

Jeudi 7 janvier 2010



© L'actualité Presse Sports

Pour les entreprises, les Internationaux de France de tennis offrent une opportunité inégalée pour des opérations de RP.

Paris, Roland-Garros, du 18 mai au 16 juin

Parrain officiel: BNP Paribas.

Partenaires officiels: IBM, Adidas, Alain Afflelou, Lagardère, Fedex, Lacoste, Perrier, Orange, Peugeot, Longines.

Internationaux de France

Bien loger ses invités

Heux les VIP des Internationaux de France de tennis car Roland-Garros est le paradis des relations publiques. «*Ces prestations sont très recherchées et le tournoi fait partie des plans d'action incontournables des annonceurs*», confirme Didier Tibaut, président de Derby. L'agence de marketing sportif figure parmi les dix enseignes agréées par la Fédération française de tennis (FFT), propriétaire et organisatrice du tournoi. Derby dispose à la vente d'environ 2 500 packages sur les 16 000 disponibles. «*L'avantage majeur d'une opération de RP à Roland-Garros, c'est la durée du contact, car les invités peuvent rester 6 ou 7 heures sur place, ce qui est exceptionnel*», explique Didier Tibaut. Présents au déjeuner, les clients restent souvent l'après-midi pour assister aux matchs, ceux-ci s'éternisant parfois jusqu'à la tombée de la nuit. Sans compter l'accès au cocktail toute la journée.

Autres avantages : la proximité avec Paris et un cadre prestigieux. La FFT tire environ

un tiers de ses revenus des opérations de relations publiques. Au total, un spectateur sur cinq est invité, soit plus de 70 000 personnes. «*De plus, le convive bénéficie d'une certaine autonomie et n'est pas obligé de rester dans son espace réceptif*», rapporte Didier Tibaut. Enfin, le type de prestation est modulable à souhait et accessible à une entreprise modeste: le premier prix est de 440 euros pour un invité en début de tournoi.

Extension ou délocalisation

Il est donc compréhensible que les agences de marketing sportif, dépositaires d'un produit très intéressant, grincent des dents face à la perspective d'une délocalisation de la compétition. En négociations difficiles avec la mairie de Paris pour l'extension du site et la construction d'un court couvert, la FFT brandit en effet la menace d'une installation en banlieue parisienne. C'est sûr, Roland-Garros à Sarcelles serait moins glamour que dans le XVI^e arrondissement.

En savoir +

> www.fft.fr/rolandgarros