

Tekst 9

Roland-Garros, un tournoi de tennis extraordinaire



(1) En être ou ne pas en être, telle est la question. Tous les ans, entre fin mai et début juin, Paris et la planète se divisent en deux. Ceux qui ont leur carton d'invitation pour Roland-Garros. Et les autres.

(2) Les entreprises s'arrachent 80 000 des 460 000 billets d'entrée pour les offrir à leurs clients, fournisseurs, partenaires ou amis. En glissant, si possible, dans la liste de leurs hôtes une tête connue, star du show-biz ou sportif en vue. Et voilà comment Roland-Garros se transforme en carré VIP, sous l'œil des 228 photographes autorisés. On y vient pour voir et être vu. Les paparazzis sont très prudents car c'est un milieu de célébrités. Avec un peu de chance, ils peuvent surprendre un nouveau couple ou photographe quelques célébrités étrangères.

(3) Être invité à déjeuner au Club des loges et à suivre un match, de préférence dans un box du court Philippe-Chatrier ou du court Suzanne-Lenglen, c'est bien. Être convié par

l'une des entreprises partenaires du tournoi, c'est encore mieux. Dans les salons d'Adidas et de BNP Paribas, tout en haut du central, on suit les échanges sportifs en buvant du champagne. Sur les planches du « village », on trinque et on parle affaires et politique, pluie et beau temps. Et parfois, on parle même joueurs et matchs.

(4) Au fil des ans, Roland-Garros s'est transformé en un rendez-vous de relations publiques qui n'a plus grand-chose à voir avec le sport, comme le Festival de Cannes avec le cinéma. On y vient boire un verre, pas forcément suivre les matchs. Le journaliste politique Jean-Michel Apathie, qui reçoit plusieurs cartons d'invitation chaque année, le reconnaît volontiers : « J'accepte parfois une invitation à déjeuner, mais je n'ai pas le temps d'assister aux matchs. »

(5) Certains sportifs s'en plaignent. Les vrais passionnés de tennis, ceux qui paient pour entrer, sont généralement moins bien placés que les

invités des entreprises, surtout à partir des quarts de finale. Et les loges sont souvent vides entre 12 et 14 heures, quand les gens déjeunent. Ce qui n'est pas le cas dans les autres grands tournois. Les joueurs n'aiment pas ça...

(6) Autre inconvénient, pour les sponsors, celui-là : à cette heure, qui est celle de prime time en Asie, les télévisions du monde entier diffusent

des images de sièges vides. Fâcheux pour les marques qui veulent attirer l'attention des marchés en plein essor comme celui d'Asie... Pour occuper les loges désertées, les entreprises invitent désormais des invités supplémentaires. Lesquels sont priés de lever le camp dès que les occupants initiaux ont terminé leurs repas.

*d'après L'Express,
le 30 mai 2012*

Tekst 9 Roland-Garros, un tournoi de tennis extraordinaire

- 1p 36 Quel aspect de Roland-Garros l'auteur **ne** mentionne-t-il **pas** aux deux premiers alinéas ?
- A La période pendant laquelle le tournoi a lieu.
 - B Le prix élevé des tickets d'entrée.
 - C Le voyeurisme et l'exhibitionnisme des invités.
 - D L'intérêt que les entreprises prennent au tournoi.
- 1p 37 « Et parfois, ... et matchs. » (dernière phrase du 3ème alinéa)
De quel ton l'auteur le dit-il ?
D'un ton
- A admirateur.
 - B fort déçu.
 - C indifférent.
 - D légèrement moqueur.
- 1p 38 Comment le 4ème alinéa se rapporte-t-il au 3ème alinéa ?
- A Il l'affaiblit.
 - B Il l'appuie.
 - C Il le contredit.
- 2p 39 Geef van elke bewering aan of deze wel of niet wordt gedaan in de laatste twee alinea's.
- 1 En général, les invités des entreprises ont de meilleures places que les vrais fans de tennis.
 - 2 Les joueurs qui participent au tournoi n'aiment pas que les spectateurs soient absents à l'heure du déjeuner.
 - 3 Les sponsors apprécient qu'en Asie les émissions de Roland-Garros attirent de plus en plus de téléspectateurs.
- Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.