

La Tribune

Lundi 29 mai 2006 - 1,20 €*

LE QUOTIDIEN ÉCONOMIQUE ET FINANCIER

www.latribune.fr

► SPORT Derby met Roland-Garros à la portée des PME

Didier Thibaut, président de Derby (environ 3 millions d'euros de chiffres d'affaires), une agence de relations publiques spécialisée dans les événements sportifs, enregistre une croissance de 20 % de son activité par an. Son entreprise organisera l'accueil de 3.000 invités, sur les 65.000 attendus cette année sur les courts de Roland-Garros, le rendez-vous mondial du tennis sur terre battue qui se déroule depuis hier et pendant quinze jours à Paris.

Ses donneurs d'ordres sont notamment des PME qui ne peuvent pas se permettre d'être sponsors de tels événements en raison

du coût très élevé des prestations pendant la quinzaine de Roland-Garros. Derby est également partenaire de la Fédération française de rugby. Après le tennis, ce sport est l'un des plus porteurs pour les relations publiques, devant le football, estime le professionnel, qui attend avec impatience la Coupe du monde de 2007 qui se déroulera en France. Didier Thibaut constate que les relations publiques représentent une part croissante des budgets d'organisation des grands événements sportifs, et ce d'autant plus que les clubs, notamment ceux liés au football, ont commencé à moderniser leurs stades.