

**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ QUE LES JEUX OLYMPIQUES DE MOSCOU (1980), ET PLUS LARGEMENT LES JEUX OLYMPIQUES EN GENERAL, SONT DES ENJEUX POLITIQUES MAJEURS».



**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ LES PRINCIPALES EVOLUTIONS DES JEUX OLYMPIQUES MODERNES DEPUIS LEUR ORIGINE MAIS EGALEMENT LES GRANDES DIFFERENCES AVEC LES JEUX OLYMPIQUES DE L'ANTIQUITE ».

**1894** : Création du Comité olympique.

**1896** : premiers Jo à Athènes ; charte olympique (plusieurs fois révisée) ; choix de la périodicité quadriennale, comme dans l'Antiquité ; hymne olympique, composé par Spiros Samaras (après des variations les Jeux sont revenus à cet hymne) ; devise *citius, altius, fortius* (plus vite, plus haut, plus fort).

**1908** : l'évêque de Pennsylvanie prononce la phrase célèbre « l'important dans les olympiades, n'est pas tant d'y gagner que d'y prendre part ».

**1920** : drapeau olympique (présenté par Coubertin en 1914), serment de l'athlète sur le modèle grec.

**1924** : première participation des femmes à certaines épreuves, premiers jeux olympiques d'hiver à Chamonix.

**1928** : flamme olympique.

**1936** : relais de la flamme olympique : les porteurs se relaient pour amener la flamme allumée à Olympie aux rayons du soleil jusqu'à la ville choisie pour les Jeux.

**1960** : première retransmission télévisuelle des JO de Rome.

**1998** : les Jeux paralympique se déroulent désormais directement après les JO dans la même ville.

Source : [http : www.CIO.fr](http://www.CIO.fr)

**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS PRESENTEREZ LES DIFFERENTES VALEURS DE L'OLYMPISME, EN MONTRANT NOTAMMENT QU'ELLES DEPASSENT LE SIMPLE CADRE SPORTIF ».

- 1) L'Olympisme est une philosophie de vie, exaltant et combinant en un ensemble équilibré les qualités du corps, de la volonté et de l'esprit. Alliant le sport à la culture et à l'éducation, l'Olympisme se veut créateur d'un style de vie fondé sur la joie dans l'effort, la valeur éducative du bon exemple et le respect des principes éthiques fondamentaux universels.
- 2) Le but de l'Olympisme est de mettre le sport au service du développement harmonieux de l'homme en vue de promouvoir une société pacifique, soucieuse de préserver la dignité humaine.
- 3) Le Mouvement olympique est l'action concertée, organisée, universelle et permanente, exercée sous l'autorité suprême du CIO, de tous les individus et entités inspirés par les valeurs de l'Olympisme. Elle s'étend aux cinq continents. Elle atteint son point culminant lors du rassemblement des athlètes du monde au grand festival du sport que sont les Jeux Olympiques. Son symbole est constitué de cinq anneaux entrelacés.
- 4) La pratique du sport est un droit de l'homme. Chaque individu doit avoir la possibilité de faire du sport sans discrimination d'aucune sorte et dans l'esprit olympique, qui exige la compréhension mutuelle, l'esprit d'amitié, de solidarité et de fair-play. L'organisation, l'administration et la gestion du sport doivent être contrôlées par des organisations sportives indépendantes.
- 5) Toute forme de discrimination à l'égard d'un pays ou d'une personne fondée sur des considérations de race, de religion, de politique, de sexe ou autres est incompatible avec l'appartenance au Mouvement olympique.
- 6) L'appartenance au Mouvement olympique exige le respect de la Charte olympique et la reconnaissance par le CIO. (Texte de la Charte Olympique).

Source : Charte olympique, état en vigueur au 11/02/2010, [http : www.CIO.fr](http://www.CIO.fr)

**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ QUE LES JEUX OLYMPIQUES SONT DEVENUS DES ENJEUX ECONOMIQUES MAJEURS ».

Difficile d'échapper à Liu Xiang où que l'on se trouve en Chine. Le vainqueur de la médaille d'or sur le 110 mètres haies à Athènes a offert sa carrure d'athlète à pas moins de quatorze marques et son sourire s'affiche à tous les coins de rue. Les sponsors officiels des Jeux olympiques s'en donnent à cœur joie dans le matraquage publicitaire, d'autant que l'occasion de toucher un marché colossal est trop belle pour être manquée. « C'est une opportunité unique d'établir une connexion toute particulière avec les consommateurs », souligne Kenth Kaerhoeg, directeur de la communication de Coca-Cola en Chine, qui se réjouit déjà de faire boire du soda à 7 millions de spectateurs, 100 000 volontaires, 10 000 athlètes et 5 200 officiels.

Adidas, Panasonic, Volkswagen ou encore Kodak, tous ces noms sont déjà familiers aux oreilles chinoises, mais les JO jouent un rôle d'accélérateur. « Elles dépensaient déjà beaucoup d'argent dans la publicité, les Jeux ne font que renforcer la tendance », reconnaît Tom Doctoroff, directeur de l'agence de publicité JWT en Chine. Adidas a mené, par exemple, une campagne très agressive avec l'objectif de vendre un milliard d'euros de vêtements de sport d'ici à 2010, faisant de la Chine son 2e marché, juste derrière les États-Unis.

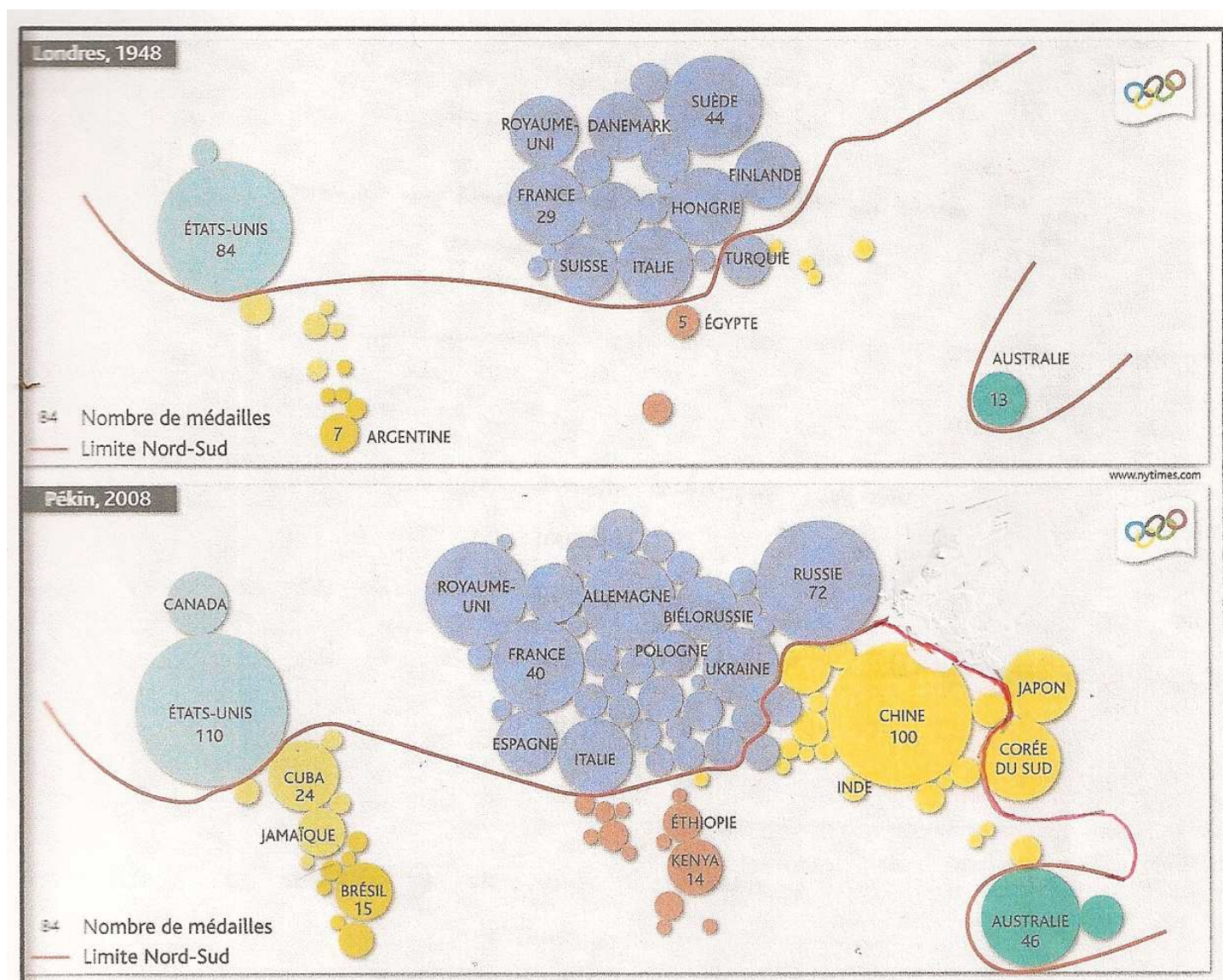
Avec la promesse d'un réservoir de 1,3 milliard de consommateurs, l'empire du Milieu représente déjà le troisième marché publicitaire mondial et ses dépenses devraient grimper cette année de 20 % à 25 %. La Chine pourrait ainsi supplanter le Japon à la seconde place mondiale dès 2009.

Les chiffres sont tenus confidentiels, mais il se murmure que le Beijing Organizing Committee of the Olympic Games (Bocog) aurait touché 1 milliard d'euros de la part des sponsors olympiques, soit deux fois plus qu'à Sydney et trois fois plus qu'à Athènes. « Il est vrai que dans une ville qui représente à elle seule la population totale de la Grèce, on ne met pas les mêmes budgets », avoue un directeur marketing, qui ne souhaite pas être cité. Selon l'Institut AC Nielsen, les trente-deux partenaires olympiques ont déjà dépensé, en 2007, 1,8 milliard d'euros en publicité, 23 % de plus que l'année précédente.

Source : Julie Desnié, [http : www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr), 09/08/2008

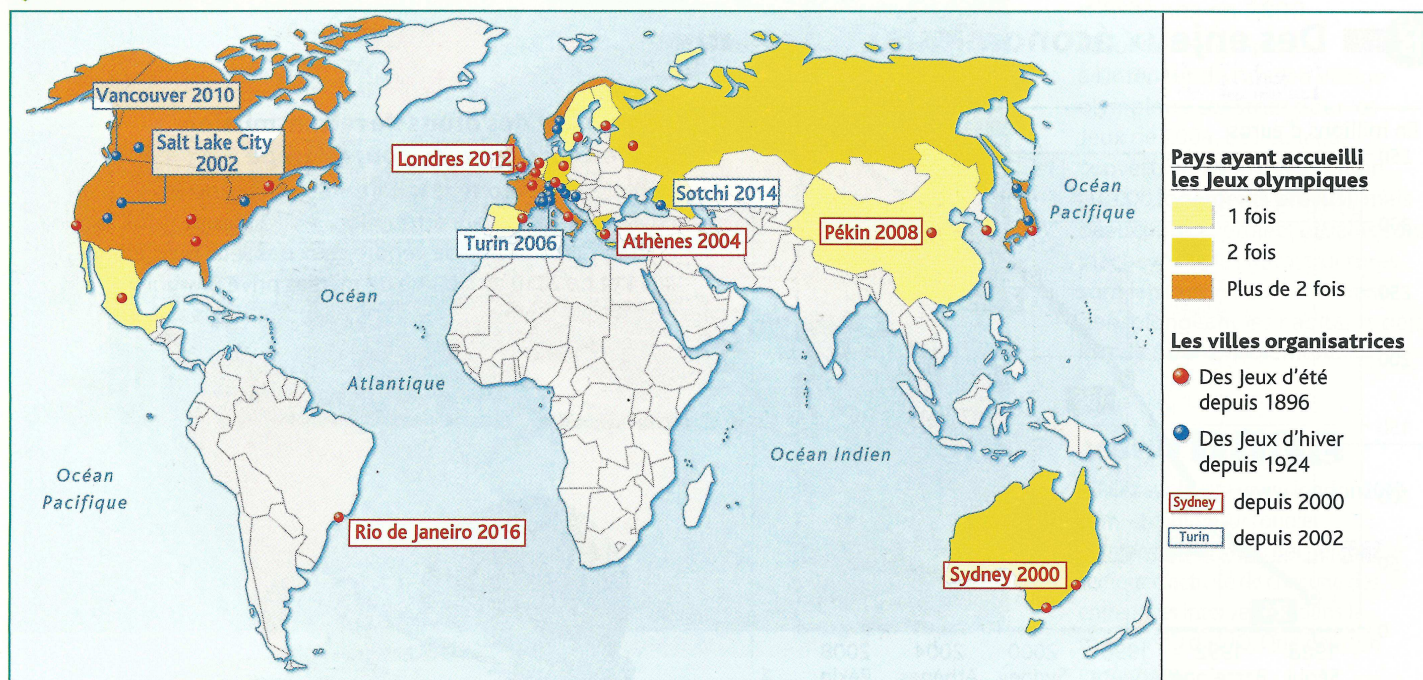


**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ QUE LES JEUX OLYMPIQUES SONT LE REFLET DE L'EVOLUTION DE LA MONDIALISATION DEPUIS LE MILIEU DU XX<sup>E</sup> SIECLE ».



Sources : [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), 2008

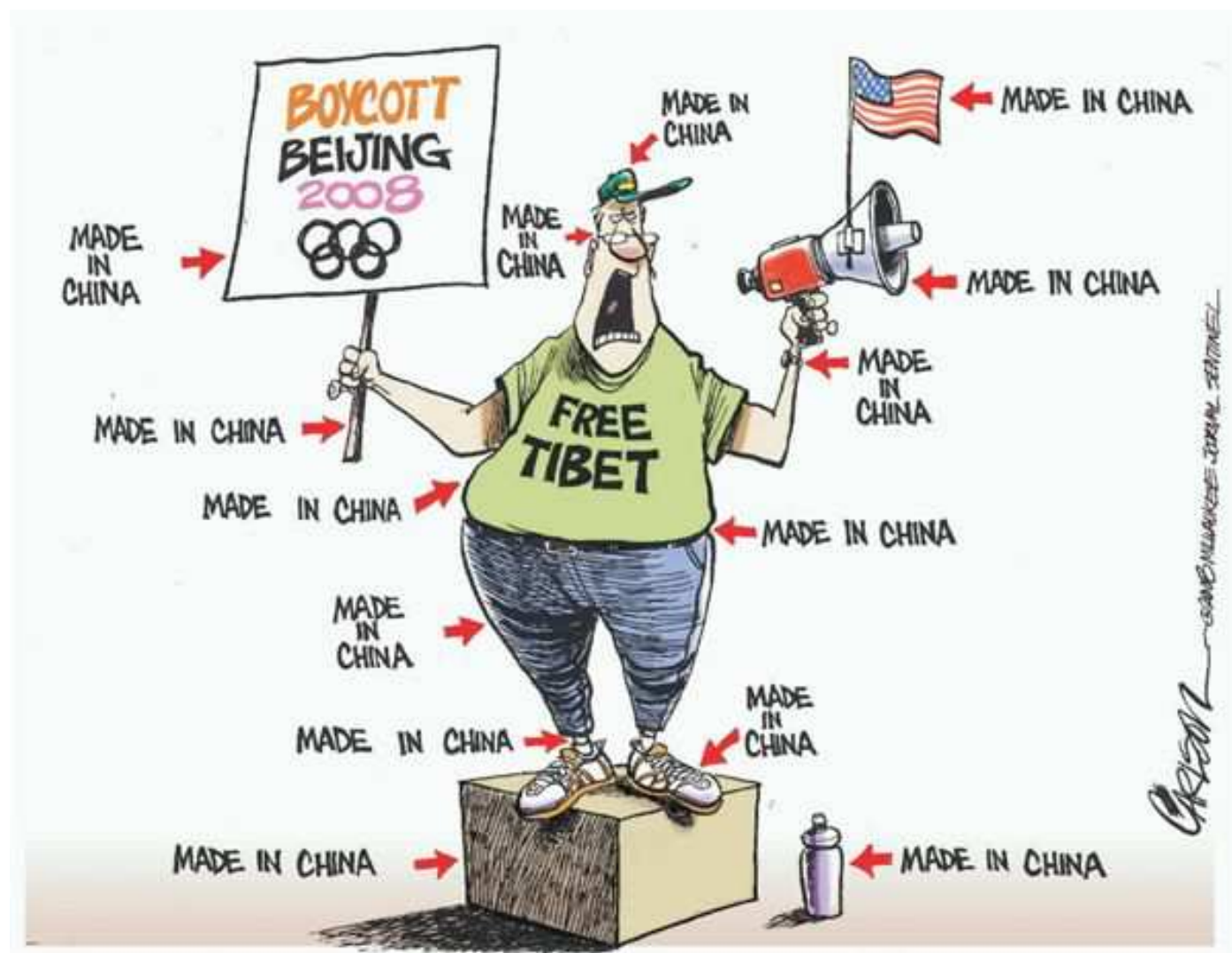
**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ QUE LES RAPPORTS POUVANT EXISTER ENTRE JEUX OLYMPIQUES ET MONDIALISATION DEPUIS LE MILIEU DU XX<sup>e</sup> SIECLE ».



Sources : Manuel d'Histoire-Géographie de 1<sup>ère</sup>, éditions Hachette, 2011.



**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ EN QUOI LES JEUX OLYMPIQUES DE PEKIN ONT ETE NE BONNE ILLUSTRATION DE L'ETAT ACTUEL DE LA MONDIALISATION ».



Sources : <http://www.koreus.com/>

**CONSIGNE:** « APRES AVOIR PRESENTE LE DOCUMENT, VOUS MONTREREZ QUE LES JEUX OLYMPIQUES DE MEXICO, ET PLUS LARGEMENT LES JEUX OLYMPIQUES EN GENERAL, SONT DES ENJEUX POLITIQUES MAJEURS ».



Sources : <http://www.cndp.fr/>

EN 1968, AUX JO DE MEXICO, LES AMERICAINS TOMMIE SMITH ET JOHN CARLOS, VAINQUEURS DU 200M, UTILISENT LE PODIUM OLYMPIQUE POUR PROTESTER CONTRE LA SITUATION DES NOIRS AUX ETATS-UNIS. LES DEUX ATHLETES SONT IMMEDIATEMENT EXCLUS A VIE DE JEUX OLYMPIQUES PAR LE CIO.