



Ansökan av marknadsföringstillskott för If Stockholm Open 2015

Jag heter Robin Söderling och det är med stor glädje som jag får presentera mig som Tournament Director för If Stockholm Open även i år. If Stockholm Open är en av de äldsta och finaste tävlingarna på ATP-touren och det känns väldigt inspirerande att få fortsätta detta hedersamma uppdrag.

Historia

Tennistävlingen If Stockholm Open är ett starkt årligt återkommande evenemang för alla tennisintresserade. Den första ATP-tävlingen gick av stapeln år 1969 i Kungliga Tennishallen i Stockholm. Tävlingen har varje år attraherat ett väldigt starkt startfält och vi har haft tidigare vinnare som Arthur Ashe, John McEnroe, Björn Borg, Stefan Edberg och Roger Federer. Fjolårets final var verkligen en drömfina mellan världsjuan Thomas Berdych och världstian Grigor Dimitrov. Finalen var extra spännande då båda spelarna kämpade för att kvalificera sig till Masters-slutspelet i London för världens åtta bästa spelare. Matchen höll en otroligt hög klass där Berdych till slut vann med 6-4 i skiljeset.

Tävlingen spelas i en magisk anläggning med stark historik. Hallen uppfördes mitt under ett brinnande krig och kostade 3 miljoner kronor (ca 80 miljoner i dagens penningvärde) att bygga och stod färdig i oktober 1943. Projektet kunde förverkligas tack vare ett starkt stöd, inte bara från Kung Gustaf V, utan även från ett antal av dåtidens främsta entreprenörer med Marcus Wallenberg i spetsen.

Tävlingen är unik eftersom den spelas på en befintlig tennisklubb. Spelarna som varit i Kungliga Tennishallen och spelat If Stockholm Open beskriver ofta atmosfären som magisk och familjär. Publiken kommer väldigt nära spelarna och får en härlig känsla av tennisen.

If Stockholm Open tillhör en s.k. 250-kategori tillsammans med 41 andra tävlingar på ATP-touren. Under de 5 åren som Lagardère Unlimited Scandinavia (LUSC) har haft arrangörskapet så har tävlingen blivit framröstad av spelarna som den näst bästa tävlingen i denna kategori, efter Skistar Swedish Open i Båstad. Det visar verkligen att evenemanget är på god väg att befästa sin starka position i tennisvärlden.



Vår vision är att få Stockholms stad mer involverad i vår fantastiska tävling. För att If Stockholm Open ska kunna bibehålla sin fina status och fortfarande vara ett av dom starkaste idrottsevenemangen i Stockholmsregionen krävs hårt arbete och en bred marknadsföringskampanj.

I många av ATP-tävlingarna runt om i världen så är staden eller regionen delaktig i evenemanget. Vi ser det som ett ypperligt tillfälle för Stockholms Stad att marknadsföra staden samtidigt som det skulle vara en stor hjälp för oss att utveckla vårt evenemang ytterligare.

Vi vill med detta brev ansöka om ett marknadsföringstillskott på 500 000 SEK där Stockholm stad också blir en Official Partner till If Stockholm Open 2015. Då har ni möjlighet att använda vårt evenemang som en unik mötesplats för era gäster och ni får också en väldigt attraktiv exponeringsyta på vår Center Court i Kungliga Tennishallen.



Vi hoppas på ett långt och framgångsrikt samarbete tillsammans!

Med vänlig hälsning,



Robin Söderling
Tournament Director If Stockholm Open

Ägandeskap/Struktur

År 2009 tecknades ett långsiktigt operatöravtal mellan Stockholm Open AB (Kungliga Tennisklubben 40%, SALK 40% och Stockholms Tennisförbund 20%) och LUSC. Avtalet innebär att LUSC genomför tävlingen, handhar sponsorer och ansvarar för biljettförsäljningen. Stockholm Open AB ansvarar för att rekrytera och utbilda de ideella funktionärerna (för närvarande ca 400 volontärer).

Sedan LUSC tog över arrangörskapet av If Stockholm Open år 2009 så har en mängd investeringar gjorts för att utveckla tävlingen och anläggningen. Här är bara några exempel på våra förbättringar av hallen:

Ny belysning i hallen

Vi vill att publiken ska få en riktigt trevlig upplevelse av att komma till Kungliga Tennishallen. Därför har vi lagt mycket fokus på ljus och musik. Den tidigare belysningen i hallen var väldigt gammaldags. Nu kan vi lätt mörklägga hela arenan på ett effektivt sätt under introduktionen av våra spelare för att sedan tända upp när spelet kör igång.

Ny färg på banan

If Stockholm Open har tidigare spelats på ett grönt underlag. Men 2010 tog vi beslutet att investera i en blå bana som är betydligt trevligare att spela på men som framför allt gör sig bättre i TV.

Food Court

För att det ska vara smidigt och enkelt för hela familjen att gå och titta på tennis så har vi lagt mycket energi på vår Food Court. Där kan man äta bra och kvalitativ mat på arenan. Här har vi ett samarbetsavtal med Operakällaren.

LED-skärmar

Istället för befintliga skyltar med våra sponserers varumärken har vi gjort en stor investering i LED-skärmar runt banan. Skärmarna gör upplevelsen mer effektiv och våra sponsorer kan med enkla medel ändra sina budskap under matchens gång.

Hospitality och Sponsor Village

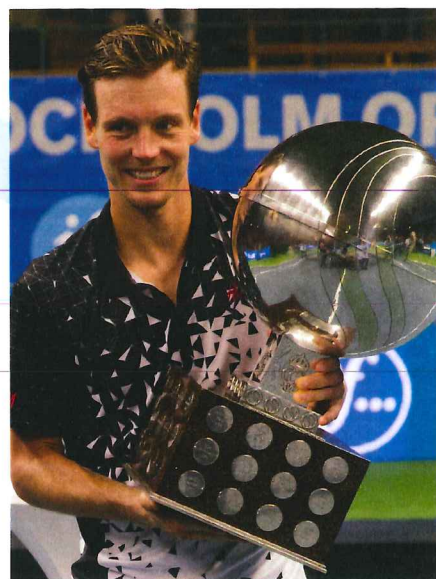
Det har blivit till en tradition för många av våra sponsorer och gäster att komma till Kungliga Tennishallen i oktober månad för att avnjuta både tennis och mat i världsklass. Därför har vi sett till att skapa en trevlig och gemytlig miljö i hospitality och sponsor village.

Auditorium

Under veckan bygger vi upp ett stort auditorium som har blivit mycket uppskattat av våra sponsorer. Där kan de bjuda in sina anställda och andra gäster till intressanta seminarier och föredrag.

Skyboxar

Under tävlingen bygger vi upp skyboxar för våra huvudsponsorer på kortsidan av Center Courten. Där kan de ta upp sina VIP-gäster för att titta på tennisen och diskutera affärer i en mer privat miljö.



Media/Marknadsföring

If Stockholm Open jobbar med väldigt starka partners både på och utanför banan. 2014 sändes evenemanget av Eurosport som hade ett högklassigt team av tenniskommentatorer och studio på plats. PR-mässigt var fjolåret enormt bra både sett till antalet publicerade artiklar i den traditionella pressen, men framförallt i sociala medier där If Stockholm Open nådde ut som aldrig tidigare. Till exempel fick en poäng med Grigor Dimitrov nästan 1,800,000 visningar på YouTube. Inget annat idrottsevenemang i Sverige har en sådan bred exponering vilket vi är oerhört glada och stolta över. Utöver vår unika exponering i Sverige så visas tävlingen i ca 135 länder runt om i världen.

Vår målsättning är att If Stockholm Open ska genomsyra hela Mälardalen och stora delar av Sverige. Här är några exempel på vår breda marknadsföringskampanj:

Bussar

Marknadsföring av tävlingen på alla bussar i Stockholms innerstad.

Domarstolar på stan

Domarstolar placeras på strategiska platser i Stockholms innerstad där man har chans att vinna priser och biljetter till tävlingen.

Stureplansskärmen

Den stora skärmen i hjärtat av Stockholm visar resultatuppdateringar från matcherna i Kungliga Tennishallen. Här livesänds även en match under turneringen.

Dagens Industri & DI Weekend If Stockholm Open Special

Dagens Industri, som är en otroligt värdefull partner, ger ut en DI Weekend med 40 sidor redaktionell text om tennis på måndagen av tävlingen. Här har vi också attraktiva annonserbjudanden för våra samarbetspartners.

Expressen

Här har vi ett samarbetsavtal där vi har chansen att marknadsföra tävlingen mot en bredare publik.

Mix Megapol

En av landets största radiokanaler och vår mediapartner sedan flera år. Både jag och Simon Aspin jobbar aktivt med att sprida budskapet om If Stockholm Open i samtliga radio- och tv-kanaler.

Svenska Tennismagasinet

Magasinet är vår officiella tennistidning under evenemanget.



Ungdomssatsning

If Stockholm Open satsar hårt på barn- och ungdomsaktiviteter. Barnen är en otroligt viktig del för oss och för svensk tennis, varför vi hela tiden försöker göra vårt bästa för att ge barn runt om i landet möjlighet att pröva på tennis.

If Stockholm Open har under sin drygt 40-åriga historia genererat runt 40 miljoner kronor till ungdomssatsningen i Stockholms klubbar. Genom olika barn- och ungdomsaktiviteter försöker vi sprida tennis på olika nivåer runt om i landet. Från Pirres Pokal för elitjuniorer till If Stockholm Open Tour som är världens första mini-, midi- och maxitennistour.

If SO Tour är framtagen för att stimulera de barn i tennisskolan som redan är tävlingsinriktade, samt för alla som vill känna på hur det känns att tävla i tennis. If SO Tour består av ca 500 tävlingar som genomförs på lokala tennisklubbar runt om i Sverige för barn i åldrarna 6–12. Det har blivit en mycket populär tävlingsform som växer snabbt och är nu Sveriges största tennisturnering. År 2008 deltog över 2000 barn i 50 tävlingar i Stockholmsområdet. Mellan 2010 och 2014 deltog ca 12000 barn årligen. Samtliga regioner är med och arrangerar och If SO Tour förväntas att ha lika många deltagare under 2015. Initiativtagare till If SO Tour är Anders Heimklo från Tennis Stockholm.

Pirres Pokal är en lagtävling som Svenska Tennisförbundet arrangerar årligen för Sveriges bästa pojkjuniorer (under 14 år) där samtliga Sveriges regioner är representerade. Varje lag består av 6 spelare och i varje lagmatch spelar man 4 singelmatcher och 2 dubbelmatcher. Finalen spelas sedan i Kungliga Tennishallen under finalhelgen av If Stockholm Open.

Med vårt stora tennisevent medföljer även ett stort ansvar som ambassadör för svensk tennis. Vi vill stimulera barn och ungdomar till att aktivera sig, prova på tennis och ha väldigt kul! Våra sponsorer stödjer oss i vår satsning, varför vi också har möjlighet att utöka och bredda våra arrangemang för varje år.



Miljöarbete

I vår strävan att ständigt utveckla och förbättra vårt miljötänk lägger vi i år fokus på följande områden:

1. Representant i ledningen har genomgått Håll Sverige Rents webbaserade utbildning.
2. Sophantering – då vi har flera leverantörer som säljer glas och petflaskor till publiken arbetar vi för en 100% återvinning genom tydligt märkta kärl i de publika områdena. Vi samarbetar även med Returpack.
3. Vi har ständigt minskat vår förbrukning av papper och jobbar med digital information till våra partners i vår kommunikation. På plats samarbetar vi med Ricoh som förser turneringen med lösningar för dokument- och utskriftshantering. De tillämpar sitt Sustainability Optimisation Programme, där de optimerar utrustningen med inställningar i Ecomode, vilket ger låg energi- och pappersförbrukning, med mätningar för koldioxid-smart drift. Därefter klimatkompenserar Ricoh för att få en fullt koldioxidneutral utskriftshantering.
4. Skyltar, vepor, exponeringsmaterial sparas och återanvänds i så stor utsträckning som möjligt.
5. Vi samarbetar med JA Städ som städar alla utrymmen på arenan under tävlingen och de arbetar enbart med miljömärkta produkter.

Spelare

Stommen i en bra tennistävling är alltid ett starkt startfält. LUSC jobbar väldigt aktivt med att försöka attrahera en bra blandning av spelare till If Stockholm Open. Målsättningen är att varje år kunna erbjuda den svenska publiken två spelare som är rankade bland de 10 bästa i världen. Tack vare Simon Aspin och mitt kontaktnät bland spelarna så är jag övertygad om att vi kommer att leverera ett fortsatt starkt startfält.



If Stockholm Open 2015

Förslag på samarbetsavtal mellan If Stockholm Open och Stockholm Visitors Board

EXPONERING

Arenaexponering

- Logotyp "Stockholm" exponeras på Centercourtens golv.
- Logotyp "Stockholm the Capital of Scandinavia" exponeras på långsidan av bana 1
- Logotyp exponeras på långsidan av Bana 1
- Logotyp exponeras på stortavla.

Annonsering

- Stockholmsvinjett i de internationella TV sändningarna
- Logotyp i all annonsering i samband med tävlingen (print, utomhus)
- Logotyp i dagsprogrammet

KOMMUNIKATION

IT

- Utveckla samarbete med If Stockholm Opens sponsorer och partners
- Utveckla gemensamma miljömål för stadens evenemang
- Utveckla skräddarsydda aktiviteter utifrån stadens behov
- Logotyp/Länk exponeras på hemsidan

Utställningsyta

- Monter på arenan

PRIS

År 2015

500 000 SEK



Jämställdhetspolicy If Stockholm Open 2015

If Stockholm Open drivs av Lagardère Unlimited Scandinavia. Som arranger till 3 tennisevenemang (If Stockholm Open, Skistar Swedish Open & Collector Swedish Open) och 2 golfevenemang (Nordea Masters, Helsingborg Open) jobbar vi årligen tillsammans med ca. 2000 volontärer.

Vi välkomnar alla oavsett kön, ålder eller etnisk bakgrund. För oss är det personen som är viktigast och som vi värdesätter enormt mycket. På If Stockholm Open är idag 50% av volontärerna tjejer.

Tennisen internationellt är en väldigt jämställd sport där de kvinnliga utövarna har lika mycket i prispengar som killarna och det finns kvinnliga domare som dömmar manliga matcher och tvärtom.

Lagardère Policy

The Lagardère group is committed to treating all its Employees equally, and to maintaining fair employment practices. The Group is opposed to all forms of discrimination based on a person's origin, lifestyle, age, sex, political or religious opinions, trade union affiliation or disability.

The Group believes that companies should be secular entities, and so is neutral with respect to all religions. The Group respects its Employees' beliefs, opinions and religious practices provided that these do not adversely affect the Group's internal organization or operations. As regards the observance of religious holidays, the Group bases its policy on the legal framework in its various countries of operation.

Discrimination by any Employee against any other Employee, for any reason, will not be tolerated.

Budget If Stockholm Open 2015

2015

Revenues 25 180,0

Sponsor Sales	15 700,0
Ticketing	3 900,0
Hospitality (tickets excluded)	1 400,0
Other revenues	4 180,0
Sales/event	25 180,0

Direct Costs 27 720,0

Price money	5 500,0
Appearance fees	4 400,0
Arena rent	1 800,0
Staff costs (project related)	1 000,0
Staff Cost Office	1 400,0
Other indirect costs	13 620,0
License extra	0,0

Gross Margin before overheads -2 540,0