

Freddy Tacheny et RMB créent une régie publicitaire dédiée au sport

L'ex-n°2 de RTL s'associe à la régie publicitaire de la RTBF. Objectif: proposer aux annonceurs une offre commerciale à 360 degrés axée autour du sport.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Naguère concurrents acharnés, Freddy Tacheny, ex-directeur général de RTL Belgium, et Yves Gérard, patron de RMB, régie pub de la RTBF, semblent désormais s'entendre comme larrons en foire.

Ils sont à l'initiative d'une nouvelle société, SMSH, Sports Media SalesHouse, en abrégé SMS. «SMS est une régie publicitaire focalisée sur le sport, résume Freddy Tacheny. L'ob-

jectif est de proposer aux marques des packages mêlant visibilité dans les médias de la RTBF, sur le terrain, lors des événements sportifs, de l'hospitality, bref, une offre commerciale à 360 degrés.» Concrètement, on peut imaginer un annonceur prendre un panneau publicitaire autour d'un terrain, acheter des spots sur la RTBF, sponsoriser un champion et inviter ses relations à assister à une compétition. Tel sera le type de package mêlant «terrain» et «média» que SMS compte proposer aux annonceurs.

Dotée d'un capital social de 61.500 euros SMS est détenue à 50% par Zelos, la société de marketing et de management sportif de Freddy Tacheny, à 45% par Freddy Tacheny

lui-même et à 5% par RMB. «Mais d'ici 3 ans il est prévu que nous montions à 50%», précise Yves Gérard.

L'idée est née dans le cadre du partenariat qui lie déjà Zelos, détenteur des droits télé du Moto GP, à la RTBF qui diffuse la compétition sur ses antennes. «Au fil du temps nous nous sommes rendu compte qu'il y avait moyen d'aller plus loin», commente Yves Gérard.

Complémentarité

Freddy Tacheny et Zelos apportent à SMS leur connaissance des milieux sportifs, leur réseau dans les fédérations, leurs événements propres; RMB, les médias de la RTBF – TV, radio et digital – et son réseau d'an-

nonceurs. Les deux entreprises sont donc complémentaires.

«Ce partenariat doit aussi nous permettre d'attirer des sponsors déjà actifs dans le sport mais qui ne font pas encore de publicité sur nos médias», relève Yves Gérard. Quant à Zelos, cette PME brabançonne enrichit ainsi son offre. Elle organise déjà ses propres événements (running, moto, rallye, cross, etc.); s'occupe du management de trois champions belges de moto, dont Xavier Siméon qui évolue en Moto GP; elle détient les droits audiovisuels de ce même Moto GP et déniche des sponsors pour des sports comme le basket, le hockey, le tennis, ... Il lui manquait le volet média grand public. C'est

chose faite avec ce deal. «Tout le sport va en profiter car la puissance des médias de la RTBF va démultiplier notre offre.»

Le nouveau contrat de gestion de la RTBF lui impose de diffuser davantage de sports peu médiatisés. Avec la plateforme digitale Auvio, Freddy Tacheny voit une belle opportunité pour médiatiser des sports plus confidentiels... et attirer ainsi davantage de sponsors à les soutenir. Une sorte de cercle vertueux, en quelque sorte.

Quant à voir dans cette opération les prémises d'une absorption future de Zelos par RMB, Freddy Tacheny est catégorique: «Ce n'est absolument pas à l'ordre du jour.»

«L'objectif est de proposer aux annonceurs des packages complets autour du sport.»

FREDDY TACHENY
FONDATEUR DE ZELOS