d'impôt sur les droits	
Profits nets	



ANNEXE 1 : PLAN D'AFFAIRES – MISE À JOUR FINANCIÈRE (CONSOLIDÉE)

En millions de dollars canadiens

Jeux olympiques 2014 et 2016 – données consolidées

		Plan mis à jour	Plan initial	Écarts
Revenus				
Publicité à CBC				
Publicité à Radio-Canada				
Total des revenus				
Coûts d'exploitation				
Coûts de production	s.18(b) s.21(1)(b) s.68.1			
Ventes et promotion				
Coûts liés aux droits				
Coûts totaux avant retenue d'impôt				
Profits avant retenue d'impôt				
Part des profits du CIO				
Profits – après la part des profits du CIO et avant la retenue d'impôt				
Retenues d'impôt sur les droits				
Profits nets				



ANNEXE 1: HYPOTHÈSES UTILISÉES AUX FINS COMPTABLES

- Les coûts liés aux droits de diffusion, qui s'élèvent à [redacted] de dollars, sont répartis comme suit : [redacted] pour les Jeux olympiques de Sotchi et [redacted] de dollars, sont répartis pour les Jeux olympiques de Rio, comme dans le contrat.
- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]

s.18(b)
s.21(1)(b)
s.68.1



ANNEXE 2 : CONCEPTION DE LA COUVERTURE OLYMPIQUE

En misant sur les principes de notre Stratégie 2015, les Jeux olympiques de Sotchi seront l'occasion :

De présenter aux Canadiens un contenu rassembleur et à l'image des régions du pays

- Faire de nos athlètes canadiens des vedettes
- Créer des moments cruciaux dans l'histoire canadienne et mondiale du sport
- Être une source de divertissement pour les Canadiens

D'engager une conversation avec nos auditoires

- Offrir une navigation simple et intuitive
- Concevoir une programmation pour « tous les écrans »
- Susciter une participation sans précédent de l'auditoire

De déployer un plan d'affaires rentable et responsable

- Suivre l'approche « une entreprise, un budget » pour l'utilisation des ressources et la planification
- Suivre un plan financier nous permettant de couvrir nos frais (ou mieux encore)