



# Vivez la grande aventure du Vendée Globe 2016

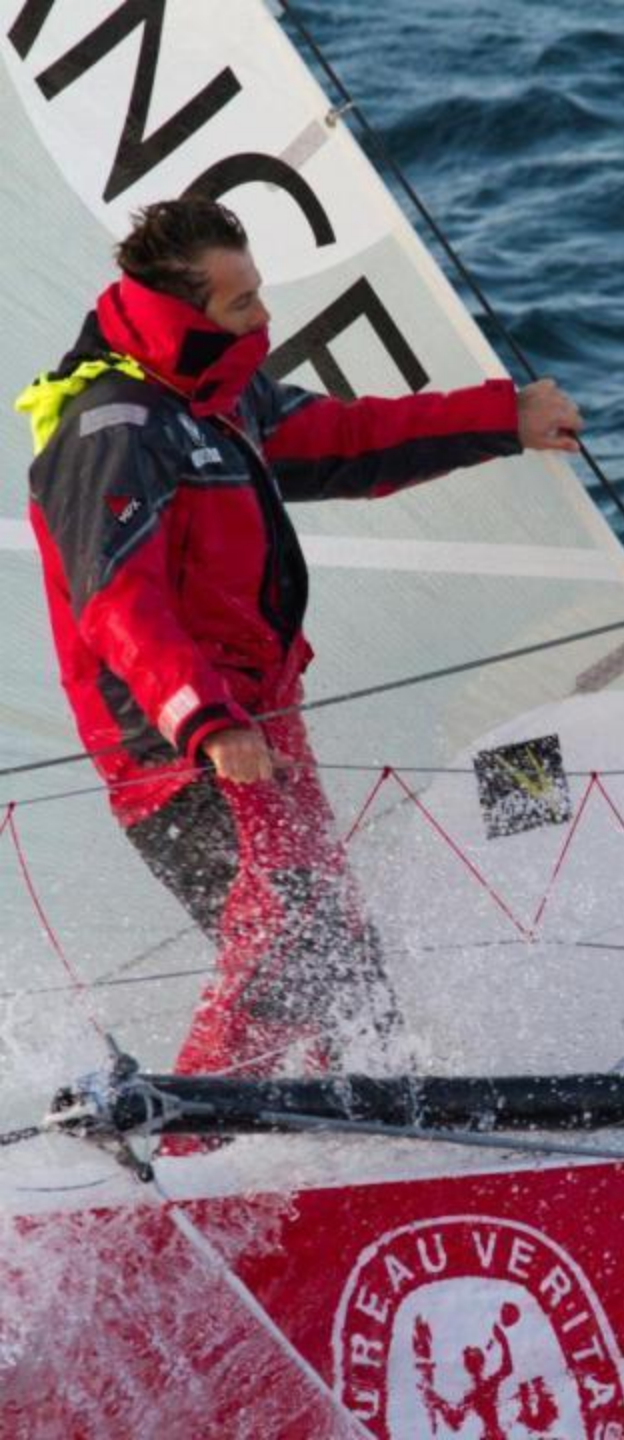
## Avec Stéphane Le Diraison

communication | challenge | aventure



# Présentation du projet

Vendée Globe



- Cap sur le tour du monde en solitaire, sans escale et sans assistance : **le Vendée Globe !**
- Un des événements sportifs les plus durs et les plus médiatiques.
- Le skipper, Stéphane Le Diraison, **navigateur et ingénieur** cadre dans les Energies Marines Renouvelables
  - Business developer chez Bureau Veritas (92)
  - 10 ans de course au large à haut niveau
  - Nombreux podiums et victoires entre 2011 et 2014 (Class40)
  - 4<sup>ème</sup> de la **Route du Rhum** 2014

Un skipper intégré au monde de l'entreprise





# Vendée Globe

L'évènement médiatique !



**TV** : 85h de direct  
**Vidéo** : 30 millions de vues  
**Village** : 2 millions de visiteurs  
**Média** : 100 000 retombées en France  
**Internet** : 9 millions de visiteurs uniques  
**Mobiles** : 300 000 téléchargements de l'appli



**39% des français** ont déclaré avoir suivi le dernier Vendée Globe  
(près de **25 millions** de personnes)

# Vendée Globe 2016

Une aventure exceptionnelle



- **Tour du monde** en solitaire sans escale sans assistance
- La dernière vraie **aventure humaine** qui repousse les limites de la résistance **physique et mentale**
- Un concept simple qui **plait à toutes les générations**, même si on n'est pas un fan de voile
- Depuis la dernière édition 2012/2013, le **virage digital** a accéléré le processus dans toute la société française
- Près de 30 ans après sa création en 1989, la 8ème édition s'annonce comme un **succès encore plus phénoménal**





# Stéphane Le Diraison – Skipper du projet

Ingénieur & Navigateur



*Une vie de navigateur et une vie d'ingénieur qui se déclinent autour d'une même passion : la mer !*

- **Navigateur reconnu**
- **Ingénieur** responsable développement activité Energies Marines Renouvelables chez Bureau Veritas
- **Diplômé** de l'ENSAM Bordeaux, **15 ans d'expérience professionnelle**
- Des activités professionnelles et maritimes qui s'enrichissent mutuellement



## **CLASS 40**

- 5<sup>ème</sup> championnat international Class 40 2014
- 4<sup>ème</sup> **Route du Rhum 2014**
- 2<sup>ème</sup> Armen Race 2014
- 2<sup>ème</sup> Transat Solidaire du Chocolat 2012
- 1<sup>er</sup> Les Sables – Horta 2011
- 1<sup>er</sup> Trophée SNSM 2011 – Record de l'épreuve

## **CLASS 6.50**

- 1<sup>er</sup> Grand Prix d'Italie 2010
- 4<sup>ème</sup> Transat 6.50 La Rochelle – Salvador 2009
- 1<sup>er</sup> Fastnet 2009
- 1<sup>er</sup> Trophée MAP 2009
- 1<sup>er</sup> Select 6.50
- 2<sup>ème</sup> Transat 6.50 La Rochelle – Salvador 2009

# L'IMOCA – Bateau du Vendée Globe

Les 60 pieds du tour du monde



Les monocoques de 60 pieds IMOCA : des **machines** de course avec un ratio poids/puissance **exceptionnel**.

Longueur de coque 18,28 m

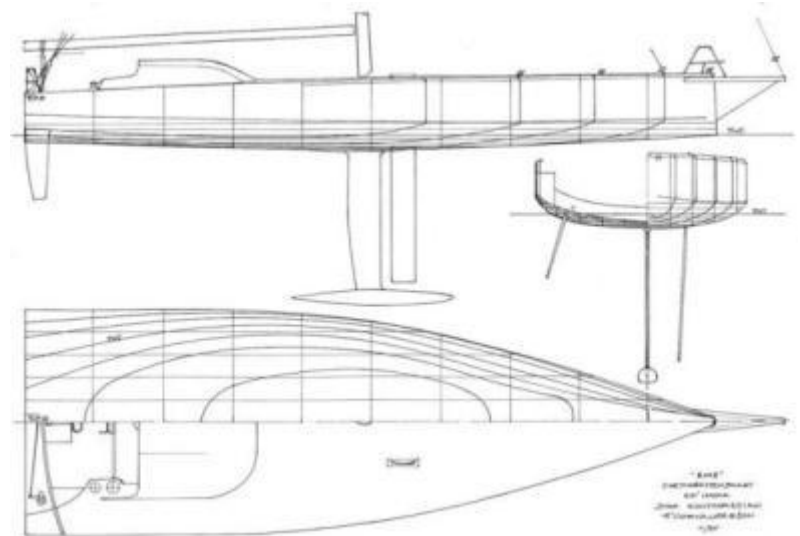
Largeur 5,85 m

Surface de voile 600 m<sup>2</sup>

Quille 4,50 m

Mât 29 m

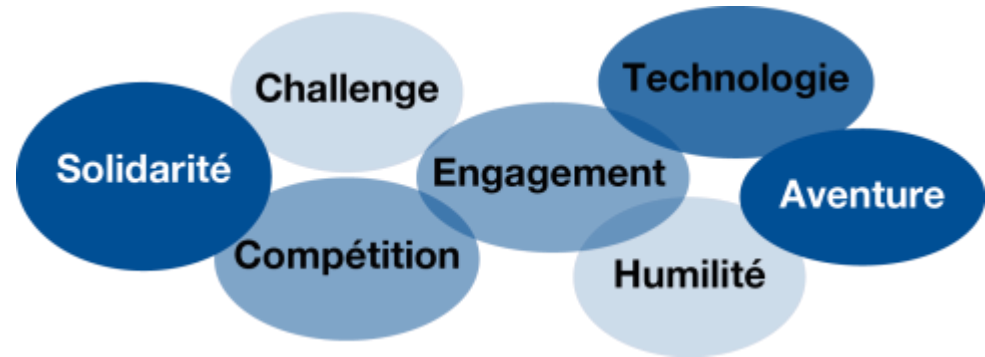
Vitesse max >30 nœuds



# Axes de communication

## Un projet fédérateur

La communication autour du projet s'appuie sur les **valeurs** de la course au large.



### ○ Communication interne

- **Motivation**, engagement, sentiment d'appartenance
- **Solidarité**, synergies

### ○ Relations clients

- Créer des **liens privilégiés**
- Image dynamique

### ○ Communication externe

- **Fierté** des collaborateurs
- Image de marque



# Un projet soutenu par Boulogne-Billancourt

## Toute une ville derrière Stéphane



- **Une visibilité décuplée**
  - Bénéficier des retombées médiatiques avant, pendant et après la course
  - Partager les valeurs de l'événement (humaines, environnementales, ...)
- **Un projet qui fédère les partenaires**
  - Créer des synergies au sein d'un club de partenaires
  - Jouer le rôle d'intégrateur qui catalyse les synergies

- PC à Boulogne
- Animations
- Relations publiques
- Vidéos
- Jeu virtuel





# Un suivi 7j/7 à Boulogne-Billancourt durant la course

## Un lieu de rencontre

- Un lieu accessible **en lien avec la mer : les quais**
- Un **espace pour accueillir** le public, des classes des écoles de la ville ou les entreprises qui soutiennent le projet
- Un **dispositif audio-vidéo** pour effectuer des liaisons en mer avec Stéphane et pour diffuser l'émission officielle du Vendée Globe
- Des **bornes interactives** pour jouer à Virtual Regatta
- **Des soirées pour les entreprises :**
  - organisation d'apéritifs networking,
  - liaisons avec Stéphane,
  - conférences avec d'anciens skippers...



# Un programme complet et dynamique

De 2015 à 2017



Juin – Août

- Montage du projet
- Collecte des fonds
- Achat du bateau

Aout-  
octobre

- Chantier de préparation
- Premiers entrainements
- Parcours de qualification

Octobre -  
novembre

- Transat préparatoire (possibilité Transat Jacques Vabre)

Novembre  
- Janvier

- Chantier d'hiver
- Entretien, préparation, optimisation

Mars

- Baptême du bateau à Boulogne Billancourt, sur la Seine

Avril - Mai

- Course en solitaire New-York Les Sables d'Olonne

Juillet -  
Octobre

- Entrainement intensif en solitaire

Octobre -  
Novembre

- Arrivée aux sables d'Olonne
- Départ du Vendée Globe



Arrivée  
Février 2017

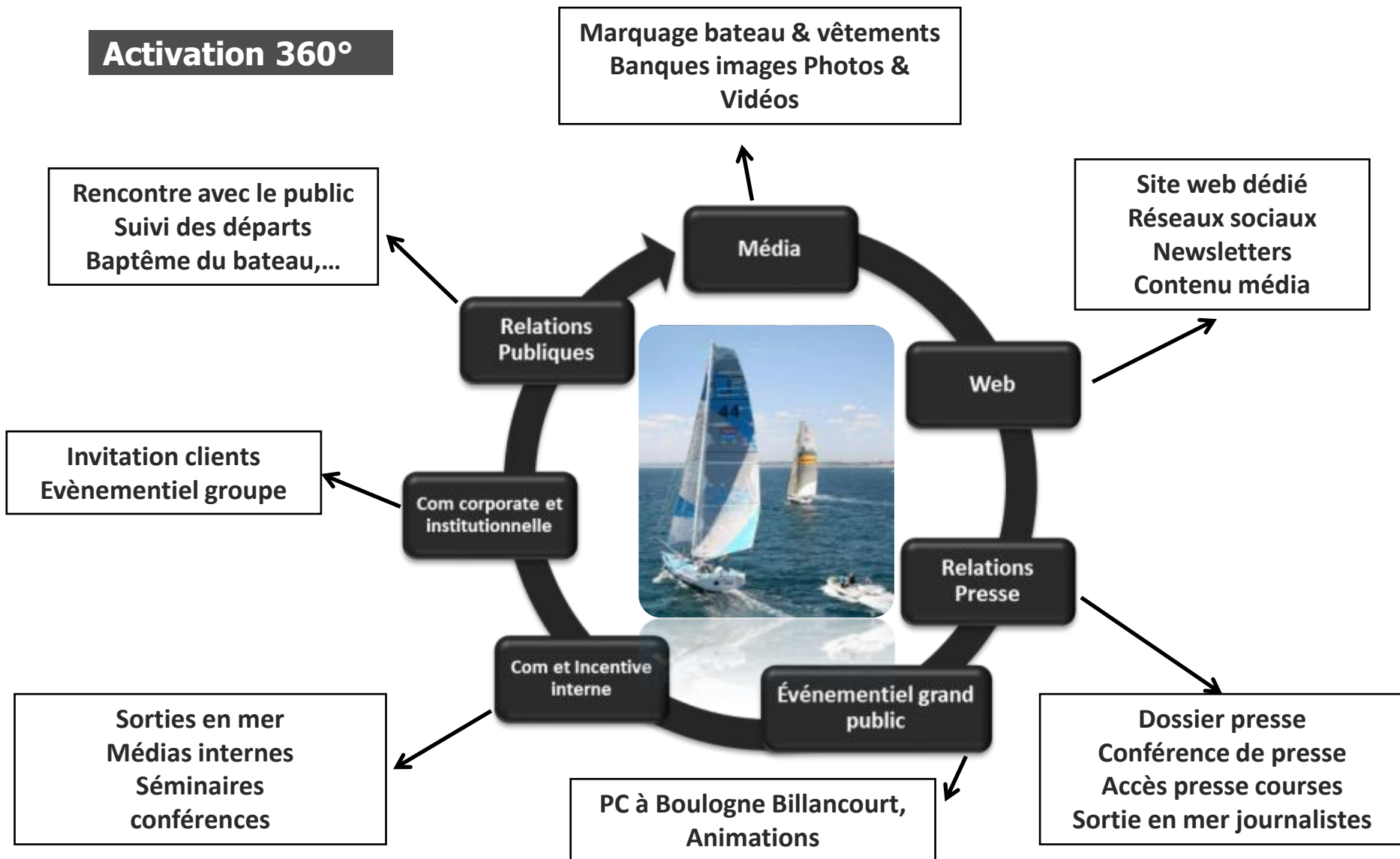
Vérifications techniques  
Mars 2017

Sorties en mer / RP  
Mars – Juin 2017

# Activation du projet de communication

Un programme complet et dynamique

## Activation 360°





# Témoignages de PDG sponsorisant la voile

Une passion commune



**Franck Vallée**  
**Président du groupe Initiatives**  
Sponsor Vendée Globe 2012 & 2016  
fv@initiatives.fr

☎ 06 12 42 46 13



**Gérard Andreck, PDG du groupe Macif**

*« C'est la première fois que nous faisons du sponsoring à ce niveau-là, et on se rend compte que c'est vraiment un plus pour nous ! Les retombées sont bien supérieures à ce que l'on pouvait imaginer. C'est inespéré, même si on s'attendait à ce qu'on parle beaucoup de François [Gabart], car il a le profil du jeune premier intelligent et par ailleurs ingénieur. »*

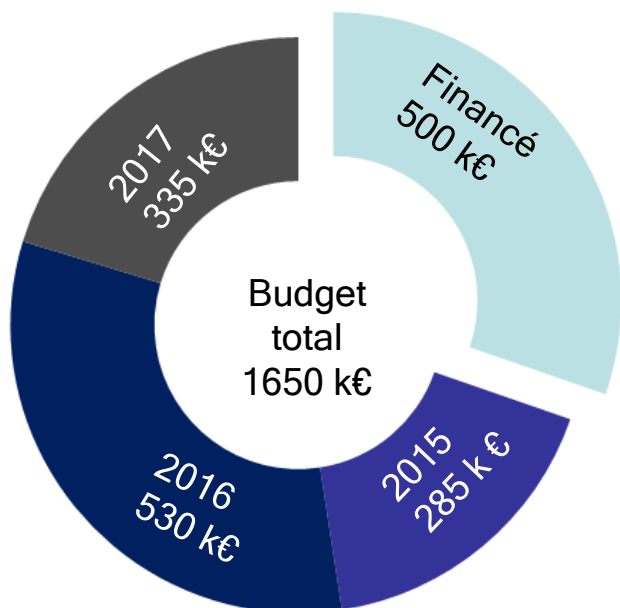


**Jean-Jacques Laurent, PDG de PRB**

*« Nos clients ont été enthousiasmés par le projet et le sont encore aujourd'hui. Les retombées ont été exceptionnelles pour l'entreprise et on estime que cela a fait progresser notre chiffre d'affaires de 5% par an. »*

# Les contreparties

Faire partie intégrante de l'aventure



33% déductibles \*

	Partenaire titre	Co partenaire	Soutiens (3)	Supporters (3)
<b>Budget</b>	800 k€	400 k€	100 k€	50 k€
<b>Nom de course</b>				
Première partie	√			
Deuxième partie		√		
<b>Médias</b>				
Communiqués & relations presse	√	√	√	
Banque images personnalisée	√	√		
Utilisation libre droits textes/photos/vidéos	√	√	√	√
<b>Opérations de relations publiques hors course</b>				
Sorties privées en mer (2 x 8 invités/jour)	8	4	1	
Conférences entreprise (intervention skipper)	4	2	1	
Invitation aux soirées partenaires	√	√	√	√
Invitation baptême bateau sur la Seine	√	√	√	√
<b>Opérations de relations publiques au départ et pendant la course</b>				
Visites privées bateau (créneau 1h)	12	6	2	1
Vacations privées (communication satellite)	12	6	2	
<b>Marquage (espace affichage mis à disposition au prorata du budget)</b>				
Coque	√	√	√	√
Voiles	√	√	√	
Vêtements	√	√		

\* Article 39, 1-7 CGI



Skipper  
Stéphane Le Diraison  
06.22.03.78.31  
[vendeeglobe@stephanelediraison.com](mailto:vendeeglobe@stephanelediraison.com)

Communication & Projet  
Adrien François  
06.62.60.92.13  
[contact@adrienfrancois.fr](mailto:contact@adrienfrancois.fr)