

# CAP SUR LE VENDEE GLOBE 2028

# VENDEE GLOBE

LES SABLES D'OLONNE



# INTRODUCTION

**SKIPPER : DAVID LANCRY**

**OBJECTIF : VENDEE GLOBE  
2028**



Après deux transatlantiques en solitaire à bord d'un 6m50, j'ai décidé que le métier de skipper ne serait pas ma vocation. J'ai choisi de revenir à mon premier métier, ingénieur économiste de la construction, tout en conservant la mer comme passion inaltérable.

Ainsi, depuis vingt ans, je parcours la France sur des bateaux traditionnels, consacre mes hivers à la restauration navale et participe avec succès à de nombreuses régates.

À 50 ans, mon parcours maritime est riche d'expériences et de défis relevés : propriétaire successif de neuf voiliers, capitaine d'une flottille de 150 bateaux, président fondateur de l'association Bélouga Lorient, détenteur du record de vitesse de cette même série en 2024... Manœuvrant souvent en solitaire, ma réputation n'est plus à faire...

Pourtant, malgré toutes ces aventures et les enseignements que la mer m'a apportés, trois rêves restent à accomplir :

- **Participer à la Route du Rhum,**
- **Prendre le départ du Vendée Globe,**
- **Passer le légendaire Cap Horn.**

Loin des budgets astronomiques et des équipes surdimensionnées qui caractérisent ces courses mythiques, je vous invite à embarquer avec moi dans ce projet médiatique.

Avec une équipe réduite et un budget maîtrisé, nous avons trois ans pour relever ce défi.

Par ailleurs, avec deux amis personnellement touchés par le Cancer, nous avons pour objectif d'utiliser ce projet de course au large comme un tremplin pour lutter contre la maladie. Ainsi, 10% du budget sera reversé à la Ligue contre le CANCER.

Ce dossier détaille les chiffres et les étapes de ce projet mais j'aimerais avant tout pouvoir vous le présenter de vive voix. Je vous souhaite une excellente lecture et,

**Bienvenue à bord de cette aventure médiatique  
planétaire hors du commun !**

# SOMMAIRE



- **Les courses emblématiques :**
  - 2026 - Route du Rhum**
  - 2027 - Transat Café l'Or**
  - 2028 - Vendée Globe**
- **Le projet :**
  - Le skipper, un navigateur passionné**
  - Le voilier : un IMOCA 18m28**
  - La ligue contre le CANCER**
- **Les partenariats**
  - Le budget prévisionnel**
  - Le calendrier des courses 2026 - 2028**
  - Conclusion**
- **Dossier presse**
  - Annexes : retombées médiatiques**



**2026**  
**Une Transatlantique en solitaire**

**St Malo Destination Guadeloupe**

- Evènement majeur du Grand Ouest avec un public large et intergénérationnel,
- Développer la notoriété et le capital sympathie de votre marque,
- Accéder à une plateforme de communication puissante et reconnue vous permettant de bâtir un territoire d'expression fort et légitime pour faire grandir et rayonner votre entreprise en externe ou simplement en interne.

**RETOMBÉES MÉDIAS**





**2027**  
**Transat CAFE L'OR**

**Le Havre**  
**Destination**  
**Martinique**

- La voile, un réel levier de notoriété
- Une visibilité sans pareil avec un bateau à vos couleurs
- Faire découvrir son activité : évènementiel, stands, activités et expositions au village de départ
- Bénéficier de la médiatisation des évènements

**ÉDITION 2023**

**4 LE RECORD DE VICTOIRES\*** DE FRANCK CAMMAS ET JEAN-PIERRE DICK

**22% DE SKIPPERS ÉTRANGERS** AU DÉPART DE LA COURSE

**41 ANS DE MOYENNE D'ÂGE** 21 ANS LE PLUS JEUNE, 61 ANS LE DOYEN

**10% DE FEMMES** ENGAGÉES DANS LA TRANSAT

\*Franck Cammas: 2003, 2005, 2007 & 2021  
 Jean-Pierre Dick: 2003, 2005, 2011 & 2017

---

**RÉSEAUX SOCIAUX - OCTOBRE 2023**

**+ DE 139 K FANS**

**f 72K** **ig 38,2K** **tw 20,7K** **yt 8,5K**

**FOCUS 2021** **16M** D'IMPRESSIONS **7M** DE COMPTES TOUCHÉS

---

**AFFLUENCE - ÉDITION 2021**

**500K VISITEURS** SUR LE VILLAGE DÉPART DU HAVRE

Source: Transat Jacques Vabre

---

**FOCUS MÉDIA**

**DIGITAL**

**18M** DE PAGES VUES

**700K** VISITEURS UNIQUES

**TÉLÉVISION**

**11M** DE TÉLÉSPECTATEURS EN FRANCE

**19** CHAÎNES EN LIVE DONT 6 EN FRANCE

**390** JOURNALISTES ACCRÉDITÉS

**190** PAYS COUVERTS

**UNE VALORISATION MÉDIA EN HAUSSE**

2019	42,3 M	+ 27%
2021	53,8 M	

Source: Dossier de Presse - Transat Jacques Vabre 2023

# 2028

# VENDEE GLOBE

# 11ème édition



## Le Tour du monde en solitaire, sans escale, sans assistance

L'édition 2024 de tous les records : 260 000 retombées médiatiques, évaluées à 415 millions d'euros soit +7% vs 2020

### UNE COURSE HORS DU COMMUN DEPUIS 1989

# 40 075 km (21 638 milles)

Dans ce périple planétaire au départ de Vendée, les skippers solitaires doivent composer avec le vent, les vagues, la houle, pour descendre l'Atlantique, traverser l'océan Indien et le Pacifique, puis remonter de nouveau l'Atlantique afin de rejoindre le port de Départ et le mythique Canal des Sables d'Olonne. La trajectoire des bateaux n'est donc qu'une succession de lignes brisées, de zigzags, de détours et de changements de caps, dans cette épreuve ultime qui beaucoup nomment « l'Everest des Mers ».

REPRENDRE LES LIGNES

## VENDEE GLOBE LES SABLES D'OLONNE

### UNE 10<sup>e</sup> ÉDITION HORS NORME !

#### UN PLATEAU D'EXCEPTION

- 40 SKIPPERS
- 25 FOILERS
- 6 FEMMES
- 2 HANDISPORTS
- 15 BIZUTHS
- 25 AGUERRIS
- 14 INTERNATIONAUX
- 11 NATIONALITÉS

#### RECORD DE MILLES PARCOURUS EN 24H : 615,33NM PAR SÉBASTIEN SIMON

#### UNE ÉDITION RECORD

### RECORD DE L'ÉPREUVE CHARLIE DALIN

64J 19H 22M 49S

Record pulvérisé de 9 jours 8h 35min et 57s

#### MEILLEUR TEMPS FÉMININ DE L'ÉPREUVE JUSTINE METTRAUX

76J 01H 36M 52S

Record pulvérisé de 11 jours 48min

#### UN VILLAGE XXL

### 2,45 MILLIONS DE VISITEURS

350 000 VISITEURS AU DÉPART

UN VILLAGE DE 44 000 M<sup>2</sup>

#### 500 BÉNÉVOLES

#### UNE ÉDITION RECORD

### RECORD DE L'ÉPREUVE CHARLIE DALIN

64J 19H 22M 49S

Record pulvérisé de 9 jours 8h 35min et 57s

#### MEILLEUR TEMPS FÉMININ DE L'ÉPREUVE JUSTINE METTRAUX

76J 01H 36M 52S

Record pulvérisé de 11 jours 48min

#### UN VILLAGE XXL

### 2,45 MILLIONS DE VISITEURS

350 000 VISITEURS AU DÉPART

UN VILLAGE DE 44 000 M<sup>2</sup>

#### 500 BÉNÉVOLES

#### BtoB

- 30 000 INVITÉS HOSPITALITÉS sur les 3 semaines
- 400 ENTREPRISES
- 48 PARTENAIRES
- 500 ÉVÈNEMENTS BtoB

#### COMMUNICATION

- 18 MILLIONS DE VISITEURS UNIQUES (+60% VS 2020)
- 875 000 JOUEURS SUR VIRTUAL REGATTA
- 478M PAGES VUES
- 500 000 TÉLÉCHARGEMENTS DE L'APPLI (+41% VS 2020)
- 570 000 NOUVEAUX FANS ENTRE DÉBUT OCTOBRE ET LA FIN DE LA COURSE
- UNE COMMUNAUTÉ DE 1,6M DE FANS TOUTS RÉSEAUX CONFONDUS
- NEWSLETTER: 36 000
- IN: 39 000
- YT: 62 000
- IG: 100 000
- FB: 210 000
- 410 000

#### AUDIENGE DE L'ÉVÈNEMENT

- 260 000 RETOMBÉES MÉDIAS ET DIGITALES (+7% VS 2020)
- 415 M€ D'ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE -EAE- (+11% VS 2020)
- 168 DIFFUSEURS TV DANS 190 TERRITOIRES (+10% VS 2020)
- 9 FRANÇAIS SUR 10 ONT ENTENDU PARLER DU VENDEE GLOBE
- 7 FRANÇAIS SUR 10 ONT UN INTÉRÊT POUR LE VENDEE GLOBE

#### DIVERSIFICATION DES CIBLES

- 36% D'AUDIENGE INTERNATIONALE (+8% VS 2020)
- 82% DES DISCUSSIONS HORS DE FRANCE
- 5 000 SCOLAIRES ACCUEILLIS
- 1 300 000 VISITEURS SUR LE SITE WEB (+3 VS 2020)
- 8 000 KITS DISTRIBUÉS
- 411 PTS SUR INSTAGRAM
- 38% DES INTERACTIONS SONT DES FEMMES
- 51% DES VISITEURS SUR LE VILLAGE SONT DES FEMMES

#### UNE AUDIENGE QUI SE FÉMINISE

#### RSE

- RÉDUIRE**  
95% de tri sur l'événement grâce notamment à la création d'une brigade verte  
90 000 bouteilles en plastique évitées
- INSPIRER**  
Des partenariats Ocean de contenu avec l'Ifremer, les TAMF, Peter Journal et Ocean Connectés  
Un partenariat inédit avec l'UNESCO et la Décennie des Océans
- HÉRITAGE POSITIF**  
2/3 des skippers équipés d'instruments océanographiques (25/40)  
3 projets financés par la Vendée Globe Foundation récemment créés  
2 Zones de Protection de la Biodiversité créées sur le parcours

#### VENDEE GLOBE FOUNDATION

SOURCES : Kantar Media Nielsen Onclusive Creaplan - dazglobe

# DAVID LANCRY

## Navigateur passionné



## Naissance d'un marin

- 1974 – Naissance à Paris d'une mère Irlandaise et d'un père Parisien
- 1981 – 7 ans - Premiers souvenirs à Belle-Ile sur un voilier de croisière en pleine tempête
- 1982 – 1<sup>er</sup> stage de voile et déjà un engouement fort pour la régates
- 1984 – 10 ans – 1<sup>er</sup> bateau sur les bords de Seine (Yvelines) : une barque en métal de 4m, qu'il restaure et équipe d'un mât et de dérives
- 1991 – 16 ans – **il construit son 1<sup>er</sup> bateau en bois de 4m50**
- 1992 – Conception et construction d'une quille à bulbe en plomb sur son dériveur comme sur les bateaux du Vendée Globe

## L'ingénieur, navigateur

- 1995 – Skipper d'un Micro-Gem, voilier de 5m50 sur les plans d'eau d'Ile de France
- 1996 – IUT Génie Mécanique : rédaction d'un mémoire « Grément d'aujourd'hui »
- 1997 – Secrétaire de l'Association 'La Nautique du Bois' : construction et régates sur un prototype bois/carbone de 9m20 à L'Ecole Supérieure du Bois (Nantes)
- 1998 – Acquisition et restauration de son 1<sup>er</sup> voilier habitable : un Corsaire 5m50
- 1999 – **Ingénieur diplômé de l'Ecole Supérieure du Bois**
- 2000 – Conducteur de travaux puis commercial chez Bouygues Construction
- 2005 – Skipper professionnel – projet 6m50 avec AREAS Assurances
- 2006 – Travailleur Indépendant en tant qu'économiste de la construction
- 2017 – **Président fondateur de l'Association Belouga Lorient**
  - Capitaine de flottille de 150 bateaux
  - Création à Lorient du plus grand hangar de plan CORNU de France (15 unités)
  - Acquisition et restauration de son 8<sup>ème</sup> voilier (plan CORNU 8m70 de 1950)

# DAVID LANCRY

**Skipper hyperactif**



## PALMARES SPORTIF

- 2000 – 3<sup>ème</sup> sur 98 en Suisse au championnat International de Corsaire
- 2001 – 4<sup>ème</sup> sur 32 au classement national de la ligue Corsaire
- 2003 – **Transat 6m50** - Traversée de l'Atlantique en solitaire sur un prototype de 6m50 :  
La Rochelle / Salvador de Bahia : démâtage 1ère étape / 13<sup>ème</sup> à la seconde
- 2005 – **Transat 6m50** - Skipper professionnel sur un prototype carbone : 8<sup>ème</sup> au général
- 2006 – Acquisition de son 6<sup>ème</sup> voilier, une Corvette de 7m20
- 2008 – En tête du Vendée Globe virtuel pendant 2 mois : passage au JT sur France 2 & M6
- 2009 – Acquisition d'un Belouga 6m50 – voilier traditionnel en bois dessiné en 1943
- 2016 – 1<sup>er</sup> aux Voiles de la Citadelle en Belouga (régate de Ligue)
- 2019 – 1<sup>er</sup> aux Rendez-vous de la Belle Plaisance à Bénodet (série petit croiseur)
- 2020 – **3<sup>ème</sup> à L' Atlantique Le Télégramme** en série - Belouga
- 2021 – 1<sup>er</sup> du Championnat du monde Belouga, à Lorient avant avarie technique
- 2023 – 3<sup>ème</sup> aux Régates du Bois de la Chaise, Noirmoutier (classement petit CORNU)
- 2024 – 3<sup>ème</sup> à L' Atlantique Le Télégramme - **Record de vitesse** non officiel en Belouga

# DAVID LANCRY, Economiste de la construction



## UNE HISTOIRE PAS COMME LES AUTRES

L'économiste de la construction qui se lance sur le Vendée Globe ! En proposant des conférences autour de cette aventure à ses clients : les grands groupes de la filière du bâtiment, votre entreprise pourrait être au cœur de cette synergie.

Le passionné régatier de la Belle Plaisance et des coques traditionnelles, qui a restauré 9 voiliers et qui ambitionne d'être sur le départ du prochain Vendée Globe...

Un homme avec une volonté à toute épreuve : endurance, ténacité, courage, dépassement de soi, technicité : l'histoire d'un homme qui montre que tout est possible.

D'un naturel commercial, son capital sympathie et communicatif saura séduire vos collaborateurs, vos clients et le grand public.

**Une histoire atypique qui plaira aux médias.**

### Des valeurs transposables au monde de l'entreprise :

#### **Engagement**

dépassement de soi, courage,  
ténacité, risque maîtrisé,  
anticipation...

#### **Performance**

recherche, innovation  
technologique, expertise,  
exigence personnelle...

#### **Esprit d'entreprendre**

goût du challenge, audace,  
engagement, partage, création  
de valeur

#### **Respect de l'environnement**

Sport « propre »,  
développement durable, sobriété  
énergétique...

#### **Esprit d'équipe**

Collaborer, être solidaire,  
apprendre des autres, savoir  
écouter, former, impliquer

# LE VOILIER : IMOCA 18m28



# IMOCA à dérives



Conçus en 1986, ces monocoques sont conçus pour les allures portantes du Grand Sud... Ils n'ont cessé d'évoluer en performance grâce aux quilles basculantes, à l'informatique embarquée, aux pilotes automatiques, aux carènes et plans de voilure...

La Classe IMOCA du même nom, définit la jauge que doivent respecter ces prototypes (longueur, hauteur, profondeur, degré d'inclinaison de la quille...).

L'exigence de sécurité imposé aux marins comme aux architectes compte pour beaucoup dans le succès de cette série.

Depuis l'arrivée des foils dans la coupe de l'America dans les années 2000, on peut distinguer désormais 2 catégories, celle des foilers qui volent au-dessus de l'eau et celle des dériveurs.

Le projet consiste à partir sur un **IMOCA à dérives**, moins rapide mais plus fiabilisé avec les années. Mon goût pour la régates sera forcément de terminer aux avant-postes des voiliers à dérives mais dépendra aussi du budget rassemblé pour l'équiper.

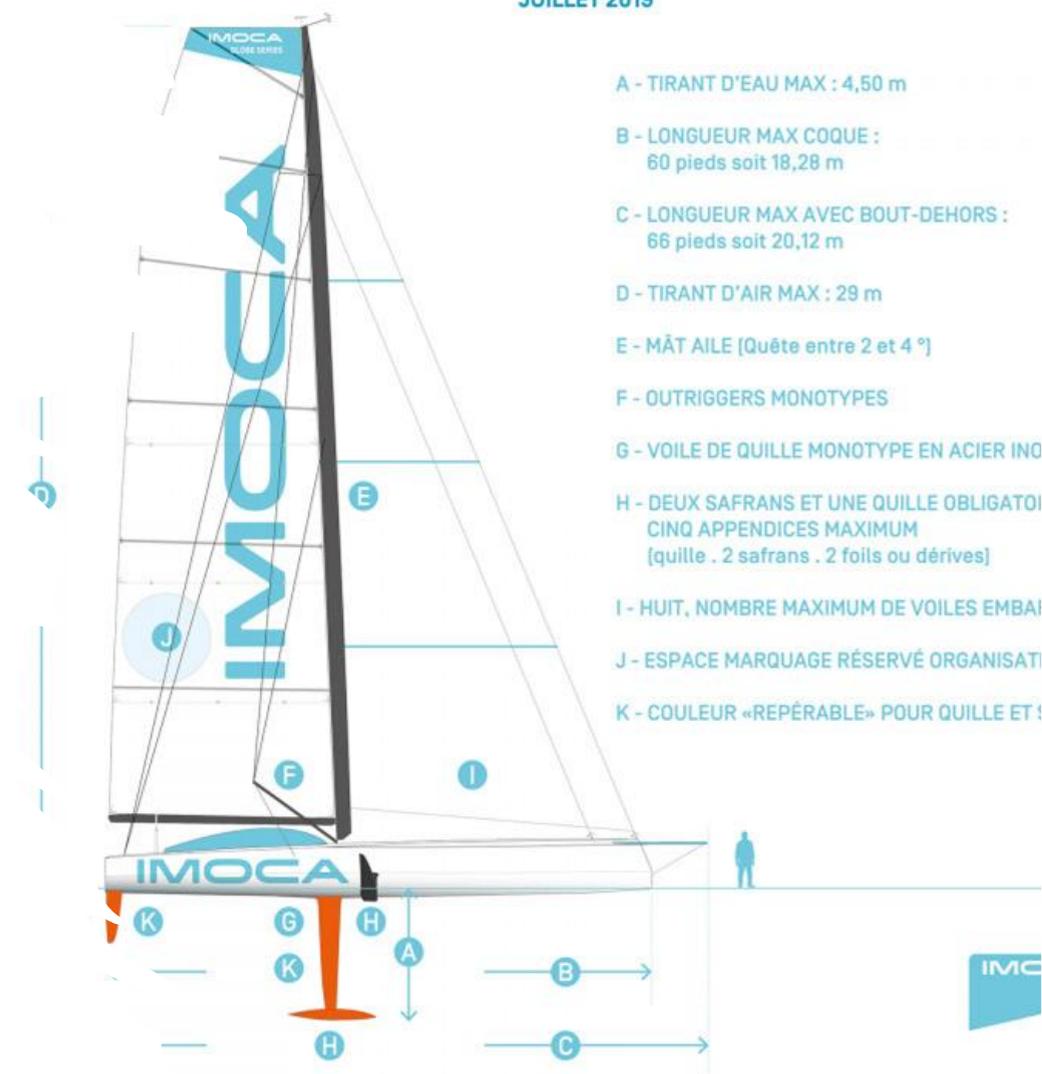
Lors du dernier Vendée Globe, Jean LE CAM a couru sur un bateau neuf à dérives avec un budget de 5 millions. Il terminera 20ème sur 40 participants.

Benjamin FERRE sera le premier à terminer sur un bateau à dérives à la 16ème place avec un ancien bateau mais avec une équipe technique importante et un gros budget.

Le prix d'un IMOCA génération 2008 tourne aux alentours des 600 000 euros HT.

## JAUGE IMOCA

JUILLET 2019



# LA TEAM



## QUI SOMMES NOUS ?

**SAS Autour du monde avec la Ligue Contre le Cancer » :**  
Récouter des fonds pour soutenir les projets de la Ligue contre le CANCER.



Clémence LE GAL  
Communication & partenariats



Gérard MENDY  
Réseaux



Olivier Zankel  
Relations partenariats



David LANCRY  
Skipper

Amis proches depuis longtemps, Clémence Le Gal et Gérard Mendy ont été touchés par le Cancer.

Clémence, ingénieure commerciale globe trotteuse souhaite désormais promouvoir la prévention et le dépistage pour les plus jeunes. [Témoignage de Clémence](#)

Gérard, poète compositeur slameur, a un parcours atypique. Il a développé un vaste réseau qu'il souhaite activer pour collecter des fonds pour la Ligue contre le CANCER.

[Gérard Mendy slameur](#)

" Nous ne sommes pas tous égaux face à la maladie, mais nous pouvons être solidaires pour lutter contre la maladie "

# LA LIGUE CONTRE LE CANCER

*“We can – I can”*



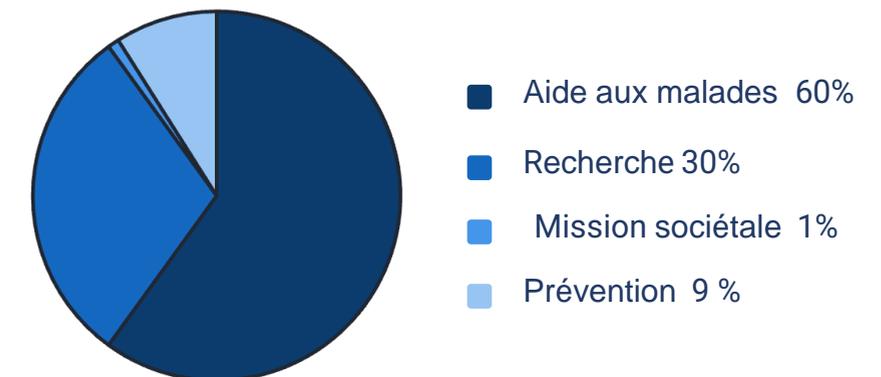
ACCOMPAGNER LES PERSONNES MALADES ET LEURS PROCHES  
FAIRE AVANCER LA RECHERCHE  
PREVENIR ET PROMOUVOIR LA SANTÉ  
PARTICIPER À LA DÉMOCRATIE EN SANTÉ

Mon engagement dans ce projet :

- **Profiter de cette médiatisation hors du commun pour véhiculer les couleurs de la ligue contre le CANCER,**
- **Reverser 10% du budget à la ligue contre le CANCER**

La Ligue contre le cancer mène des actions de prévention, soutient les patients et leurs proches, et finance la recherche contre le cancer. Grâce à la générosité des donateurs et à l’engagement des bénévoles, elle œuvre chaque jour pour un avenir sans cancer.

La Ligue contre le cancer propose gratuitement de nombreux soins de support et d’activités afin d’aider les personnes malades de cancer et leurs proches à améliorer leur qualité de vie pendant et après la maladie.



# PARTENAIRE TITRE

## Soyez au cœur de l'aventure !

En tant que **Partenaire Titre**, vous avez l'opportunité unique de porter le **nom du bateau** et de vous associer à une aventure prestigieuse à **la portée médiatique hors norme**.

### Les opportunités :

- **Visibilité mondiale** sur le bateau tout au long de la course.
- **Retombées médiatiques exceptionnelles** (Presse, diffusions TV et réseaux sociaux..).
- **Impact marketing et notoriété accrue** pour votre entreprise à l'échelle mondiale.
- Rassembler vos **équipes internes** autour d'un grand challenge.

Pour réaliser ce projet ambitieux, nous recherchons **2 Partenaires Titres à 300 k€ HT / an**.

### 2 exemples de retours pour des partenaires Titres dans le monde de la Voile



Venu dans le sponsoring voiles en 1998, Sodebo, fabricants de piazza et de plats cuisinés a vu sa **notoriété x12 en 20 ans** et **des retombées médiatiques chiffrées à 150 millions d'euros**. source : [La Tribune, 2019](#)



Lors du Vendée Globe 2024, Louis Duc a bénéficié du soutien des **partenaires titres Fives Group & Lantana Environnement**. Ce partenariat leur a permis de bénéficier d'une visibilité internationale forte, engendrant un **retour médiatique estimé entre 10 et 20 millions € de valeur d'image**



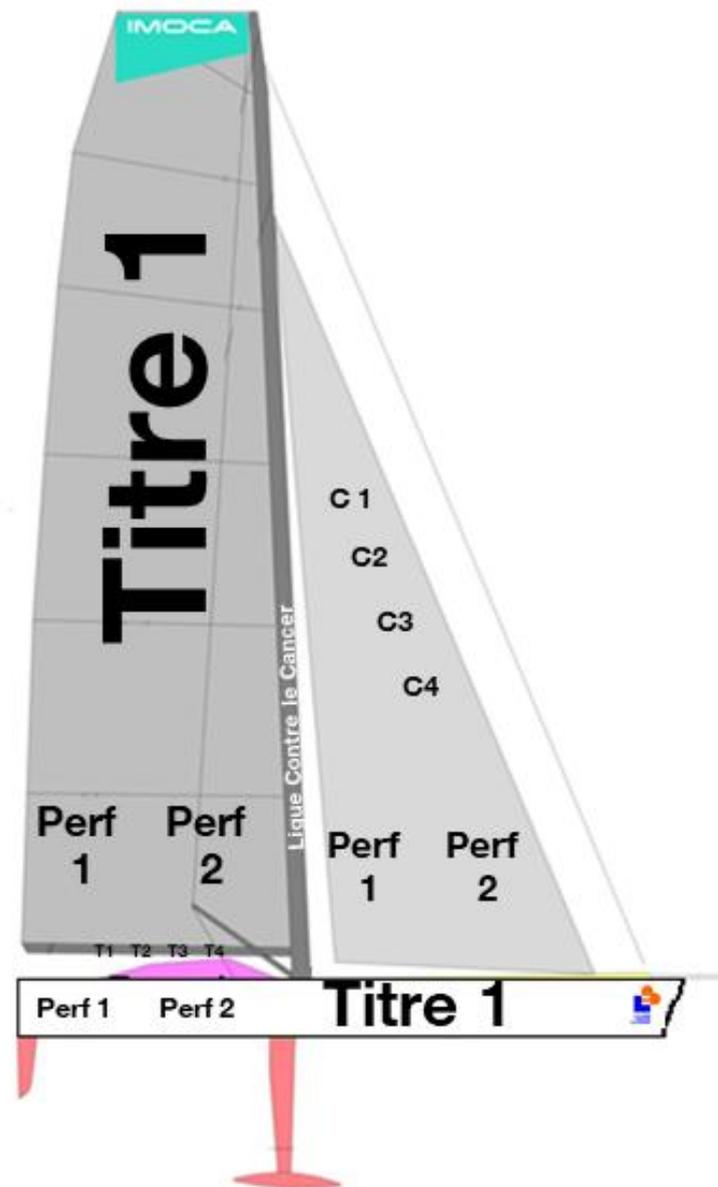
# PARTENARIATS

## Participer également à l'aventure, avec 3 autres niveaux de partenariat

Partenaire Performance	Partenaire Club Entreprise	Partenaire Technique
<b>2</b> partenaires max	<b>4</b> partenaires max	<b>4</b> partenaires max
En tant que <b>partenaires Performance</b> , vous avez l'opportunité unique d'associer votre image à l'excellence sportive et à l'optimisation du bateau pour viser les meilleurs résultats en course.	Nous créons un <b>Club Entreprises</b> pour permettre à un large éventail d'entreprises de s'associer à cette aventure exceptionnelle et médiatisée.	En tant que <b>partenaires Technique</b> , vous avez l'opportunité de valoriser vos produits et votre savoir-faire en les intégrant dans un projet soumis aux conditions extrêmes.

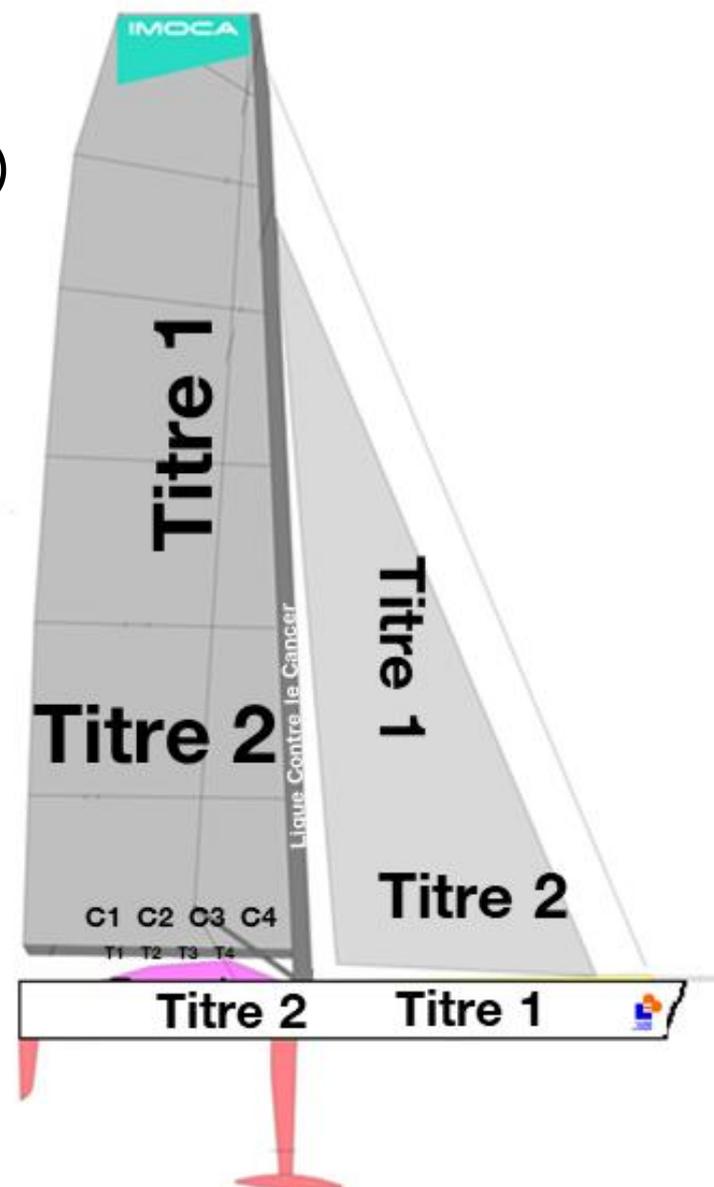
# VISIBILITÉ

①



Partenaire	Nombre
Titre	1
Performance	2
Club Entreprise	4
Technique	4

②



Partenaire	Nombre
Titre	2
Performance	0
Club Entreprise	4
Technique	4

# TABLEAU DES CONTREPARTIES

	Partenaire Titre	Partenaire Performance	Partenaire Club Entreprises	Partenaire Technique
<b>Visibilité sur le bateau</b>				
Nom du Bateau	X			
Logo sur la coque	X	X		
Logo sur la grande voile	X	X		
Logo voiles secondaires		X	X	
Nom sur le tableau arrière	X	X		
Nom sur la bôme et sa housse				X
Marquage vêtements	X	X		
Véhicule d'assistance	X	X	X	X
<b>Visibilité Média</b>				
Dossier de Presse	Texte + logo	Texte + logo	Texte + logo	Logo
Réseaux sociaux	X	X	X	X
Newsletter (Logo)	X	X	X	X
<b>Contenus libres de droits</b>				
Photos & Vidéos (hors achat d'espace)	X	X	X	X
Utilisation du titre Partenaire	X	X	X	X
<b>Opérations RP hors course</b>				
Sorties en mer (nbre de jours)	6	4	2	
Invitation au baptême du bateau	X	X	X	X
Intervention skipper (conférence)	4	2	1	
Invitation aux soirées partenaires	X	X	X	X
Visite du bateau	X	X	X	

# ON BOARD !

## Les partenaires déjà présents

### Partenaires Club Entreprise

ENTREPRISE DE MAÇONNERIE  
**Fallone**

Un entrepreneur en maçonnerie  
qualifié en Essonne

  
**WOODENHA**

Le bois ignifugé dans vos projets  
d'aménagement ou de construction.



  
LA LIGUE  
CONTRE  
LE CANCER  
MORBIHAN

OBJECTIF  
**VENDÉE GLOBE**  
2028 >>>>>>>>>>

  
**WOODENHA**

Partenaire  
de David Lancry  
Objectif : Tour  
du monde  
en solitaire !

WOODENHA INDUSTRIES | AMÉLIORER LE BOIS FACE AU FEU

# BUDGET PREVISIONNEL

## 2026 - 2029



## Equipe réduite, projet plus accessible

Poste	k€ HT	Allocations
<b>Bateau</b>	<b>910</b>	Amortissement Bateau, Assurance, Inscriptions aux courses, Cotisation Classe IMOCA, Frais de port, Télécoms bateau
<b>Marquage</b>	<b>0</b>	Le marquage des voiles et du voilier sont à la charge des partenaires
<b>Technique &amp; Maintenance</b>	<b>428</b>	Accastillage, Mécanique, Hydraulique, Gréement, composite, Voiles, Entretien, Manutention et Aléas & imprévus
<b>Salaires &amp; Administratif</b>	<b>411</b>	Skipper, Boat Captain, Responsable administratif et Communication, Expert-Comptable et Banque
<b>Logistique</b>	<b>70</b>	Déplacements, hébergements, Repas/avitaillement, Location de Zodiac & habillements
<b>Ligue Contre le Cancer</b>	<b>181</b>	10% du budget total reversé à la Ligue contre le Cancer
<b>TOTAL</b>	<b>2 000</b>	

Budget prévisionnel donné à titre indicatif, il sera affiné en fonction des apports des différents partenaires.

# CALENDRIER



2026

2027

2028



St Malo – Guadeloupe



Le Havre – Martinique



Tour du monde (90 jours)



Les Sables – Islande – Les Sables



Martinique – Lorient



Le Havre – Martinique



Lorient



Ile de Wight UK – Cherbourg

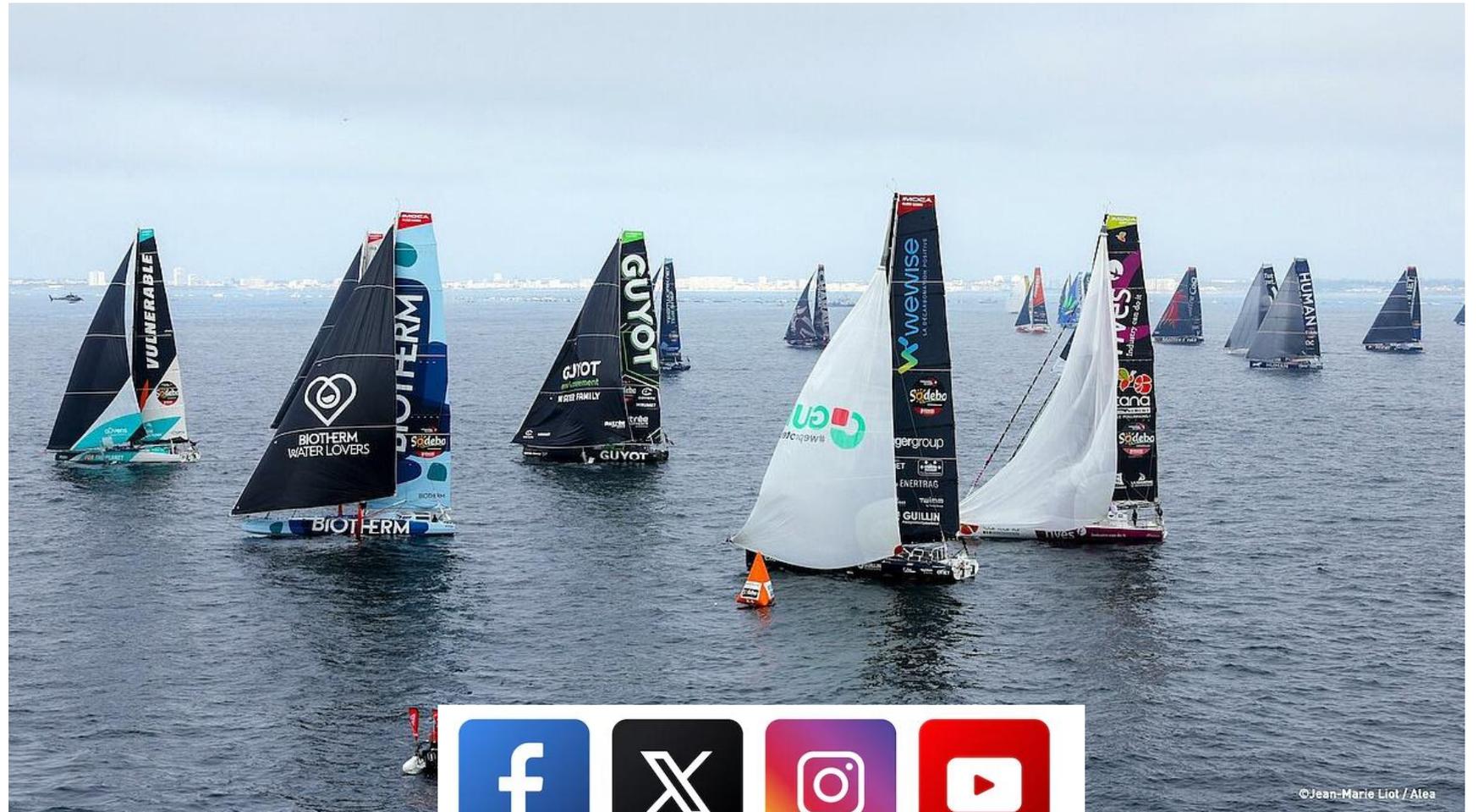


Lorient



Lorient

# LA VOILE, UNE VISIBILITÉ SANS PAREIL



© Jean-Marie Liot / Aléa



Crédit photo : Jean-Marie Liot - Aléa / Team Sodebo / Virtual Regatta

# RETOMBÉES GLOBALES



La voile, un réel levier de notoriété

## Sur les précédentes éditions, ces courses ont généré plus de €850 millions d'EAE\*



Plus de 170 jours cumulés de navigation au cours de ces 10 courses qui permettent d'exposer les différents partenaires



Plus de 5 millions de visiteurs cumulés se rendent sur les différents villages des courses afin d'être au plus près de l'aventure



2 millions de followers cumulés et plus de 600 millions de pages vues sur les sites web des organisateurs de courses



1,7 millions de personnes inscrites à Virtual Regatta afin de se confronter aux marins durant les courses



330 000+ retombées Média & Digital sur l'ensemble de ces évènements

\*Note: Equivalent Achat d'Espace - publicitaire

# CE QU'IL FAUT RETENIR



Ce projet consiste à **embarquer sur un IMOCA** fiabilisé et ayant fait ses preuves, avec une équipe & un **budget réduit**.



David est un marin expérimenté, passionné, autodidacte et fédérateur. Il incarne **une voile accessible, humaine et ambitieuse**



S'enfermer dans un hangar ne fait pas partie du projet. A Lorient, **le bateau restera visible** soit sur le terre-plein, soit au ponton.



Un projet à la **portée médiatique hors norme** avec un programme de **11 courses en 3 ans**, qui se finira en beauté par le Vendée Globe



**10% du budget sera reversé à la Ligue contre le CANCER**

# CONCLUSION



## Et Pourquoi pas vous ?

**Un budget bien plus accessible** : Loin des **25 millions** d'euros nécessaires pour viser le podium ou des **5 millions** que demandent les équipes déjà en place.

Nous serions ravis de vous rencontrer pour vous présenter ce projet et de discuter des opportunités qu'il peut offrir à votre entreprise.



**David Lancry**  
davidlancry@aol.com  
06 75 79 35 77



[David Lancry](#)



[David Lancry](#)



[davidlancry\\_vdg](#)



**Clémence Le Gal**  
Communication & partenariats  
06 37 77 22 36

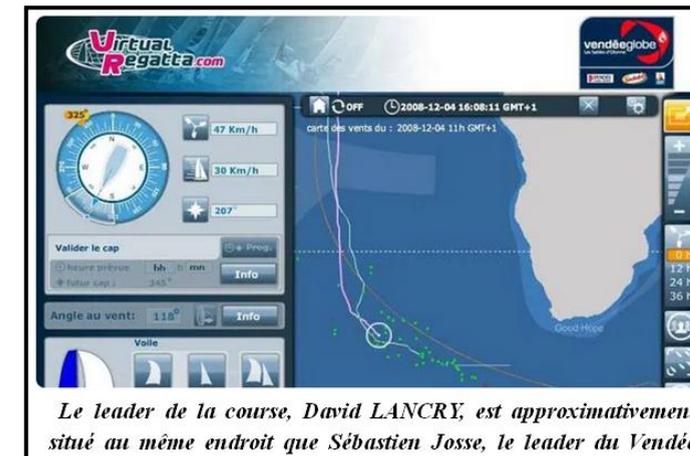


**Olivier Zankel**  
Partenariats  
06 83 84 57 53

# DOSSIER PRESSE



## Retrouvez les vidéos & articles de David:



### Pays de Lorient. L'Esturgeon ou la folle aventure de David Lancry

David Lancry est un fondu de navigation. Il est aussi passionné d'un joli dériveur, l'Esturgeon, le grand frère du Bélouga. Au point d'avoir entièrement restauré l'un des rares modèles.

### O'Barik Restauration d'un Esturgeon

Après 5 années de navigation sur son Belouga Ty Barik, David Lancry veut pouvoir naviguer plus loin et se lance

### Ty Barik L'aventure Belouga

Après 2 transatlantiques en course et en solitaire sur un voilier de 6m50, David LANCRY arrête

### Association Belouga LORIENT

A Lorient, un chantier naval regroupe les plus emblématiques navires de l'architecte



# Annexes

**Retombées médiatiques ...**

**BtoB**

**30 000 INVITÉS HOSPITALITÉS**  
sur les 3 semaines

**400 ENTREPRISES**

**48 PARTENAIRES**

**500 ÉVÈNEMENTS BtoB**

**AUDIENCE DE L'ÉVÈNEMENT**

**260 000 RETOMBÉES MÉDIAS ET DIGITALES**  
+7% VS 2020

**415 M€ D'ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE -EAE-**  
+11% VS 2020

**168 DIFFUSEURS TV**  
DANS 190 TERRITOIRES  
+30% VS 2020

**9 FRANÇAIS SUR 10 ONT ENTENDU PARLER DU VENDÉE GLOBE**

**7 FRANÇAIS SUR 10 ONT UN INTÉRÊT POUR LE VENDÉE GLOBE**

**UN PLATEAU D'EXCEPTION**

**40 SKIPPERS**

**25 FOILERS**



**6 FEMMES**

**2 HANDISPORTS**

**15 BIZUTHS**

**25 AGUERRIS**

**14 INTERNATIONAUX**

**11 NATIONALITÉS**



**RECORD DE MILLES PARCOURUS EN 24H : 615,33NM PAR SÉBASTIEN SIMON**

**COMMUNICATION**

**18 MILLIONS DE VISITEURS UNIQUES**  
+60% VS 2020

**875 000 JOUEURS SUR VIRTUAL REGATTA**

**478M PAGES VUES**

**580 000 TÉLÉCHARGEMENTS DE L'APPLI**  
+47% VS 2020

**570 000 NOUVEAUX FANS ENTRE DÉBUT OCTOBRE ET LA FIN DE LA COURSE**

**UNE COMMUNAUTÉ DE 1,6M DE FANS**  
TOUS RÉSEAUX CONFONDUS



**DIVERSIFICATION DES CIBLES**

**36% D'AUDIENCE INTERNATIONALE**  
sur le site web  
+6% VS 2020

**52% DES DISCUSSIONS HORS DE FRANCE**

**VENDÉE GLOBE JUNIOR SUCCÈS DES CONTENUS PÉDAGOGIQUES**

**5 000 SCOLAIRES ACCUEILLIS**

**1 300 000 VISITEURS SUR LE SITE WEB DÉDIÉ**  
x3 VS 2020

**6 000 KITS DISTRIBUÉS**

**UNE AUDIENCE QUI SE FÉMINISE**

**+11 PTS SUR INSTAGRAM**

**38% DES INTÉRESSÉS SONT DES FEMMES**

**51% DES VISITEURS SUR LE VILLAGE SONT DES FEMMES**

**UNE ÉDITION RECORD**

**RECORD DE L'ÉPREUVE**

**CHARLIE DALIN**

**64J 19H 22M 49S**

Record pulvérisé de 9 jours 8h 35min et 57s



**MEILLEUR TEMPS FÉMININ DE L'ÉPREUVE**

**JUSTINE METTRAUX**

**76J 01H 36M 52S**

Record pulvérisé de 11 jours 48min

**RECORD FINISHERS 80% DE CLASSÉS**

**UN VILLAGE XXL**

**2,45 MILLIONS DE VISITEURS**  
AFFLUENCE RECORD

**350 000 VISITEURS AU DÉPART**

**UN VILLAGE DE 44 000 M<sup>2</sup>**

**UNE ÉQUIPE DE VOLONTAIRES RENFORCÉE ! 500 BÉNÉVOLES**

**RSE**

**RÉDUIRE**

95% de tri sur l'évènement grâce notamment à la création d'une brigade verte

90 000 bouteilles en plastique évitées

**INSPIRER**

Des partenariats Océan de contenu avec l'Iframer, les TAAF, Polar Journal et Océan Connectés

Un partenariat inédit avec l'UNESCO et la Décennie des Océans

**HÉRITAGE POSITIF**

2/3 des skippers équipés d'instruments océanographiques (25/40)

3 projets financés par le Vendée Globe Foundation récemment créé

2 Zones de Protection de la Biodiversité créées sur le parcours



**UNE FÊTE POPULAIRE ET DE TERRITOIRES**

**LES CHIFFRES CLÉS 2022**

**1,5** MILLIONS DE VISITEURS  
SUR LE VILLAGE DE SAINT-MALO **+11%**

**13** JOURS D'OUVERTURE AU PUBLIC

**70.000 M2** DE VILLAGE **+15%**



**NOUVEAUTÉS 2022**

- 6 PARADES FACE AUX REMPARTS DE SAINT-MALO**
- LES ULTIM 32/23 DANS LES BASSINS DE SAINT-MALO**
- LES GRADINS DE L'ÉCLUSE DU NAYE**
- LA GRANDE ROUE CIC - LE TÉLÉGRAMME**

**LA MAGIE DE L'ACCUEIL GUADELOUPÉEN**

**LES CHIFFRES CLÉS**

**3 VILLAGES**

- MEMORIAL ACTE
- MARINA DU BAS DU FORT
- BASSE-TERRE

**305 000** VISITEURS SUR  
L'ENSEMBLE DES VILLAGES

**2** REMISES DE PRIX  
(19 & 26 NOVEMBRE)



**NOUVEAUTÉS**

**LES PARADES D'ARRIVÉES  
TROPHÉE DES SAINTOISES**



**RETOMBÉES MÉDIAS**

**LES RETOMBÉES MÉDIAS**

**266** MILLIONS D'EUROS EN EAE\* **+133%**

Dont **230** MILLIONS D'EUROS EN EAE  
EN FRANCE\* **+158%**

Et **36** MILLIONS D'EUROS EN EAE  
À L'INTERNATIONAL\* **+32%**

**PUBLICATIONS MÉDIAS**

**59139** Retombées\*

Dont **48923** Retombées en France\*

PRESSE ÉCRITE  
**24000**  
ARTICLES EN FRANCE\*

MÉDIAS DIGITAUX  
**20500**  
ARTICLES EN FRANCE\*

RADIO  
**1387**  
SUJETS EN FRANCE\*

TELEVISION  
**3026**  
SUJETS EN FRANCE\*

\* Source : Ondaliv / AGO



**DIRECT DÉPART**

**1 977 000**

DE TÉLÉSPECTATEURS EN FRANCE  
DONT 1,27M SUR FRANCE 3

IMAGES DU JOUR SUR  
FRANCE TV  
**1,6M**  
DE TÉLÉSPECTATEURS EN MOYENNE  
PAR JOUR DE DÉPART

**21,1%**

DE PART D'AUDIENCE  
(PIC À 14H15)

SUJETS JT DÉDIÉS QUELQUES  
MINUTES AVANT LE DÉPART  
TF1 FRANCE 2  
**2,7M 4,5M**  
DE TÉLÉSPECTATEURS

**MÉDIAS CENTER**

**1087**

REPRÉSENTANTS DES MÉDIAS  
ACCREDITÉS

**313**

MÉDIAS PRÉSENTS  
(Presse, TV, Météo)

**15 JOURS D'OUVERTURE À SAINT-MALO**

**25 JOURS D'OUVERTURE EN GUADELOUPE**

**PARTENAIRES MÉDIA**

UN SOUTIEN ESSENTIEL ET IMPORTANT DE LA PART  
DE NOS PARTENAIRES POUR RELAYER L'ÉVÉNEMENT



**UN ÉCO SYSTÈME DIGITAL AU SERVICE DE LA COURSE**

**SITE OFFICIEL**

**ROUTEDURHUM.COM 2022**

**42,6** MILLIONS DE PAGES VUES **+23%**

**5** MILLIONS DE VISITEURS **+117%**

**19,5** MILLIONS DE VISITES **+127%**

**08:33** DURÉE MOYENNE  
DES SESSIONS **+90%**

**RECHERCHES GOOGLE 2022**

« **ROUTE DU RHUM** »

**N°7** DES RECHERCHES EN TENDANCE SPORT

**N°1** DES RECHERCHES EN « TENDANCE SPORT » (HORS FOOTBALL & J.O.)

\* Source : https://www.google.fr

**JEU VIRTUEL OFFICIEL**



Nombre de joueurs  
**2022**  
**507 029** **X2** vs 2018

**4**  
classes représentées

**RÉSEAUX SOCIAUX**

**297 200** ABONNÉS **+100.000**  
vs 2018

**143K** FANS **FACEBOOK**

**82K** ABONNÉS **INSTAGRAM**

**44K** ABONNÉS **TWITTER**

**18,6K** ABONNÉS **YOUTUBE**

**9601** ABONNÉS **TIKTOK**

**APPLICATION MOBILE**

**163K** TÉLÉCHARGEMENTS

**283K** IMPRESSIONS



### VILLAGE DÉPART LE HAVRE

620 000 VISITEURS  
80 EXPOSANTS  
2 800 BAPTÊMES DE VOILE  
+ 62 000 CAFÉS DISTRIBUÉS

### VILLAGE ARRIVÉE FORT-DE-FRANCE

35 000 VISITEURS  
4 000 SCOLAIRES  
50 EXPOSANTS

### RÉSEAUX SOCIAUX

35 000 ABONNÉS GAGNÉS  
20M IMPRESSIONS  
8,4M DE VIDÉOS VUES  
5M DE STORIES VUES

**2023**  
**UN CRU DE**  
**HAUTE INTENSITÉ**

### SPORT

95 BATEAUX

44 Class40    40 IMOCA  
6 Ocean Fifty    5 ULTIM

190 SKIPPERS  
18 FEMMES  
17 NATIONALITÉS

LE + JEUNE BASILE BOURGNON (21 ANS)

LE + ÂGÉ MIKE GOLDING (63 ANS)

### MÉDIAS

64M€ D'ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE  
71 DIFFUSEURS AU TOTAL  
190 TERRITOIRES COUVERTS  
10M TÉLÉSPECTATEURS TOUCHÉS  
PAR LES DÉPARTS EN DIRECT  
30 DIFFUSEURS LE 29 OCTOBRE  
18 DIFFUSEURS LE 7 NOVEMBRE

### DIGITAL

2,2M DE VISITEURS UNIQUES  
23M DE PAGES VUES  
25% DE TRAFIC INTERNATIONAL  
+ 700 K VUES  
POUR LES DÉPARTS EN DIRECT

### RÉGATE VIRTUELLE

250 000 BATEAUX INSCRITS  
SUR VIRTUAL REGATTA



## LES RETOMBÉES médiatiques

### LES RETOMBÉES MÉDIAS

**22,32 m€**  
D'ÉQUIVALENT ACHAT D'ESPACE

22m€ EAE EN FRANCE      324x6 EAE INTERNATIONAL

### LES PUBLICATIONS MÉDIAS

**5379** PUBLICATIONS  
4108 EN FRANCE      1271 INTERNATIONAUX

3,5% TÉLÉVISION      21% PRESSE      74% WEB      1,5% RADIO

### DIRECTS ET SUJETS TV

**DÉPART DE LORIENT** .....  
674k SPECTATEURS  
517k TÉLÉVISION      157k RÉSEAUX SOCIAUX

996k SPECTATEURS  
..... **ARRIVÉE À NEW YORK**  
86k LIVE      736k CONTENUS RÉSEAUX SOCIAUX

## UN ÉCOSYSTÈME DIGITAL MODERNISÉ au service de la course

### nouveau SITE INTERNET

**1,4m**  
PAGES VUES SUR THETRANSAT.COM

### COURSE VIRTUELLE

**Virtual Regatta**

**556k** SESSIONS OUVERTES

8 min DURÉE MOYENNE DES SESSIONS      60k PIC D'AUDIENCE LE 6 MAI 2024

+ DE **33k** JOUEURS UNIQUES  
2 096 209 SESSIONS DE JEU

### RÉSEAUX SOCIAUX

**745k** VUES SUR L'ARRIVÉE DE YOANN RICHOMME

**1 000** PUBLICATIONS  
9,3m PERSONNES TOUCHÉES  
14,3m D'IMPRESSIONS  
22k ABONNÉS SUPPLÉMENTAIRES



# RETOMBÉES MEDIAS INTERNATIONALES

Envoyé en préfecture le 04/10/2024  
Reçu en préfecture le 04/10/2024  
Publié le 04/10/2024  
ID : 850-20067205-20241004-DEL2024\_139-DE



**+87 Mo€ DE VALEUR PUBLICITAIRE**

+153% par rapport à 2021 (Source Meltwater)

**56 PAYS COUVERTS      3500 ARTICLES PUBLIÉS**

1/France - 2/ Grande-Bretagne...

**+150H VIDÉO**  
produites

**+2000 PHOTOS**  
prises et archivées

**+1MO DE VUES SUR PLUSIEURS VIDEOS**

Scores type SailGP ou America's Cup

**836 556 VIDÉOS VUES SUR YOUTUBE**

par 373 393 visiteurs uniques

**1 500 000 RECHERCHES SUR GOOGLE**

De "Rolex Fastnet Race"

**20 MILLIONS D'IMPRESSIONS**

Sur les différentes plateformes digitales

## WEB & RÉSEAUX SOCIAUX



### RORC



**8 160 739** IMPRESSIONS



**5 750 000** IMPRESSIONS

**1 700 000** VISITEURS UNIQUES

**102 000** ABONNÉS

### SITE INTERNET

ROLEXFASTNETRACE.COM



**+21 MO** REQUÊTES

**2 188 822** PAGES VUES

**510 539** VISITEURS UNIQUES

### ASSOCIATION

@RolexFastnetRaceCherbourg

**1 602 928**

COUVERTURE TOTALE  
DU 1 OCTOBRE 2022 AU 1 AOUT 2023

**23 318**

ABONNÉS  
AU 1 AOUT 2023<sup>11</sup>  
815 AU 31 SEPT 2022

SOIT **+97%**

**4 PERSONNES MOBILISÉES DURANT L'ÉVÉNEMENT**

2 PHOTOGRAPHES / VIDEASTES

2 COMMUNITY MANAGERS

# ÉDITION 2024 EN CHIFFRES

**Réseaux sociaux :**  
[Website](#)  
[Youtube](#)  
[Instagram](#)  
[Facebook](#)  
[Linkedin](#)



## ACCUEIL DES PUBLICS

700 invités aux soirées ou à embarquer  
500 inscriptions aux conférences B2B  
200 enfants du territoire à la C.V.E.T\*



## 1 630 000 IMPRESSIONS

sur les réseaux sociaux  
du Défi Azimut



## 550 000 PAGES VUES

sur le site internet  
pendant la course



## + DE 1 600 TÉLÉCHARGEMENTS

sur le serveur presse



## 257 343 VISITES

sur la cartographie de la course



## 15 000 INSCRIPTIONS

74% ont franchi la ligne d'arrivée

\*Cité de la Voile Eric Tabarly

## Rapport d'activité – Communication – RETOUR A LA BASE 2023

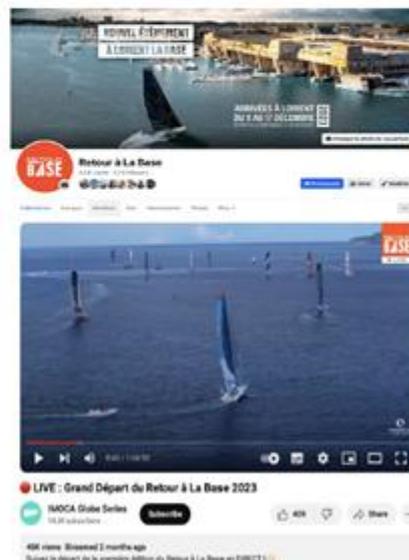
### Mise en avant terrestre

- Création d'une exposition de 6 totems sur les quais de Lorient La Base pour mettre en avant la course, le territoire et sensibiliser le public à la course au large.

### Contenu éditorial

#### Statistiques réseaux sociaux (Mai – Décembre 2023) :

- Instagram : **+ 3435 abonnés**
- Facebook : **+ 3104 abonnés**
- X : **+ 376 abonnés**
- TikTok : **+ 485 abonnés**



### Live

- Suivi du départ en direct depuis la page Youtube IMOCA : 46 000 vues.
- Suivi du départ en direct depuis la page Facebook : 48 700 vues.

## Rapport d'activité – Communication – RETOUR A LA BASE 2023

### Cartographie réalisée par Géovoile

- Environ 130 000 visites par jour pendant la course.
- Classement accessible -> Plus de 400 utilisateurs non voyants.

### Retombées médias

- 1 760 retombées.
- 152 503 720 d'impacts médiatiques.
- 1 493 533 € équivalent pub.
- 104 441 059 d'audience cumulée.

### Plan de promotion

- Radio.
- TV.

