

Table des matières 02.09.2009

No. Livraison: 4924788
No. Abo: 1083336
No. Thème: 571.212
Coupures: 1
Pages de suite: 0
Total des pages 1

Cabinet Privé de Conseils s.a.
Monsieur Philippe Eberhard
Boulevard des Philosophes 17
Case postale 7
1211 Genève 12

	Tirage	Page
02.09.2009 Agefi / Quotidien économique suisse <i>Manotel poursuit son engagement avec Alinghi</i>	10'000	1

Manotel poursuit son engagement avec Alinghi

Le groupe hôtelier genevois espère surtout des retombées locales après la 33^e America's Cup qui aura lieu dès le 8 février à Ras Al Khaimah aux Emirats arabes unis.

Manotel reste à bord du Defender pour la 33^e Coupe de l'America. Alors que le défi suisse a renouvelé une bonne partie de ses sponsors (*lire L'Agefi du 26 août et du 22 juillet*), le groupe hôtelier entame sa troisième campagne dans la plus prestigieuse des compétitions de voile. Son directeur Paul Müller décrit les raisons de cette aventure.

Quelle est la logique commerciale d'un partenariat entre un groupe hôtelier local comme Manotel et une marque mondiale comme Alinghi?

Nous voulions surtout nous associer à cette aventure, à ce défi d'atteindre des objectifs différemment dans un contexte difficile. Notre engagement remonte au printemps 2001, quand le projet Alinghi faisait surtout l'objet de scepticisme. Mais nous savions qu'Ernesto Bertarelli s'entourerait des meilleurs spécialistes.

Quelles retombées attendez-vous en tant que sponsor d'un événement planétaire qui se déroulera en février au Moyen-Orient?

Notre volonté est clairement de nous développer en Suisse, notamment outre-Sarine. Nous souhaitons donc développer notre notoriété locale, en partageant l'esprit du défi Alinghi. Nous invitons nos meilleurs clients à assister aux régates sur place, sur des bateaux suiveurs. Notre engagement crée également une émulation parmi nos employés.

Quel bilan retirez-vous de ces huit années aux côtés d'Alinghi?

Nous avons montré notre fidélité à un projet qui a obtenu un succès incroyable, alors qu'il était pris pour une aventure un peu fantaisiste à ses débuts.

La durée plus limitée de la campagne pour cette 33^e America's Cup et le fait qu'elle ait lieu aux Emirats arabes unis ne risquent-ils pas de limiter l'exposition médiatique pour les partenaires?

Au contraire, c'est un moyen de se faire connaître auprès de la clientèle moyen-orientale, qui est importante pour notre groupe. Et suite aux affrontements juridiques qui ont eu lieu sur l'organisation de cette édition, l'épreuve se court au meilleur des trois manches. Les régates vont donc se dérouler dans une intensité hors du commun, avec une couverture médiatique extrêmement dense.

(INTERVIEW: SÉBASTIEN RUCHE)

