

## **Communiqué de presse : Visio-café 1 : « Pourquoi les sponsors choisissent les bateaux de la Classe IMOCA comme support de communication ? »**

---

*Tous les jeudis du mois d'octobre, Eurolarge Innovation propose de 9h30 à 10h30 un visio-café Bretagne Sailing Valley® pour rencontrer les principaux acteurs du secteur en cette veille de Vendée Globe.*

Le premier rendez-vous s'est déroulé le 1<sup>er</sup> octobre autour de la question « Pourquoi les sponsors choisissent les bateaux de la Classe IMOCA comme support de communication ? » Quatre intervenants étaient connectés au webinar pour exprimer leur point de vue : Antoine Mermod, président de l'IMOCA, Fabrice Amedeo, skipper de Newrest-Art & Fenêtres, David Sineau, team-manager d'Initiatives Cœur, et Philippe Hassel, directeur de la communication du Groupe Apicil, partenaire de Damien Seguin.

Le Vendée Globe 2020 s'annonce comme celui de tous les records, au moins du point de vue économique, avec 33 bateaux au départ. Une flotte qui, selon Antoine Mermod, génère un investissement en sponsoring de 125 millions d'euros, réparti entre 130 partenaires. Pour le président de l'IMOCA, « *trois piliers* » poussent ces derniers à s'engager : « *La communication externe, pour développer la notoriété de l'entreprise ; tout ce qui est organisé en BtoB et BtoC, mais aussi en interne, autour des courses ; la RSE avec des skippers ambassadeurs de causes sociales ou environnementales qui permettent aux entreprises de s'associer à cette image.* »

Ce qu'a confirmé Fabrice Amedeo, qui a particulièrement insisté sur l'importance des opérations de relations publiques auprès des sponsors, véritable levier de leur investissement. Après une première campagne qui avait réuni 8 partenaires en 2016, l'ancien journaliste du Figaro est monté en puissance sur le Vendée Globe 2020, avec un nouveau bateau, 14 partenaires et un « *engagement océanographique qui donne un souffle supplémentaire au projet* », en l'occurrence l'installation de capteurs à bord de Newrest-Art & Fenêtres qui vont collecter des données scientifiques.

L'engagement RSE est également au cœur des préoccupations du Groupe Apicil qui, selon Philippe Hassel, a choisi la voile pour développer sa notoriété, « *parce que c'est un sport cohérent avec nos valeurs et les messages que nous voulions porter* ». La rencontre avec Damien Seguin, double champion paralympique, a fait le reste : « *Il correspond typiquement à ce que nous avons envie de faire, dans le sens où il est porteur du combat que nous menons en faveur de l'inclusion.* » Avant même le départ du Vendée Globe, Philippe Hassel confie que ce partenariat est d'ores et déjà un succès : « *Sur un euro investi, on en récupère sept.* »

Si le Groupe Apicil s'apprête à vivre son premier Vendée Globe, Initiatives Cœur en sera à son troisième, avec deux partenaires principaux fidèles - Initiatives, PME du Mans engagée dans l'aventure voile depuis 2009, et K-Line, ETI vendéenne, présente depuis huit ans - rejoints en 2017 par un partenaire associé, Vinci Energies, multinationale affichant 80 000 collaborateurs et 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Trois entreprises bien différentes, dont l'engagement a avant tout été motivé par la cause défendue par le projet sportif, Mécénat Chirurgie Cardiaque.

« *Aucun ne serait venu s'il n'y avait pas eu la cause* », confirme David Sineau. Qui explique que depuis le début du projet, l'opération « 1 Clic 1 Cœur » a conduit les trois partenaires à verser 2,5 millions d'euros qui ont permis à 211 enfants d'être sauvés. Le team-manager estime en outre que la Classe IMOCA est aujourd'hui particulièrement attractive pour des sponsors, « *grâce à un niveau de professionnalisme élevé et un programme de courses stable avec le Vendée Globe en fer de lance.* »

Pour reprendre les propos du coureur Fabrice Amedeo sur les motivations d'un partenaire financier pour la Classe IMOCA : « *La catégorie IMOCA offre un investissement assez optimal pour les entreprises qui nous suivent. Elle permet à la fois d'avoir des champions qui ont des budgets très élevés, qui visent la victoire mais également des aventuriers qui viennent vivre le rêve d'une vie et qui ont des budgets beaucoup plus bas. Tout cet écosystème fait qu'il peut y en avoir pour tous les goûts (coûts). On peut démarrer avec un projet d'aventurier pur et essayer de monter en puissance avec un projet plus performant. Et les partenaires peuvent se prendre au jeu et monter en puissance aussi. C'est vraiment la richesse de la Classe IMOCA.* »

>>> **Accéder au replay du visio-café Bretagne Sailing Valley**

[Pourquoi les sponsors choisissent les bateaux de la Classe IMOCA comme support de communication ?](#)

**BRETAGNE SAILING VALLEY** VISIO CAFÉ #1 **BRETAGNE DÉVELOPPEMENT INNOVATION** **eurolarg INNOVATION**

**POURQUOI LES SPONSORS CHOISISSENT LES BATEAUX DE LA CLASSE IMOCA COMME SUPPORT DE COMMUNICATION ?**

**Antoine Mermod**  
Président de la classe IMOCA

**David Sineau**  
Team Manager Initiative-Cœur

**Fabrice Amedeo**  
Skipper Newrest – Art & Fenêtre

**Philippe Hassel**  
Directeur de la communication Groupe Apicil

© Défi Azimut

Contacts presse :

**Bretagne Développement Innovation**

Chrystèle Guy - 07 82 21 81 35 – [c.guy@bdi.fr](mailto:c.guy@bdi.fr)

Espace presse : [www.bdi.fr/fr/presse/](http://www.bdi.fr/fr/presse/)

**BRETAGNE**  
**DÉVELOPPEMENT**  
**INNOVATION**

**Agence Oxygen**

Emmanuelle Catheline - 06 79 06 36 11 - [emmanuelle.c@oxygen-rp.com](mailto:emmanuelle.c@oxygen-rp.com)

Christelle Roignant - 06 83 81 61 61 - [christelle@oxygen-rp.com](mailto:christelle@oxygen-rp.com)