

# Mercedes-Benz Trophy

## Le golf, moteur du bonheur

Le « Mercedes-Benz Trophy » fête, cette année, son septième anniversaire. Devenu une référence dans la grande famille du golf belge, il transmet, sur les greens, tout le savoir-faire de la célèbre marque allemande. Et son succès n'a jamais été aussi grand !

Par Miguel Tasso

C'est dans le cadre magique du Limburg GC, à Houthalen, qu'a été donné, début mai, le coup d'envoi de l'édition 2009 du « Mercedes-Benz Trophy ». Tout au long de la belle saison, le tournoi va ainsi faire escale dans quelques-uns des plus beaux clubs du pays avant la finale belge qui aura lieu, le 28 août, au Golf de Hulencourt. Comme les autres années, deux compétitions différentes sont au menu de chaque épreuve qualificative. Le « Mercedes-Benz Star Trophy », programmé le vendredi, est réservé aux invités des concessionnaires et des partenaires. Lors de chaque remise des prix, un tirage au sort permet

aux plus chanceux des participants d'obtenir directement leur billet pour la grande finale internationale qui aura lieu, à l'automne, au Resort Abama, au sud de Tenerife ! Le « Mercedes-Benz Trophy », programmé le week-end, est, lui, ouvert à tous les membres des clubs visités. Une façon, pour la marque d'aller à la rencontre de ses clients et de ses futurs clients dans une atmosphère décontractée, propice aux rencontres. Outre sur sa notoriété naturelle, le tournoi s'appuie sur la qualité de son organisation et sur sa convivialité naturelle. Il véhicule des valeurs fortes comme l'excellence, le fair-play, l'art de vivre. Et la présence de fidèles et prestigieux partenai-



res (B&O, Deutsche Bank, Burberry, Callaway, Exclusive Destinations, Le Pain Quotidien, MB Financial, Louis Erard et EXQI) lui confère une aura toute particulière. En cette période de crise, où le moral n'est pas toujours au beau fixe, Mercedes-Benz a, en tout cas, voulu lancer un message fort et positif. « Notre année 2008 a été exceptionnelle avec 23 200 voitures neuves vendues en Belgique. Et nous sommes relativement optimistes pour 2009 grâce au lancement de notre nouvelle Classe E ! Elle répond à tous les critères habituels de la marque – confort, sécurité, fiabilité – et s'adapte aussi aux nouvelles données écologiques avec, notamment, une

consommation de seulement 5,3 litres pour 100 kilomètres » explique Koen Van Hout, directeur de Mercedes Car Group en Belgique et golfeur émérite. Dans ce contexte, le golf est un excellent tremplin de promotion. « Il est difficile de valoriser les retombées de notre tournoi. Mais il est acquis que nous vendons régulièrement des voitures lors du dix-neuvième trou. C'est la preuve que nous touchons le cœur de notre cible. Mercedes a, il est vrai, de nombreux points communs avec le golf. Lorsque je ferme la porte de ma voiture, j'entre dans un autre monde, sans stress. C'est un peu la même impression que je ressens sur le tee numéro un... ». ■