NOUVEL HAY MAGAZINE
SANS FRONTIÈRES

Roland Garros : 2e événement de RP (relations publiques) derrière Cannes



À part les joueurs, les arbitres, les ramasseurs de balles, ce sont les hommes d'affaires, les stars et les marques qui s'agitent pour ce qui est le deuxième événement de relations publiques de France, après le Festival de Cannes (qui vient de s'achever)...Roland Garros c'est un business en soi, et un moyen de faire des affaires dans un cadre détendu.

– 340 millions d'euros: c'est le budget estimé du nouveau stade dont les travaux ont commencé en 2015 et repris cette année après une interruption dûe aux déboires et recours administratifs, le projet, vital pour la modernisation et l'agrandissement des capacités d'accueil du site de la Porte d'Auteuil, vont se poursuivre jusqu' en 2020. Mal ficelé juridiquement, le projet, qui devait être livré en 2016, aura quatre ans de retard.

– 36 millions d'euros: les primes accordées aux joueurs, soit 4 millions de plus qu'en 2016. Les vainqueurs, homme ou femme (parité depuis 10 ans à Roland Garros) recevront chacun 2,1 millions d'euros. La hausse la plus importante est pour les éliminés des premiers tours (+17% pour le perdant du premier tour).

– 17,5 millions d'euros. C'est ce que paient conjointement tous les ans, depuis 2014 et jusqu'en 2018, France Télévisions et Eurosport pour se partager la retransmission des matchs du Tournoi Les neuf premiers jours, Eurosport a l'exclusivité de la diffusion entre 11 et 15 heures tandis que France 2, France 3

France 4, France O prennent le relais l'après-midi (toute la journée sur leur site internet). Ensuite France TV peut diffuser l'intégralité des matchs. À l'époque de ces droits, ces chiffres avaient déçu la Fédération Française de Tennis qui avait besoin de fonds pour financer le nouveau stade. A titre de comparaison, les organisateurs de l'US Open perçoivent 60 millions d'euros de droits TV par an, et ceux de Wimbledon, 30 millions d'euros.

– 340 euros. Le prix d'entrée pour une place «hospitalité» achetée par les entreprises pour leurs relations publiques.

Et jusqu'à 86.500 euros pour une loge privative à la quinzaine en bordure du court Philippe-Chatrier (hors restauration et avec 15.000 euros de droits d'entrée la première année). Ces offres d'hospitalité comprennent le déjeuner, des places sur les courts, un cadeau griffé par personne et un service de conciergerie pour les invités. Les entreprises s'arrachent ces offres, leur permettant de recevoir leurs invités dans un cadre détendu, pour parler affaires ou non. Qu'ils aiment ou non le tennis, certains patrons ayant une loge au Tournoi arrivent à faire en 15 jours, l'équivalent de six mois de rendez-vous en temps normal. La longueur des matchs est propice à des échanges .

– 5 millions d'euros. Malgré une diffusion en clair à la télévision réduite depuis trois ans et le retard pris par le nouveau stade c'est ce que continuent à verser en moyenne tous les ans, les top sponsors ou «partenaires premium» du Tournoi (Peugeot, Emirates) . Le «parrain officiel» BNP Paribas, qui dispose d'une visibilité inégalée et du plus grand espace d'hospitalité, a vu son ticket d'entrée augmenter cette année, tout comme Emirates ou Adecco.