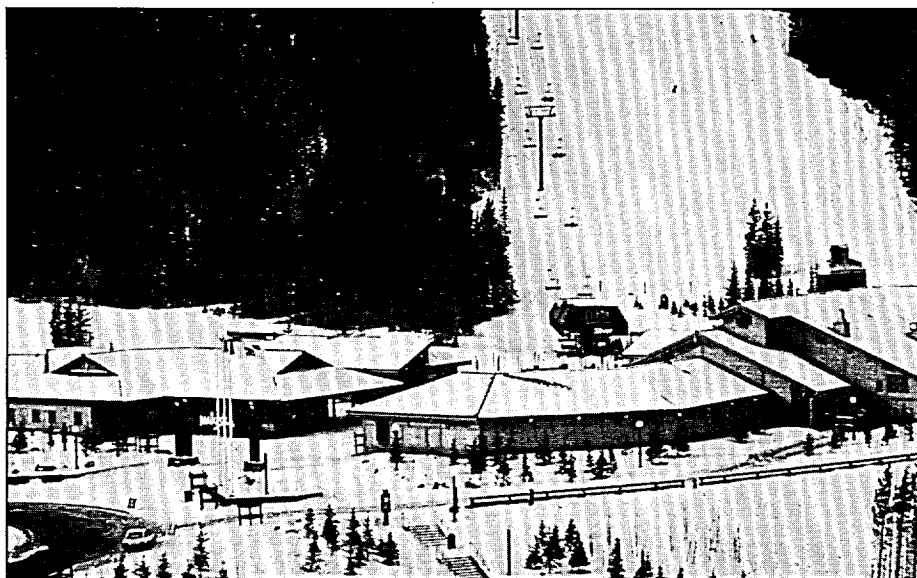


## DES XV<sup>e</sup> JEUX OLYMPIQUES D'HIVER (suite)

aux télédiffuseurs leur donnent les renseignements nécessaires pour ajouter un commentaire dans la langue locale, charge qu'ils assument en échange de la gratuité des films. Les missions des pays où ces films vidéo ont été expédiés en ont été informées, et les stations ont été avisées que les missions pourraient être en mesure de les aider à traduire le texte ou de leur fournir des informations supplémentaires.

La distribution constituait un autre souci: nous souhaitions toucher le public de tous les pays à un coût minimal. Après tout, l'ensemble de la promotion des Jeux a été financé à même nos modestes fonds de fonctionnement habituels. C'est alors que le télédiffuseur hôte, la chaîne CTV, est venu à notre aide. Les diffuseurs des Jeux olympiques souhaitent renseigner leurs auditoires, avant les compétitions, sur les Jeux et le pays où ils auront lieu. La chaîne CTV est tenue de fournir ces informations d'ordre général. Nous nous sommes donc entendus avec elle: nous produirions ce genre de documents et elle en assurerait la diffusion gratuite sur son réseau international. Au cours des deux ou trois derniers mois, nous nous sommes rendus compte que ces films étaient bien accueillis.

Malgré l'ampleur de son réseau de diffusion, la chaîne CTV n'atteint pas toutes les stations du monde. Nous avons donc mis à contribution les missions à l'étranger afin d'étendre notre champ de diffusion. Avec leur aide, nous avons établi une liste de plus de 50 millions pouvant jouer un rôle clé pour ce qui est des Jeux et nous avons fait parvenir à chacune d'elles une stratégie de communication, un plan de diffusion et une lettre proposant différents types de collaboration en vue de la promotion des Jeux. Chaque fois qu'une série de films documentaires a été dif-



fusée par le réseau CTV, une copie en a été envoyée à ces missions. Celles-ci ont été informées qu'il n'était pas question d'exclusivité, mais qu'elles étaient libres d'inviter d'autres stations à diffuser notre matériel. Les diffuseurs officiels des Jeux olympiques n'ont de droits exclusifs qu'en ce qui concerne les compétitions; les autres stations ont la possibilité, si elles le souhaitent, de traiter d'autres sujets se rapportant aux Jeux.

Nous avons également fait parvenir aux missions autant de documents imprimés que nous pouvions en obtenir du COJO, le Comité organisateur des Jeux de Calgary. En outre, les missions ont reçu des films vidéo n'ayant pas été retenus pour la diffusion — notamment des courts métrages sur le Festival olympique des arts — qu'elles pouvaient utiliser pour des séances d'information ou des présentations en circuit fermé. Elles ont également été munies de photos en noir et blanc, d'une série spéciale de diapositives et de notes d'intervention.

Nous nous sommes rapidement aperçus que l'initiative et la créativité dont les missions faisaient preuve pour

la promotion des Jeux à l'étranger étaient sans limite — du moins sur tous les plans autres que financier. Certaines missions ont su éveiller l'intérêt des diffuseurs locaux à tel point que ceux-ci ont cherché à obtenir du réseau CTV des droits officiels de diffusion. Aux Pays-bas, la télévision a présenté à l'échelle nationale un programme matinal sur les Olympiades en faisant appel à l'agent administratif de la mission — recruté sur place — en qualité de présentateur. La mission d'Atlanta s'est mise en rapport avec le réseau américain de diffusion d'information par câble, CNN, qui a depuis utilisé nos films dans les programmes qu'il consacre régulièrement aux Olympiades. L'ambassade du Canada à Athènes a mis à la disposition des diffuseurs un film vidéo sur les préparatifs des Jeux et sur les installations de Calgary. Une station l'a diffusé, y ajoutant un commentaire en grec. De nombreux autres exemples pourraient être cités.

Nous avons collaboré à l'organisation du voyage qui a mené le maire de Calgary, M. Klein, à Tokyo et en Europe afin d'y promouvoir les Jeux, veillant à