

SPORSORA

L'ASSOCIATION
DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE
DU SPORT

**Membres de SPORSORA, ils
sont impliqués dans...
ROLAND-GARROS 2017**

ILS SONT MEMBRES DE SPORSORA ET PARTENAIRES DE ROLAND-GARROS 2017

Ils sont une dizaine de membres de SPORSORA à être impliqués sur le tournoi de Roland-Garros. Détenteur de droits, parrain, partenaires, fournisseurs ou agences officiels, ils représentent la variété des acteurs de l'économie du sport présents au sein de SPORSORA et contribuent à la réussite de cet événement international.

SPORSORA s'attache à valoriser les actions de ses membres et à mettre en lumière les bonnes pratiques. Dans cette perspective, vous trouverez dans ce dossier un condensé des activations, programmes et innovations de ce Roland-Garros 2017 en matière d'expérience spectateurs, d'engagement des fans, de digitalisation, développement durable ou encore d'hospitalités.

Pour tout complément d'information, le contact du responsable de l'opération est indiqué dans chaque fiche.

Roland-Garros c'est...:

- 455 621 spectateurs en 2016
- 1 300 entreprises clientes avec 92% de taux de renouvellement
- Une dotation globale (Prize Money) de 35 981 500€ (+12% vs 2016)
- Une répartition des gains équivalente entre les joueurs et les joueuses

(Source : FFT)

Les médias et Roland-Garros :

- 190 pays de diffusion
- 82 000 heures de couverture globale (live, highlights, rediffusions)
- 3 milliards de téléspectateurs potentiels dans le monde.
- 12 millions de visiteurs sur rolandgarros.com

(Source : FFT)

Les Français et le tennis :

- 4,4 millions de pratiquants dont 1 million de licenciés en France
- 300 millions d'euros de consommation annuelle
- 1 joueur sur 10 est intéressé par la pratique connectée mais 30% des licenciés envisagent prochainement d'acquérir un objet connecté pour mesurer leur performance.
- 72% des licenciés regardent du tennis à la télévision.

(Source : enquête « Le tennis et moi » - Union Sport & Cycle et FFT)

Vous retrouverez dans ce dossier de presse

Organisateur		Parrain Officiel	
Partenaires Officiels		Fournisseurs Officiels	
Agences Officielles		Startup	

Bernard Giudicelli préside le nouveau comité d'honneur du tournoi

Le 18 février dernier, au cours de l'assemblée générale, la liste France Tennis emmenée par Bernard Giudicelli a été élue pour 4 ans à la tête de la FFT. Dans le cadre de ses fonctions, le Président a pris directement sous sa responsabilité le tournoi de Roland-Garros. Il préside ainsi le comité d'honneur du tournoi qui est composé des 18 membres du Comité exécutif de la FFT.

Roland-Garros, un tournoi en pleine mutation

LE RG LAB INVITE LE PUBLIC À UNE EXPÉRIENCE INÉDITE

Le RG Lab, qui a pris ses quartiers dans l'ex-Musée de la Fédération Française de Tennis depuis l'an passé, affiche une mise en scène spectaculaire s'inspirant du futur Court des Serres d'Auteuil. Le RG Lab en profite également pour s'offrir une nouvelle identité visuelle graphique basée sur la balle de tennis. Via un parcours connecté, le public est invité à entrer dans la peau d'un champion de demain. Grâce au parcours RGExpérience, les spectateurs vivent une expérience personnalisée connectée directement à leurs réseaux ou à l'appli MyRG.

DES ANIMATIONS ORIGINALES ET INNOVANTES SUR LES STANDS DES PARTENAIRES

En déambulant dans les allées du stade, les spectateurs peuvent profiter des animations proposées par les partenaires du tournoi dans leurs différents stands. Cette année, la réalité virtuelle est à l'honneur sur les stands de Perrier, Peugeot et Orange.

L'APPLICATION « MY ROLAND-GARROS » PLUS PERFORMANTE

La nouvelle application My Roland-Garros de la FFT accompagne le spectateur au cœur du stade pour lui permettre de profiter au mieux de sa journée. Tout est pensé pour permettre au public de vivre une expérience privilégiée. Les utilisateurs de cette application peuvent bénéficier des toutes dernières nouveautés : un plan interactif optimisé, des notifications photos et vidéos pour suivre l'actualité du tournoi en direct ou encore un concierge en ligne qui répond à toutes leurs questions ou presque...

ROLAND-GARROS SE MET EN « SEINE » !

Du 8 au 11 juin, les touristes et Parisiens sont invités à naviguer sur une péniche itinérante le long de la Seine dans le cadre de l'Opération « Roland-Garros dans la Ville ». Cette embarcation aux couleurs du Grand Chelem parisien proposera au public de vivre une expérience unique, en immersion totale dans l'univers Roland-Garros. Cette opération, soutenue par BNP Paribas, accueillera gratuitement le grand public (250 personnes simultanément). Le pont supérieur sera consacré à la détente, le pont inférieur sera quant à lui destiné aux animations.

ROLAND-GARROS, UN TOURNOI RESPONSABLE

Le tournoi parisien travaille sur le renouvellement de la certification ISO 20121 / événement responsable pour un nouveau cycle de 3 ans. Par ailleurs, le 12 janvier dernier, Roland-Garros a signé, en partenariat avec le ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports et la WWF la Charte des 15 engagements éco-responsables des événements sportifs.

JOURNÉE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE À ROLAND-GARROS LE LUNDI 5 JUIN

Le lundi 5 juin, la journée du développement durable à Roland-Garros coïncidera avec la Journée mondiale de l'environnement. À cette occasion, la plupart des restaurateurs et traiteurs proposeront des menus élaborés à partir de produits respectueux de la Nature et des Hommes.



BNP Paribas, parrain officiel et exclusif depuis 1973

Partenaire du tournoi depuis 43 ans, BNP Paribas mise plus que jamais sur sa créativité, la qualité de ses activations et son attachement aux valeurs de partage, convivialité et innovation pour rendre le tennis toujours plus fou, plus passionné, plus solidaire. La volonté de la marque est de nouer une relation forte avec les fans de tennis.

BNP Paribas lance son programme **Avantage sur wearetennis.com**

UNE BATTLE NOAH-WAWRINKA

32 années séparent les victoires de Yannick Noah et Stan Wawrinka à Roland-Garros. 32 années qui semblent une éternité tant le tennis a changé. Finies les raquettes en bois et facéties en tous genres, place aux préparations physiques millimétrées et à l'exigence croissante du circuit. Alors, le 28 avril, 1 mois avant le début de Roland-Garros, Yannick Noah lance un appel au vainqueur de l'édition 2015 en l'incitant à se rapprocher de son public. « *Fais un effort Stan, un peu de générosité mec !* ». En réponse, Stan Wawrinka a instantanément proposé d'offrir son mythique short à carreaux dédié au capitaine de l'Equipe de France de tennis !

La battle continue sur wearetennis.com pour découvrir qui offrira la dotation la plus incroyable aux fans de tennis. Rdv le 19 mai pour découvrir le grand vainqueur de ce match de la générosité !

BNP PARIBAS RÉCOMPENSE LES FANS DE TENNIS LES PLUS ENGAGÉS ET SES CLIENTS

Le nouveau programme Avantage de la plateforme récompense les fans de tennis les plus fidèles et les plus engagés en leur donnant accès à des avantages tennis exclusifs : des places sur les tournois sponsorisés par BNP Paribas, des rencontres avec les meilleurs joueurs, des réductions chez les partenaires et de nombreux autres cadeaux. Pour les clients de BNP Paribas, tous les avantages sont disponibles sans limite de points. Près de 2 000 places sur les courts principaux et de nombreux autres cadeaux à remporter sur la quinzaine et après. « *Prêt à vivre votre passion du tennis plus intensément ? Prenez l'avantage !* »

Opération « Aces du Cœur »

We Are Tennis par BNP Paribas met en place pour la première fois à Roland-Garros sa mécanique des « Aces Du Cœur » dédié aux enfants hospitalisés. Ce programme solidaire a une double ambition : faire venir les enfants sur les tournois sponsorisés par BNP Paribas et participer à l'amélioration des conditions de vie et d'accueil dans les hôpitaux. Pendant le tournoi, chaque ace réalisé sur le court Philippe-Chatrier rapportera 10€ à l'hôpital Robert Debré afin de financer l'achat de mobilier et la décoration du service de néphrologie.

Une communauté engagée

BNP Paris a créé en 2011 la plateforme wearetennis.com (site internet et réseaux sociaux) entièrement dédiée à l'actualité du tennis avec des informations concernant tous les acteurs et tous les tournois.

Au travers de cette plateforme, la marque souhaite partager sa passion pour le tennis et se mettre au service des fans pour leur faire vivre des expériences uniques.



ENGIE, partenaire de Roland-Garros sur le développement durable

Depuis 2014, ENGIE est partenaire officiel du tournoi de tennis de Roland-Garros. Cette année, différentes innovations et événements viendront rythmer ces deux semaines de compétition intense.

ÉLECTRICITÉ 100% VERTE

ENGIE a remporté en 2016 l'appel d'offres pour la fourniture d'électricité verte du stade de Roland-Garros. L'offre retenue, baptisée « AlpEnergie » garantit au stade, pour 3 ans, la fourniture d'électricité Garantie d'Origine 100% renouvelable issue principalement de la production hydraulique et solaire. À terme, la FFT pourrait réaliser jusqu'à 9% d'économies sur sa facture d'électricité.

MAINTENANCE TECHNIQUE

Depuis 2011, ENGIE Cofely assure l'entretien et la maintenance des installations techniques du stade (systèmes de climatisation, de ventilation et d'auto-réfrigération) avec des équipes présentes sur site 24h/24.

RECHARGEZ VOS BATTERIES

Pour sensibiliser le public aux questions de développement durable, ENGIE a financé l'installation d'un Arbre à Vent conçu par l'entreprise NewWind. Cette éolienne avec 63 micro-turbines en forme de feuilles permet d'alimenter en électricité 4 bornes de recharge, grâce auxquelles les visiteurs peuvent recharger leurs téléphones portables.

LES ABEILLES FONT LE BUZZ

Acteur engagé pour la diversité et l'éducation à l'environnement, la Fondation d'Entreprise ENGIE, en partenariat avec le collectif artistique Le Parti Poétique, a installé 7 ruches permanentes sur le toit du Club des Loges de Roland-Garros, ce qui permet d'abriter 420 000 abeilles et de produire du miel estampillé Roland-Garros

LES ÉQUIPES VERTES

Ces équipes, composées de spécialistes de l'éco-responsabilité et équipées d'une tablette tactile échangent avec les spectateurs dans les allées du stade en les informant sur les bonnes pratiques mises en places par la FFT et ses partenaires dans le cadre du tournoi et sur les éco-gestes à adopter en faveur de la préservation de l'environnement. Nouveauté de cette année : les équipes font vivre une expérience de réalité augmentée inédite et ludique. L'objectif consiste à sensibiliser les spectateurs, les questionner et favoriser les interactions autour du développement durable et de l'environnement

Une action solidaire avec l'association « Fête le Mur »

ENGIE accompagne depuis 18 ans l'association créée par Yannick Noah qui donne aux jeunes des quartiers défavorisés l'accès à la pratique du tennis. Le samedi 27 mai, la Fondation ENGIE et la FFT ont invité 200 enfants de l'association pour la journée des enfants organisée la veille de l'ouverture du tournoi. A cette occasion, certains jeunes ont eu le privilège d'échanger quelques balles sur la terre battue du court n°8 et un chèque d'un montant de 10 000€ a été remis par la Fondation ENGIE à Fête le Mur dans le cadre des « Finance Awards » (Opération initiée par la direction Financière d'ENGIE pour ses collaborateurs).



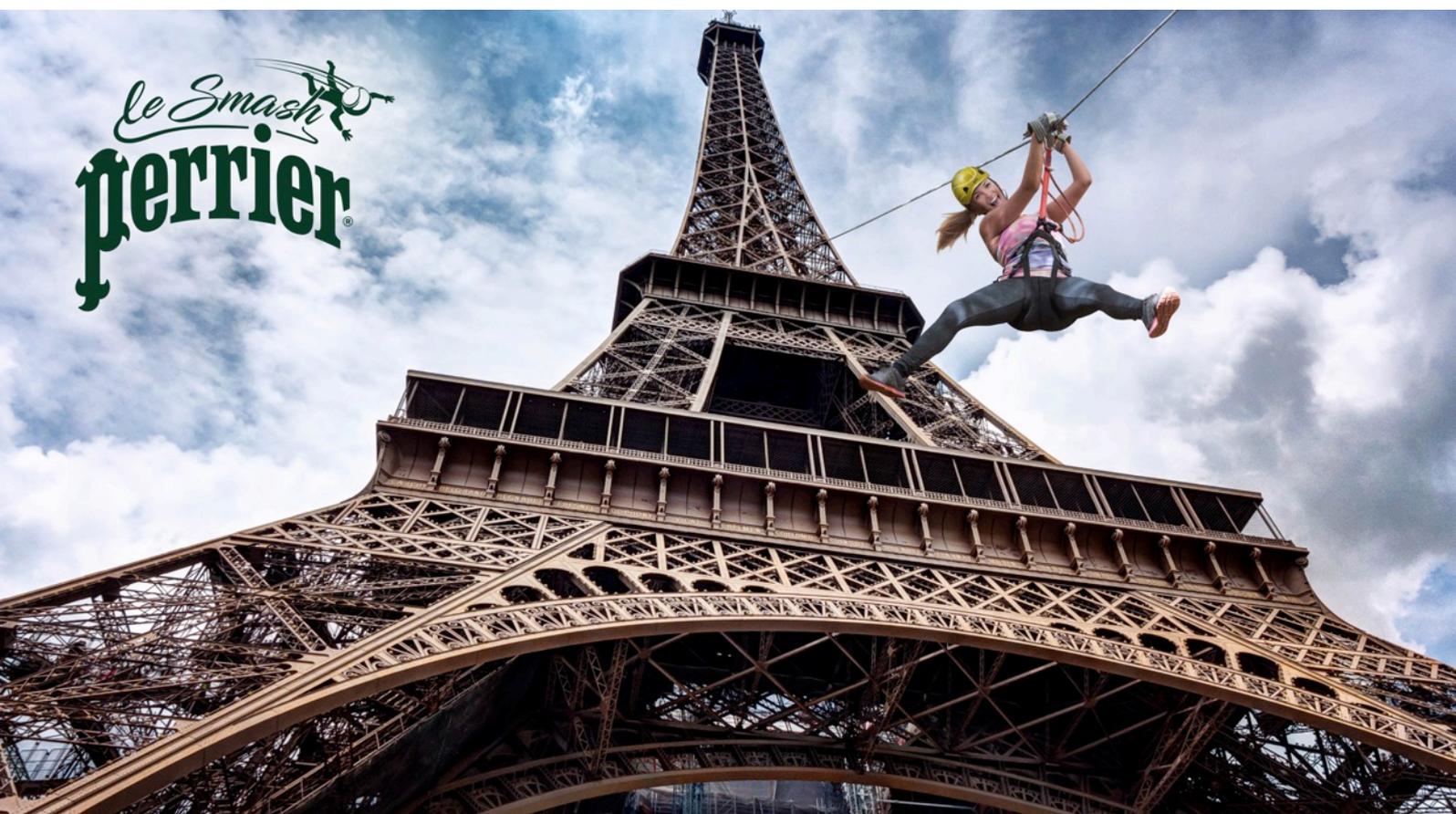


Le Smash Perrier

Pour fêter le 39^{ème} anniversaire du partenariat entre Perrier et Roland-Garros, la marque, accompagnée de l'agence Ubi Bene dévoile son événement Smash Perrier. Cette opération vise à renforcer à nouveau le lien entre Perrier et Roland-Garros qui s'inscrit autour des rencontres, de la convivialité et du partage.

Le concept consiste à ressentir ce que vit une balle de tennis en plein smash. Pour ce faire, les participants vont s'élancer dans le vide depuis le 2^{ème} étage de la Tour Eiffel, à 115m de haut, grâce à une tyrolienne de 800m. Le parcours, d'une durée de 1 minute permettra d'atteindre la vitesse de 90 km/h.

Françoise Bresson, Directrice des Événements de Marque et du Développement Durable chez Nestlé Waters Marketing et Distribution : « Avec le Smash Perrier, nous avons voulu aller encore plus loin dans l'expérience partagée avec nos consommateurs. Nous avons ainsi proposé un événement inédit et extraordinaire pendant Roland-Garros. Éprouver les sensations d'une balle pendant un Smash ? Vous en rêvez ? Perrier le fait ! Et pour s'inscrire, le grand public est invité à participer à nos activations sur Facebook et Twitter. Une activation 360 à fort impact en perspective. »



Erika GAIDIOZ, Sophie Kamoun Communication
Tél : 01 55 38 09 88
@ : erika@sk-communication.fr

Welcome Fans by AccorHotels

Depuis juillet 2016, les opérations Welcome Fans proposent à tous les fans, quelles que soient leurs passions, de vivre plus intensément et au plus près les grands événements sportifs et culturels dont AccorHotels est partenaire. Chaque opération décline le savoir-faire du groupe en termes d'accueil et de services à travers des dispositifs inédits et innovants, en lien étroit avec l'événement et avec l'assurance d'une expérience privilégiée pour le fan.

Mon Roland-Garros de rêve

Cette opération s'inscrit dans le cadre du partenariat noué entre Roland-Garros et AccorHotels, fournisseur officiel du tournoi depuis 2015. A l'occasion de l'édition 2017, le groupe continue de faire rayonner sa marque, son expertise hôtelière et sa signature « Feel Welcome » à travers un ensemble de services et d'attentions exclusifs, dont fait partie cette opération.

Les fans peuvent concevoir leur journée de rêve à Roland-Garros à travers une expérience digitale immersive inédite. Plongés dans l'environnement d'un des hôtels du groupe, ils vont ainsi pouvoir choisir la tenue qu'ils souhaiteraient porter, la personnalité avec laquelle passer la journée au village Roland-Garros (Ariane Brodier, Baptiste Lorber, Henri Leconte) ainsi que la manière de finir en apothéose (concert de Bruno Mars à l'AccorHotels Arena, pool apéritif à la Villa Molitor ou dîner sur la terrasse du Papa Cabane).

**PRÊT À VIVRE TON
ROLAND-GARROS
DE RÊVE,
ET PLUS ENCORE ?**



Welcome
Fans 





Le challenge #MyGame by adidas

Fournisseur officiel de Roland-Garros, adidas a dévoilé un nouveau dispositif digital destiné aux jeunes joueuses des meilleurs clubs d'Ile-de-France. Cette activation permet aux tennismen de recevoir des conseils d'un coach virtuel, en temps réel, à travers un filet interactif.

Les joueuses voient leurs performances enregistrées en live sur un écran LED qui leur attribue une note globale leur permettant de se comparer à l'actuelle numéro une française Kristina Mladenovic.

Ce dispositif a été proposé dans huit clubs d'Ile-de-France avec un rendez-vous unique à l'INSEP lors de la dernière étape.



Muriel FARRADECHE, PR Sport Performance

Tél : 06 08 01 24 52

@ : murielle.farradeche@adidas.com

Fournisseur officiel et partenaire innovation de Roland-Garros

Expérience inédite de communication virtuelle, gestion connectée de la mobilité des véhicules sur le tournoi, suivi de l'affluence dans le stade grâce à la 4G et à la technologie LoRA®, Orange et la Fédération Française de Tennis font cette année de Roland-Garros un véritable terrain d'innovation.

Holotennis, une première mondiale dans le domaine du sport connecté et de la communication de demain

En exclusivité, grâce à la puissance et à la qualité de son réseau fibre, Orange, en partenariat avec la Fédération Française de Tennis, permettra aux visiteurs de Roland-Garros de plonger au cœur d'une expérience de téléportation inédite. Holotennis, nouvelle expérience de réalité virtuelle, permettra au joueur équipé d'un casque VR HTC Vive, d'échanger des balles avec un autre joueur à distance. Téléportés virtuellement sur le court Philippe Chatrier modélisé en 3D, les deux joueurs se verront en hologramme, et pourront ainsi interagir et jouer ensemble au tennis. Pour le développement de cette expérience, Orange s'est appuyée sur l'expertise d'Emissive et la technologie développée par Mimesys qui utilise une caméra de profondeur 3D.

Une mobilité connectée et innovante

Plus de 200 véhicules PEUGEOT ont été connectés pour assurer la meilleure gestion des déplacements des joueurs, des VIP, des officiels et du public. L'application GéoMissions d'OCEAN facilite le travail du gestionnaire de la flotte et permet d'augmenter la réactivité et l'efficacité du service de déplacement proposé sur le tournoi. Ce partenariat prévoit aussi, à titre expérimental, la possibilité pour des chauffeurs de prendre et gérer les courses simplement et en toute sécurité grâce à un dispositif de duplication de l'écran du smartphone vers l'écran embarqué du véhicule.

Une gestion optimisée de l'affluence sur Roland-Garros

Orange s'appuie sur plusieurs réseaux déployés sur le stade pour connecter des objets et collecter des données : un réseau 4G et un réseau dédié à l'internet des objets (IoT) utilisant la technologie LoRA®. Des boîtiers connectés permettront aux hôtes et hôtesses d'évaluer et de faire remonter les taux d'occupation des tribunes de certains courts. D'autres boîtiers seront positionnés dans de nombreuses zones du stade et mesureront de façon automatique et anonyme et en temps réel les flux des visiteurs permettant une meilleure gestion des files d'attente.

Des tapis de sol connectés seront installés aux entrées du court 17 pour comptabiliser le nombre de passages et fournir là aussi à l'organisation le nombre de places disponibles sur le court. Enfin, des bornes de satisfaction seront par ailleurs installées dans certains lieux du stade, permettant aux équipes de la Fédération Française de Tennis d'intervenir immédiatement si besoin.





AGENCE OFFICIELLE
RELATIONS PUBLIQUES FFT



Partenaire de Roland-Garros pour la 10^{ème} année

Eventeam a été nommée agence officielle des relations publiques du tournoi de Roland-Garros pour la dixième fois.

À ce titre, l'agence accompagne ses clients au cœur de l'événement en commercialisant des programmes d'hospitalité et des accès officiels aux espaces VIP. Parmi ces espaces, on y retrouve le Pavillon Tennis et la Tribune, situés dans l'enceinte du court Philippe-Chatrier.



©Eventeam



Delphine CYMBLER, Responsable Communication
Tél : 01 55 60 12 13
@ : delphine.cymbler@eventeam.fr

Lagardère Sports, agence officielle de relations publiques

Lagardère Sports, société de Lagardère Sports and Entertainment, a été sélectionnée par la Fédération Française de Tennis pour commercialiser les espaces Hospitalité de Roland Garros et du BNP Paribas Masters.

Engagée auprès de la Fédération depuis 2007, Lagardère Sports renouvelle son accord pour les éditions 2017 et 2018 des deux tournois.

Laurent Moretti, Directeur Général France de Lagardère Sports : « *Synonyme d'excellence, les grands événements de la Fédération Française de Tennis à Paris sont bien plus que des références du circuit international, ils sont incontournables. Ce renouvellement est la marque d'une confiance mutuelle et vient récompenser l'excellence du travail fourni par le département Hospitalité de Lagardère Sports depuis plus de 10 ans.* »



©Lagardere Sports



Fanny MARGOUX, Responsable Communications

Tél : 06 71 89 69 96

@ : fmargoux@lagardere-se.com

Une agence experte dans les opérations d'hospitalité à Roland-Garros

UNE VRAIE QUALITÉ DE SERVICE ET DES OFFRES VIP TRÈS COMPLÈTES, DU SALON À LA LOGE

Roland-Garros : l'événement n°1 de l'année en France en terme d'hospitalité sportive. Tout le monde veut y être, le tout-Paris s'y retrouve et une invitation ne peut se refuser. L'ambiance chic et sport est toujours joviale et le spectacle de ce tournoi du Grand Chelem garanti. Des exploits et du suspense, de la ferveur et de la convivialité, c'est l'événement sportif incontournable de l'année.

Présente depuis la création des prestations VIP, Quarterback propose à ses clients de profiter du meilleur de Roland-Garros grâce à différentes formules d'hospitalité qui sauront répondre à toutes les attentes. On y retrouve différents espaces, du salon à la loge, parmi lesquels Le Pavillon Tennis, La Tribune, Le Salon Légende et Le Club des Loges



©Quarterback



Muriel PERRET, Directrice associée, pôle Hospitalité

Tél : 01 53 84 25 06

@ : perret@quarterback.fr

Une startup au cœur de Roland-Garros

Seaters a imaginé une solution globale permettant aux organisateurs et sponsors d'événements sportifs et musicaux d'optimiser leur taux d'occupation : même dans les stades annoncés complets il y a une moyenne de 2 à 10% de places inoccupées. L'image de marque de l'organisateur souffre de ces « Empty Seats ». L'organisateur ne perd pas seulement une partie de ses revenus mais il détient aussi une responsabilité à l'égard des concessionnaires, des sponsors et des détenteurs de droits télévisuels.

Grâce au produit développé par Seaters, les organisateurs et sponsors peuvent trouver de façon structurée des amateurs pour combler les places vides en ouvrant des listes d'attente via Seaters. La plate-forme permet aux personnes intéressées de s'enregistrer pour un événement. Seaters canalise ainsi la demande en places et permet aux inscrits de connaître leur position dans la liste et leur probabilité d'accéder à une place. Dès qu'une place se libère, la personne concernée reçoit son billet. Seaters travaille en étroite collaboration avec les organisateurs et les sponsors afin de rassembler et de remplir au prix facial et en toute légalité les places inoccupées.



©Seaters



Jean-Sebastien GOSUIN, Fondateur
@ : js.gosuין@seaters.com

À propos de SPORSORA :

Le sport représente un enjeu social et sociétal majeur, et un moteur de croissance de l'économie. Conscients de leur responsabilité, les acteurs de l'économie du sport ont créé dès 1994 SPORSORA, une organisation interprofessionnelle au service de l'intérêt général. SPORSORA est l'organisation référente pour penser et influencer le développement de l'économie du sport. Elle a notamment pour missions de favoriser le dialogue entre les parties prenantes, de professionnaliser le secteur et de promouvoir le marketing sportif comme levier d'innovation, de management et de communication. SPORSORA regroupe aujourd'hui plus de 200 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du sport) et un réseau de plus de 600 experts.

Pour connaître nos activités :
www.sporsora.com

Votre contact presse : Sophie DE BUSNI – 01 70 91 55 14 / sophie.debusni@sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION
DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE
DU SPORT