

SPORT BUSINESS MANAGEMENT

Master Droit du Sport

MAN IN THE ARENA

T O M B R A D Y .

<http://lionelmaltese.fr>

@lionelmaltese

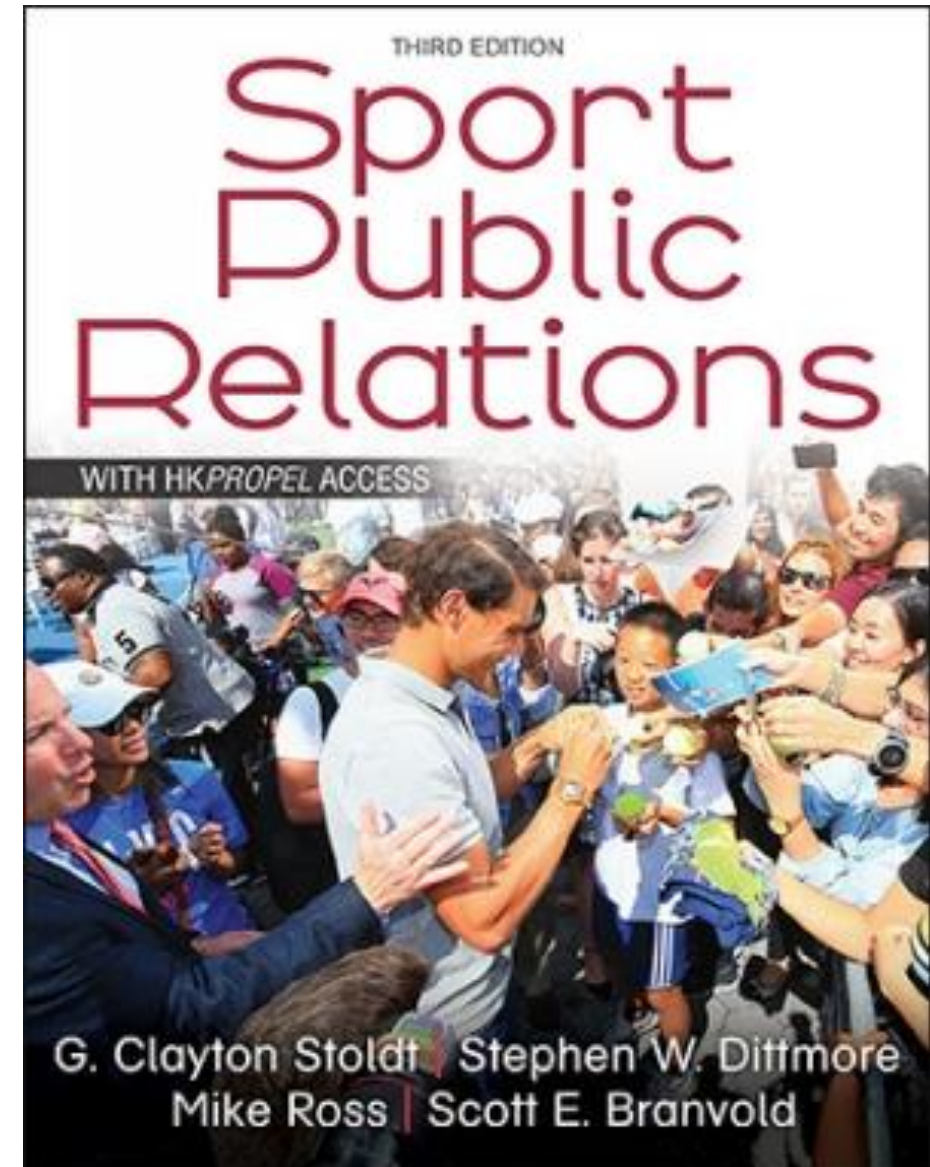
Lionel Maltese

Maître de Conférences Aix Marseille Université – CERGAM IAE Aix-En-Provence – Université Laval Québec

Professeur Associé Kedge Business School

Consulting - Manager Open13 Provence – Fiba 3x3 Marseille 3xFestival

Entrepreneur Sport Business Strategy









SKODA TOUR DE FRANCE VIP PROGRAM

Manager sa chance par les réseaux relationnels !





CREER

LES CONDITIONS
DE LA "CHANCE"

VIGILANCE

ANTICIPATION



Relations Publiques ?

- **Larousse** : activités professionnelles visant à informer l'opinion sur les réalisations d'une collectivité et à les promouvoir
- **Robert** : ensemble de méthodes et techniques utilisées par des groupements (entreprises, syndicats, partis, États) et spécialement par des groupement d'intérêts, pour créer un climat de confiance dans leur personnel (...) et dans le public, en vue de soutenir leur activité et d'en favoriser le développement.

Définition de Michel Crozier (1951)

« Public Relations » :
ensemble des procédés
utilisés par les entrepreneurs
pour s'attirer la sympathie et
la bonne volonté du monde
extérieur.



RP = actif marketing (Kotler et Dubois, 2004)

- Outil de Communication hors média
- Très diversifiées : communication financière, lobbying, audiovisuel, mécénat, sponsoring...
- Plus de 200 définitions... On gardera :

Une activité mise en place par une entreprise, un organisme public ou privé, un particulier ou un groupe, pour créer, établir, maintenir ou améliorer d'une part la confiance, la compréhension et la sympathie, et d'autre part, les relations avec des publics qui, à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution, conditionnent son développement.

RP

LOBBYING





Les objectifs spécifiques des relations publiques



Lancer de nouveaux produits

Soutenir leur visibilité et leur adoption



Repositionner un produit mature

Ex. : « I Love New York »



Valoriser une catégorie de produits

Ex. : la filière du pain



Influencer des publics ciblés

Ex. : Open 13 × Euroméditerranée



Défendre un produit en difficulté

Réagir à une crise ou à une controverse



Renforcer la réputation institutionnelle

Créer un effet positif sur l'ensemble des produits

Les relations publiques de l'organisateur d'événements



Piloter les relations presse

Maîtriser l'information et développer la visibilité



Créer l'événement dans l'événement

Produire des temps forts à forte résonance



Développer les relations institutionnelles

Mobiliser les acteurs publics et politiques



S'appuyer sur des relais d'influence

Identifier et activer des interlocuteurs dédiés



Construire et valoriser un réseau

Créer des relations durables et activables



Maîtriser la composition du réseau

Privilégier la qualité, la cohérence et la confiance

« Forging an Iron Cage » : structurer un réseau solide sans l'enfermer

LES CÉLÉBRITÉS COMME RESSOURCES RELATIONNELLES

Anciens artistes, sportifs de haut niveau, personnalités politiques, dirigeants...



OUVRIR DES PORTES



FACILITER L'ACCÈS AUX DÉCIDEURS



MOBILISER UN RÉSEAU ÉTENDU



CRÉER DES LIENS AVEC LEURS PAIRS



ACCÉDER À DES INFORMATIONS PRIVILÉGIÉES

RELATIONS PUBLIQUES ET RELATIONS PRESSE

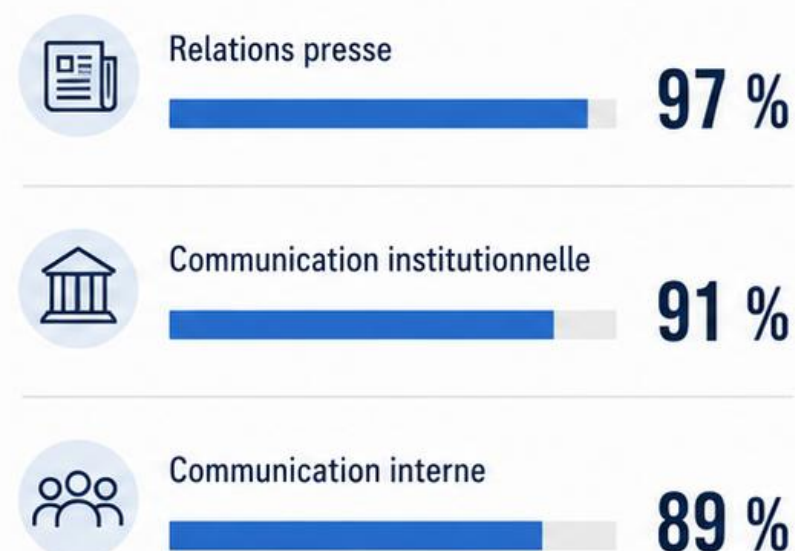


LES RELATIONS PRESSE NE SONT QU'UNE COMPOSANTE DES RELATIONS PUBLIQUES

MISSIONS PRINCIPALES



TECHNIQUES LES PLUS UTILISÉES



Source : étude Occurrence, 2003

Les dirigeants
sont aussi des
FANS

!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
!!!!!!



MOTIVATIONS À L'ACHAT DE PRESTATIONS DE RELATIONS PUBLIQUES



01



01 — SE FAIRE PLAISIR

Une motivation passionnelle fondée sur la recherche d'une satisfaction personnelle.

02



02 — IMPRESSIONNER SES INVITÉS

Créer une expérience exceptionnelle : accueil privilégié, rencontres, prises de parole et souvenirs mémorables.

03



03 — DÉVELOPPER UNE RELATION STRATÉGIQUE

Renforcer la confiance et la proximité avec ses invités dans une perspective professionnelle durable.

Segmentation des publics RP B2B

À chaque cible, un objectif relationnel et une finalité CRM



PROSPECTS

CONQUÉRIR

Qualifier les attentes

CRM : préférences et potentiel



CLIENTS ACTUELS

FIDÉLISER

Enrichir la relation

CRM : connaissance client

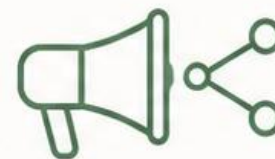


CLIENTS PERDUS

RECONQUÉRIR

Comprendre la rupture

CRM : causes et opportunités



INFLUENCEURS

ACTIVER

Accéder aux réseaux

CRM : prescripteurs et relais



PUBLICS INTERNES

FÉDÉRER

Renforcer les liens

CRM : engagement collectif



Une segmentation relationnelle au service de la conquête, de la fidélisation et de l'engagement

Outils de mesure : indicateurs quantitatifs

Deux indicateurs pour évaluer l'exposition et la pression publicitaire



OTS

Opportunity To See

EXPOSITION POTENTIELLE

Nombre d'occasions pour un individu
d'être exposé à un message

Mesure une opportunité de contact

≠ attention réelle

EXPOSITION
→
PRESSION



TRP

Target Rating Points

PRESSION SUR LA CIBLE

Somme des points d'audience
obtenus auprès de la cible

$TRP = \text{Couverture (\%)} \times \text{Répétition moyenne}$

100 TRP = 100 contacts pour 100 personnes de la cible

Ces indicateurs mesurent des contacts potentiels, pas l'attention, la compréhension ou la mémorisation.

OUTILS DE MESURE

Deux indicateurs quantitatifs



01 GRP

PRESSION PUBLICITAIRE

Nombre total de contacts générés auprès de 100 personnes de la cible.

GRP = couverture × répétition

Ex. : 60 % de couverture × 3 contacts = 180 GRP



02 AVE

ÉQUIVALENT DE VALEUR PUBLICITAIRE

Estimation monétaire d'une retombée média à partir du coût d'un espace publicitaire équivalent.

AVE = espace ou durée × tarif publicitaire



GRP mesure la pression

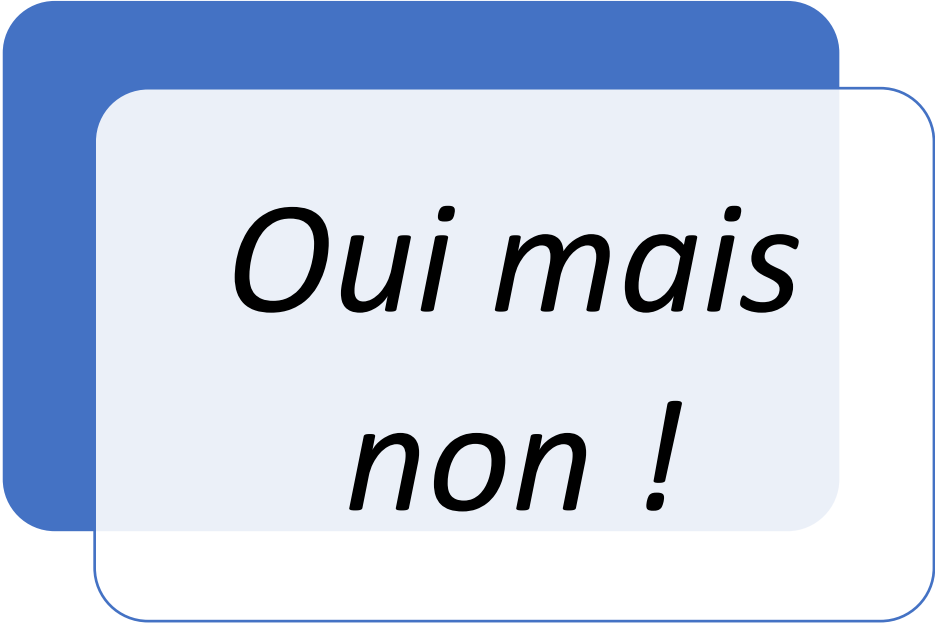


AVE estime la valeur média

Remarques finales

Peut-on isoler l'impact des RP de celui des publicités ? : les mesures sont souvent en liaison avec les outils publicitaires médias ou sponsoring

Analyser et évaluer les relations plutôt que uniquement l'impact sur le public parait opportun : mais peu d'outils... ou alors très perceptuels voire intuitifs et pas formalisés...



*Oui mais
non !*



*Dans la
réalité....*

Efficacité des liens interpersonnels (Granovetter, 1973)

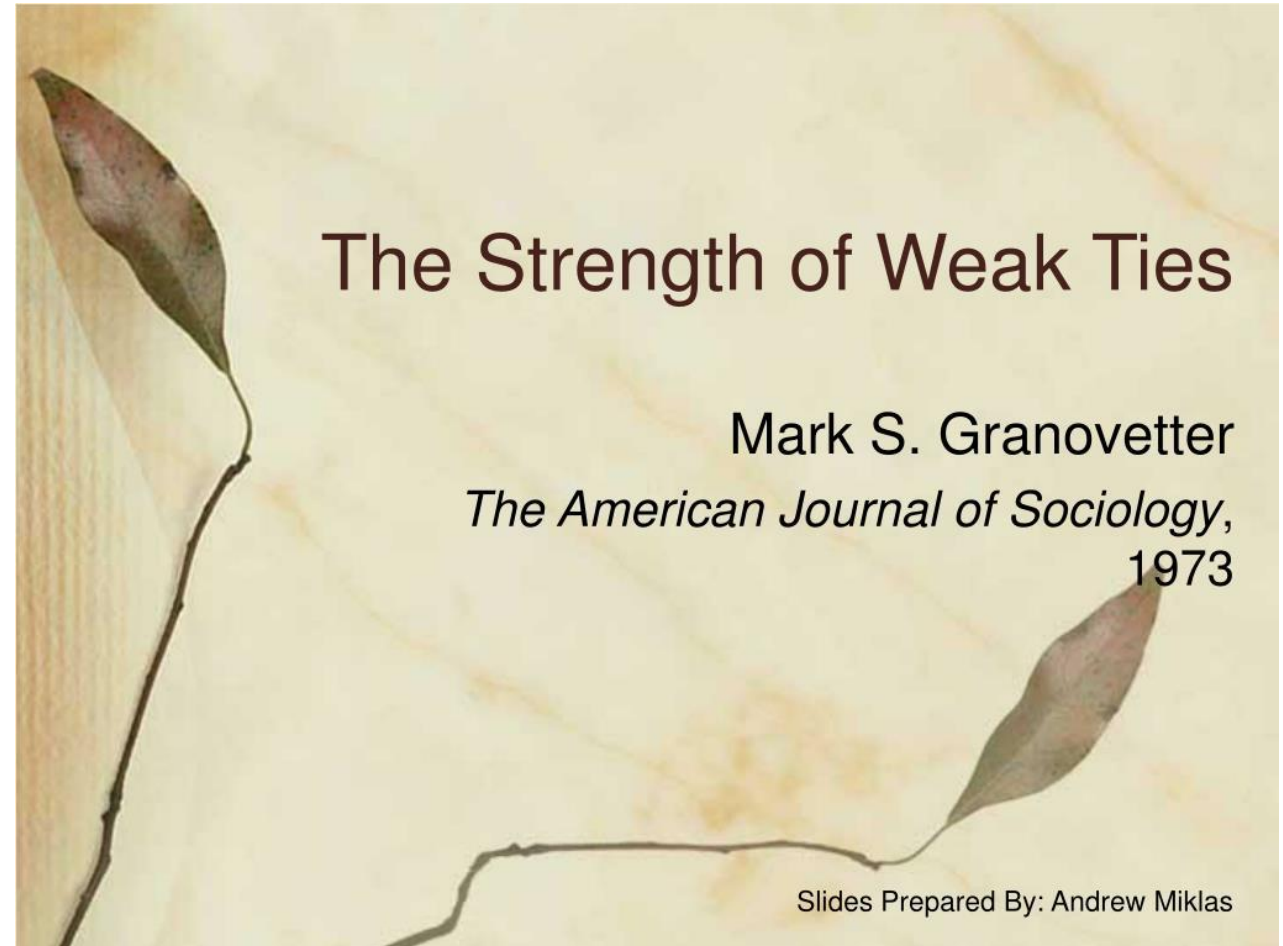
Classement des liens en fonction de leur « force » sur la base de 4 critères :

La durée de la relation (ancienneté de la relation et temps passé ensemble)

Intensité émotionnelle

Intimité

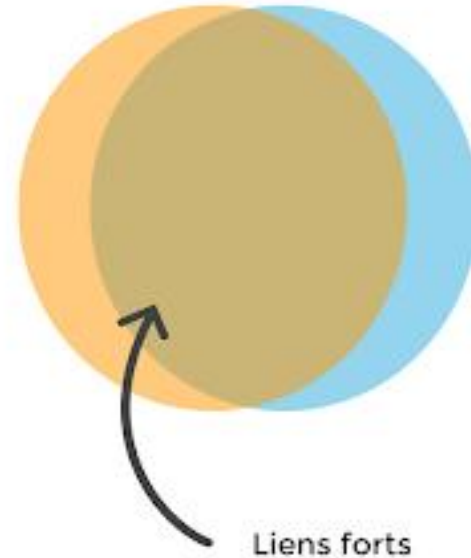
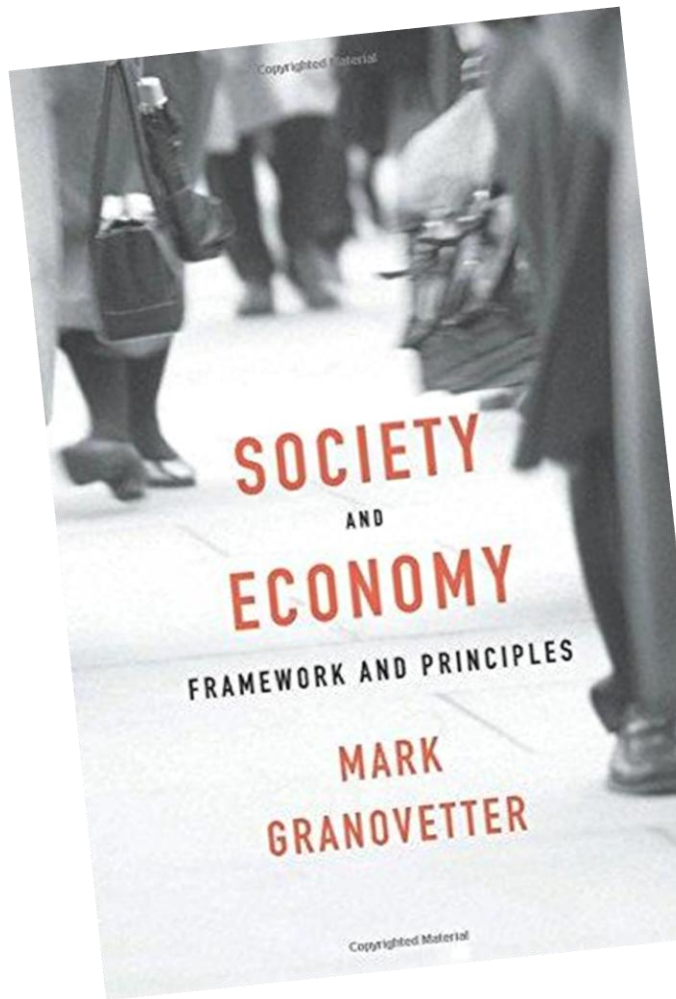
Services réciproques qu se rendent les partenaires



Critère théorique	Contributions relationnelles des RP	Evaluation efficacité des RP
Durée relation	Les RP participent-elles à la stratégie de fidélisation de l'entreprise?	Mesurer la durée de la relation entre invités et invitant
Intensité émotionnelle	Le facteur émotionnel lié à la singularité du spectacle sportif impacte-t-il l'expérience vécue entre invités et invitant ?	Observation directe d'un partage d'expérience émotionnelle et passionnel entre invités et invitant
Intimité	La cadre privilégié et intimiste associé à une prestation RP permet-il de créer des liens interpersonnels entre invités et invitant ?	Observation directe de la création de lien interpersonnel (tutoiement, conversations personnelles...)
Services réciproques	Les échanges relationnels entre invités et invitant ont-ils permis à l'invitant d'accéder à de nouvelles informations ou bien d'atteindre des objectifs commerciaux ?	Qualité des informations acquises par l'invitant lui permettant d'alimenter son CRM et sa démarche commerciale

Le RSI

Retour Sur Invitation : Force des Liens Faibles



avec les personnes qui te ressemblent, avec ta famille, tes amis... Les mêmes infos circulent dans vos 2 cercles, tu risques moins d'apprendre quelque chose de nouveau !



entre collègues, avec un prof... l'info qui circule est plus variée ! Tu as donc plus de chances d'entendre parler d'une opportunité professionnelle dont tu n'avais jamais entendu parler

OBJECTIF MAJEUR D'UNE STRATEGIE RP ?

Fédérer un réseau via un événement

(Club, communauté...) et le rendre VALORISABLE - RARE – INIMITABLE (NON
SUBSTITUABLE) - ORGANISATIONNEL

Dangers ?



Trop de liens à gérer ??? Liens forts ou liens faibles ?



Dépendance ?

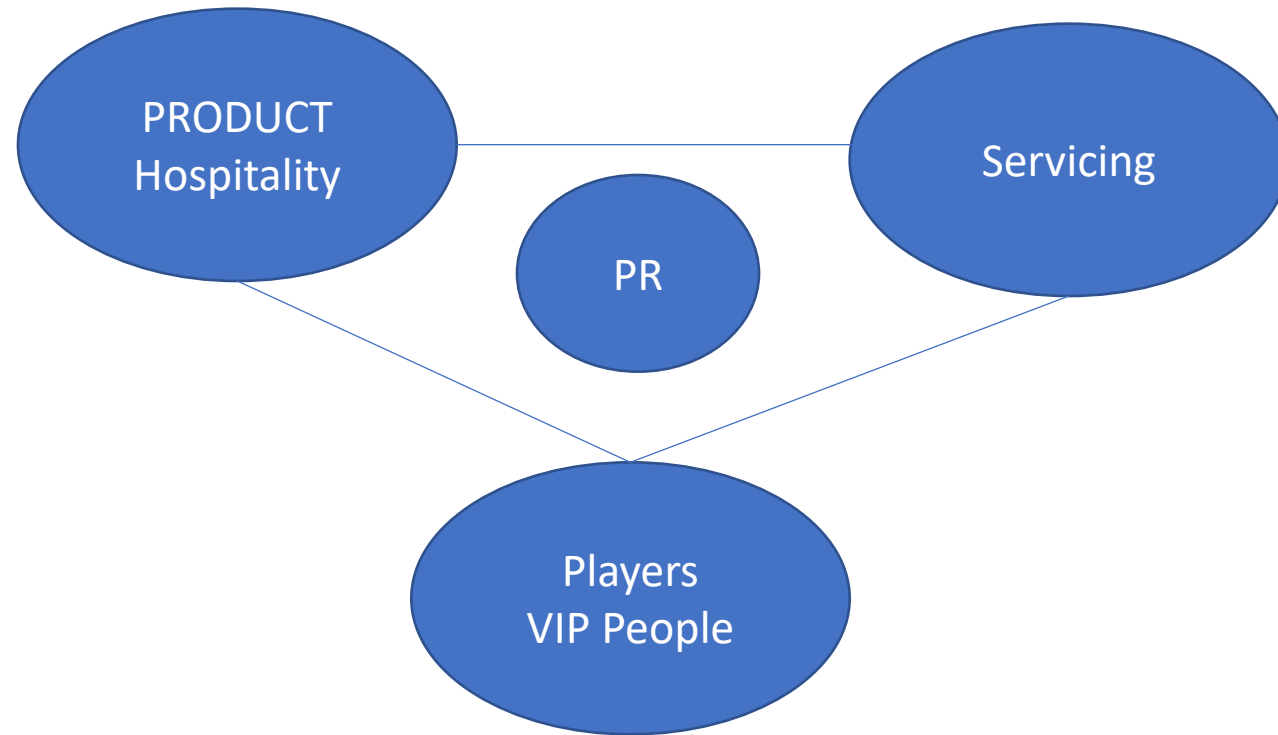


Rumeur – non respect des règles



Pas de fond que de la forme !

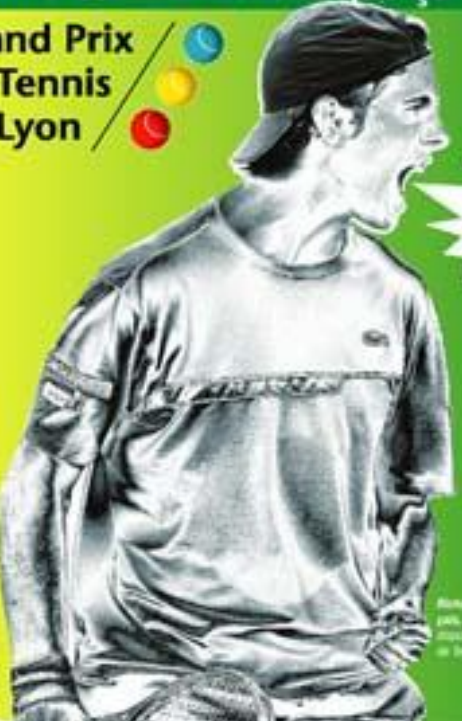
Product –Service - Experience



Exemple d'OCCADE
devenu CANAL PLUS
EVENTS

Les meilleures places du
Grand Prix de Tennis de Lyon,
c'est maintenant que ça se joue !

**Grand Prix
de Tennis
de Lyon**



*Il faut
vous le dire
comment ?!*

Richard Gasquet, 1er joueur fran-
çais, numéro 10 mondial,
vainqueur du Grand Prix
de Tennis de Lyon 2003

www.gpttennilyon.com



24 au 30 octobre 2005
Palais des Sports de Gerland
RESERVATION : 04 72 22 25 63



**Grand Prix
de Tennis
de Lyon**



**Dossier
de Presse**
Contact presse : Aline VOLATIER
Tél : 04 72 27 29 22
Fax : 04 72 27 29 26
avolatie@ccode.com

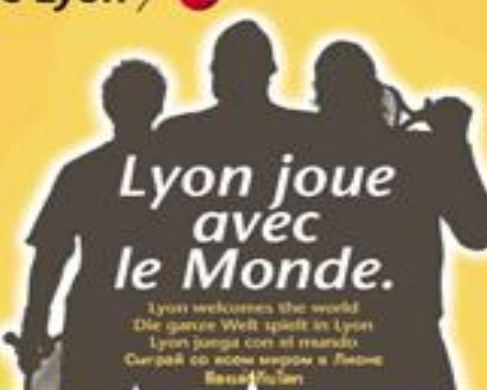
Lyon voit rouge !

FERRERO N°1 MONDIAL*
CLÉMENT FINALISTE 2003
HENMAN N°2 MONDIAL*

4 au 10 octobre 2004
Palais des Sports de Gerland



**Grand Prix
de Tennis
de Lyon**



**Lyon joue
avec
le Monde.**

Lyon welcomes the world
Die ganze Welt spielt in Lyon
Lyon juega con el mundo
Lyon spielt mit der ganzen Welt
Lyon spielt mit der ganzen Welt

6-12 OCTOBRE 2003 / Palais des Sports de Gerland

réservations
04 72 22 25 63
billetterie Le Progrès, Auchan et Virgin
www.progrescope.com



20^e
EDITION

MERCI !

à tous les grands joueurs qui
ont fait, font et feront le Grand
Prix de Tennis de Lyon



site Internet :
www.gptennislyon.com



DU 22 AU 28 OCTOBRE 2007
LYON FAIT SON GRAND PRIX DE TENNIS
PALAIS DES SPORTS DE GERLAND



Réservations :
Occade Sport 04 72 27 29 00 et Points de vente habituels



Grand Prix
de Tennis
de Lyon

www.gptennislyon.com

CANAL+ EVENTS PRESENTE

22EME EDITION
GRAND PRIX DE TENNIS DE LYON

20-26
OCTOBRE 2008
PALAIS DES SPORTS DE GERLAND



Grand Prix
de Tennis
de Lyon

www.gptennislyon.com



GRAND PRIX DE TENNIS DE LYON

26 OCTOBRE >
1ER NOVEMBRE 2009
PALAIS DES SPORTS DE GERLAND

Billetterie : www.gptennislyon.com



CANAL+

EVENTS



Grand Prix
de Tennis
de Lyon

GRAND PRIX DE TENNIS DE LYON



26 OCTOBRE >
1ER NOVEMBRE 2009
PALAIS DES SPORTS DE GERLAND

GPTL



Historique



**Micro Culture locale :
adéquation et liens forts**

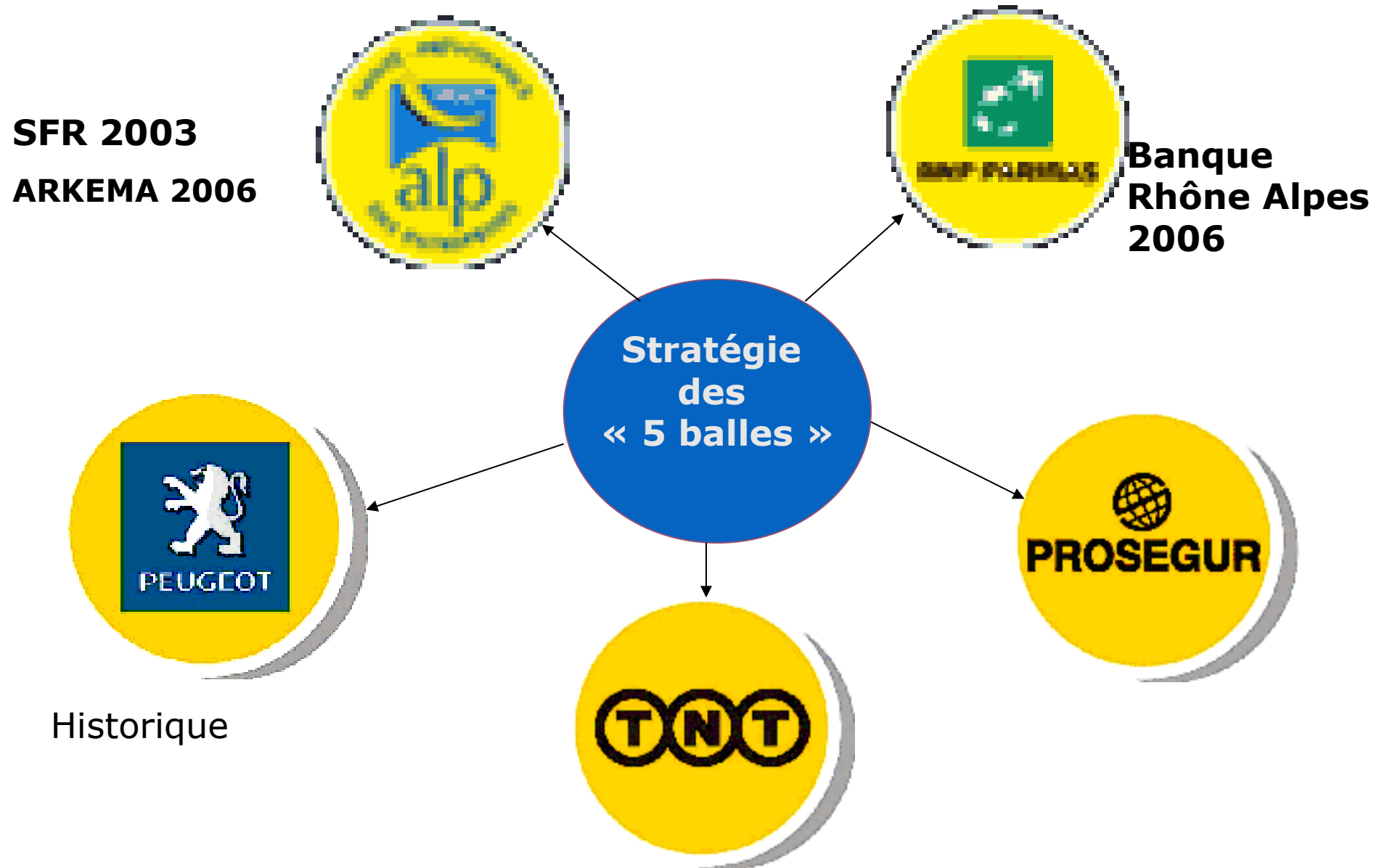


Toile d'araignée

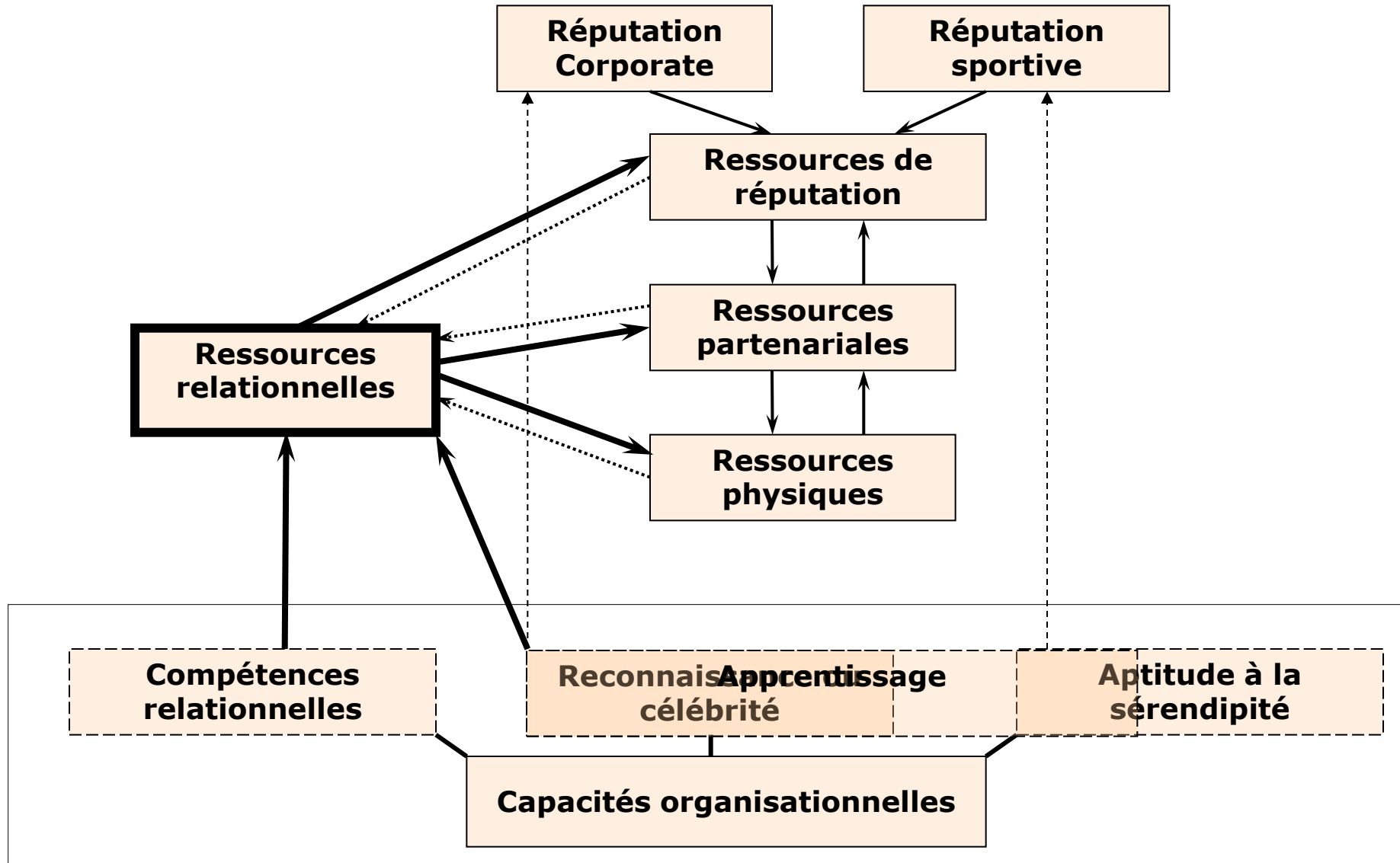


Evénement trop RP !

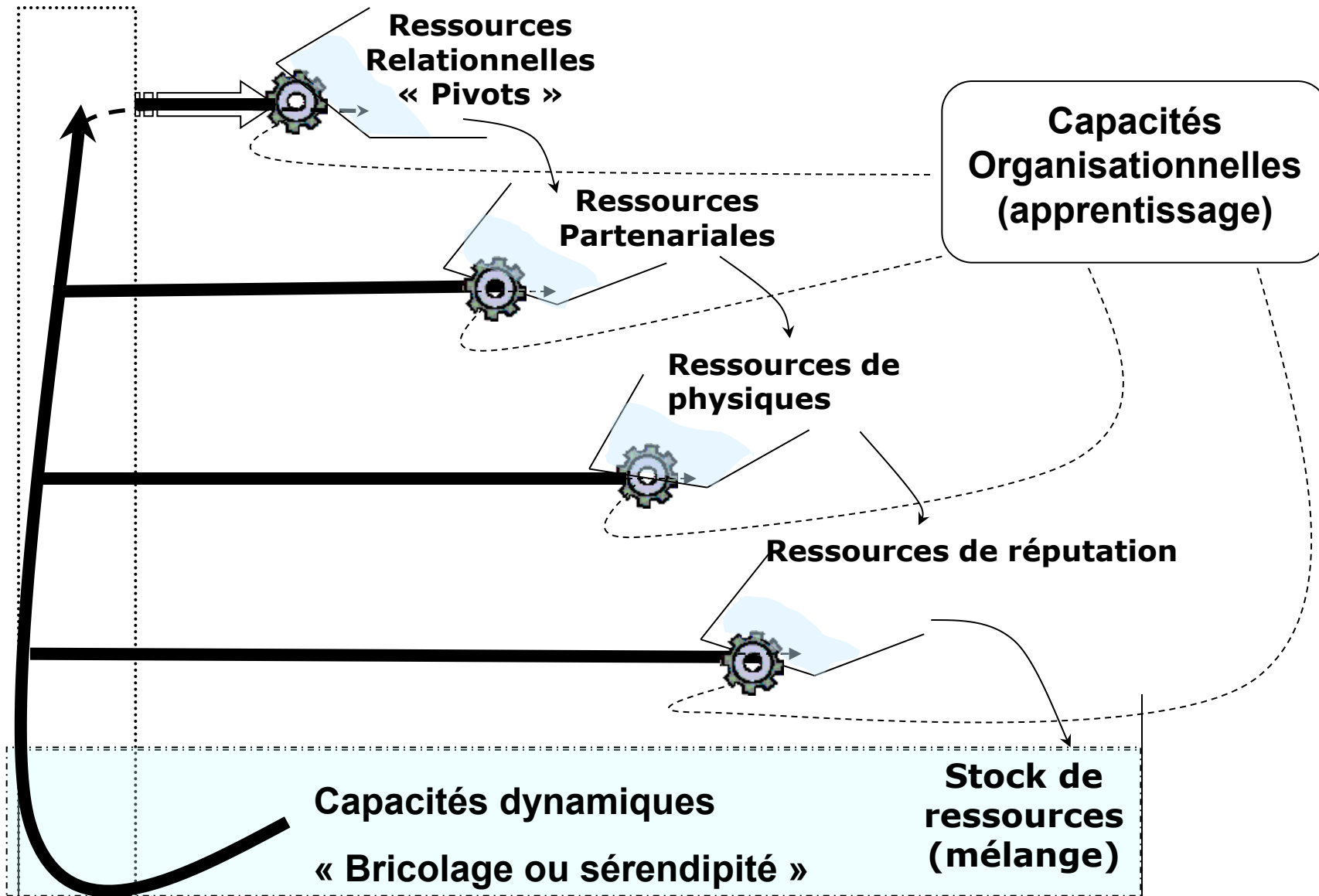
Stratégie partenariale du GPTL



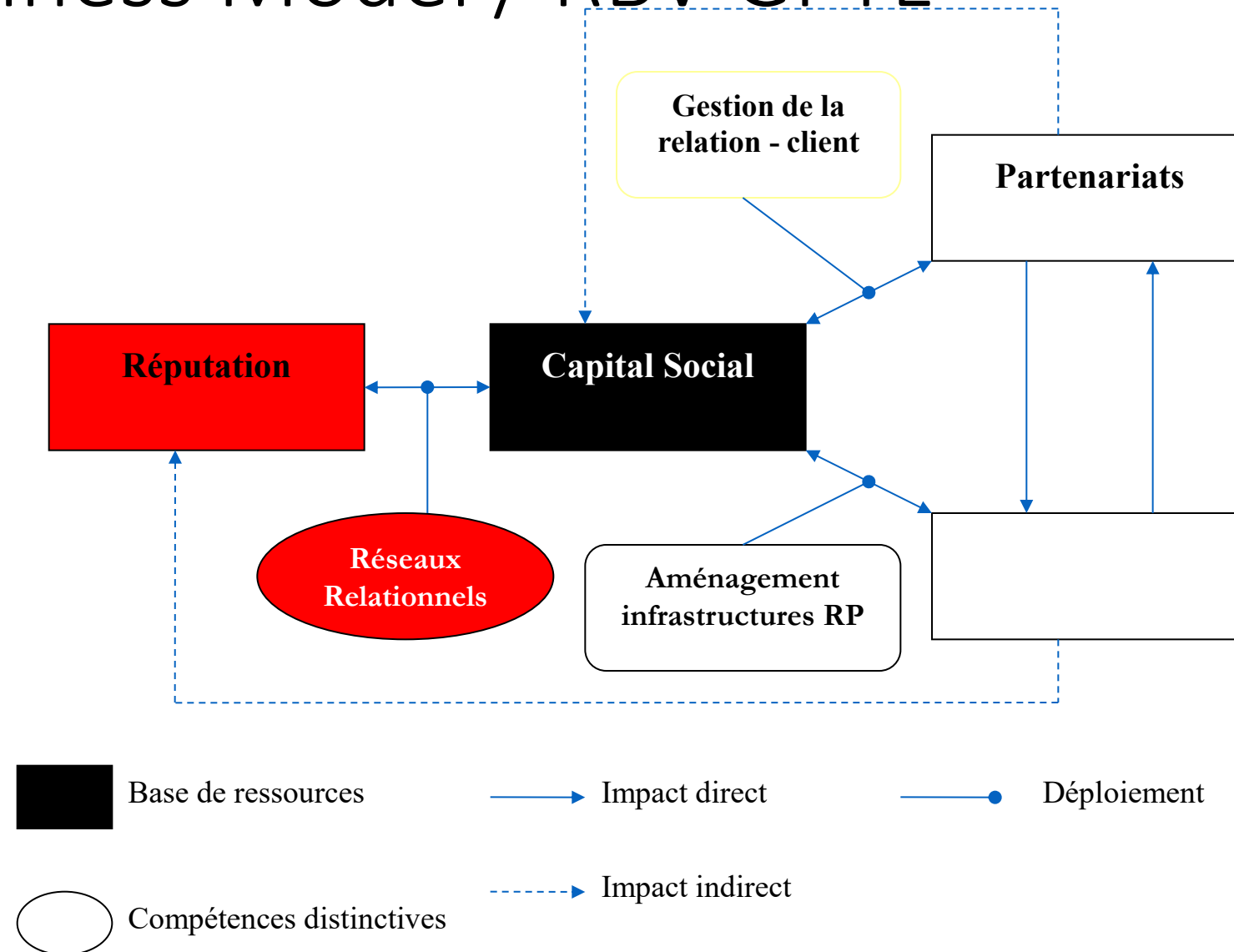
GPTL



« Cascade de ressources »



Business Model / RBV GPTL





Constat : développement de l'événement

-  Événement dual : RP/populaire – Sportif/Business
-  Tensions entre : Non fidélité des partenaires principaux interchangeables / facilité de contrôle ?
-  Rôle des collectivités
-  Médias locaux
-  RP devenues trop visibles moins rares : « RP industrielles » (Prospection Internet, moins de Marketing Relationnel...)



Inférences managériales



Equilibrer les ressources en évaluant les effets de seuil



Accorder un effet de seuil aux RP et investir sur d'autres pôle : billetterie, médias... = diversification total (commerciale + technique) événementielle



Lier les actifs (réputation sportive et relationnelle) → travailler un plan Marketing Grand Public (réinvestir sur le sportif!)



?



OPEN

Sud de France

30 JANVIER - 5 FÉVRIER 2012
Park&Suites Arena | Montpellier



BERDYCH • SIMON
SÖDERLING • GASQUET...

MONFILS
TENANT DU TITRE



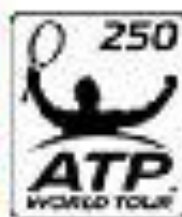
RENSEIGNEMENTS & BILLETTERIE :
www.opensuddefrance.com



OFFICIAL PARTNER
FAMOUS POINTS



Sud de France
25-31 OCTOBRE 2010
Arena Montpellier



TSONGA

GASQUET

MONFILS

SIMON



RENSEIGNEMENTS & BILLETTERIE
www.opensuddefrance.fr



IMP PIERRE
Espace des Médias



CANAL+

OPEN
 Sud de France
 DU 4 AU 10 FÉVRIER 2013
 Park&Suites Arena | Montpellier

250
 ATP
 WORLD TOUR

BERDYCH
GASQUET
MONFILS

INFOS & BILLETTERIE : www.opensuddefrance.com

la Région Languedoc-Roussillon
 VEOLIA ENVIRONNEMENT
 BNP PARIBAS Le banquier d'un monde qui change
 Montpellier Agglomération
 UN PARTENARIAT CANAL+ EVENTS
 Park&Suites
 Groupe Cerdan
 asics
 Tecnifibre
 FedEx
 Fédération Française de Tennis
 SPORT+ Midi Libre
 RMC

OPEN
 Sud de France
 DU 4 AU 10 FÉVRIER 2013
 Park&Suites Arena | Montpellier

250
 ATP
 WORLD TOUR

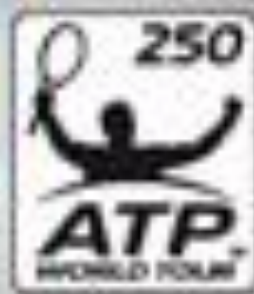



OPEN

Sud de France

DU 1^{er} AU 9 FEVRIER 2014

Park&Suites Arena | Montpellier



VOS PLACES
À PARTIR DE

9€



DU 31 JANVIER AU 08 FÉVRIER 2015
PARK&SUITES ARENA | MONTPELLIER

5^e
Edition



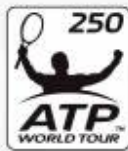
open 
Sud de France

VOS PLACES
À PARTIR DE

9€



OPEN



*Sud de France

7^e
Edition

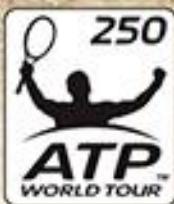


**ENTREZ DANS
L'ARENE**

5 - 12 FEVRIER 2017

**ARENA
DE MONTPELLIER**

OPEN



4-11 FEV. 2018

SUD DE FRANCE ARENA MONTPELLIER

8^e

Edition

UN EVENEMENT
**SPORT
EVENTS**

* Sud de France

* Sud de France
ARENA



BERDYCH

GOFFIN

TSONGA

GASQUET

VOS PLACES 7 €
à partir de

RDV SUR www.opensuddefrance.com

ENTREZ DANS L'ARENE



HEAD



EVENTS

Midi Libre

SFR SPORT

RMC

PATRICE ESPINASSE

 Recommander 21 +1 1 **16 réactions**



PARTENARIATS

Métier ?
Si vous changiez !

Présente
les 100 métiers
qui recrutent en
Languedoc-Roussillon
vidéos et fiches métiers

La Park & Suites Arena accueillera-t-elle encore l'Open Sud de France, en 2016 ? La question n'est pas tranchée, mais elle se pose avec acuité depuis qu'Enjoy, la structure qui commercialise l'événement montpellierain, a fait comprendre qu'elle le remettait en question dans sa pérennité. Son nouveau directeur, Antoine Perragin, est clair sur ses

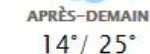
Montpellier



AUJOURD'HUI
17° / 22°



DEMAIN
16° / 24°



APRÈS-DEMAIN
14° / 25°

RANDO JET
cliquez ici pour plus d'infos
C'est dans la plus belle base nautique
d'Europe que Rando Jet vous propose de
découvrir leur multitude d'activités !



www.canoelemoulin.fr
Venez découvrir un site splendide au
pied des Cévennes ! Plusieurs parcours
allant de 3 km à 17km pour le plus long
(5h)



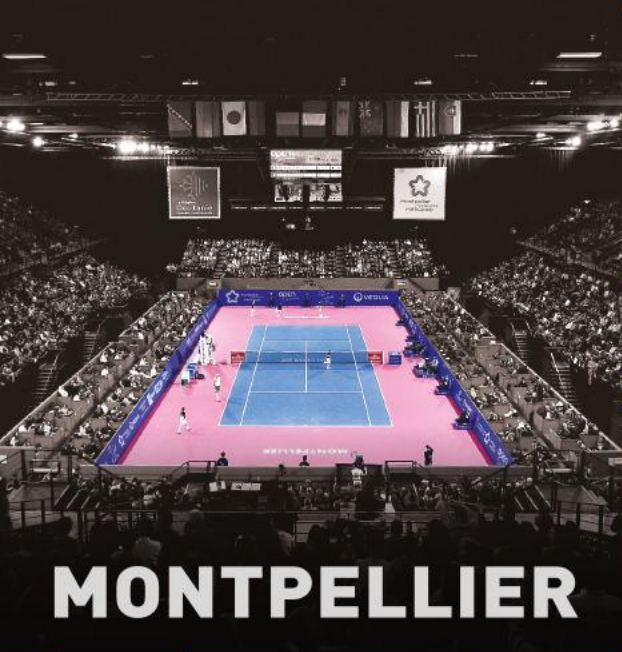
Gagnez de nombreux lots en achetant votre logiciel compta-gestion Ciel by Sage.



Pensez y maintenant pour ne plus y penser demain. Financement à votre rythme.

SUIVEZ-NOUS

Ouvrir



MONTPELLIER



OPEN
**Sud de France*
3-10 FÉV. 2019
SUD DE FRANCE ARENA

UN EVENEMENT
TV SPORT EVENTS

**Sud de France*
ARENA

250
ATP
 WORLD TOUR™

**ENTREZ
 DANS L'ARENE**

WWW.OPENSUDDEFRANCE.COM





2018



2019



2013/2015/2016



NOS
CHAMP
-IONS



21 FÉV
— 28 FÉV
2021

OPEN
* Sud de France



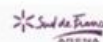
SUD DE FRANCE ARENA
MONTPELLIER



ATP
250



HEAD



WWW.OPENSUDDEFRANCE.COM



Gaël MONFILS
2010 / 2014 / 2020



David GOFFIN
2021



Alexander ZVEREV
2017

NOS
CHAMP
-IONS

open
Sud de France
MONTPELLIER



LEUR
ARENE

SUD DE FRANCE ARENA
MONTPELLIER

ATP
250

30 JAN — 06 FÉV
2022

5-12 FÉV. 2023

THIS IS
**WORLD
CLASS**

OPEN
Sud de France
l'occitanie
MONTPELLIER



RUNE



GASQUET



TENNIS

INFO RMC SPORT

TENNIS: LE TOURNOI DE MONTPELLIER EN CONCURRENCE AVEC LA COUPE DAVIS

AR Le 21/03/2023 à 18:04 | MAJ le 22/03/2023 à 16:14



Coupe Davis • exclusivité abonnés

Risques de conflits d'intérêt : Sébastien Grosjean ne sera plus sélectionneur mais reste capitaine des Bleus

Aux commandes de l'équipe de France de Coupe Davis depuis la saison 2019, mais aussi à la tête d'autres activités dans le tennis professionnel, Sébastien Grosjean ne pourra plus sélectionner lui-même ses joueurs, en raison de risques de conflits d'intérêts. Mais il reste capitaine...



chrono → filtrer :

- 12:26 • US Open (H)
Nos favoris : un duel Djokovic-Alcaraz
- 12:00 Le Magazine, Tennis, US Open
Les Carota Boys, les drôles de fans de Sinner
- 00:35 US Open
Droguet, Gaston, Coucaud et Jacquemot qu...
- 26 août US Open (F)
Badosa et Andreescu déclarent forfait
- 26 août Tennis, Masters (F)
L'Arabie saoudite bientôt organisatrice ? Les...
- 26 août US Open, Qualifications
Les résultats et le programme des Français
- 26 août US Open, Qualifications
Coucaud ivre de bonheur
- 26 août US Open (H)

OPEN

ATP
250

Sud de France
l'occitanie



14^{ÈME} ÉDITION

28 JAN. - 4 FÉV. 2024

Où va t' on ?



Changement de
lieu



Changement de
marque



Même business
model !



Nouveaux
actionnaires



Midi Libre

Accueil > Sport > Tennis

Tennis : la Métropole de Montpellier arrête son financement pour l'Open Sud de France qui se retrouve en grand danger



L'Open Sud de France pourrait quitter Montpellier et la Sud de France Arena. / MIDI LIBRE - RICHARD DE HULLESSEN

Actu > Occitanie > Hérault > Montpellier

Montpellier. Christian Assaf : "L'Open Sud de France tarde à trouver son modèle économique"

Si la 14e édition de l'Open Sud de France devrait se dérouler du 28 janvier au 4 février, l'avenir du tournoi ATP250 de Montpellier est particulièrement incertain.



26 JAN. 02 FEV.

SUD DE FRANCE ARENA
MONTPELLIER

ATP
250

2025

OPEN
Occitanie



SINNER
2023



ZVEREV
2017

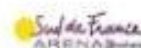


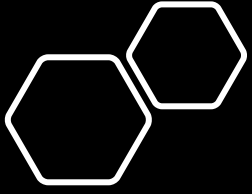
MONFILS
2010-2014-2020



BUBLIK
2022-2024

NOS CHAMPIONS



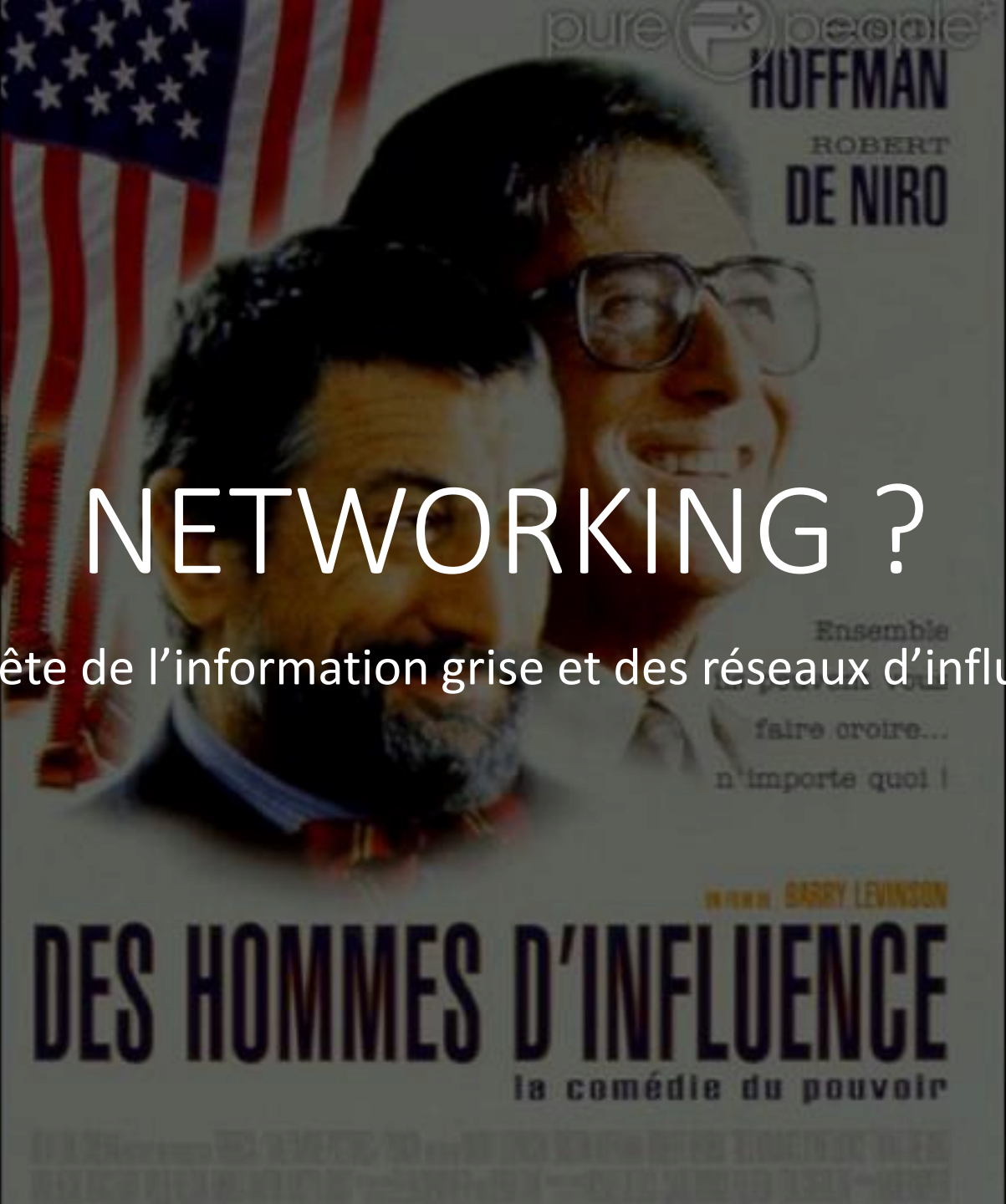


Your difficulties

- The business of Public Relations
- Entertainment = people !
- ROI for your customer...
- PR Brand = VIP Event, is it possible ?

— THE —
PLACE
TO
MEET

... the place to be

The image is a movie poster for the French film 'Des hommes d'influence'. It features a close-up of two men's faces: Al Pacino in the foreground, looking slightly to the side with a serious expression, and Robert De Niro behind him, smiling and wearing glasses. An American flag is visible in the background. The text 'pure people' is at the top right, followed by 'HUFFMAN' and 'ROBERT DE NIRO'. The title 'DES HOMMES D'INFLUENCE' is at the bottom in large, bold letters, with 'la comédie du pouvoir' underneath it. A quote 'Ensemble, ils ont fait croire... n'importe quoi !' is visible on the right side.

NETWORKING ?

La quête de l'information grise et des réseaux d'influence



OPEN PARC
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
— LYON —



15/21
MAI
2022

PARC DE LA
TÊTE D'OR



LE TOURNOI EN IMAGES









7 au 10 JUIN

COLLOQUE
EN FORMAT DISTANCIEL

2^{ÈME} COLLOQUE INTERNATIONAL
LE TENNIS
DANS LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN



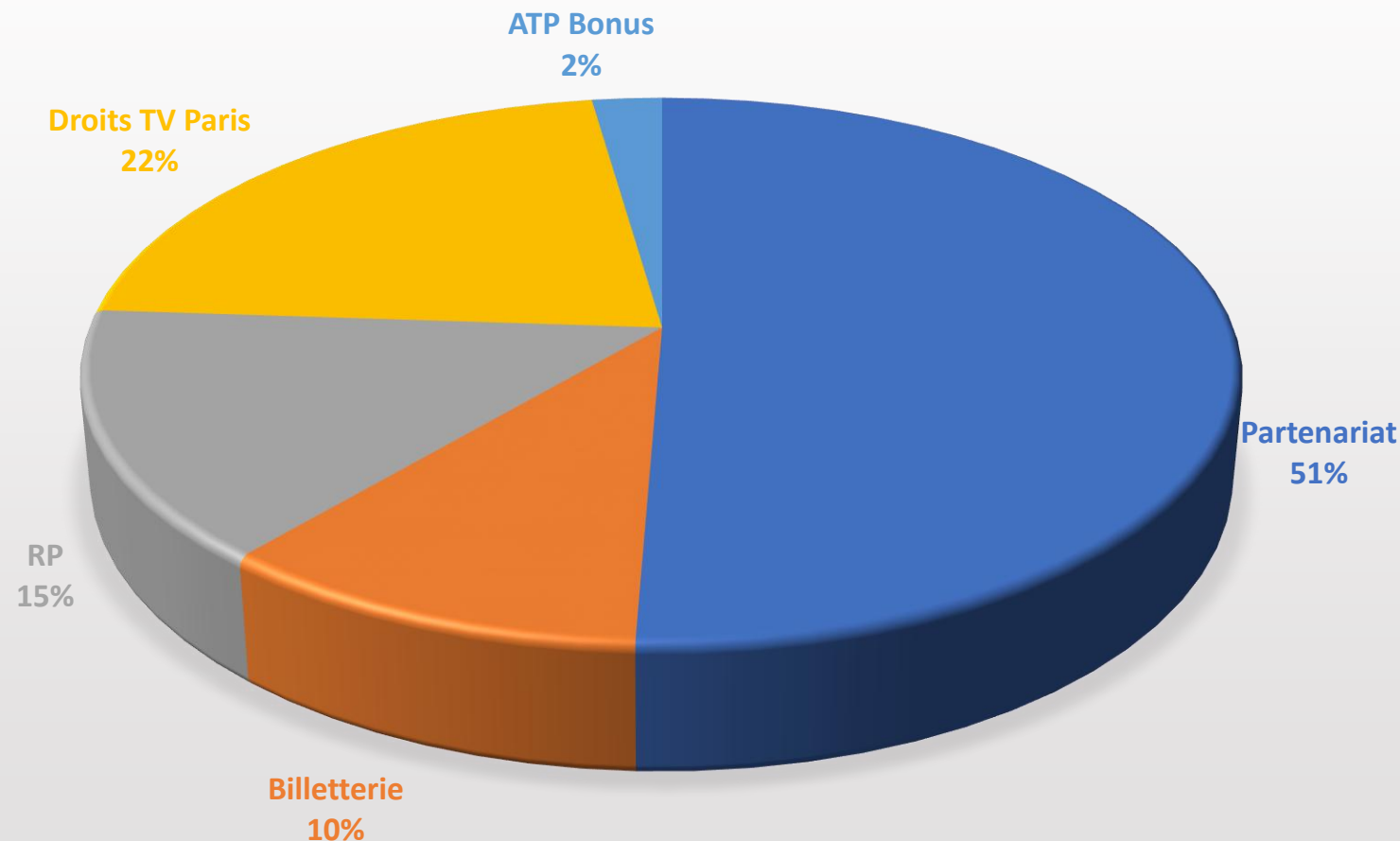
OPEN PARC
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
— LYON —

2019

PRODUITS :

3.13 K€

**Billetterie BtB >
50 % CA**





7 au 10 JUIN

COLLOQUE
EN FORMAT DISTANCIEL

2^{ÈME} COLLOQUE INTERNATIONAL
LE TENNIS
DANS LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN



Choix
stratégique

PERTINENCE

Objectifs :
Sportifs

EFFICACITE

PERFORMANCE
EVENEMENTIELLE

Capacités
organisationnelles
centrée sur l'efficacité
opérationnelle

Résilience économique
Levier du capital
relationnel et solidarité
des stakeholders

Limitation
pandémique

Ressources
Mobilisées

Résultats

EFFICIENCE



Open Parc Auvergne Rhône Alpes 2020

- Annulation j -10 saison terre battue
- Scenari préparés huit clos club (FLC)
- Charges locatives / ATP Marketing
- Aide Plan de Soutien et de Relance FFT

Thiem, Tsitsipas, Schwartzman, Goffin, Monfils, Sinner, Auger-Aliassime, Khachanov, Humbert, Karatsev, Musetti, Korda, Herbert...



∞ Capacité d'efficacité
opérationnelle
limitant la perte
économique

∞ Opportunité
Sportive report RG:
promesse sportive et
création de valeur
pour les joueurs

Open Parc Auvergne Rhône Alpes 2021

- Modèle économique quasi « publicitaire »
- Droit TV Français sous tension : choix de l'exposition
- Coûts de production réduits et optimisés
- Stratégie collective ATP250 France Production TV
- Solidarité des partenaires principaux
- 50 % Prize Money Joueurs
- Aides FFT Plan de Soutien et de Relance
- 1^{er} événement français jauge réduite 35 % de 1500 places construites « au cas où » : paiement de Thiem









Chers partenaires,

*Nous tenons à vous remercier
pour votre présence et les bons
moments de partage tout au
long de la semaine.
Nous vous donnons rendez-vous
l'année prochaine.*

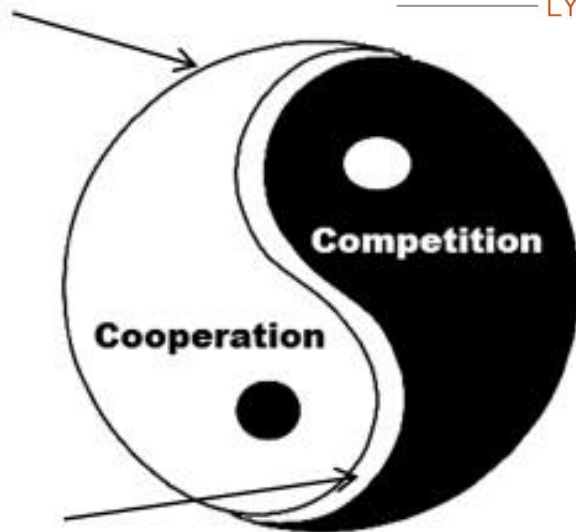
À très vite,

L'équipe Open Parc Auvergne-Rhône-Alpes.



Strength of external boundary

OPEN PARC
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
LYON

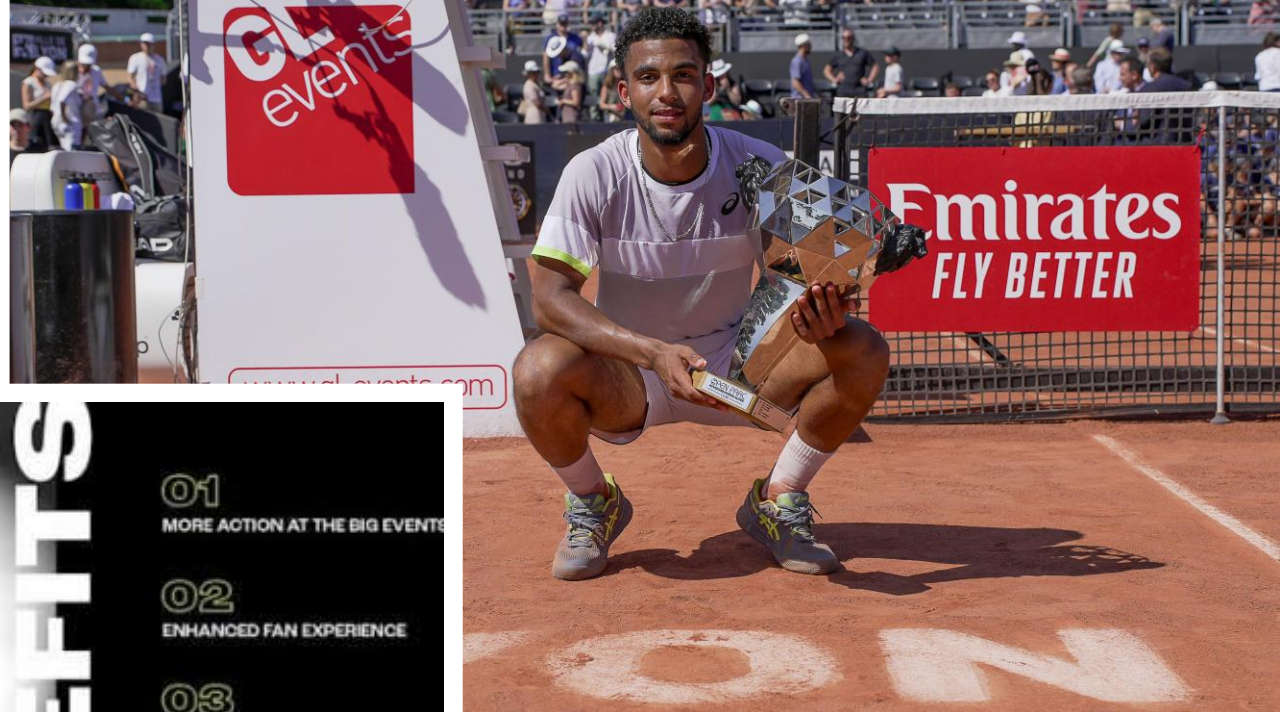


Size between internal
boundaries





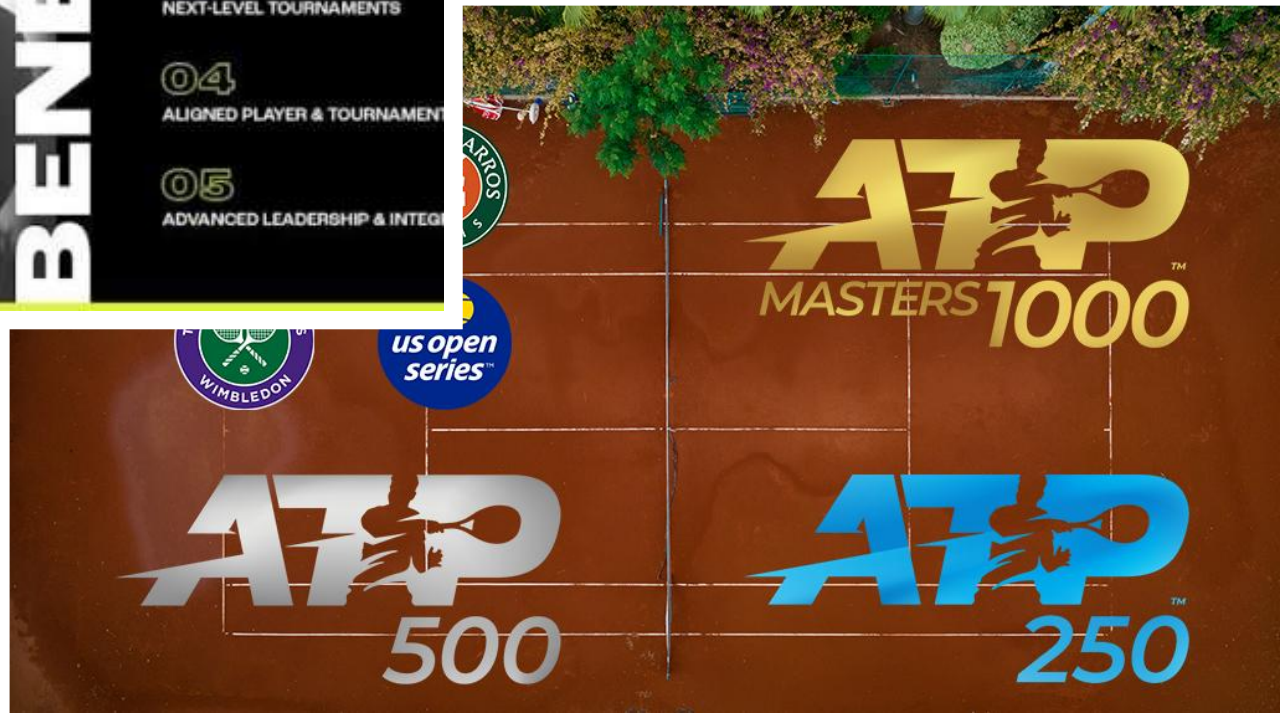
1	Holger Rune	
2	Taylor Fritz	
3	Alexander Zverev	
4	Botic Van De Zandschulp	
5	Sebastian Baez	
6	Lorenzo Sonego	
7	Roberto Bautista Agut	
8	Marcos Giron	





KEY BENEFITS

- 01 MORE ACTION AT THE BIG EVENTS
- 02 ENHANCED FAN EXPERIENCE
- 03 NEXT-LEVEL TOURNAMENTS
- 04 ALIGNED PLAYER & TOURNAMENT
- 05 ADVANCED LEADERSHIP & INTEGRITY



Tennis : clap de fin pour l'Open parc de Lyon... pour l'instant

L'Open parc Auvergne-Rhône-Alpes à Lyon va animer les allées du parc de la Tête d'or pour la dernière fois, du 18 au 25 mai 2024. Mais le tennis reviendra à Lyon, assure son directeur, Thierry Ascione.

Flora CHADUC , le mardi 07 mai 2024



📌 Tennis : après la fin de l'Open Parc, un tournoi ATP 250 aux portes de la LDLC Arena

Même si rien n'est officiel, tout porte à croire que quelques mois après le départ de l'« Open Parc Auvergne-Rhône-Alpes » à Munich, un tournoi de cette catégorie de l'ATP Tour sera très bientôt organisé (2026 ou 2027) à Décines par le duo Ascione-Tsonga.

Luc Paganon - 15 juil. 2025 à 19:00 | mis à jour le 03 août 2025 à 01:06 - Temps de lecture : 3 min



Aulas prend possession de la LDLC Aréna

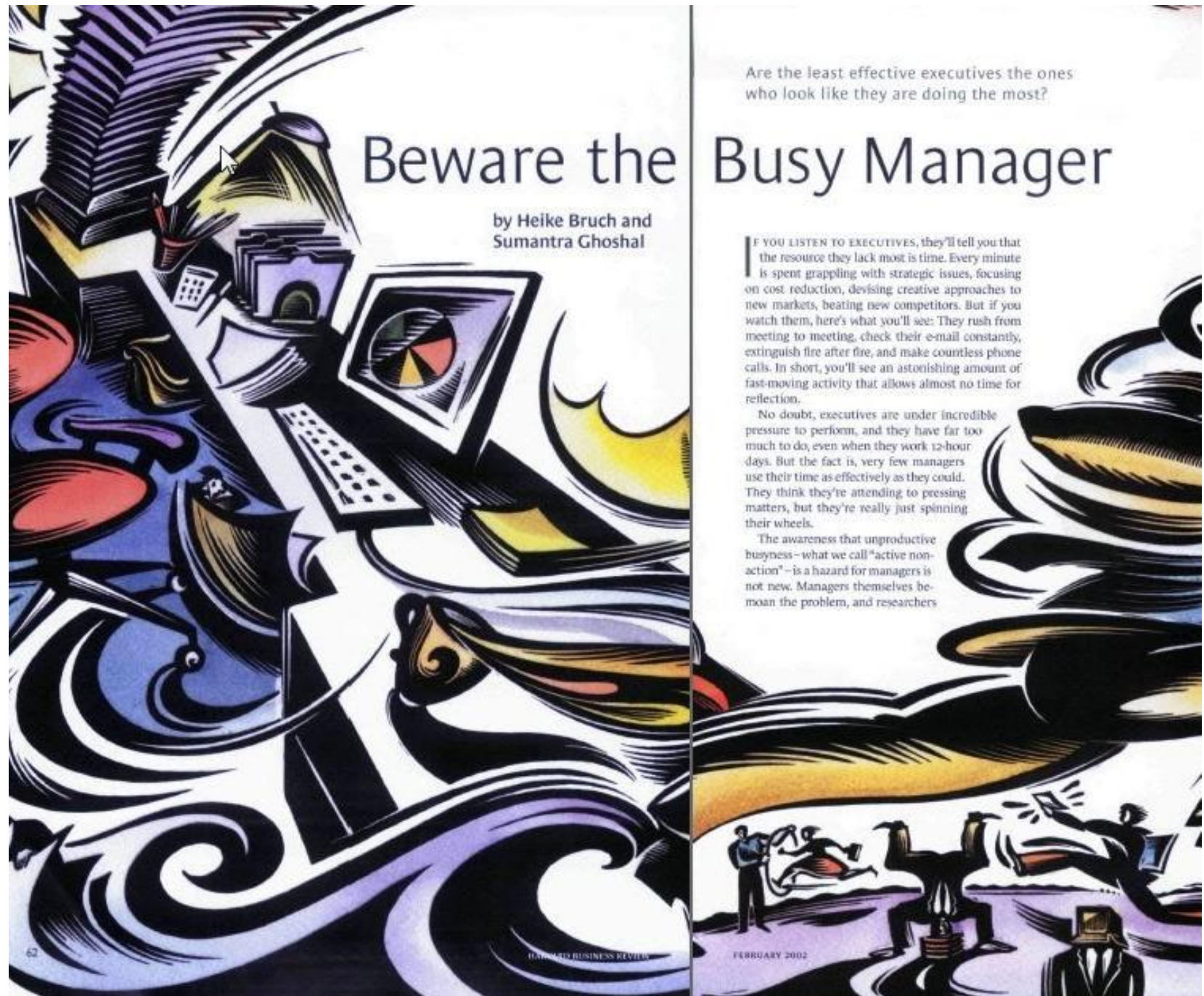
Par Jean-François Pibre - 4 S SPORTS ET LOISIRS



A BIAS FOR ACTION



HOW EFFECTIVE MANAGERS
HARNESS THEIR WILLPOWER,
ACHIEVE RESULTS,
AND STOP WASTING TIME



Are the least effective executives the ones who look like they are doing the most?

Beware the Busy Manager

by Heike Bruch and
Sumantra Ghoshal

IF YOU LISTEN TO EXECUTIVES, they'll tell you that the resource they lack most is time. Every minute is spent grappling with strategic issues, focusing on cost reduction, devising creative approaches to new markets, beating new competitors. But if you watch them, here's what you'll see: They rush from meeting to meeting, check their e-mail constantly, extinguish fire after fire, and make countless phone calls. In short, you'll see an astonishing amount of fast-moving activity that allows almost no time for reflection.

No doubt, executives are under incredible pressure to perform, and they have far too much to do, even when they work 12-hour days. But the fact is, very few managers use their time as effectively as they could. They think they're attending to pressing matters, but they're really just spinning their wheels.

The awareness that unproductive busyness—what we call "active non-action"—is a hazard for managers is not new. Managers themselves bemoan the problem, and researchers

next

**DE L'INTELLIGENCE DES DONNÉES
À L'EXPERTISE AUGMENTÉE**

Stratégies d'externalisation : beaucoup d'avantages mais un risque majeur !

par Frédéric Fréry

**XE
RFI**

L'intelligence stratégique

