



ANSÖKAN AV MARKNADSFÖRINGSTILLSKOTT FÖR IF STOCKHOLM OPEN 15-23 OKTOBER 2016

Jag heter Simon Aspelin och jag är väldigt glad att få presentera mig som årets Tournament Director för If Stockholm Open. Det känns oerhört roligt och inspirerande att få detta hedersamma uppdrag och för en sådan fin tävling som If Stockholm Open är. Många spelare har under åren sagt att Stockholm och If Stockholm Open känns som deras andra hem. Den känslan vill vi att alla spelare ska ha!

HISTORIA

Tennistävlingen If Stockholm Open är ett starkt årligt återkommande evenemang för alla tennisintresserade. Den första ATP-tävlingen gick av stapeln år 1969 i Kungl. Tennishallen i Stockholm. Tävligen har varje år attraherat ett väldigt stort startfält och vi har haft tidigare vinnare som Arthur Ashe, John McEnroe, Björn Borg, Stefan Edberg och Roger Federer. I fjolårets tävling presenterade sig det stora stjärnskottet från USA, Jack Sock. På vägen till final besegrade Sock de båda franska världsstjärnorna Gilles Simon och Richard Gasquet. Väl i final blev 1:a seedade och fjolårssegraren Thomas Berdych för svår. Berdych segrade med 7-6 6-3. Jarkko Nieminen avslutade sin långa fina karriär med att spela sitt 16:e raka Stockholm Open. För övrigt så fanns även tre av världens mest lovande tonåringar i tävlingen, Alexander Zverev, Thanassi Kokkinakakis och svenske Mikael Ymer.

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 Kungl. 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 6 åren som Lagardère Sports Tennis & Golf har haft arrangörskapet så har tävlingen blivit framröstad av spelarna som en av de bästa i sin kategori. Det betyder att vi är stolta över den unika atmosfären i Kungl. Tennishallen och Stockholms stad har stor delaktighet. Starfältet håller sig väldigt starkt mot konkurrerande tävlingar där vi varje år har flera spelare som ligger i absoluta världstoppen. Roger Federer, Thomas Berdych och Grigor Dimitrov är några spelare som höjt segerbucklan under vår drift.



ÄGANDESKAP/STRUKTUR

År 2009 tecknades ett långsiktigt operatöravtal mellan Stockholm Open AB (Kungl. Tennisklubben 40%, SALK 40% och Stockholms Tennisförbund 20%) och Lagardère. Avtalet innebär att Lagardère 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 Lagardère 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 Kungl. 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 sponserors 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 Kungl. 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 centercourten. Där kan de ta upp sina VIP-gäster för att titta på tennis och diskutera affärer i en mer privat miljö.



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 koldioxidsmart 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. Lagardère 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 mitt kontaktnät bland spelarna så är jag övertygad om att vi kommer att leverera ett fortsatt starkt startfält.



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 nästan 50-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 maxi-tennistour.

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 2015 deltog ca 12 000 barn årligen. Samtliga regioner är med och arrangerar och If SO Tour förväntas att ha lika många deltagare under 2016. 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 Kungl. 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, pröva 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.



MEDIA/MARKNADSFÖRING

If Stockholm Open jobbar med väldigt starka partners både på och utanför banan. 2015 sändes evenemanget av Tv4-gruppen med sändningar i TV4 Sport och 12:an. PR-mässigt så jobbar vi mycket aktivt med alla sociala medier. Förra året hade vi t.ex 928 nyhetsartiklar digitalt på nätet och 35 artiklar på print i olika publikationer. Utöver vår unika exponering i Sverige så visas tävlingen i ca 90 länder runt om i världen.

Få andra idrottsevenemang i Sverige har en sådan bred exponering vilket vi är oerhört glada och stolta över. Vår målsättning är att If Stockholm Open ska genomgå hela Mälardalen och stora delar av Sverige. Här är några exempel på vår breda marknadsföringskampanj:

BUSSAR

Marknadsföring av tävlingen på bussar i Stockholms innerstad.

AFFISCHERING

Genom affischering samarbetar vi med många tennisklubbar för att framförallt locka tennisintresserade ungdomar till tävlingen. Vi placerar även affischramar i Stockholms innerstad

T-BANESTATIONER

I vår reklamkampanj för If Stockholm Open använder vi flera skärmar på några av de större T-banestationerna.

SVENSKA DAGBLADET

Svenska Dagbladet, som är en otroligt värdefull partner, ger ut en Perfect Guide med 32 sidor redaktionell text om tennis på måndagen av tävlingen. Här har vi också attraktiva annonserbjudanden för våra samarbetspartners. Vår annonkampanj går både i SvD Näringsliv samt på svd.se.

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. Jag 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.



Tennistävlingen If Stockholm Open är ett av Sveriges starkaste idrottsevenemang som varje år attraherar runt 40 000 besökare under veckan. Det är en fantastisk mötesplats för näringslivet där man skapar, vårdar och stärker relationen till sina kunder. Men även ett evenemang för hela familjen.

Vi är oerhört tacksamma för Stockholms stads tidigare stöd och hoppas att ni vill fortsätta vara involverade i vår fantastiska tävling. För att If Stockholm Open ska kunna bibehålla sin fina status och fortfarande vara ett av de 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 Stockholms stad också blir en Official Partner till If Stockholm Open 2016. 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 centercourt i Kungl. Tennishallen.



Vi hoppas på ett långt och framgångsrikt samarbete tillsammans!

Med vänlig hälsning,

Simon Aspelin
Tournament Director If Stockholm Open



Jämställdhetspolicy If Stockholm Open 2016

If Stockholm Open drivs av Lagardère Sports Tennis & Golf AB. Som arrangör till 3 tennisevenemang (If Stockholm Open, Skistar Swedish Open & Ericsson 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 dömer 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.

If Stockholm Open 2016

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 2016 500 000 SEK

Budget If Stockholm Open 2016

Currency: SEK

2016

Revenues **28 948,0**

Sponsor Sales 19 900,0

Ticketing 5 200,0

Hospitality (tickets excluded) 1 330,0

Other revenues 2 518,0

Sales/event **28 948,0**

Direct Costs **25 094,0**

Price money 5 300,0

Appearance fees 3 800,0

Arena rent 1 590,0

Staff 2 394,0

Other indirect costs 12 010,0

Gross Margin before overheads **3 854,0**