

# Course au large : un modèle à inventer



Vendée Globe, Transat Jacques Vabre, Route du Rhum, ces épreuves mythiques drainent des retombées médiatiques énormes, mais elles peinent à attirer des partenaires privés. À tel point que leur survie apparaît reposer sur l'engagement de collectivités territoriales. Pour combien de temps encore ?

© VINCENT CURTICHI / DFFP

**E**t vogue la galère ! Le 2 novembre 2014, la 10<sup>e</sup> édition de la Route du Rhum s'élancera de Saint-Malo (Ille-et-Vilaine) en direction de Pointe-à-Pitre (Guadeloupe). Plus de 80 bateaux seront sur la ligne de départ, « skippés » par des solitaires professionnels ou amateurs, à bord de géants océaniques (multicoques Ultime, mono-coques Imoca) ou de plus modestes voiliers (classe 40...).

## Un business conséquent

Avec le Vendée Globe et la Transat Jacques Vabre, le « Rhum », comme l'appellent les initiés, fait partie de ces épreuves épiques. Un marin, un bateau, un océan à dompter, des drames, des sauvetages périlleux, des duels homériques... Derrière le mythe, sur la terre ferme, se cache

– à peine – un business conséquent, avec des enjeux pour les sponsors privés. Mais aussi pour les partenaires publics impliqués, que ce soit au niveau de l'organisation ou en tant que partenaire. Villes, intercommunalités, départements, régions, ils sont en effet quelques-uns à se laisser guider par le vent du large : tous les quatre ans, à l'image de Saint-Malo donc, port d'attache de la Route du Rhum depuis sa création en 1978 et du département de la Vendée à la tête du Vendée Globe, et tous les deux ans pour la ville du Havre (Seine-Maritime) puisque la Transat Jacques Vabre se déroule toutes les années impaires.

## Question d'image

Ces trois collectivités se rejoignent sur leurs objectifs, à savoir valoriser

leur territoire, sous toutes ses formes – image, attractivité, économie, tourisme – mais aussi, dans certains cas, les personnalités qui les dirigent. Et si l'on se fie au rapport investissement/retombées, les résultats apparaissent ébouriffants : « À Saint-Malo, nous accueillons 2 millions de visiteurs sur l'événement », nous explique Claire Guinemer, l'adjointe au maire en charge des Sports. « En 2010, nous avons eu 14 000 retombées médias. C'est une vitrine extraordinaire ». Comme en 2010, la ville consacre cette année 1,4 million d'euros à la Route du Rhum. « Si nous lisons sur quatre ans, cela représente un peu plus de 300 000 euros par an ». Le conseil général de la Vendée, lui, « verse une aide de 3,8 millions d'euros pour l'organisation de



l'épreuve », nous explique Bruno Retailleau, son président. « L'investissement est sans commune mesure avec les retombées : plus de 30 millions d'euros de retombées médiatiques et plus de 38 millions d'euros de retombées économiques pour le tourisme local. » Au Havre, pour la Transat Jacques Vabre, l'investissement de la ville s'élève à environ 1 million d'euros par édition, soit 500 000 euros par an. Adjointe au maire en charge de la qualité de vie, de la prévention, de la sécurité et... de l'organisation de la Transat Jacques Vabre, Agnès Firmin-le-Bodo a pris sa calculatrice : « En termes de retombées médiatiques, si nous avions dû payer des campagnes publicitaires pour valoriser la ville, cela nous aurait coûté 38 millions d'euros. »

### Développer la filière nautique

Au-delà des retombées directes ou indirectes, les trois collectivités ont en commun la volonté de développer le nautisme. « Il s'agit de créer une aspiration dans le sillage du Rhum », détaille Claire Guinemer, à Saint-Malo, où une filière Nautisme émerge tout juste. Au Havre, « nous sommes en train de développer une zone économique autour du nautisme. Il n'est pas illogique que l'événementiel ait une place dans cette stratégie », poursuit Agnès Firmin-le-Bodo. Quant à la Vendée, elle est, selon Bruno Retailleau, « le premier pôle pour la navigation de plaisance en Europe avec, par

exemple, les chantiers Bénéteau, leaders dans le domaine. Il est donc naturel que le conseil général s'investisse dans la voile pour promouvoir une filière économique de tout premier plan ».

#### ILS ONT DIT...

La route du Rhum est ancrée à Saint-Malo. Sans notre ville, ce ne serait plus la Route du Rhum.



Claire Guinemer,  
adjointe au maire  
de Saint-Malo

### Une Route du Rhum délocalisée ?

Le département de la Vendée et la ville du Havre ont en commun d'organiser leur épreuve et d'en être propriétaire. Le premier, à travers une société anonyme d'économie mixte – la SAEM Vendée – qui réunit des collectivités comme le conseil général donc, mais aussi la région des Pays de la Loire, la ville des Sables-d'Olonne et une trentaine d'entreprises du coin. La seconde, avec Mondelez International – propriétaire de la marque Jacques Vabre – regroupée sous une association sobriement dénommée « Association Jacques Vabre ». Dans ces deux cas, les collectivités ont donc la main sur l'épreuve. La Route du Rhum, en revanche, est organisée par la société Pen Duick SAS, une filiale du « Télégramme de Brest », qui en détient aussi les droits. Un constat qui signifie que dans l'absolu, la ville de Saint-Malo pourrait un jour voir s'élaner le Rhum d'un autre port. « Ce n'est pas notre volonté, mais cette hypothèse est possible », nous explique Mathieu Sarrot, commissaire général de Pen Duick. Il s'empresse toutefois d'ajouter que « nous en sommes à des années-lumière. Il faudrait vrai-

ment un clash majeur ». Du côté de la mairie, Claire Guinemer positive tout autant. « Nos relations sont excellentes, je ne vois pas pourquoi cela arriverait. La Route du Rhum est ancrée à Saint-Malo. Sans notre ville, ce ne serait plus la Route du Rhum. »

### La difficile quête des sponsors

Si les modèles d'organisation différents, la prééminence des institutionnels se retrouve dans tous les cas. Cette année, la Route du Rhum a été lâchée par son « sponsor-titre », celui qui a le droit d'apposer son nom sur le bloc-marque. Pour remplacer la Banque postale, Pen Duick est parti en quête d'un partenaire privé susceptible d'injecter entre 1,5 et 2 millions d'euros dans un budget d'environ 6 millions d'euros (pour 2010). Peine perdue... « Nous avons eu des entreprises intéressées pour venir mais, dans un contexte de crise, elles serrent les budgets », poursuit Mathieu Sarrot. Au final, avec son équipe, il a convaincu la région Guadeloupe de remettre au pot. Pour cette raison, il convient désormais de parler de Route du Rhum – Destination Guadeloupe, et non plus de Route du Rhum.

#### ILS ONT DIT...

L'avenir du Vendée Globe n'est en aucun cas remis en cause. Le conseil général a pour ambition de maintenir son niveau d'investissement sans l'augmenter.



Bruno Retailleau,  
président du conseil  
général de la Vendée

#### À CONSULTER

- « Les retombées économiques et sociales de la Route du Rhum 2010 », étude réalisée avec le concours de la région Guadeloupe et des fonds européens, chambre de commerce et d'industrie de région des Îles de Guadeloupe, mai 2011.
- Rapport d'activité Saint-Malo Agglomération 2010 (p. 63 à 65).
- Observations définitives concernant la gestion de la société d'économie mixte Vendée, chambre régionale des comptes des Pays de la Loire, 16 juillet 2012.
- Route du Rhum : [www.routedurhum.com](http://www.routedurhum.com)
- Vendée Globe : [www.vendeeglobe.org/fr](http://www.vendeeglobe.org/fr)
- Transat Jacques Vabre : [www.transat-jacques-vabre.com/fr](http://www.transat-jacques-vabre.com/fr)



...  
Le retrait de partenaires privés pourrait-il menacer ces épreuves ? La question mérite d'être posée, les recettes reposant exclusivement sur les partenaires institutionnels, les sponsors privés et les droits d'inscription. Contrairement à une autre discipline itinérante comme le Tour de France cycliste, la course au large ne bénéficie pas de droits TV. Et encore moins de billetterie bien sûr.

### Accompagner la croissance

« Dans ce genre d'événement, on ne met pas suffisamment en avant l'investissement et le rôle des collectivités », regrette Agnès Firmin-le-Bodo (Le Havre). « Or, il est clair que sans elles, ces courses ne pourraient pas vivre ou survivre ». De par son passé au sein de municipalités puis à la tête de la SAEM Vendée, Guillaume Henry est tout aussi formel : « Sans les collectivités, ces courses effectivement n'existeraient pas. Elles peuvent être menacées à moyen terme, sauf si bien sûr les organisateurs

trouvent des opérateurs privés. » À ses yeux, même une épreuve comme le Vendée Globe, « qui va continuer à croître, apparaît exposée ! L'enjeu sera en effet d'accompagner sa croissance à un point qui satisfasse les sponsors, les médias et le grand public. » Il pointe notamment des progrès à réaliser au niveau des moyens de télécommunications, dans la fourniture d'images de qualité, mais aussi dans la capacité à couvrir toutes les arrivées. Et non pas les trois

premières. « Demain, ce seront des choses qu'il faudra assurer et cela coûte énormément d'argent. » Le conseil général saura-t-il répondre et arbitrer en faveur de la voile au détriment de dépenses régaliennes ou liées à la solidarité ?

### Maintenir sans augmenter

Bruno Retailleau est optimiste : « Aujourd'hui, l'avenir du Vendée Globe n'est en aucun cas remis en cause. La réforme territoriale devrait aboutir au maintien des départements ruraux. » Il ajoute toutefois : « Nous avons pour ambition de maintenir notre niveau d'investissement sans l'augmenter. La notoriété du Vendée Globe nous permet aujourd'hui d'envisager, aux côtés de la société Sodebo qui s'investit largement dans la voile, de disposer de nouveaux partenaires ou d'apporteurs de prestations en nature. » Un constat qui signifie surtout que le business model de la course au large reste à inventer. Avis aux amateurs !

#### ILS ONT DIT...

On ne met pas suffisamment en avant l'investissement et le rôle des collectivités.



Agnès Firmin-le-Bodo,  
adjointe au maire  
du Havre

## Les collectivités dans la course

### Saint-Malo et Rennes affichent leur proximité

En matière de course au large, certaines collectivités s'engagent également dans le sponsoring de bateau. Sur cette Route du Rhum, c'est notamment le cas de deux agglomérations d'Ille-et-Vilaine, unies pour le meilleur et pour le pire auprès d'un skipper : Gilles Lamiré. Le bateau, un multi50, s'appelle Rennes Métropole - Saint Malo Agglomération. Derrière cette alliance, « l'objectif est d'afficher l'unité de territoires proches qui ne se font pas concurrence et qui sont complémentaires », souligne Gwenaél Bodo, directeur de la stratégie chez Rennes Métropole. « Et pour nous Rennais, habitants de la seule grande ville bretonne qui n'ait pas les pieds dans l'eau, un projet comme celui-ci entre en résonance avec l'identité du territoire attaché à la mer. » Les deux agglos apportent une subvention de 50 000 euros par an sur deux ans. Un premier bilan sera tiré à l'issue de la Route du Rhum.

### Royan : une histoire tournée vers la voile

Moyennant une enveloppe de 30 000 euros, la ville de Charente-Maritime s'affichera aussi sur les voiles et sur la coque d'un multi50, celui d'Alain Delhumeau, un ancien marin pêcheur du coin happé par la course au large. « Royan a une histoire nautique et avait un peu tourné le dos à la voile », nous explique Bernard Giraud, conseiller municipal délégué au tourisme, au nautisme et à l'environnement. « Il nous est important de communiquer sur cette dimension avec la région Poitou-Charentes. »

### La Seine-Saint-Denis, là où on ne l'attend pas

Au lendemain des émeutes de 2005, un groupement d'entrepreneurs locaux avait entrepris de sponsoriser un bateau sur la Transat en double AG2R. Le projet était porté par Francis Dubrac, à la tête d'un groupe de BTP. « L'idée était de redorer l'image du département et de le mettre là où on ne l'attendait pas », se souvient-il. « Je suis allé voir le président du conseil général qui était Hervé Bramy (PCF). Il m'a donné carte blanche mais pas un sou. En trois mois, j'avais levé 400 000 euros auprès d'entreprises du 93. » Baptisé « Esprit 93 », le bateau était skipperé par une jeune femme, Marine Chombart de Lauwe. « Il a cassé en mer et nous avons eu énormément de retombées médias », poursuit l'entrepreneur. Au point d'avoir contribué à changer l'image de la Seine-Saint-Denis ? « Je n'en sais rien. Ce que je peux dire, c'est que pour le conseil général, c'était que du bonheur. On me parle encore de cette opération aujourd'hui. Parfois, des entrepreneurs me demandent de repartir. Enfin, ça, c'était avant la crise... »