



# MISES À JOUR PÉRIODIQUES SUR LES JEUX OLYMPIQUES D'HIVER DE 2014 À SOTCHI – QUATRIÈME MISE À JOUR

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>A :</b>       | Conseil d'administration  |
| <b>RÉUNION :</b> | 22 août 2013  |
| <b>DE :</b>      | Neil McEneaney, vice-président principal par interim, Services anglais                      |
| <b>OBJET :</b>   | Quatrième mise à jour sur les Jeux olympiques d'hiver de 2014 à Sotchi présentée au Conseil |
| <b>DATE :</b>    | 31 juillet 2013   |



# SOMMAIRE: QUATRIÈME MISE À JOUR

s.18(a)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

## Plan de couverture des Jeux olympiques

### Détail

- **Ventes :** *Partenariats des Ventes :* ont confirmés  
(ainsi les prévisions. Les revenus respectent
- **Programmation :** Auditions en cours et distribution des rôles au sein de l'équipe sur le point d'être annoncée  
q Les préparatifs généraux se poursuivent  
La LNH a confirmé que les joueurs professionnels pourraient participer aux Jeux de Sotchi
- **Communications :** *Élaboration de la campagne de promotion autour de la marque principale*
- **Plan d'affaires :**



# VENTES

s.18(a)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Terminé

- Phase 1 : Présentation des propositions aux partenaires du CIO/COC

- Mise au point des plans de revenus : prévisions par catégorie
- Organisation par les Ventes olympiques d'une conférence et d'un événement universitaire : 28 au 30 janvier
- Lancement par les Ventes olympiques avec l'appui des Communications : le 4 avril
- Phase 1 : Parachèvement des discussions/accords avec les partenaires du CIO/COC
- Élaboration du plan de Marketing – Jeux olympiques

En cours

- Phase 2 : Commercialisation auprès des entreprises ne détenant *pas* les droits de commandite officielle du CIO/COC - fév. au 30 sept.



# PROGRAMMATION ET PRODUCTION

s.18(a)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Terminé

- Sommet mondial de Sotchi avec tous les titulaires des droits médiatiques (févr. 2013)
- Première phase du contenu pour Sotchi complétée : série *En route vers les Olympiques* sur l'avancement des travaux de construction du site olympique à Sotchi (diffusée sur toutes les plateformes, en français et en anglais)
- Sommet des athlètes olympiques (du 10 au 14 mai à Vancouver) – Coproduction CBC/COC
- Dernière main à la conception des plateaux et des tenues vestimentaires
- Commande des liaisons de télécommunications entre la Russie et le Canada
- Finalisation des plans d'aménagement des régions de Toronto et de Montréal
- Plan du contenu achevé – Programmation sur le thème « histoires olympiques » qui sera diffusée jusqu'aux Jeux

En cours



# COMMUNICATIONS

s.18(a)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

Terminé

- Succès de la campagne tenue en mai avec la participation des athlètes canadiens et du contingent olympique pour le lancement de la saison d'automne partout au pays (TOR, MTL, VCR, CAL)
- Lancement des profils d'athlètes le 1<sup>er</sup> juillet (télé généraliste et services numériques); Radio-Canada emboîtera le pas en octobre
- Approbation par le CIO/COC des étiquettes promotionnelles des partenaires, des tenues vestimentaires et des marchandises promotionnelles
- Approbation par le CIO/COC du concept d'animation générale (habillage d'antenne)

En cours



# PLAN D'AFFAIRES

s.18(a)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

**Terminé**

- L'accord détaillé sur les droits qui sera conclu avec le Comité international olympique (CIO) est terminé
- Finalisation des budgets (voir le compte rendu financier en annexe)
- Finalisation des communiqués sur les accords de sous-licence conclus avec Bell, Rogers et TVA Sports, pour la couverture en français et en anglais

- Mise en œuvre des plans d'affaires détaillés

**En cours**



## DATES IMPORTANTES

s.18(a)  
s.20(1)(b)  
s.21(1)(b)  
s.68.1

| Date              | Domaine         | Description   |
|-------------------|-----------------|---|
| Septembre<br>2013 | Ventes          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Terminer la phase 2 : Commercialisation auprès des entreprises ne détenant pas les droits de commandite officielle du CIO/COC</li><li>• Début des ventes hors commandites</li></ul> |
|                   | Programmation   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Annonce des animateurs et du personnel d'antenne</li><li>• Envoi de l'équipement de production en Russie</li></ul>  |
|                   | Communications  |   |
|                   | Plan d'affaires |   |



# ANNEXE 1 : *(aucune modification)* **PLAN D’AFFAIRES – MISE À JOUR FINANCIÈRE (SOTCHI)**

En millions de dollars canadiens

|  | <i>Jeux olympiques d’hiver de 2014 à Sotchi seulement</i> |              |         |
|--|---|--------------|---------|
|  | Update  | Plan initial | Changes |
| <b>Revenus</b>   |   |              |         |
| Publicité à CBC/Souscription et sous-licences                |   |              |         |
| Publicité à Radio-Canada/Souscription                        |   |              |         |
| <b>Total des revenus</b>                                     |   |              |         |
| <b>Coûts d’exploitation</b>                                  |   |              |         |
| Coûts de production (y compris la réserve pour éventualités) |   |              |         |
| Ventes et promotion  |   |              |         |
| Coûts liés aux droits  |   |              |         |
| <b>Profits nets</b>  |   |              |         |



# ANNEXE 1 : PLAN D’AFFAIRES – MISE À JOUR FINANCIÈRE (RIO) (ACTUALISÉ)

En millions de dollars canadiens

*Jeux olympiques d’été de 2016 à Rio seulement*

Update

Plan initial

Changes

|  | Update | Plan initial | Changes |
|--|--------|--------------|---------|
| <b>Revenus</b>   |        |              |         |
| Publicité à CBC/Souscription et sous-licences                |        |              |         |
| Publicité à Radio-Canada/Souscription                        |        |              |         |
| <b>Total des revenus</b>                                     |        |              |         |
| <b>Coûts d’exploitation</b>                                  |        |              |         |
| Coûts de production (y compris la réserve pour éventualités) |        |              |         |
| Ventes et promotion  |        |              |         |
| Coûts liés aux droits  |        |              |         |
| <b>Profits nets</b>  |        |              |         |



# ANNEXE 1 : PLAN D'AFFAIRES – MISE À JOUR FINANCIÈRE (CONSOLIDÉ) (ACTUALISÉ)

En millions de dollars canadiens

|  | <i>Jeux olympiques 2014 et 2016 – données consolidées</i> |              |         |
|--|---|--------------|---------|
|  | Update  | Plan initial | Changes |
| <b>Revenues</b>  |   |              |         |
| Publicité à CBC/Souscription et sous-licences                |   |              |         |
| Publicité à Radio-Canada/Souscription                        |   |              |         |
| <b>Total des revenus</b>                                     |   |              |         |
| <b>Coûts d'exploitation</b>                                  |   |              |         |
| Coûts de production (y compris la réserve pour éventualités) |   |              |         |
| Ventes et promotion  |   |              |         |
| Coûts liés aux droits  |   |              |         |
| <b>Profits nets</b>  |   |              |         |



# ANNEXE 1 : HYPOTHÈSES COMPTABLES

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

- Les coûts liés aux droits de diffusion, qui s'élèvent à \_\_\_\_\_ de dollars, sont répartis comme suit : \_\_\_\_\_ pour les Jeux olympiques de Sotchi et \_\_\_\_\_ % pour les Jeux olympiques de Rio
- 
- 
-



## ANNEXE 2 : CONCEPTION DE LA COUVERTURE OLYMPIQUE

**S'appuyant sur la 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)