

MARSEILLE

POINTE NOIRE

2007



MATONDO CONGO

Route de l'équateur

Bilan Opération

Matondo Congo

2006 - 2007

Sail Incentive
43 rue Beaubourg
Paris 75003

Paris le 09 juillet 2007

M. Roland BOUITI VIAUDO
Président de l'Association MATONDO CONGO

Objet : BILAN Matondo CONGO Route de l'Equateur – Janvier 2006 / Juillet 2007

Cher Roland,

Comme convenu, je te prie de trouver, en pièce jointe à cette lettre, le bilan général des actions menées par Sail Incentive et ses partenaires concernant l'organisation de la 2^{ème} édition de course « Matondo Congo - Route de l'Equateur » selon les modalités prévues dans le contrat de mandat donné par l'Association Matondo CONGO.

Tu trouveras le détail des bilans sportifs, communication et financier de l'épreuve. En annexes sont présentés les books presse et DVD des retombées médias.

Par ailleurs, je me permets de rappeler que Sail Incentive est encore débiteur auprès des fournisseurs de la course de 353 000€ de prestations diverses. Il faut prévoir un règlement global de ces factures d'ici fin juillet si l'on veut conserver auprès des différents acteurs l'excellente image dont bénéficient à ce jour l'événement et le Congo.

Je te prie d'agréer, Cher Roland, l'expression de nos sentiments les meilleurs.



Régis Charpentier

Sommaire

POINTS A RETENIR.....	4
1° L'ÉVÉNEMENT SPORTIF	5
2° LA COMMUNICATION.....	7
3° LE BILAN FINANCIER.....	9
4° L'ORGANISATION	11
A) PREAMBULE - OBLIGATIONS DES 4 PRINCIPAUX ACTEURS DE L'ORGANISATION	12
1° SAIL INCENTIVE.....	12
2° YCPR	12
3° PUBLICIS	12
4° L'ASSOCIATION MATONDO CONGO.....	13
B) BILAN ORGANISATIONNEL.....	14
1° ORGANIGRAMME GENERAL.....	14
2° PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS.....	14
C) BILAN FINANCIER.....	16
1° CONCLUSIONS	16
2° TABLEAU DE REPORTING GENERAL	17
3° DETAIL PAR NATURE DE CHARGE DANS 12 TABLEAUX RENVOYANT AU TABLEAU GENERAL.....	20
D) BILAN SPORTIF	27
1° CONCLUSIONS	27
2° RESUME ET ANALYSE DE LA COURSE.....	28
3° CLASSEMENT GENERAL ET REPARTITION DES PRIMES	29
4° PARCOURS.....	31
5° DIRECTION DE COURSE / COMITE DE COURSE.....	31
E) BILAN COMMUNICATION – EN ASSOCIATION AVEC L'ARGUS DE LA PRESSE	33
1° CONCLUSIONS	33
2° ANALYSE DES RETOMBÉES MEDIAS OBTENUES	34
a) <i>Presse écrite (Presse Nationale – PQR)</i>	34
b) <i>Presse Internet</i>	35
c) <i>Retombées TV</i>	36
d) <i>Retombées Radio</i>	38
e) <i>A retenir sur l'opération Matondo Congo</i>	40
3° BILAN DES OUTILS DE COMMUNICATION MIS EN PLACE	42
a) <i>Site Internet</i>	42
b) <i>Blog</i>	46
c) <i>Production audiovisuelle</i>	47
d) <i>Listes de diffusion des communiqués de Presse</i>	48
4° LES ÉVÉNEMENTS DE RELATION PRESSE	50
a) <i>9 au 14 mai 2007 - voyage de presse au Congo Brazzaville pour l'arrivée de la Route de l'équateur</i>	50
b) <i>13 au 15 avril 2007 – Voyage de presse à Marseille pour le départ de la course</i>	50
c) <i>Du 13 Avril au 12 Mai 2007 - Organisations de vacances radios quotidiennes</i>	51
d) <i>Avril - Mai 2007 - Mise en place de partenariats médias</i>	51
e) <i>15 mars 2007 - Conférence de presse de présentation du plateau de la Matondo Congo – Route de l'équateur au Salon Nautique de Marseille</i>	52

f)	<i>Février 2007 - déjeuner en présence d'Alain Mabankou</i>	52
g)	<i>2 au 11 décembre 2006 - semaine congolaise au Salon Nautique de Paris.....</i>	52
h)	<i>5 décembre 2006 - Conférence de Presse de la 2e édition de la Route de l'équateur au Salon Nautique de Paris</i>	53
F)	BILAN EVENEMENTIEL	55
1°	MARSEILLE	55
a)	<i>Moyens mis en place</i>	55
b)	<i>Organisation sur place.....</i>	56
2°	PENDANT LA COURSE	57
3°	POINTE NOIRE.....	57
a)	<i>Moyens mis en place</i>	57
b)	<i>Organisation sur place.....</i>	58
c)	<i>Focus sur les rapatriements.....</i>	61
G)	BILAN PROJETS NON SPORTIFS	62
H)	BILAN PARTENARIATS	63
1°	LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS	63
2°	LES PARTENAIRES FINANCIERS	64
3°	LES PARTENAIRES TECHNIQUES	64
4°	LES PARTENAIRES MEDIAS.....	65
I)	ANNEXES	
	ANNEXE 1 : Contrat de mandat	
	ANNEXE 2 : Lettre de félicitation du directeur de cabinet de Nicolas Sarkozy adressée à Philippe FISTON	
	ANNEXE 3 : Facture solde restant	
	ANNEXE 4 : Book Presse	
	ANNEXE 5 : DVD Partenariats médias	

POINTS A RETENIR

Grâce au CONGO, l'Afrique possède une course au large. Cet événement existe sportivement de manière irréfutable, mais n'est pas encore reconnu comme un événement sportif international majeur.

Mis à part le DAKAR et la CAN, l'Afrique ne possède pas d'autres événements sportifs qui lui est propre. Le défi à relever est d'imposer cette course, et ce pour la meilleure image du CONGO, comme un rendez vous sportif attendu.

Dans ce bilan, nous donnons au lecteur une vision de ce qu'a été la deuxième édition de la Matondo CONGO Route de l'équateur.

Ce document pourra aussi servir à la prise de décisions sur les futurs schémas à retenir que nous voyons se dessiner autour des hypothèses suivantes :

- **Le CONGO et ses entreprises décident de ne pas organiser de troisième édition :**
 - ↪ un autre pays d'Afrique pourra en profiter pour reprendre le flambeau ;
 - ↪ l'investissement initial sur les deux premières éditions aura été vain car des événements sportifs de cette ampleur ont besoin de s'inscrire dans la durée pour provoquer l'adhésion et devenir populaire.

- **Le CONGO et ses entreprises décident d'organiser une troisième édition :**
 - ↪ Soit en mandatant une organisation et en la dotant de moyens significatifs deux ans avant la prochaine édition, ils auront alors la garantie de réunir un bon plateau sportif, de faire une vraie fête populaire à l'arrivée au Congo et de générer des retombées média positives plus spontanées.
 - ↪ Soit en mandatant une organisation à l'approche du départ de la course, comme pour la seconde édition, auquel cas, nous ne pensons pas que ce nouveau défi soit réalisable.
 - ↪ Soit en mandatant une organisation suffisamment à l'avance mais en réduisant significativement le budget, auquel cas, le budget communication sera forcément réduit et l'événement n'aura pas la visibilité amont dont il a besoin pour devenir un événement phare au niveau international.

1° L'événement sportif

- Pour la deuxième fois, le CONGO et ses entreprises ont su donner le départ d'une course au large dans le respect intégral des règles internationales. Son organisation technique a prouvé la capacité du CONGO à organiser des événements à un niveau international. La Matondo CONGO Route de l'équateur a été inscrite aux calendriers de la Fédération Internationale (ISAF), à celui de la Fédération Française de Voile (FFV), à celui du Forum International de la Course Océanique (FICO), à celui de l'Association des bateaux de course de 40 pieds « classe 40 ».
- Les huit équipages inscrits ont disputé une course particulièrement animée où les options tactiques et la maîtrise technique du bateau ont fait la différence dans un jeu très serré. Parmi les marins présents sur la ligne de départ 2007, certains comme Philippe Monnet, Florence Arthaud, ou Luc Poupon sont des figures historiques et reconnues de la course océanique. D'autres comme Patrice Carpentier ou Anne Liardet sont des marins expérimentés animant les grandes courses océaniques actuelles (Vendée Globe et Route du Rhum). Certains comme Jean Pierre Nicol, champion de France de match racing et gagnant du dernier Tour de France à la Voile ou Marie Riou, championne du monde de 470, sont des espoirs de la voile en France. Ils représentent l'avenir de la course au large et faisaient leurs premières armes de coureurs océaniques. Un plateau éclectique qui en faisait son intérêt sportif. Notons, par ailleurs, la forte présence de marins féminins, toujours de nature à intéresser le grand public. Enfin, la présence du skipper guadeloupéen d'origine congolaise Philippe Fiston ajoutait à l'intérêt général.

Liste des huit participants

- 1 – LE PETIT NICE PASSE DAT
Anne Liardet – Marie Riou – Caroline Barbarin
- 2 – CENTRE D'ACCUEIL DES MINEURS DE MVOUMVOU
Patrice Carpentier – Adrien Monsempès – Benoît Lenglet
- 3 – NOUVELLE ESPERANCE – MATONGO CONGO
Philippe Monnet – Philippe Naudin - Arnaud Vasseur - Eric D'Hooghe
- 4 – DEEP BLUE
Florence Arthaud – Alexia Barrier - Luc Poupon
- 5 – ASSOCIATION ESPACE ENFANCE
Frédérique Brulé - Thomas Roche – Luca Zuccoli
- 6 – REGION GUADELOUPE
Marc Lepesqueux - **Philippe Fiston** – Stanislas Maslard
- 7 – SIDACTION CMA - CGM
Arnaud Aubry – **Antoine Carpentier** - Jean-Pierre Nicol
- 8 - GERANIUM KILLER - YACHT CLUB DE COURCHEVEL
Luce Molinier – Frédéric Bouillon – Yannick d'Armancourt

Huit équipages au départ. Cela est inférieur aux prévisions de 10 engagements minimum. **Cela s'explique par le retard pris par l'organisation dans la confirmation de la course et la diminution des primes consécutive à la baisse significative du budget 1 mois avant le départ !**

Si les délais fixés avaient été respectés, à savoir blocage des primes de course et signature de la convention FFV en septembre 2006, la course aurait compté au moins 5 ou 6 concurrents supplémentaires : David Lefebvre, Thierry Chabagny, Franck Ferrey, Dominique Vittet, Eric Douglazet, Joe Seeten. Trois de ces skippers sont partis faire le trophée BPE, deux sont restés au port, un a pris plus de temps pour revenir des Antilles suite à sa route du Rhum.

De même, Sébastien Josse, contacté au dernier moment en mars 2007, confirmait qu'il s'était engagé sur un programme de course en avril 2006 pour les 3 années à venir.

Toutefois, le plateau 2007 reste un plateau de qualité, sur une classe de bateaux identiques, qui de l'avis général, presse comprise, est un support sportif de premier ordre pour une jeune course au large.

On remarquera pour l'anecdote que la victoire de Philippe FISTON a été saluée par le nouveau Président de la République Française Nicolas Sarkozy via son directeur de cabinet. (cf Annexe 2)

2° La Communication

Le travail de récupération des retombées presse réalisé par l'Argus est limité aux retombées en France. Les retombées Afrique, Antilles et reste du Monde n'ont pas été suivies.

o Les points forts

Stratégie de communication

- **D'une manière générale, l'image extrêmement positive de la voile et de celle des skippers emblématiques qui sont venus participer à la course – Philippe Monnet, Florence Arthaud - ont valorisé l'image du CONGO.**
- La campagne de communication sur le Tour de France à la voile a permis d'associer de manière très positive l'image du CONGO à celle d'une des premières régates en France.
- Plusieurs aspects de la course ont notamment retenu l'attention des journalistes : l'originalité du parcours Nord/Sud, les enjeux et difficultés tactiques de l'épreuve, le prestige de certains concurrents de renom.
- L'utilisation d'UNICONGO comme sponsor principal de la course a permis de dissocier le sportif du politique. Cela a limité l'opposition au projet.

Retombées presse

- Les retombées médias engendrées sur le CONGO ont toujours été extrêmement positives sur l'image du pays et de ses entrepreneurs
- Les retombées médias de la campagne sportive Matondo Congo-Route de l'équateur ont été proportionnelles à l'investissement réalisé.

Au total les résultats sont les suivants :

- o 546 retombées médias (en articles dédiés et brèves : 264 en presse écrite, 99 sujets audiovisuels, 183 articles Internet).
- o 50 heures de rush vidéo – 1h05 d'antenne TV
- o 120 vacations radios réalisées – 1h d'antenne radio
- o 6 conférences de presse, 2 déjeuners presse, 2 voyages de presse, 75 communiqués
- o 693 contacts journalistes
- o 1 site Internet dédié www.matondo-congo.com + 1 blog dédié www.matondo-congo.com/blog
- Les retombées presse spécifique de la campagne Tour de France à la voile ont été très bénéfiques à l'ensemble de l'opération
- Les deux partenariats médias (ie CANAL+ et RFI), ont fonctionné comme prévu et de manière très positive. (cf § Suivi des partenariats)
- La forte implication des journalistes de la presse régionale Marseillaise, tirée par la participation de Florence Arthaud a valorisé le CONGO et ses partenaires en PACA.

o Les points à améliorer

Stratégie de communication

- L'utilisation des approches connexes culturelles et humanitaires était une bonne idée. Elle a toutefois été mal exploitée et pas assez reprise par les médias.

Retombées presse

- Le volume des retombées presse n'est pas à la hauteur des grandes courses au large – La Route de l'équateur n'est pas encore perçu comme un événement sportif majeur.
- Le nombre de retombées presse a pu être diminué par le calendrier électoral et sportif – concomitance de l'élection du Président de la République en France et du début de la coupe de l'America.
- De facto la PQN a peu relayé l'événement sportif.
- Le nombre de retombées presse a pu être diminué par le côté politique de l'événement sportif.

- Certains conseils pour augmenter les retombées médiatiques n'ont pas été suivis. L'importance de l'achat d'espace dans le fonctionnement de la presse française n'a pas été entérinée dans les faits eu égard aux réductions budgétaires enregistrées.

3° Le bilan financier

Analyse globale du coût de l'opération

Sail Incentive s'est engagé en avril 2006 à réaliser une course pour un budget minimum de 2,3 Millions d'euros en mettant 10 bateaux sur la ligne départ et en organisant l'opération de communication qui allait avec.

In fine, après les différentes péripéties, retards, échanges entre les parties, la course sera partie avec 8 bateaux pour 2,1 millions d'euros en comptant le versement du solde à payer. Les 2 bateaux manquants n'auront pas nuit à la communication globale, la qualité du plateau sportif n'ayant jamais été remise en cause par aucun observateur.

Il faut considérer :

- qu'il est difficile de réaliser cette épreuve pour moins de 2 millions d'euros. Ceux qui prétendent le contraire fragilise un édifice encore naissant et menacent de dégrader l'image de cette opération et de ses partenaires.
- que le versement des budgets selon les calendriers, aurait permis de réaliser une meilleure opération.

Le budget minimum global de la course avait été fixé en Avril 2006 à 2,3 millions d'euros. Les engagements pris l'étaient dans le cadre du versement de ce budget minimum selon un calendrier entendu des parties.

Le budget final de la course discuté avec le Président de l'Association Matondo Congo le 17 mars 2007 à Paris et retravaillé en fonction des engagements pris à Cannes s'élevait à 1,7 millions d'euros sans compter le sponsoring du bateau CONGO.

Au final, le total général des frais engagés pour réaliser au mieux la course et l'armement des bateaux selon le nouveau calendrier s'élève à 2,1 millions d'euros (armement du bateau CONGO Compris).

Un dépassement budgétaire de 236 K€ est à constaté et s'explique par deux raisons:

- La prise en charge par Sail Incentive de budgets qui n'étaient pas dans ses engagements de départ.
- L'armement au dernier moment des bateaux CMA et CONGO :
 - la réduction significative des primes de course rendue nécessaire avec la diminution du budget disponible, a découragé au moins 4 projets de finaliser leurs inscriptions.
 - Parallèlement, l'armement des bateaux CONGO et CMA se faisait donc plus pressant.
 - Pris de cours, nous avons confié l'armement de ses bateaux à des spécialistes de la gestion de projet qui n'ont pas pu éviter l'inflation des budgets d'armement.
 - Enfin CMA qui avait donné son accord verbal par le biais de son directeur général pour sponsoriser un bateau n'a finalement apporté aucun financement.

La facture de solde de sponsoring à recevoir par Sail Incentive s'élève à 353 000 euros

Dont une somme de 339 000 euros est encore due à 7 fournisseurs de la course

- PUBLICIS – 156 000 euros – communication de la course
- SDV – 91 000 euros – billet d'avions de l'arrivée
- Actuel Réception Marseille - 32 000 euros – village Marseille
- COMIN Marseille – 9 000 euros
- SAM POSEIDON – 44 000 euros – armement bateau CONGO / prestation Philippe Monnet
- CODISCO – 1 500 euros – avances diverses
- Sail Incentive – 5 000 euros - honoraires

La différence étant des factures déjà réglées par SI. Les factures de la course sont toutes arrivées à échéance à la date de ce bilan. Un règlement rapide est à prévoir afin de conserver l'excellente image du CONGO sur cette opération.

Analyse globale des recettes

Unicongo a parfaitement assuré le relais de financement entre les opérateurs et l'Etat et s'est particulièrement impliquée pour la réussite de cet événement. Deux sociétés membres d'UNICONGO ont été à la base du lancement du projet 2007 – SOCOFRAN et GNCAC. Une mention particulière est adressée à la société SOCOFRAN sans laquelle la course n'aurait pas pu exister.

Aucun sponsor hors CONGO n'est venu participer au financement de cette épreuve. Cela s'explique par plusieurs raisons :

- des annonceurs privés hors CONGO deviendront des sponsors de la Matondo CONGO Route de l'équateur lorsque la course sera un événement médiatique attendu. Ce qui n'est pas encore le cas.
- des annonceurs privés hors CONGO ayant des intérêts en Afrique deviendront des sponsors de la Matondo CONGO Route de l'équateur lorsque la course fera escale dans d'autres pays d'Afrique. Et certains comme le SENEGAL ou le GABON nous ont contactés.
- la ville de départ aurait du participer au financement de l'épreuve. Marseille possède sur le papier toutes les raisons de s'intéresser à la course. Mais la vérité est difficile à admettre, Marseille à ce jour ne s'intéresse ni à la voile, ni au CONGO.

4° L'organisation

La course a été organisée selon les modalités prévues dans le contrat de mandat donné par l'Association MATONDO CONGO.

Points positifs

- L'organisation mise en place a permis :
 - De développer la campagne RDE dans différentes directions : course, projets non sportifs, mise en place d'infrastructures locales.
 - De faire travailler des professionnels spécialistes à chaque poste de responsabilité.
 - D'améliorer la réactivité des équipes.
 - De mobiliser une somme importante de compétences en un temps minimum.
- Durant la phase préparatoire, l'organisation a su faire face à une série de difficultés :
 - Difficulté de convaincre les sponsors des bateaux de l'intérêt économique de la destination.
 - Difficulté d'impliquer les autorités politiques à Marseille.
 - Difficulté de convaincre les sponsors nationaux de la réalité de l'épreuve.
 - Difficulté d'avancer en respectant les plannings de réalisation des tâches sans disposer des fonds correspondants à chacune de ces tâches.
 - Difficulté de concentrer sur le dernier mois précédant le départ de la course, l'intégralité des tâches à réaliser pour organiser la course.

Durant la course, les difficultés rencontrées lors de la première édition ont été évitées. Aucune difficulté majeure d'organisation à déplorer. Notons toutefois que la séparation SDV/ DELMAS a rendu très difficile la gestion du rapatriement des voiliers.

Point à améliorer

- **Les décisions importantes**, telle que la confirmation de la tenue de la course en mars 2007 et les versements budgétaires l'accompagnant, **ont été prises beaucoup trop tard**. Cela a compliqué de manière excessive le travail général d'organisation de l'épreuve.
D'une manière générale une meilleure anticipation permettrait seule une meilleure réalisation des objectifs. Par exemple, le sponsoring du bateau congolais doit être financé plusieurs mois avant le début de la course pour permettre une préparation technique optimum du bateau et de son équipage. Avec une telle préparation, l'équipe diminue les risques de casse et cela renforce les chances du bateau à concourir pour la victoire. Cela permet aussi d'éviter les dérapages budgétaires. Idem pour le bateau CMA.
- La répartition des tâches n'était pas suffisamment claire entre les différentes composantes de l'organisation (Association Matondo Congo, Sail Incentive, YCPR). Cela a nuit à la réalisation de certains objectifs (par exemple : campagne de médiatisation sur Marseille, fabrication des produits dérivés, valorisation des partenariats pour les sponsors au Congo...).
- Le contrat de mandat doit être un contrat global établissant l'intégralité des tâches à réaliser pour organiser la course et les budgets associés à ces tâches. Il doit être respecté.
- La tenue des calendriers et notamment avec la Fédération Française de Voile, aurait aussi permis l'inscription de plusieurs participants supplémentaires.

A) PREAMBULE - Obligations des 4 principaux acteurs de l'organisation

Nous reprenons ci-dessous les rôles qui étaient fixés à chacune des parties prenantes de la course

1° Sail Incentive

- Assure la direction et l'organisation générale du pôle « Course »
- Assure la préparation de la course
- Assure la responsabilité et la direction du Comité de Course
- Assure le relais de la course auprès des professionnels de la course au large
- Gère les Relations avec les skippers
- Réalise l'Opération
- Assiste le Yacht Club de la Pointe Rouge dans l'ensemble de la partie événementielle sur Marseille (cf YCPR)
- Assure la logistique du PC course (direction et comité de course), et QG du départ et d'arrivée (PC presse)
- Recherche et gère les partenaires techniques complémentaires
- Assure le suivi des partenariats financiers
- Met en place les polices d'assurance en responsabilité civile nécessaires
- Assure la production audiovisuelle en relation avec la course et le Congo Brazzaville
- Est responsable du reporting de l'opération auprès des partenaires et de l'Association Matondo Congo

2° YCPR

- Assure les relations extérieures avec la ville de Marseille
- Met en place les demandes de subventions à la ville, communauté urbaine, région.
- Est responsable du suivi du sponsoring institutionnel local
- Assure en partenariat avec Sail Incentive l'ensemble de la partie événementielle sur Marseille à savoir :
 - La capacité de l'accueil technique des voiliers dans le vieux port de Marseille
 - La sécurité et le gardiennage des zones réservées à la course au départ
 - Le réceptif du départ de la course de Marseille (logistique pour la réception des bateaux sur la ligne de départ et en mer ainsi que pendant le temps de mise à disposition des bateaux avant le départ pour le comité de course)
 - La réalisation du village de course de Marseille et la promotion de ce village avant et pendant l'événement.
 - La mise à disposition pour l'organisateur d'un PC course et d'un PC Presse sur place
 - L'accueil et le transport en mer des invités pour le suivi du départ de la course
 - L'hébergement, l'accueil et le transport des invités de l'organisation et des parties prenantes de la course
 - La fabrication des produits dérivés relatifs à la course et à la promotion des villages

3° Publicis

- Assure la médiatisation de la course
- Assure la médiatisation du Congo Brazzaville
- Recherche de partenariats éditoriaux avec les médias français de premier plan
- Met en place un service de presse « Broadcast »
- Crée et développe un site Internet et un blog, plateformes d'information sur la course
- Met en place une campagne d'information du public et des leaders d'opinion internautes

4° L'Association Matondo Congo

- Assure la réalisation des opérations locales au Congo Brazzaville
- La capacité de l'accueil technique des voiliers devant le « village des voiliers » à Pointe Noire
- La sécurité et le gardiennage des zones réservées à la course à l'arrivée à Pointe Noire
- Le réceptif de l'arrivée de la course à Pointe Noire (logistique pour la réception des bateaux sur la ligne d'arrivée et en mer, l'hébergement et l'accueil des invités).
- La réalisation du village de course à Pointe Noire
- La mise à disposition pour l'organisateur d'un PC course et d'un PC Presse à Pointe Noire.

B) BILAN ORGANISATIONNEL

1° Organigramme général

COMITE D'HONNEUR

Bureau de l'Association Matondo Congo	M. Roland BOUITI VIAUDO, Député Maire de Pointe Noire M. Jean Marie ANIELE, Directeur Général du Port Autonome, M. Christian BARROS, Président UNICONGO M. Jean Paul BELFIS, Directeur Général GNCAC M. Hubert PENDINO, Président SOCOFRAN M. Guy MAURICE, PDG Total EP Congo M. François SAMSON, Directeur administratif et Financier ZETAH
Antenne Association Marseille	M. Christian TOMMASINI, Président YCPR M. Frédéric BERTHOZ, Président des Voiles du Vieux Port

COMITE D'ORGANISATION GENERALE

Directeur général	M. Régis CHARPENTIER – Sail Incentive
Responsable de la Communication Congo	Mme Claudia LEMBOUMBA
Responsable Service de Presse Institutionnelle	M. Yannick LE BOURDONNEC- Publicis Consultants Mlle France PELE – Publicis Consultants
Responsables Service de Presse Nautique	Mme Anne MASSOT - Sail Incentive Mlle Marine DAUDIER - Sail Incentive
Responsable des relations courses	M. Régis CHARPENTIER - Sail Incentive
Responsable des relations publiques	M. Pierre NOUVELET - Sail Incentive
Responsable des partenaires	M. Régis CHARPENTIER - Sail Incentive Mlle Audrey LANCIEN - Sail Incentive
Directrice du Comité de Course Président du Comité de Course	Mme Sylvie VIANT – UNCL M. Philippe FAURE - YCPR
Responsable Accueil Pointe noire	M. Jean Paul HERBULOT– Mairie de Pointe Noire M. Anatole BAGNAKANA – Port Autonome de Pointe Noire

2° Principaux enseignements

Les deux principaux acteurs de l'organisation de la Route de l'équateur sont :

- L'association Matondo Congo comprenant :
 - Les autorités du Congo
 - UNICONGO et les opérateurs économiques
- Sail Incentive

La course a été organisée selon les modalités prévues dans le contrat de mandat donné par l'Association MATONDO CONGO.

Points positifs

- L'organisation mise en place est a permis :
 - De développer la campagne RDE dans différentes directions : course, projets non sportifs, mise en place d'infrastructures locales.
 - De faire travailler des professionnels spécialistes à chaque poste de responsabilité.
 - D'améliorer la réactivité des équipes.
 - De mobiliser une somme importante de compétences en un temps minimum.
- Durant la phase préparatoire, l'organisation a su faire face à une série de difficultés :
 - Difficulté de convaincre les sponsors des bateaux de l'intérêt économique de la destination.
 - Difficulté d'impliquer les autorités politiques à Marseille.
 - Difficulté de convaincre les sponsors nationaux de la réalité de l'épreuve.
 - Difficulté d'avancer en respectant les plannings de réalisation des tâches sans disposer des fonds correspondants à chacune de ces tâches.
 - Difficulté de concentrer sur le dernier mois précédant le départ de la course, l'intégralité des tâches à réaliser pour organiser la course.

Durant la course, les difficultés rencontrées lors de la première édition ont été évitées. Aucune difficulté majeure d'organisation à déplorer. Notons toutefois que la séparation SDV/ DELMAS a rendu très difficile la gestion du rapatriement des voiliers.

Point à améliorer

- **Les décisions importantes**, telle que la confirmation de la tenue de la course en mars 2007 et les versements budgétaires l'accompagnant, **ont été prises beaucoup trop tard**. Cela a compliqué de manière excessive le travail général d'organisation de l'épreuve.
D'une manière générale une meilleure anticipation permettrait seule une meilleure réalisation des objectifs. Par exemple, le sponsoring du bateau congolais doit être financé plusieurs mois avant le début de la course pour permettre une préparation technique optimum du bateau et de son équipage. Avec une telle préparation, l'équipe diminue les risques de casse et cela renforce les chances du bateau à concourir pour la victoire. Cela permet aussi d'éviter les dérapages budgétaires. Idem pour le bateau CMA.
- La répartition des tâches n'était pas suffisamment claire entre les différentes composantes de l'organisation (Association Matondo Congo, Sail Incentive, YCPR). Cela a nuit à la réalisation de certains objectifs (par exemple : campagne de médiatisation sur Marseille, fabrication des produits dérivés, valorisation des partenariats pour les sponsors au Congo...).
- Le contrat de mandat doit être un contrat global établissant l'intégralité des tâches à réaliser pour organiser la course et les budgets associés à ces tâches. Il doit être respecté.
- La tenue des calendriers et notamment avec la Fédération Française de Voile, aurait aussi permis l'inscription de plusieurs participants supplémentaires.

C) BILAN FINANCIER

1° Conclusions

Analyse globale du coût de l'opération

Sail Incentive s'est engagé en avril 2006 à réaliser une course pour un budget minimum de 2,3 Millions d'euros en mettant 10 bateaux sur la ligne départ et en organisant l'opération de communication qui allait avec.

In fine, après les différentes péripéties, retards, échanges entre les parties, la course sera partie avec 8 bateaux pour 2,1 millions d'euros en comptant le versement du solde à payer. Les 2 bateaux manquants n'auront pas nuit à la communication globale, la qualité du plateau sportif n'ayant jamais été remise en cause par aucun observateur.

Il faut considérer :

- qu'il est difficile de réaliser cette épreuve pour moins de 2 millions d'euros. Ceux qui prétendent le contraire fragilise un édifice encore naissant et menacent de dégrader l'image de cette opération et de ses partenaires.
- que le versement des budgets selon les calendriers, aurait permis de réaliser une meilleure opération.

Le budget minimum global de la course avait été fixé en Avril 2006 à 2,3 millions d'euros. Les engagements pris l'étaient dans le cadre du versement de ce budget minimum selon un calendrier entendu des parties.

Le budget final de la course discuté avec le Président de l'Association Matondo Congo le 17 mars 2007 à Paris et retravaillé en fonction des engagements pris à Cannes s'élevait à 1,7 millions d'euros sans compter le sponsoring du bateau CONGO.

Au final, le total général des frais engagés pour réaliser au mieux la course et l'armement des bateaux selon le nouveau calendrier s'élève à 2,1 millions d'euros (armement du bateau CONGO Compris).

Un dépassement budgétaire de 236 K€ est à constaté et s'explique par deux raisons:

- La prise en charge par Sail Incentive de budgets qui n'étaient pas dans ses engagements de départ.
- L'armement au dernier moment des bateaux CMA et CONGO :
 - la réduction significative des primes de course rendue nécessaire avec la diminution du budget disponible, a découragé au moins 4 projets de finaliser leurs inscriptions.
 - Parallèlement, l'armement des bateaux CONGO et CMA se faisait donc plus pressant.
 - Pris de cours, nous avons confié l'armement de ses bateaux à des spécialistes de la gestion de projet qui n'ont pas pu éviter l'inflation des budgets d'armement.
 - Enfin CMA qui avait donné son accord verbal par le biais de son directeur général pour sponsoriser un bateau n'a finalement apporté aucun financement.

La facture de solde de sponsoring à recevoir par Sail Incentive s'élève à 353 000 euros

Dont une somme de 339 000 euros est encore du à 7 fournisseurs de la course

- PUBLICIS – 156 000 euros – communication de la course
- SDV – 91 000 euros – billet d'avions de l'arrivée
- Actuel Réception Marseille - 32 000 euros – village Marseille
- COMIN Marseille – 9 000 euros
- SAM POSEIDON – 44 000 euros – armement bateau CONGO / prestation Philippe Monnet
- CODISCO – 1 500 euros – avances diverses
- Sail Incentive – 5 000 euros - honoraires

La différence étant des factures déjà réglées par SI. Les factures de la course sont toute arrivées à échéance à la date de ce bilan. Un règlement rapide est à prévoir afin de conserver l'excellente image du CONGO sur cette opération.

Analyse globale des recettes

Unicongo a parfaitement assuré le relais de financement entre les opérateurs et l'Etat et s'est particulièrement impliquée pour la réussite de cet événement. Deux sociétés membres d'UNICONGO ont été à la base du lancement du projet 2007 – SOCOFRAN et GNAC. Une mention particulière est adressée à la société SOCOFRAN sans laquelle la course n'aurait pas pu exister.

Aucun sponsor hors CONGO n'est venu participer au financement de cette épreuve. Cela s'explique par plusieurs raisons :

- des annonceurs privés hors CONGO deviendront des sponsors de la Matondo CONGO Route de l'équateur lorsque la course sera un événement médiatique attendu. Ce qui n'est pas encore le cas.
- des annonceurs privés hors CONGO ayant des intérêts en Afrique deviendront des sponsors de la Matondo CONGO Route de l'équateur lorsque la course fera escale dans d'autres pays d'Afrique. Et certains comme le SENEGAL ou le GABON nous ont contactés.
- la ville de départ aurait du participer au financement de l'épreuve. Marseille possède sur le papier toutes les raisons de s'intéresser à la course. Mais la vérité est difficile à admettre, Marseille à ce jour ne s'intéresse ni à la voile, ni au CONGO.

2° Tableau de reporting général

Nous présentons les éléments suivants

- Echancier de versement des sponsorings prévus en avril 2006 selon le contrat sur lequel nous nous sommes engagés
- Tableau des sponsorings reçus
- Tableau général de comparaison entre le budget et le réalisé global de la course entre janvier 2006 et juin 2007.
- Détail par nature de charge dans 12 tableaux renvoyant au tableau général.
- **Echancier de versement selon contrat du 19/04/2006**

CALENDRIER DE VERSEMENT

<i>Versement</i>	<i>Budget minimum</i>			<i>Budget optimum</i>	
<i>En euros</i>	<i>Versement Initial</i>	<i>15 septembre 2006</i>	<i>15 janvier 2007</i>	<i>15 avril 2007</i>	<i>TOTAL</i>
<i>Versement</i>	700 000	700 000	600 000	100 000	3 000 000
<i>Cumul</i>	700 000	1 400 000	2 000 000	3 000 000	

○ **Recette des sponsorings reçus par SAIL INCENTIVE au 30/06/2007**

Date	Montant en €	Sponsoring cumulé	Provenance
15/05/2006	50 000	50 000	GNCAC
19/05/2006	50 000	100 000	SOCOFRAN
19/06/2006	50 000	150 000	GNCAC
30/06/2006	1 500	151 500	GRASSET
31/07/2006	50 000	201 500	SOCOFRAN
31/07/2006	400 000	601 500	GNCAC-SOCOFRAN
15/02/07	72 500	672 500	ZETAH
06/03/2007	200 000	872 500	SOCOFRAN
15/03/2007	200 000	1 072 500	SOCOFRAN
11/04/2007	15 000	1 087 500	SOCOFRAN
17/04/2007	85 000	1 172 500	SOCOFRAN
18/04/2007	100 000	1 272 500	SOCOFRAN
17/05/2007	250 000	1 522 500	SOCOFRAN
22/05/2007	240 000	1 762 500	SOCOFRAN

○ **Tableau général de comparaison entre le budget et le réalisé global**

BUDGET RDE en € HT arrondi au 500 sup	Budget optimum deuxième édition	Budget total minimum janvier 2006	Budget révisé final disponible selon accord de Cannes	Réalisé 01/01/06 au 30/06/07	Dont reste à payer au 30/06/07 TTC
Opération Tour de France à la Voile	213 000	213 000	213 000	215 000	0
Frais techniques Tour de France	177 000	177 000	177 000	179 000	0
Honoraires Tour de France	36 000	36 000	36 000	36 000	0
Direction générale	259 000	259 000	253 000	281 500	91 000
Frais techniques Direction Course	71 000	71 000	71 000	76 500	0
Frais techniques PC Course	49 000	49 000	51 000	46 000	0
Frais techniques Administration	17 000	17 000	13 500	5 500	0
Déplacements Congo	66 000	66 000	65 000	101 000	91 000
Honoraires Sail Incentive	56 000	56 000	52 500	52 500	0
Communication / RP Corporate	220 000	180 000	279 500	347 100	156 000
Service de presse permanent (PUBLICIS)	135 000	135 000	266 000	242 000	156 000
Conférences de presse	45 000	25 000	5 000	0	0
Salon nautique	0	0	0	96 600	0
Recherche partenariat média	40 000	20 000	8 500	8 500	0
Relation Presse Voile	90 000	90 000	83 000	80 500	0
Service de presse sportif 12 mois	60 000	60 000	64 000	64 000	0
Vacations courses frais techniques	15 000	15 000	14 000	14 000	0
Déplacements Congo arrivée /ville de départ	15 000	15 000	5 000	2 500	0
Prod audiovisuelle	220 000	145 000	112 500	108 900	0
Prod. Images et son	180 000	125 000	102 500	98 900	0
Honoraires	40 000	20 000	10 000	10 000	0
Internet	91 000	70 000	50 500	40 000	0
Site Internet - Extranet	35 000	35 000	33 000	33 000	0
Partenariats	10 000	0	0	0	0
RP électroniques / contenus	46 000	35 000	17 500	7 000	0
Promotion de la course	345 000	30 000	40 000	45 500	0
promotion événementielle	30 000	10 000	22 000	44 000	0
supports de communication	35 000	10 000	10 000	Incl. Marseille	0
achat d'espace	280 000	10 000	8 000	1 500	0
Organisation Course	190 500	156 500	157 000	133 000	0
Frais techniques Comité course	61 500	61 500	60 000	47 000	0
Frais techniques et communications	50 000	25 000	25 000	15 500	0
Honoraires	62 000	60 000	62 000	62 000	0
Divers dont Meterologue	17 000	10 000	10 000	8 500	0
Relation avec les skippers	732 000	532 000	142 000	61 470	0
Liens avec instances de course	42 000	42 000	23 000	6 970	0
Frais techniques participation skippers	37 000	37 000	68 000	32 000	0
Honoraires coordination skippers	33 000	33 000	21 000	21 000	0
Primes de course	400 000	200 000	30 000	0	0
Rappatriement 10 bateaux cargo	220 000	220 000	0	1 500	0
Evenementiel Marseille	280 000	170 000	100 000	80 000	41 362
Réalisation village Marseille	150 000	110 000	40 000	39 000	31 686
Événementiel Marseille animations	70 000	10 000	25 000	21 000	8 876
Logistique hébergement 100 pers équipage et orga	40 000	40 000	35 000	17 000	800
Logistique nautique YCPR Frais techniques	20 000	10 000	0	3 000	0
Evenementiel Pointe Noire	0	0	0	6 000	0
Communication Congo	0	0	0	0	0
Sponsors et partenariats	89 000	70 000	21 000	25 000	6 500
Partenaires (associations humanitaires)	45 000	45 000	4 000	8 000	1 500
Honoraires gestion des partenariats	30 000	20 000	17 000	17 000	5 000
Autres commissions	14 000	5 000	0	0	0
TOTAL Hors Taxes	2 729 500	1 915 500	1 451 500	1 423 970	0
TOTAL COURSE Toutes taxes incluses	3 264 482	2 290 938	1 735 994	1 703 068	294 862
Armement bateaux			Budget révisé final disponible selon accord de Cannes	Réalisé 01/01/06 au 30/06/07	Réalisé 01/01/06 au 30/06/07
Bateau CONGO			120 000	174 000	44 372
Bateau CMA				171 000	0
TOTAL Hors Taxes			120 000	345 000	0
TOTAL ArmementL Toutes taxes incluses			143 520	412 620	44 372
TOTAL GENERAL	3 264 482	2 290 938	1 879 514	2 115 688	339 234

sponsoring recu 1 762 500

Factures déjà réglées 1 776 454

Factures non réglées 339 234

SPONSORING A RECEVOIR 353 188

3° Détail par nature de charge dans 12 tableaux renvoyant au tableau général

○ **Tour de France à la Voile**

TOUR VOILE	Budgets TFV - Matondo Congo			Réalisé TFV		
	Honoraires	Frais Technique	TOTAUX	Honoraires	Frais Technique	TOTAUX
Pôle Technique						
coordination projet (technique / com / RP)	2 500,0 €	00,0 €	2 500,0 €			00,0 €
Invitation (Monnet Josse)	500,0 €	22 500,0 €	23 000,0 €	3 000,0 €	27 000,0 €	30 000,0 €
Location et gestion Mumm 30 + équipage (hors PHM)	25 000,0 €	100 000,0 €	125 000,0 €	25 000,0 €	120 000,0 €	145 000,0 €
Décoration Mumm 30 aux couleurs de la RDE	1 000,0 €	8 000,0 €	9 000,0 €	1 000,0 €	7 500,0 €	8 500,0 €
Création Equipement Matondo Congo Equipage	00,0 €	00,0 €	00,0 €	500,0 €	3 500,0 €	4 000,0 €
Total technique	29 000,0 €	130 500,0 €	159 500,0 €	29 500,0 €	158 000,0 €	187 500,0 €
Pôle communication						
1. La plate-forme de communication						
construction de la stratégie de c° / BDD journalistes	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
Constitution d'une banque d'image photos (DDPI)	00,0 €	1 500,0 €	1 500,0 €	00,0 €	2 000,0 €	2 000,0 €
Constitution de la BDD médias	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
Création et impression d'un dossier de presse	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
Réalisation d'un site dédié	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
Production audiovisuelle (SARL EAT)	00,0 €	00,0 €	00,0 €	500,0 €	2 800,0 €	3 300,0 €
						00,0 €
2. Coup d'envoi						
Organisation du baptême	1 000,0 €	2 000,0 €	3 000,0 €	1 000,0 €	500,0 €	1 500,0 €
Diffusion du dossier et entretiens	00,0 €	2 000,0 €	2 000,0 €	00,0 €		00,0 €
Placement presse du cas du Partenaire	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
						00,0 €
3. Le service de presse permanent (septembre juin- juillet 2006)						
Prise en charge des missions récurrentes du service de presse (PUBLICIS)	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
Service de presse spécifique TFV (Anne Massot)	2 000,0 €	6 500,0 €	8 500,0 €	2 000,0 €	6 500,0 €	8 500,0 €
Conférence de presse au départ	1 500,0 €	2 000,0 €	3 500,0 €	1 500,0 €	2 000,0 €	3 500,0 €
PC Presse à Paris / média conférences	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
Pige suivi des retombées	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €		00,0 €
						00,0 €
4. Relations médias audiovisuels			00,0 €			00,0 €
Mise en place de l'équipe dédiée et gestion spécifique des RP TV radio (Didier Piron)	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €	1 700,0 €	1 700,0 €
						00,0 €
5. RP électroniques						
BDD des sources d'information en ligne et mise au format des outils	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €	00,0 €
Total communication	4 500,0 €	14 000,0 €	18 500,0 €	5 000,0 €	15 500,0 €	20 500,0 €
Pôle Relations Publiques						
Invitation 20 VIP (sponsors, autorités congolaises)	500,0 €	8 500,0 €	9 000,0 €	500,0 €	1 000,0 €	1 500,0 €
Stand 12 m2 pour une étape	1 000,0 €	9 000,0 €	10 000,0 €			00,0 €
Organisation Soirée VIP RDE (Location, PLV...)	1 000,0 €	15 000,0 €	16 000,0 €	1 000,0 €	4 500,0 €	5 500,0 €
Soirée de clôture TFV			00,0 €		500,0 €	500,0 €
Total Relations Publiques	2 500,0 €	32 500,0 €	35 000,0 €	1 500,0 €	6 000,0 €	7 500,0 €
						00,0 €
						00,0 €
TOTAL	36 000,0 €	177 000,0 €	213 000,0 €	36 000,0 €	179 500,0 €	215 500,0 €

○ Direction générale

	Budgets Direction Générale			Réalisé Direction			A PAYER
	Honoraires	Frais Techniques	TOTAUX	Honoraires	Frais Techniques	TOTAUX	Ttc
Direction de course							
Loyer PC COURSE	20 000,0 €	54 000,0 €	74 000,0 €	20 000,0 €	54 000,0 €	74 000,0 €	00,0 €
primes d'assurance		5 000,0 €	5 000,0 €		7 500,0 €	7 500,0 €	00,0 €
Comptabilité projet	5 000,0 €	10 000,0 €	15 000,0 €	5 000,0 €	12 000,0 €	17 000,0 €	00,0 €
Divers		2 000,0 €	2 000,0 €		3 000,0 €	3 000,0 €	00,0 €
						00,0 €	00,0 €
Total direction de course	25 000,0 €	71 000,0 €	96 000,0 €	25 000,0 €	76 500,0 €	101 500,0 €	00,0 €
PC Course							
UNCL	10 000,0 €	40 000,0 €	50 000,0 €	10 000,0 €	35 000,0 €	45 000,0 €	00,0 €
YCPR	10 000,0 €	5 000,0 €	15 000,0 €	10 000,0 €	8 000,0 €	18 000,0 €	00,0 €
CAPE Radio France	5 000,0 €	4 000,0 €	9 000,0 €	5 000,0 €	3 000,0 €	8 000,0 €	00,0 €
						00,0 €	00,0 €
						00,0 €	00,0 €
						00,0 €	00,0 €
Total PC Course	25 000,0 €	49 000,0 €	74 000,0 €	25 000,0 €	46 000,0 €	71 000,0 €	00,0 €
Administration							
Achat fourniture adm (606400)		8 500,0 €	8 500,0 €		3 000,0 €	3 000,0 €	00,0 €
Mat info		5 000,0 €	5 000,0 €		1 500,0 €	1 500,0 €	00,0 €
Divers		1 000,0 €	1 000,0 €		1 000,0 €	1 000,0 €	00,0 €
						00,0 €	00,0 €
Total Administration	00,0 €	14 500,0 €	14 500,0 €	00,0 €	5 500,0 €	5 500,0 €	00,0 €
Déplacements congo							
voyage 2006		7 500,0 €	7 500,0 €		10 000,0 €	10 000,0 €	00,0 €
Arrivée	3 000,0 €	57 000,0 €	60 000,0 €	2 500,0 €	91 000,0 €	93 500,0 €	91 000,0 €
						00,0 €	00,0 €
						00,0 €	00,0 €
Total déplacement Congo	3 000,0 €	64 500,0 €	67 500,0 €	2 500,0 €	101 000,0 €	103 500,0 €	91 000,0 €
TOTAL	53 000,0 €	199 000,0 €	252 000,0 €	52 500,0 €	229 000,0 €	281 500,0 €	91 000,0 €

○ **Communication / RP corporate**

BUDGET COMMUNICATION	BUDGET PREVU - HT	RESTE A PAYER - TTC
	338 600,0 €	156 000,0 €

PUBLICIS	Engagé HT €	A payer TTC
Honoraires	221 000,00 €	150 000,00 €
Institut de suivis médias	7 000,00 €	
Frais techniques Publicis (hors internet)	14 000,00 €	6 000,00 €
Total PUBLICIS HT	242 000,00 €	156 000,00 €

SALON NAUTIQUE	Engagé HT €	A payer HT
Frais de stand	22 100,00 €	0,00 €
Stand nu (100 m²)	17 000,00 €	0,00 €
Cablage + telecom + Elingues	5 000,00 €	0,00 €
Assurance	100,00 €	0,00 €
Aménagements du stand	34 300,00 €	0,00 €
Frais étalagiste	7 000,00 €	0,00 €
Montage stand	20 000,00 €	0,00 €
Location Mobilier	3 000,00 €	0,00 €
Location son et lumière (Plasma, Lampes, sono,...)	3 000,00 €	0,00 €
Location véhicules	300,00 €	0,00 €
Frais divers (ex: plantes, globes, cadres,..)	1 000,00 €	0,00 €
Frais d'invitation	2 500,00 €	0,00 €
Achat d'invitations	2 000,00 €	0,00 €
Frais d'envoi	200,00 €	0,00 €
Frais d'hôteses	5 000,00 €	0,00 €
Création d'un dossier de presse	3 500,00 €	0,00 €
Chemises DP RDE (x2000)	2 000,00 €	0,00 €
DP RDE	1 500,00 €	0,00 €
Outils de communication RDE	17 000,00 €	0,00 €
Frais de création outil de com	3 000,00 €	0,00 €
PLV Stand (Totem, pavillons, photos skippers,..)	5 000,00 €	0,00 €
Objets de communication (Stickers, Affiches, Cartes de visite,..)	3 000,00 €	0,00 €
Equipe TV, Broadcast, Film	6 000,00 €	0,00 €
Présentation officielle de la course	6 200,00 €	0,00 €
Cocktail	2 000,00 €	0,00 €
Commande café (Nespresso)	400,00 €	0,00 €
Groupe Congolais	1 500,00 €	0,00 €
Courses supplémentaires	1 300,00 €	0,00 €
Mise en place technique de la Tribune économique	1 000,00 €	0,00 €
Journée Découverte de la culture congolaise	4 500,00 €	0,00 €
Artiste et animation journée	1 000,00 €	0,00 €
Groupe Congolais	1 500,00 €	0,00 €
Dégustation produit congolais + cocktail	2 000,00 €	0,00 €
Invitation et hébergement VIP	1 500,00 €	0,00 €
Total Communication HT	96 600,00 €	0,00 €

 ○ **Relation presse sportive**

	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
Relations presse sportive	83 000,00 €	80 500,00 €	96 278,00 €	96 278,00 €	0,00 €
Anne Massot	83 000,00 €	80 500,00 €	96 278,00 €	96 278,00 €	0,00 €
Honoraires mai 2006 à fin juillet 2006	16 000,00 €	16 000,00 €	19 136,00 €	19 136,00 €	0,00 €
Honoraires novembre 2006 à fin janvier 2007	16 000,00 €	16 000,00 €	19 136,00 €	19 136,00 €	0,00 €
Honoraires février 2007 à juillet 2007	32 000,00 €	32 000,00 €	38 272,00 €	38 272,00 €	0,00 €
dont correspondance vacation Paris	14 000,00 €	14 000,00 €	16 744,00 €	16 744,00 €	
Note de frais 2006 à fin juillet 2006	1 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Note de frais 2006 à fin janvier 2007	2 000,00 €	300,00 €	358,80 €	358,80 €	0,00 €
Note de frais février 2007 à juillet 2007	2 000,00 €	2 200,00 €	2 631,20 €	2 631,20 €	0,00 €

○

○ **Production Images et son**

Production images et son	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	RESTE A PAYER - TTC
Tour de France			
In situ budget Tour de France	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	0,00 €		0,00 €
Matondo CONGO - mai / juin 2007	102 500,00 €	98 900,00 €	0,00 €
Frais techniques prod images images départ + arrivée	55 000,00 €	52 500,00 €	0,00 €
Honoraires En avant Toute	20 000,00 €	20 000,00 €	0,00 €
Frais techniques tournage à Gibraltar + Dakar	8 000,00 €	4 500,00 €	0,00 €
Réalisation d'un sujet 26 minutes	3 000,00 €	3 000,00 €	à
Frais techniques capture du son PC Presse Paris	1 500,00 €	2 200,00 €	0,00 €
Honoraires Didier Piron	12 000,00 €	12 000,00 €	0,00 €
Frais Didier Piron	2 000,00 €	3 200,00 €	0,00 €
Frais divers EAT CONGO	1 000,00 €	1 500,00 €	0,00 €
Total Production	102 500,00 €	98 900,00 €	0,00 €

 ○ **Site internet**

	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
Site Internet	50 500,00 €	40 000,00 €	47 840,00 €	47 840,00 €	0,00 €
TOTAL	50 500,00 €	40 000,00 €	47 840,00 €	47 840,00 €	0,00 €
Frais techniques de réalisation du site	30 000,00 €	30 000,00 €	35 880,00 €	35 880,00 €	0,00 €
Création d'un Blogg	3 000,00 €	3 000,00 €	3 588,00 €	3 588,00 €	0,00 €
Honoraires de référencement	5 500,00 €	1 500,00 €	1 794,00 €	1 794,00 €	0,00 €
Hebergement	1 500,00 €	500,00 €	598,00 €	598,00 €	0,00 €
Cartographie	1 500,00 €		0,00 €	0,00 €	0,00 €
Production de contenu sportif	9 000,00 €	5 000,00 €	5 980,00 €	5 980,00 €	0,00 €

 ○ **Promotion**

	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
Promotion de la course	40 000,00 €	45 500,00 €	54 418,00 €	54 418,00 €	0,00 €
1.1. Promotion événementielle	22 000,00 €	44 000,00 €	52 624,00 €	52 624,00 €	0,00 €
Déplacement + hébergement 2006 (625100)	12 000,00 €	32 000,00 €	38 272,00 €	38 272,00 €	0,00 €
Déplacement + hébergement 2007 avant course	5 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Reception 2006	5 000,00 €	12 000,00 €	14 352,00 €	14 352,00 €	0,00 €
1.2. Supports de communication	10 000,00 €	Incl. Marseille	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Affiches					0,00 €
Pavillons					0,00 €
Produits dérivés					0,00 €
1.3. Achat d'espace médias	8 000,00 €	1 500,00 €	1 794,00 €	1 794,00 €	0,00 €
BFM	5 000,00 €		0,00 €		0,00 €
LCI Nautisme	0,00 €		0,00 €		0,00 €
Course au Large	3 000,00 €	1 500,00 €	1 794,00 €	1 794,00 €	0,00 €
National Geographie	0,00 €		0,00 €		0,00 €

○ **Organisation course**

	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
Organisation Course	95 000,00 €	71 000,00 €	84 916,00 €	84 916,00 €	0,00 €
1.1. Comité de Course	60 000,00 €	47 000,00 €	56 212,00 €	56 212,00 €	0,00 €
Honoraires UNCL	30 000,00 €	30 000,00 €	35 880,00 €	35 880,00 €	0,00 €
Frais UNCL	2 500,00 €	2 500,00 €	2 990,00 €	2 990,00 €	0,00 €
YCPR	13 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Contrat de positionnement	5 000,00 €	5 000,00 €	5 980,00 €	5 980,00 €	0,00 €
Suivi RB	5 000,00 €	5 000,00 €	5 980,00 €	5 980,00 €	0,00 €
Contrat photos	3 000,00 €	3 000,00 €	3 588,00 €	3 588,00 €	0,00 €
Frais Alexis Boichard	1 500,00 €	1 500,00 €	1 794,00 €	1 794,00 €	0,00 €
1.2. Communication	25 000,00 €	15 500,00 €	18 538,00 €	18 538,00 €	0,00 €
Communications fixes	5 000,00 €	5 000,00 €	5 980,00 €	5 980,00 €	0,00 €
Frais techniques reception position	2 000,00 €	2 500,00 €	2 990,00 €	2 990,00 €	0,00 €
Communication concurrents et PC Course	18 000,00 €	8 000,00 €	9 568,00 €	9 568,00 €	0,00 €
1.3. Divers course	10 000,00 €	8 500,00 €	10 166,00 €	10 166,00 €	0,00 €
Meteo	8 500,00 €	7 000,00 €	8 372,00 €	8 372,00 €	0,00 €
Frais JFB	1 500,00 €	1 500,00 €	1 794,00 €	1 794,00 €	0,00 €

○ **Relations avec les skippers**

	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
Relations avec les skippers	91 000,00 €	59 470,00 €	61 558,12 €	61 558,12 €	0,00 €
Lien avec les instance de course	23 000,00 €	6 970,00 €	8 336,12 €	8 336,12 €	0,00 €
FFV - Forum course au large	500,00 €	500,00 €	598,00 €	598,00 €	0,00 €
FFV - Convention de parrainage	15 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Inscription FICO	4 000,00 €	3 770,00 €	4 508,92 €	4 508,92 €	0,00 €
Frais FICO - John Lewis	2 000,00 €	500,00 €	598,00 €	598,00 €	0,00 €
Déplacement ISAF/ FICO	1 500,00 €	2 200,00 €	2 631,20 €	2 631,20 €	0,00 €
Participation skippers	68 000,00 €	52 500,00 €	53 222,00 €	53 222,00 €	0,00 €
Lobbying / déplacement	15 000,00 €	12 500,00 €	14 950,00 €	14 950,00 €	0,00 €
Primes d'engagements	50 000,00 €	32 000,00 €	38 272,00 €	38 272,00 €	0,00 €
Divers	3 000,00 €	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

○ Marseille

MARSEILLE	BUDGET - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
1. Communication	13 650,00 €	14 741,47 €	17 477,19 €	8 601,67 €	8 875,52 €
1.1. Production TV (Hébergement 4 personnes du 9 au 11/07)	Inclus 9	Inclus 9	Inclus 9	Inclus 9	Inclus 9
1.2. Supports de communication	10 000,00 €	13 270,39 €	15 871,39 €	6 995,87 €	8 875,52 €
Affiches		642,39 €	768,30 €	768,30 €	0,00 €
Pavillons art deco mer		3 200,00 €	3 827,20 €	3 827,20 €	0,00 €
pavillons comin		7 421,00 €	8 875,52 €	0,00 €	8 875,52 €
t-shirts		2 007,00 €	2 400,37 €	2 400,37 €	0,00 €
1.3. Voyage de presse marseille	3 650,00 €	1 471,08 €	1 605,80 €	1 605,80 €	0,00 €
Coordination globale	NOTE 1				
Dossiers de presse	0,00 €	39,46 €	47,20 €	47,20 €	0,00 €
Hébergement 5 personnes (du vendredi 13 au samedi 14)	1 500,00 €	647,82 €	774,80 €	774,80 €	0,00 €
Transports AR	1 500,00 €	783,80 €	783,80 €	783,80 €	0,00 €
Frais de restauration	650,00 €	inclus 6.1 pack lunch			

	BUDGET - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
3. Village	40 000,00 €	38 740,58 €	46 368,45 €	13 861,66 €	31 686,32 €
3.1. Dimensionnement et cahier des charges village	NOTE 1				
3.2. Recherche et règlement prestataire village	40 000,00 €	33 164,73 €	39 665,02 €	7 982,70 €	31 682,32 €
3.3. Recherche et règlement prestataire PLANTES	0,00 €	662,00 €	826,47 €	826,47 €	0,00 €
3.4. Démarches réglementaires					
3.5. Chargé des relations avec les exposants					
3.6. Partenaires course sur le village					
3.7. Maintenance du village	INCLUS VILLAGE				
3.8. CdC PC Presse	NOTE 1				
3.9. CdC PC Course et PC Sécurité	NOTE 1				
3.10. PC presse et PC sécurité course	INCLUS VILLAGE	4 913,85 €	5 876,96 €	5 876,96 €	0,00 €
3.12. Accréditation					
Impression et distribution	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2,00 €	4,00 €

	BUDGET - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
4. Animation	25 000,00 €	5 500,00 €	5 500,00 €	5 500,00 €	0,00 €
4.1. Prestataire son et lumière	ycpr	inclus 3.2	inclus 3.2	inclus 3.2	inclus 3.2
4.2. Prévoir une scène	ycpr	inclus 3.3	inclus 3.3	inclus 3.3	inclus 3.3
4.3. Recherche de thèmes d'activités	NOTE 2				
4.4. Artistes et animateurs village	25 000,00 €	5 500,00 €	5 500,00 €	5 500,00 €	0,00 €
4.5. Organisation des animations villages	NOTE 2				
4.6. Programme du planning des animations	NOTE 2				

Référence BU070307

	BUDGET - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
6. Technique logistique	5 000,00 €	5 479,72 €	6 162,24 €	6 162,24 €	0,00 €
6.1. Logistique Staff	4 000,00 €	4 936,25 €	5 512,24 €	5 512,24 €	0,00 €
Hébergement (7 orga, 6 UNCL)	inclus 9				
Déplacement AR (7 orga/VIP)	2 000,00 €	2 159,57 €	2 582,84 €	2 582,84 €	0,00 €
Frais de restauration		805,69 €	850,00 €	850,00 €	0,00 €
Pack lunch (JURY, PRESSE, VIP)	2 000,00 €	1 971,00 €	2 079,40 €	2 079,40 €	0,00 €
6.2. Transport sur place (org, équipages, journalistes)	1 000,00 €	543,47 €	650,00 €	650,00 €	0,00 €
6.3. Démarches logistique					

	BUDGET - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
8. Relations Publiques	6 300,00 €	2 175,55 €	2 295,20 €	1 495,00 €	800,20 €
8.1. Logistique VIP	3 800,00 €	2 175,55 €	2 295,20 €	1 495,00 €	800,20 €
Hébergement 10 VIP	2 600,00 €	2 175,55 €	2 295,20 €	1 495,00 €	800,20 €
Frais de restauration	1 200,00 €	INCLUS 6.1 Pack lunch	NCLUS 6.1 Pack lunch	NCLUS 6.1 Pack lunch	INCLUS 6.1 Pack lunch
Gestion des VIP sur place (planning, déplacements, etc.)	NOTE 1				
8.2. Cocktail officiel (au YCPR)	1 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
8.3. Soirée des équipages	2 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
8.4. Invitations	NOTE 1				
Impression des invitations	200,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Envoi des invitations	300,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

	BUDGET - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
9. Hébergement	10 000,00 €	11 045,52 €	11 302,50 €	11 302,50 €	0,00 €

NOTE 1 : BUDGETS DEJA FINANCES

	BUDGET TOTAL - HT	TOTAL FRAIS REELS HT	TOTAL FRAIS REELS - TTC	TOTAL PAYE - TTC	TOTAL RESTANT A PAYER - TTC
BUDGET TOTAL	99 950,00 €	77 682,84 €	89 105,58 €	46 923,07 €	41 362,04 €

○ Sponsors et partenariats

	BUDGET PREVU - HT	FRAIS REEL - HT	FRAIS REEL - TTC	PAYE - TTC	RESTE A PAYER - TTC
Sponsors et partenariats	4 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	6 500,00 €	1 500,00 €
Partenariats non sportif	4 000,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	6 500,00 €	1 500,00 €
Partenariat SIDACTION	0,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	5 000,00 €	0,00 €
Partenariats humanitaires	4 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	1 500,00 €	1 500,00 €
Partenariat YCPR / bateaux pour cercle naval		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Sponsors	0,00 €				
Commissions			0,00 €		0,00 €
			0,00 €		0,00 €
			0,00 €	0,00 €	0,00 €

○ Armements bateaux

DESIGNATION	BATEAU CONGO	BATEAU CMA	A	A
			PAYER HT	PAYER TC
AVOCAT GOUZE		300		0
VASSEUR FRAIS		1000		
LE MOUSSAILLON COMBINAISONS DE SURVIE		960		
LE MOUSSAILLON COMBINAISONS DE SURV	1830			
CLASS 40		200		
EXPERTISE QUERNEC	879			
LD BREIZH EQUIPEMENTS JUMBO		2840		
HONORAIRES PREPARATION BATEAUX		5000		
CARTES SHOM	137			
CARENE SERVICE	1635			
RESTAU	71			
EUROPCAR	344			
MARSEILLE MARINE		301		
MARSEILLE MARINE	80			
NAUDIN	4000			
TRITON PREPA MARSEILLE		2500		
FRAIS EQUIPAGES	750	750		
CANOTIER CANTINE		587		
SGM		3538		
GUYOT BER AUBRY		533		
GEOLINK	73			
ETRACKS COMMUNICATION	1064			
PEPPER SAILS VOILERIE		1618		
NAUTIC PRO SHOP		335		
AUGIZEAU		2638		
AVOCAT VALTON		1196		
MULTITECH EXPERT		968		
MUSTO POGO	900			
FRAIS CB XAV AVITAILLEMENT	1000	1008		
FRAIS VASSEUR	1900			
TRANSPORT ANDRE(JUMBO +ANNUL POG	4000	3000		
A AUBRY A CARPENTIER		24000	2100	2511,6
TRANSPORT AUGIZEAU	1800			
VIR HONORAIRES EQUIPAGE	5500	1500		
HONORAIRES NAUDIN FRAIS	5000			
GEOLINK	1000			
SALAIRE VASSEUR +CHARGE	5000			
SALAIRE VASSEUR +CHARGE	2500	2500		
COMPAGNIE HYDRO DESAL		7000		
CONFORMATEUR JUMBO		717		
LOC BER JUMBO		1500		
LOC DERVILLE		80000		
LOC TRENTESAEUX	70000			
HONORAIRES P MONNET	50000		25000	29900
HONORAIRES JPNICOL		11000	2000	2392
HONORAIRES SAM	10000	10000		
PROVISION COM	2500	2000	5500	6578
CONVOYAGE RETOUR	1250	1250	2500	2990
				TTC
TOTAL € HT	173 213	170 739	37 100	44 372
Total € TTC	207 163	204 204		

D) BILAN SPORTIF

1° Conclusions

- Pour la deuxième fois le CONGO et ses entreprises ont su donner le départ d'une course au large dans le respect intégral des règles internationales. Son organisation technique a prouvé la capacité du CONGO à organiser des événements à un niveau international. La Matondo CONGO Route de l'équateur a été inscrite aux calendriers de la Fédération Internationale (ISAF), à celui de la Fédération Française de Voile (FFV), à celui du Forum International de la Course Océanique (FICO), à celui de l'Association des bateaux de course de 40 pieds « classe 40 ».
- Les huit équipages inscrits ont disputé une course particulièrement animée où les options tactiques et la maîtrise technique du bateau ont fait la différence dans un jeu très serré.
Parmi les marins présents sur la ligne de départ 2007, certains comme Philippe Monnet, Florence Arthaud, ou Luc Poupon sont des figures historiques et reconnues de la course océanique. D'autres comme Patrice Carpentier ou Anne Liardet sont des marins expérimentés animant les grandes courses océaniques actuelles (Vendée Globe et Route du Rhum). Certains comme Jean Pierre Nicol, champion de France de match racing et gagnant du dernier Tour de France à la Voile ou Marie Riou, championne du monde de 470 sont des espoirs de la voile en France représentent les espoirs de la course au large et faisaient leurs premières armes de coureurs océaniques. Un plateau éclectique qui en faisait son intérêt sportif. Notons par ailleurs la forte présence de marins féminins, toujours de nature à intéresser le grand public. Enfin, la présence du skipper guadeloupéen d'origine congolaise Philippe Fiston ajoutait à l'intérêt général.

Liste des huit participants

- 1 – LE PETIT NICE PASSE DAT
Anne Liardet – Marie Riou – Caroline Barbarin
- 2 – CENTRE D'ACCUEIL DES MINEURS DE MVOUMVOU
Patrice Carpentier – Adrien Monsempès – Benoît Lenglet
- 3 – NOUVELLE ESPERANCE – MATONGO CONGO
Philippe Monnet – Philippe Naudin - Arnaud Vasseur - Eric D'Hooghe
- 4 – DEEP BLUE
Florence Arthaud – Alexia Barrier - Luc Poupon
- 5 – ASSOCIATION ESPACE ENFANCE
Frédérique Brulé - Thomas Roche – Luca Zuccoli
- 6 – REGION GUADELOUPE
Marc Lepageux - Philippe Fiston – Stanislas Maslard
- 7 – SIDACTION CMA - CGM
Arnaud Aubry – Antoine Carpentier - Jean-Pierre Nicol
- 8 – GERANIUM KILLER - YACHT CLUB DE COURCHEVEL
Luce Molinier – Frédéric Bouillon – Yannick d'Armancourt

Huit équipages au départ. Cela est inférieur aux prévisions de 10 engagements minimum. **Cela s'explique par le retard pris par l'organisation dans la confirmation de la course et la diminution des primes consécutive à la baisse significative du budget 1 mois avant le départ.**

Si nous avions respecté les délais que nous nous étions fixés, à savoir blocage des primes de course et signature de la convention FFV en septembre 2006, la course aurait compté au moins 5 ou 6 concurrents supplémentaires : David Lefebvre, Thierry Chabagny, Franck Ferrey, Dominique Vittet, Eric Douglazet, Joe Seeten. Trois de ces skippers sont partis faire le trophée BPE, deux sont restés au port, un a pris plus de temps pour revenir des Antilles suite à sa route du Rhum.

De même, Sébastien Josse, contacté au dernier moment en mars 2007, confirmait qu'il s'était engagé sur un programme de course en avril 2006 pour les 3 années à venir.

Toutefois, le plateau 2007 reste un plateau de qualité, sur une classe de bateaux identiques, qui de l'avis général, presse comprise, est un support sportif de premier ordre pour une jeune course au large.

On remarquera pour l'anecdote que la victoire de Philippe FISTON a été saluée par le nouveau Président de la République Française Nicolas Sarkozy via son directeur de cabinet. (cf Annexe 2)

2° Résumé et analyse de la course

Au départ de Marseille, les mauvaises conditions météo ont un peu perturbé l'agenda du programme sportif obligeant le comité de course à repousser dans un premier temps, puis à annuler définitivement le Prologue. Mais le soleil et un vent modéré étaient à nouveau au rendez-vous pour le coup d'envoi de l'épreuve le dimanche 15 avril à 15h précises comme prévu, alors que la Patrouille de France survolait la ligne de départ.

Au menu des 8 concurrents, une traversée laborieuse de la Méditerranée paralysée par un système anticyclonique. Six jours à croiser le fer et les routes à petite vitesse, presque bord à bord, sans pouvoir se départager. C'est donc en rang serré que les 6 premiers passent Gibraltar, suivi quelques heures plus tard par l'équipage de Frédérique Brulé qui ferme la marche, après l'abandon de Géranium Killer, deux jours après le départ. Mais devant leurs étraves, enfin, des promesses de vitesses retrouvées.

Dès le lendemain, le dimanche 22 avril, alors que les concurrents naviguent enfin à plus de 14 nœuds de moyenne et flirtent parfois avec les 25 nœuds, la forte brise de N-NNE cause deux dommages majeurs aux équipages d'Anne Liardet et de Frédérique Brulé qui explosent leur spi lourd dans une mer chaotique et sous une pluie battante. Deux jours plus tard, c'est au tour de Deep Blue de déchirer cette précieuse voile d'avant et de perdre du terrain...

Après 6 jours de « machine à laver » dans un temps étonnamment froid et pluvieux le long des côtes de l'Afrique saharienne, Région Guadeloupe et Nouvelle Espérance se livrent une nouvelle fois un sévère mano à mano. 30 miles derrière, un autre duel sans merci se déroule entre Sidaction CMA CGM et Centre d'accueil des mineurs de MvouMvou qui n'arrivent pas à se départager. En queue de peloton, les Class 40 d'Anne Liardet et de Frédérique Brulé, accablés par des problèmes techniques qui ne leur laissent plus beaucoup d'espoir de rattraper vraiment les wagons.

Au passage de Dakar, Nouvelle Espérance prend l'avantage à Région Guadeloupe franchissant cette latitude en tête. L'approche du Pot au Noir fait alors subitement baisser les moyennes de progression et par effet d'accordéon, offrent aux retardataires une nouvelle occasion de revenir sur le très coriace à nouveau leader de cette édition, Région Guadeloupe.

Deux jours plus tard, les quatre premiers concurrents amorcent leur virage à gauche et pointent leurs étraves vers le Golfe de Guinée.

Au passage de l'équateur, les attaques de Nouvelle Espérance, de Centre d'accueil des mineurs de MvouMvou et de Sidaction CMA CGM mettent une nouvelle fois la pression sur le maillot jaune de l'épreuve qui doit à la fois surveiller, selon les options des uns et des autres, son flanc gauche et son flanc droit. Mais aussi ses arrières. Les écarts sont seulement de quelques miles nautiques après plus de 20 jours de mer.

En effet, Deep Blue, toujours en retrait, commence à amorcer son investissement à long terme dont on connaîtra par la suite le succès. Partir au large, pour arriver sur Pointe Noire par l'ouest. Très osé, mais bien vu, puisque les vieux briscards, Arthaud, Poupon, aidés de leur jeune équipière Alexia Barrier, feront main basse une semaine plus tard sur la seconde place de la course.

La traversée du Golfe de Guinée aura été un moment éprouvant pour tous les concurrents, qu'ils aient choisi des options plus ou moins éloignées de la route directe. Tous ont fait front à une mer formée et à un train presque ininterrompu d'orages aussi violents que subits, ce qui a rendu leur bataille acharnée pour la victoire à Pointe Noire impressionnante.

Le samedi 12 mai, après avoir essuyé en fin de nuit, un dernier orage, une pluie torrentielle et des vents à 45 nœuds, le Jumbo 40 Région Guadeloupe s'est adjugé la victoire dans cette 2^{ème} Route de l'équateur, en franchissant la ligne d'arrivée mouillée devant le port de Pointe Noire, au Congo Brazzaville, après 26 jours 16 heures et 53 mn de course. Soit 4 jours de plus sur un 40 pieds, que le tenant du titre Sébastien Josse sur son VOR 60.

Sur le déroulé de la course, nous regretterons

- l'abandon de Geranium Killer faute de préparation
- l'incident intervenu dans le port de Pointe Noire dans la nuit du 13 au 14 mai. Suite aux intempéries violentes, les attaches du quai d'amarrage des bateaux se sont rompues endommageant 4 bateaux de la course. Des expertises maritimes sont en cours et les assurances travaillent pour évaluer le montant des préjudices subis par les bateaux endommagés, ainsi que les responsabilités du sinistre.

Nous vous proposons de revivre la course à travers le reportage de 26' réalisé par nos soins et diffusé par Canal+. (cf. Annexe 5)

3^o Classement général et répartition des primes

○ Classements

Départ Marseille 15h 00	Temps de course	Arrivée Heure Paris	Vitesse moyenne	Vitesse sur l'eau	Distance parcourue Route directe : 4 410 miles
Région Guadeloupe	26J 16h 53mn 24s	Le 12 Mai 2007 à 07h 53mn 24s	6.88 nds	7.31 nds	4 685 milles
Deep Blue	27J 04h 10mn 35s	à 19h 10mn 35s	6.76 nds	7.4 nds	4 827 milles
Sidaction CMA - CGM	27J 07h 57mn 29s	à 22h 57mn 29s	6.723 nds	7.45 nds	4 851 milles
Centre d'accueil des mineurs de MvouMvou	27J 08h 28mn 55s	à 23h 58mn 55s	6.717 nds	7.40 nds	4 856 milles
Nouvelle Espérance – Matondo Congo	27J 13h 51mn 00s	Le 13 Mai 2007 à 04h 51mn	6.66 nds	7.396 nds	4 895 milles
Association Espace Enfance	28j 9h 12mn	Le 14 Mai 2007 à 00h 12mn	6.47 nds	7.23 nds	4 925 milles
Le Petit Nice Passadat	28j 11h 30 mn	à 02h 30mn	6.45	7.11	4 857 milles
Géranium Killer	Abandon				

○ **Primes de course**

Nous présentons ci-dessous la répartition définitive des primes de course établie par le Comité de Course après avis favorable du jury international.

Départ Marseille 15h 00	Temps de course	Skipper	Montant des primes En euros €
Région Guadeloupe	26J 16h 53mn 24s	Marc Lepesqueux / Philippe Fiston	12 500 + 12 500
Deep Blue	27J 04h 10mn 35s	Florence Arthaud	7 500
Sidaction CMA - CGM	27J 07h 57mn 29s	Arnaud Aubry	5 000
CAM MvouMvou	27J 08h 28mn 55s	Patrice Carpentier	0
Nouvelle Espérance – Matondo Congo	27J 13h 51mn 00s	Philippe Monnet	5 000
Association Espace Enfance	28j 9h 12mn	Frédérique Brulé	0
Le Petit Nice Passadat	28j 11h 30 mn	Anne Liardet	0
Géranium Killer	Abandon	Luce Molinier	0

Analyse

Le montant global des primes de course avait volontairement été fixé à un niveau important de 200 000 € pour positionner la course au niveau des grandes classiques de la course au large et attirer ainsi des coureurs célèbres.

Par ailleurs les skippers s'engageaient à reverser la moitié de leur prime à des œuvres caritatives congolaises. Enfin le montant avait été diminué de moitié par rapport à la première édition pour tenir compte des critiques qui avaient été faites quand au montant trop important de ses primes.

Selon le mandat reçu et le calendrier prévisionnel les primes devaient être versées au mois de septembre 2006.

Le non respect du blocage des primes au mois de septembre sur un compte séquestre à la demande de la FFV a :

- **détérioré nos relations avec la FFV**
- **détérioré nos relations avec les skippers professionnels qui souhaitaient s'engager**

En mars 2007, compte tenu des budgets disponibles, nous avons dû ramener le montant de ces primes de course de 200 000 € à 30 000 €

Cela a pour conséquences :

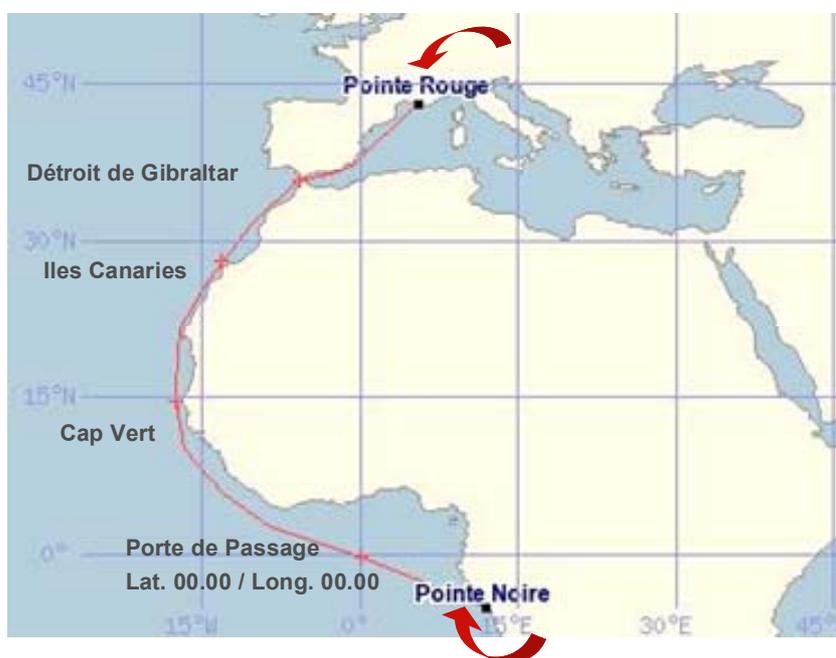
- de ne plus pouvoir appliquer le principe de reversement de 50% des primes aux œuvres congolaises. Les 8 000 € finalement versés l'ont été sur des budgets de la course
- la non inscription d'au moins 5 skippers professionnels qui avaient inscrit la Matondo Congo à leur programme de course (Dominique Vittet, Thierry Chabagny, Frank Ferrey, David Lefebvre, Éric Drouglazet)

La répartition finale des primes a été proposée dans les Instructions de Course en précision des Avis de Course, émis par l'UNCL et Sail Incentive.

Les 30 000 € de primes de course ont été versés directement par UNICONGO, lors de l'arrivée des skippers à Pointe Noire. Une prime exceptionnelle de 12 500 € a été accordée au vainqueur par la société SOCOFRAN.

4° Parcours

- Comme nous l'avons déjà remarqué en 2005, de l'avis général des concurrents, le parcours proposé cette année a été jugé particulièrement intéressant car très tactique compte tenu de l'enchaînement des systèmes météo traversés (Méditerranée, Alizés, Pot au Noir, Golfe de Guinée).
- Tout comme en 2005, l'absence de marques de parcours imposées a permis de laisser une grande liberté de choix aux skippers, ce qui est appréciable quand la course est aussi longue.
- Le vainqueur de cette année, Région Guadeloupe, a mis 4 jours de plus que Sébastien Josse, vainqueur en 2005. Cela s'explique par le fait que les voiliers en compétition cette année ne sont pas de la même classe qu'en 2005 et que les équipages ont été diminués, afin de réduire les coûts induits.



5° Direction de Course / Comité de Course

Entièrement satisfaits par leur prestation en 2005, la Direction de Course a engagé les services de l'UNCL. L'UNCL est le club nautique soutien de toutes les grandes classiques (Route du Rhum, Vendée Globe, Tour de France à la Voile...).

Le travail de l'UNCL en collaboration avec la Direction de Course a permis :

- d'établir les instructions et avis de course afin de fixer des règles de course intangibles et approuvées par tous les concurrents et les instances internationales de voile (Fédération Internationale ISAF FFV et FICO).
- de contrôler en permanence l'application des règles de course afin d'assurer l'équité sportive de l'épreuve.
- le contrôle rigoureux des bateaux à Marseille afin de garantir une sécurité maximum durant la course.
- d'organiser les procédures de départ et d'arrivée de la course.
- de positionner les bateaux en course et de tenir informées les instances de l'organisation toutes les 6h maximum.

- de prendre des décisions sportives incontestables des autres skippers durant la course (Gestion de l'arrêt de Région Guadeloupe à Gibraltar, ou gestion d'un des voiliers n'ayant su se mettre en conformité avec le règlement sous les 48h après le départ de la course et qui a du être exclu.). Cela a évité toute réclamation à l'arrivée.
- d'établir les classements officiels de la course en collaboration avec le jury international.

E) BILAN COMMUNICATION – En association avec l'Argus de la Presse



1° Conclusions

La communication a été coordonnée par Sail Incentive. L'agence Publicis et l'attachée de presse Anne Massot ont été en charge de la communication de l'épreuve. *Le bilan média présenté est issu du travail réalisé en collaboration avec l'institut de sondage Argus de la Presse. Les chiffres et retombées médias mentionnés ont été apportés par les analyses et sources de l'Argus.*

Le service de presse et de communication a poursuivi son travail de sensibilisation des médias, à l'issue du Tour de France à la Voile. Plusieurs rendez-vous presse (Salon Nautique de Paris, Salon Nautique de Marseille, voyage de presse, déjeuner avec Alain Mabankou...) ont été organisés pour maintenir le lien avec les journalistes, pendant la période de transition entre le TFV et la course elle-même.

Pendant la course, de nombreux communiqués de presse, interviews et dossiers ont été réalisés afin d'occuper au maximum la scène médiatique.

Le travail de récupération des retombées presse réalisé par l'Argus est limité aux retombées en France. Les retombées Afrique, Antilles et reste du Monde n'ont pas été suivies.

o Les points forts

Stratégie de communication

- **D'une manière générale, l'image extrêmement positive de la voile et de celle des skippers emblématiques qui sont venus participer à la course – Philippe Monnet, Florence Arthaud - ont valorisé l'image du CONGO.**
- La campagne de communication sur le Tour de France à la voile a permis d'associer de manière très positive l'image du CONGO à celle d'une des premières régates en France.
- Plusieurs aspects de la course ont notamment retenu l'attention des journalistes : l'originalité du parcours Nord/Sud, les enjeux et difficultés tactiques de l'épreuve, le prestige de certains concurrents de renom.
- L'utilisation d'UNICONGO comme sponsor principal de la course a permis de dissocier le sportif du politique. Cela a limité l'opposition au projet.

Retombées presse

- Les retombées médias engendrées sur le CONGO ont toujours été extrêmement positives sur l'image du pays et de ses entrepreneurs
- Les retombées médias de la campagne sportive Matondo Congo-Route de l'équateur ont été proportionnelles à l'investissement réalisé.

Au total les résultats sont les suivants :

- o 546 retombées médias (en articles dédiés et brèves : 264 en presse écrite, 99 sujets audiovisuels, 183 articles Internet).
- o 50 heures de rush vidéo – 1h05 d'antenne TV
- o 120 vacations radios réalisées – 1h d'antenne radio
- o 6 conférences de presse, 2 déjeuners presse, 2 voyages de presse, 75 communiqués
- o 693 contacts journalistes
- o 1 site Internet dédié www.matondo-congo.com + 1 blog dédié www.matondo-congo.com/blog
- Les retombées presse spécifique de la campagne Tour de France à la voile ont été très bénéfiques à l'ensemble de l'opération
- Les deux partenariats médias (ie CANAL + et RFI), ont fonctionné comme prévu et de manière très positive. (cf. § Suivi des partenariats)
- La forte implication des journalistes de la presse régionale Marseillaise, tirée par la participation de Florence Arthaud a valorisé le CONGO et ses partenaires en PACA.

- **Les points à améliorer**

- Stratégie de communication

- L'utilisation des approches connexes culturelles et humanitaires était une bonne idée. Elle a toutefois été mal exploitée et pas assez reprise par les médias.

- Retombées presse

- Le volume des retombées presse n'est pas à la hauteur des grandes courses au large – La Route de l'équateur n'est pas encore perçue comme un événement sportif majeur.
 - Le nombre de retombées presse a pu être diminué par le calendrier électoral et sportif – concomitance de l'élection du Président de la République en France et du début de la coupe de l'America.
 - De facto la PQN a peu relayé l'événement sportif.
 - Le nombre de retombée presse a pu être diminué par le côté politique de l'événement sportif.
 - Certains conseils pour augmenter les retombées médiatiques n'ont pas été suivis. L'importance de l'achat d'espace dans le fonctionnement de la presse française n'a pas été entérinée dans les faits eu égard aux réductions budgétaires enregistrées.

2° Analyse des retombées médias obtenues

Ces analyses se basent sur des retombées identifiées en France par l'Argus. Elles sont donc par nature exhaustives et ne prennent pas en compte les médias hors France, Antilles du type : RFI, RCI, Radio Antilles, TV5, RFO...

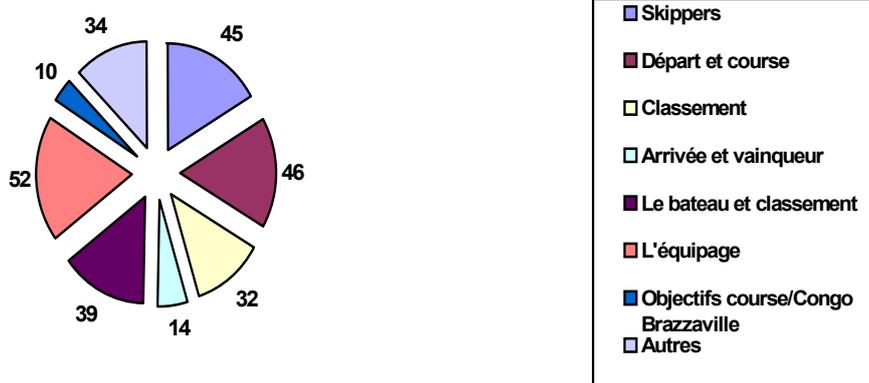
a) Presse écrite (Presse Nationale – PQR)

- **Contexte de l'impact**

Les journalistes ont mis l'accent sur :

- **Le bateau Matondo-Congo (TFV)** → exposé dans **16** articles dédiés et **23** brèves
- **L'équipage Matondo-Congo (TFV)** → exposé dans **37** articles dédiés et **15** brèves
- **Les skippers** → exposé dans **27** articles dédiés et **18** brèves
- **Le départ et le déroulement** → exposés dans **32** articles dédiés et **14** brèves
- **Le classement des bateaux** → exposé dans **32** articles dédiés et **0** brève
- **L'arrivée et le vainqueur** → exposé dans **12** articles dédiés et **2** brèves
- **Objectifs de la course et le Congo Brazzaville** → exposés dans **23** articles dédiés et **2** brèves

○ **Retombées presse : répartition par thème**



PERFORMANCES Presse Nat. / PQR

264 articles dans la Presse Nationale et la PQR où plusieurs de ces thèmes ont été traités

60 visuels

Diffusion concernant les articles

40,1 Millions de contacts

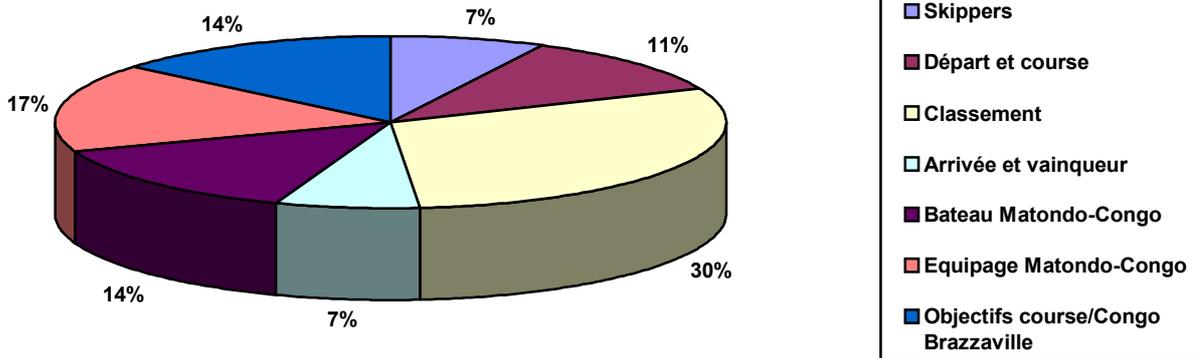
b) Presse Internet

○ **Contexte de l'impact**

Les journalistes ont mis l'accent sur :

- ***Le bateau Matondo-Congo (TFV)*** → exposé dans **6** articles dédiés et **20** brèves
- ***L'équipage Matondo-Congo (TFV)*** → exposé dans **18** articles dédiés et **13** brèves
- ***Les skippers*** → exposé dans **6** articles dédiés et **8** brèves
- ***Le départ et le déroulement*** → exposé dans **18** articles dédiés et **3** brèves
- ***Le classement des bateaux*** → exposés dans **56** articles dédiés et **0** brève
- ***L'arrivée et le vainqueur*** → exposé dans **13** articles dédiés et **0** brève
- ***Les objectifs de la course et le Congo Brazzaville*** → exposés dans **17** articles dédiés et **9** brèves

○ **Retombées presse web : répartition par thème**



PERFORMANCES

183 articles web où plusieurs de ces thèmes ont été traités

32 visuels

c) **Retombées TV***

○ **Chaînes de télévision concernées**



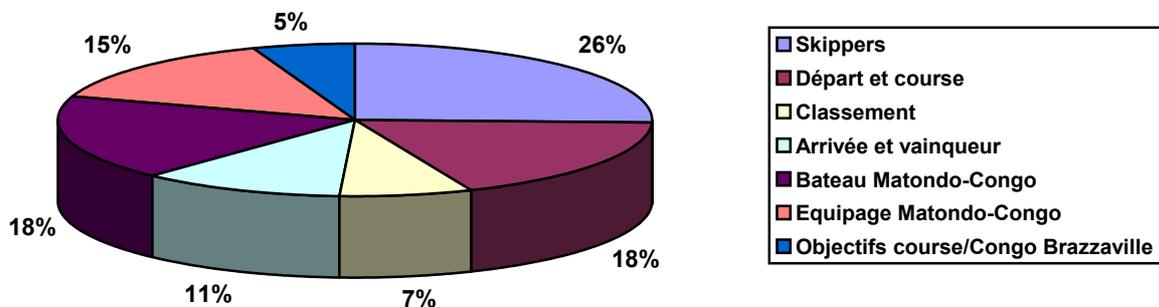
* analyse réalisée sur la base des scripts fournis par TNS

○ **Contexte de l'impact**

Les journalistes ont mis l'accent sur :

- **Le bateau Matondo-Congo (TFV)** → exposé dans **10** émissions
- **L'équipage Matondo-Congo (TFV)** → exposé dans **8** émissions
- **Les skippers** → exposé dans **14** émissions
- **Le départ et le déroulement** → exposé dans **10** émissions
- **Le classement des bateaux** → exposés dans **4** émissions
- **L'arrivée et le vainqueur** → exposé dans **6** émissions
- **Les objectifs de la course et le Congo Brazzaville** → exposés dans **3** émissions

○ **Retombées TV : répartition par thème**



PERFORMANCES TV

53 émissions télévisées où plusieurs de ces thèmes ont été traités

Durée des visibilités écran

65 minutes **11**



Sujets dédiés : 55 min 75 sec
Sujets brefs : 9 min 36 sec

d) **Retombées Radio***

o **Chaînes de radio concernées**



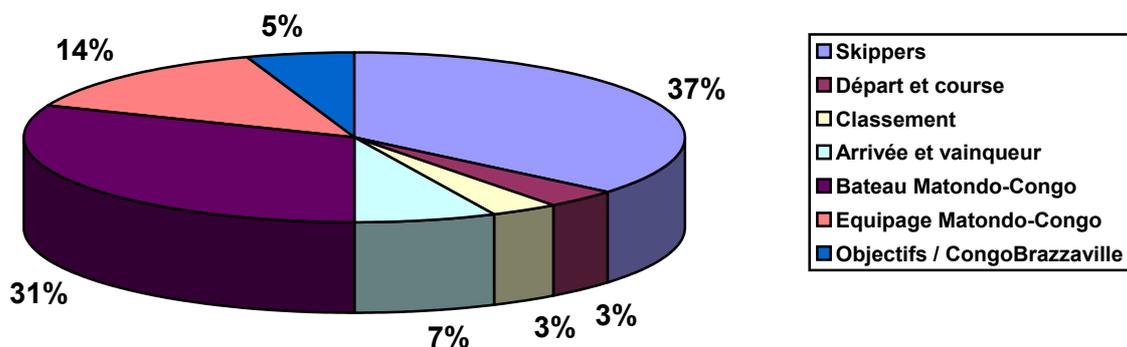
o **Contexte de l'impact**

Les journalistes ont mis l'accent sur :

- ***Le bateau Matondo-Congo (TFV)*** → exposé dans **18** émissions
- ***L'équipage Matondo-Congo (TFV)*** → exposé dans **8** émissions
- ***Les skippers*** → exposé dans **21** émissions
- ***Le départ et le déroulement*** → exposés dans **2** émissions
- ***Le classement des bateaux*** → exposé dans **2** émissions
- ***L'arrivée et le vainqueur*** → exposé dans **4** émissions
- ***Les objectifs de la course et le Congo Brazzaville*** → exposés dans **3** émissions

* Analyse réalisée sur la base des scripts fournis par TNS

○ **Retombées radio : répartition par thème**



PERFORMANCES RADIO

46 émissions de radio

Durée d'écoute
58 minutes **06** sec

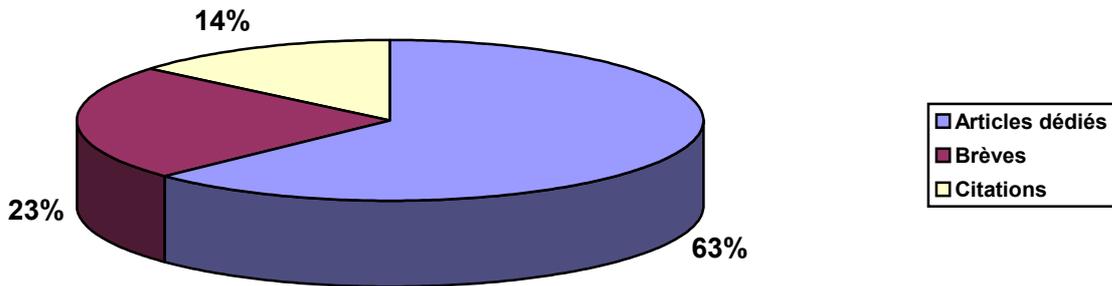


Sujets dédiés : 39 min 16 sec
Sujets brefs : 19 min 30 sec

○ **Retombées par catégorie de presse**

Typologie Presse	Nb d'articles	%
Presse Nat.	50	9%
PQR	213	39%
WEB	183	34%
RADIO	46	8%
TV	53	10%
TOTAL	545	100 %

○ **Répartition selon le type d'articles**



- La grande majorité des articles (63%) sont des articles qui traitent en priorité de la Route de l'équateur.
- **La Presse Quotidienne Régionale** a été un bon relais de l'information puisqu'elle représente **près de 40% des articles de presse**.
- Les radios et télévisions se sont également davantage mobilisées pour la course (99 sujets).

e) A retenir sur l'opération Matondo Congo

○ **Un traitement différent selon les types de presse**

- La presse nationale généraliste - presse écrite, radios et télévisions - a partiellement relayé les informations concernant la Route de l'équateur, se concentrant surtout sur les faits d'actualité, sous forme de brèves : le départ et l'arrivée des vainqueurs. Certains journalistes de la presse écrite se sont attachés à traiter le contexte dans lequel s'inscrit la Route de l'équateur : enjeux économiques et politiques du Congo Brazzaville (ex : Le Parisien/Aujourd'hui en France du 19 mai 2007). On peut également noter que plusieurs dépêches AFP sont parues pour annoncer le départ et l'arrivée de la course, ce qui a contribué favorablement à la médiatisation de l'événement. Enfin, on peut souligner la diffusion de sujets sur des radios et télévisions nationales de grande écoute telles que le Journal de 20h de France 2 le 12 mai ou encore le journal du soir sur BFM le 13 mai 2007.
- La presse nationale sportive généraliste a moyennement fait l'écho de la Route de l'équateur. En effet, seul le quotidien L'Equipe a publié quelques brèves concernant la course, ainsi qu'un portrait conséquent du skipper Philippe Fiston (le 03/05/07). On pourra regretter l'absence d'article de fond sur la course et ses enjeux.
A contrario les médias voiles ont bien relayé l'information et plus particulièrement le magazine Course au Large (juin/juillet), qui publie un bel article complet sur la Route de l'équateur et a assuré un suivi web quotidien de la course. Voiles et Voiliers, autre magazine spécialisé, s'est abstenu de toute information pour des raisons politiques.
- La presse régionale (écrite comme audiovisuelle) s'est bien approprié le sujet et a très largement couvert l'opération. Durant le TFV, nous avons pu observer que ces médias régionaux

s'intéressaient fortement à la course, relayaient les informations sur son déroulé et les classements quotidiennement et surtout portaient un intérêt plus particulier à l'équipage Matondo Congo. Par la suite, la presse Marseillaise a évidemment médiatisé la Route de l'équateur, tout au long de l'événement. Les deux principaux quotidiens – La Provence et La Marseillaise – ont d'ailleurs traité tous les aspects de la course (enjeux économiques, projets humanitaires, skippers engagés...) et ont relayé quasi quotidiennement le parcours des différents équipages durant l'épreuve. Les médias locaux des régions dont sont originaires les skippers ont également relayé les informations sur la Route de l'équateur avec assiduité, suivant avec intérêt l'évolution de leur « champion local ». On peut citer par exemple les journaux Ouest France, Havre Libre ou encore Le Télégramme de Brest.

- De la même manière, les sites Internet spécialisés et d'actualité ont largement couvert la course. On notera notamment que les sites spécialisés dans le sport et la voile ont repris quotidiennement les communiqués envoyés par Sail Incentive, ce qui a permis aux lecteurs passionnés de voile de suivre le parcours des équipages.

○ **Les thématiques clés**

- L'intérêt sportif de la course est l'un des thèmes qui a le plus intéressé les journalistes. En effet, les articles qui évoquent la Route de l'équateur soulignent très souvent l'originalité de son parcours, qui en fait une course unique parmi les épreuves de course au large. Les journalistes soulignent d'ailleurs que c'est l'un des facteurs qui peuvent inciter les skippers à participer à la course. Le passage obligatoire au point 0°00' / 0°00' et la traversée du pot au noir sont également des particularités qui retiennent l'attention des médias. De même, la destination d'arrivée, le Congo-Brazzaville, est un élément qui intéresse la presse puisqu'il s'agit d'une destination encore peu connue du milieu de la voile. En bref, la Route de l'équateur tire son épingle du jeu grâce à ses originalités sur le plan sportif. Mis à part le traitement de la presse locale, le choix de la ville de Marseille ne suscite pas l'intérêt des journalistes.
- Les skippers de renom sont également un levier fort auprès des médias. La plupart des articles citent les skippers emblématiques tels que Florence Arthaud ou Philippe Monnet. La participation de ces skippers à la Route de l'équateur apporte une véritable légitimité à l'événement, et crédibilise la course aux yeux des journalistes, et donc des lecteurs. On remarque également que de nombreux titres de presse ont choisi le mode de l'interview de skippers pour évoquer la course. Ceux-ci apportent ainsi leur regard sur la Route de l'équateur et offrent un angle nouveau aux médias. Avec ces interviews, les skippers deviennent des ambassadeurs positifs et légitimes du Congo.
- La dimension humanitaire, en revanche, a été insuffisamment traitée par la presse. Seuls quelques articles évoquent les projets et les associations soutenues par les différents équipages. Ce sont d'ailleurs souvent les skippers qui, dans leurs interviews, évoquent l'association qu'ils ont choisi de soutenir. On peut tout de même regretter qu'aucun journaliste n'ait choisi de publier un article de fond sur les problèmes rencontrés par les populations congolaises, et sur lesquels la Route de l'équateur a justement voulu attirer l'attention.
- Enfin, on peut noter que les deux voyages de presse ont donné lieu à la publication d'articles plus poussés sur le Congo Brazzaville et sa situation économique, dans des médias majeurs (tant en termes de lectorat que de ligne éditoriale), tels que : Le Figaro Economie (02/12/06), Challenges (janvier 2007), Aujourd'hui en France (19/05/07), ou encore Newzly (13/06/07)...

○ **L'approche particulière du TFV**

- Le TFV a permis de mieux faire connaître la course à travers la participation de l'équipage Matondo Congo Route de l'équateur. La 3^{ème} place obtenue sur 32 participants a permis d'installer la visibilité et la notoriété de la course dans les médias, la presse –principalement la presse régionale - mais aussi les sites web qui se sont plus naturellement tournés vers des sujets liés à la course directement ou aux objectifs en découlant : promotion du Congo, sujet couvert par la presse nationale ; projets humanitaires, sujets TV, presse spécialisée, etc....

- Grâce aux premiers contacts initiés à l'occasion de ce Tour de France à la Voile, et à une stratégie de communication dans la continuité jusqu'au départ de la course, la seconde édition de la Route de l'équateur a bénéficié d'un bon relais médiatique. Elle a ainsi gagné en visibilité et en notoriété, auprès des milieux sportifs mais aussi auprès du grand public.
- Entre ces deux événements phares (TFV + Course MC RDE), le voyage de presse du mois de novembre a conduit à la parution d'articles dans des journaux leaders de la presse nationale française (Le Figaro Economie, Challenges, Le Journal du Dimanche) sur des sujets de fond portant principalement sur le Congo - sa mise en valeur au travers de la course au niveau de ses atouts économiques et culturels.
- Présence à l'esprit
 - 78% d'articles dédiés
 - 22% de brèves
- Promotion du Congo
 - Quelques articles dans des titres de presse nationaux se sont attachés à traiter la situation économique du Congo et ses enjeux.
 - La plupart des retombées au moment de la course ont évoqué le Congo Brazzaville, soit comme initiateur de la course, soit comme destination finale.

Concluons que l'utilisation de support médiatique existant et légitime, comme la participation d'un bateau aux couleurs de la course au Tour de France à la Voile, est un vrai levier pour la course et la communication de la course

3° Bilan des outils de communication mis en place

a) Site Internet

o Contenu du site



Le site Internet entièrement dédié au projet Matondo Congo, mis en place à l'occasion du Tour de France à la voile, a lors de cette Route de l'équateur atteint sa vitesse de croisière et comprenait un grand nombre d'interfaces utiles au suivi de la course et à la création du projet :

- Cartographie nouvelle génération Google Map® avec relevé des positions toutes les 6 heures
- Présentation de la course (parcours, participants, partenaires, projets non sportifs, villages...)
- Espace Multimédia (38 vidéos, 100 vacations radios, 157 photos)
- Espace Archives (reprenant toutes les news, vidéos et sons réalisés depuis le début de l'opération Matondo Congo soit → 58 vidéos, 120 vacations radio, plus de 300 photos en ligne)
- Espace Marseille Congo (Présentation de la ville de Marseille, du Congo Brazzaville et de Pointe Noire)
- Espace voile (dossiers sur l'apprentissage de la voile, les notions de bases...)
- Blog sur les infos off de l'opération (détail rubrique ci-après)
- Un espace de soutien aux associations représentées par la course



http://www.netandsea.com - MATONDO-CONGO - Route de l'Equateur - Cartographie - Mozilla Firefox

MATONDO CONGO
Route de l'équateur

POSITIONS CLASSEMENT

Classement du 14/05 01h00

Rang	Bateau	Dist. Evol.
1er	Region Guadeloupe	0.00 =
2ème	Deep Blue	0.00 =
3ème	Sidaccon CMA - CGM	0.00 =
4ème	Centre d'accueil des mineurs de Ivoumou	0.00 =
5ème	Nouvelle Esperance Matondo Congo	0.00 =
6ème		0.00 =

ok Réalisation Netency.com

Madingo-Kayes
Pointe-Noire

Prévisions de vents au 13/05 00h00
Prévisions actuelles
0 10 20 30 40 50 km/h

Télécharger le bulletin météo

Google Earth
Suivre la course sur Google Earth

Cartographie www.matondo-congo.com

Le travail fourni en amont sur le site Internet lors du Tour de France à la voile et du salon Nautique nous a permis d'être particulièrement réactif lors du départ de la course et de pouvoir l'alimenter régulièrement en news, vidéo, sons, images (...). L'objectif d'être visible sur une durée d'un an a été particulièrement réussi puisque comme nous allons le voir plus bas au regard des statistiques de fréquentation, nous sommes placés au dessus d'un site comme celui de Maud Fontenoy, et à égal avec un site comme la Calais Round Britain Race.

o **Médiatisation du site**

• Référencement

Une campagne d'annonces Google a été mise en place afin de maximiser la visibilité du site.

Sur l'ensemble du réseau de diffusion (pages de résultats Google + annonces contextuelles sur les sites voile/sport/nautisme), l'annonce a été diffusée 633 663 fois.

[Matondo Congo](http://www.matondo-congo.com)
Route de l'équateur 2007
Suivez la course sur
www.matondo-congo.com
1 sur 2 - [afficher tout](#)

Sur Google, l'annonce à été affichée 2431 fois pour 1111 clics (taux de clic de 45.70%), ce qui équivaut à dire que la moitié des internautes ayant été exposés à l'annonce sur Google ont cliqué sur le lien.

- Bouche à oreille

De nombreux sites et communautés (nautisme, voile, sports, Afrique...) ont été contactés tout au long de la campagne, en s'adressant directement aux webmasters, ou en suggérant le site dans des forums de discussions pertinent.

(Les différentes mentions de la course sur le web sont disponibles cf. Annexe 4).

- Veille

Pendant la course, la Course a subit de nombreuses attaques de la part d'opposants politiques.

Selon les cas de figure, des réponses à ces critiques ont été postées, et les modérateurs des sites concernés ont été contactés quand les messages étaient complètement hors-sujet.

La plupart de ces messages ont été « traités », réduisant ainsi sa visibilité au minimum. Aucune de ces interventions n'apparaissent dans les premiers résultats de Google aux requêtes « Matondo Congo » et « Route de l'Equateur »

- Fréquentation du site Internet

- **Statistiques sur l'ensemble de l'opération Matondo Congo (Juin 2006 – Juin 2007)**

- **Visiteurs :**

Nombre de visiteurs : 488 243

Nombres de visites uniques : 39 080

Nombre de visiteurs par jour : 1 338

Temps moyen de connexion : 9 min 16 sec.

Visiteurs venus 1 fois : 20 781

Visiteurs venus plus d'une 1 fois : 18 299

Moyenne des visites par visiteurs : 12,11

- **Pages vues :**

Nombre de pages vues : 508 234

- **Période TFV (du 01/07/06 au 31/07/06) :**

- **Visiteurs :**

Nombre de visiteurs : 36 734

Nombres de visites uniques : 3 876

Nombre de visiteurs par jour : 1 185

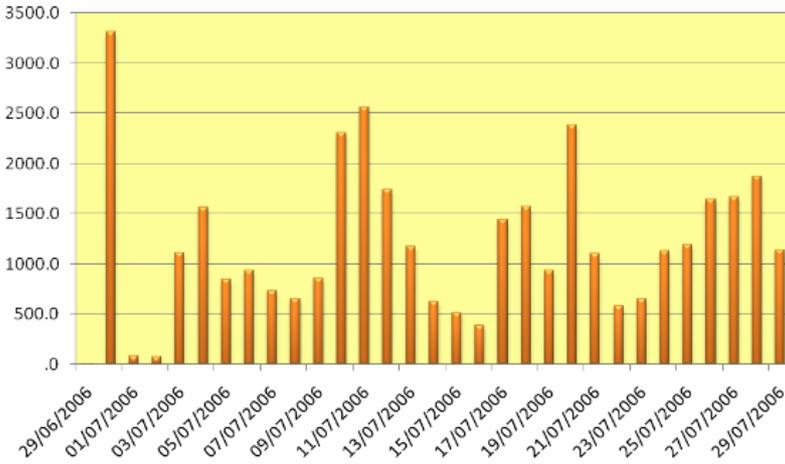
Temps moyen de connexion : 8 min 57 sec.

- **Pages vues :**

Nombre de pages vues : 34 000

Moyenne pages vues / jour : 1 097

Nombre de visites



Nombre de visites pour un visiteur

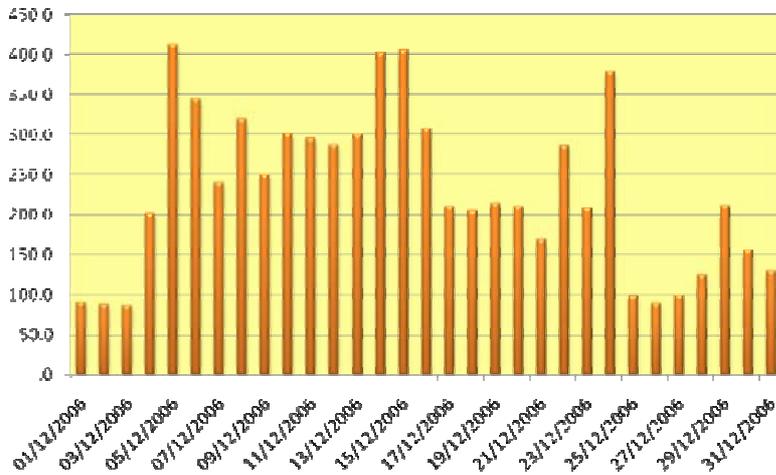


• **Période Salon : (du 01/12 au 31/12)**

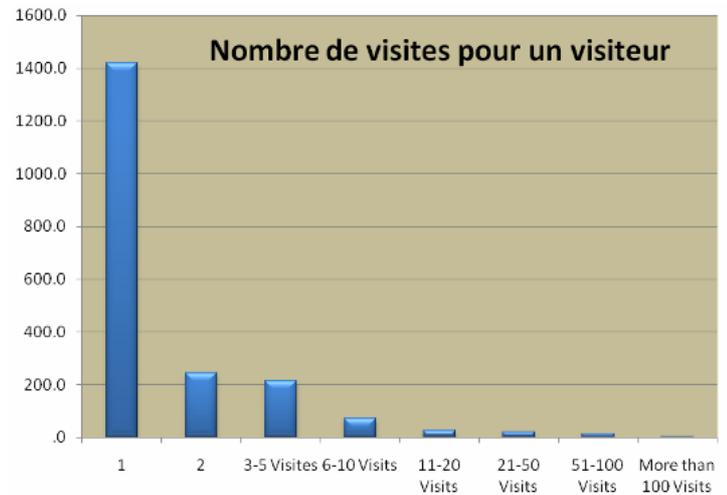
- **Visiteurs**

Nombre de visiteurs : 7 123
 Nombres de visites uniques : 2 004
 Nombre de visiteurs par jour : 230
 Temps moyen de connexion : 7 min 59 sec.

Nombre de visites



Nombre de visites pour un visiteur



- **Pages vues**

Nombres de pages vues : 14 673
 Moyenne pages vues / jour : 473

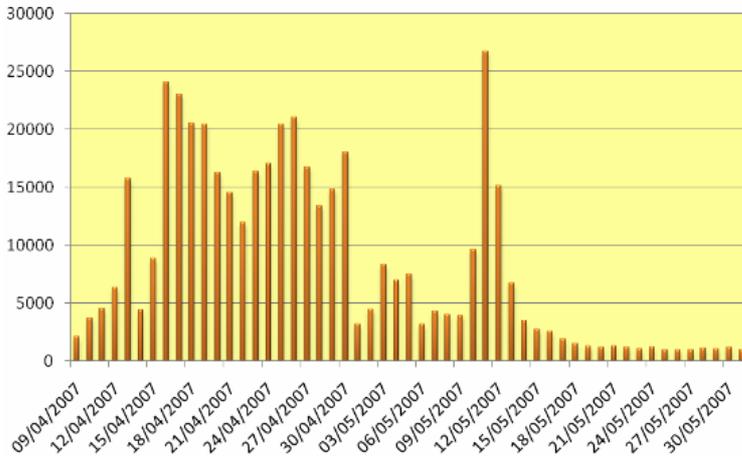
• **Période RDE (09/04 au 30/04 et 01/05 et 31/05)**

- **Visiteurs**

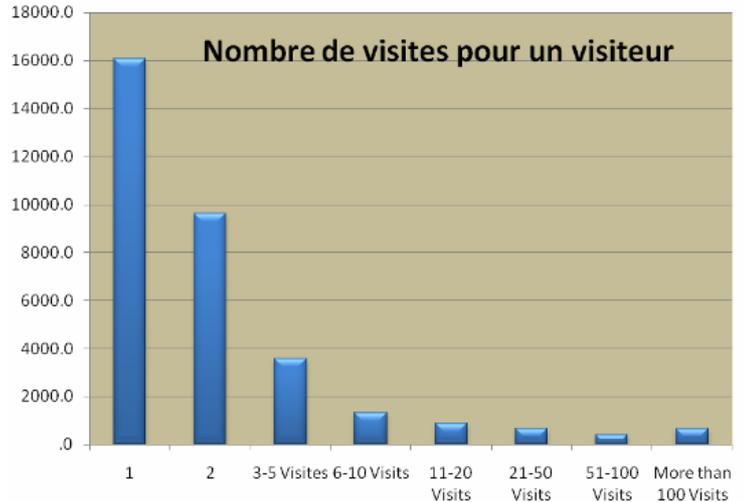
Nombre de visiteurs : 444 386
 Nombres de visites uniques : 33 200
 Nombre de visiteurs par jour : 8 229

Temps moyen de connexion : 10 min 43 sec.

Nombre de visites



Nombre de visites pour un visiteur



- **Pages vues**

Nombre de pages vues : 459 561

Moyenne pages vues / jour : 8 510

b) Blog

Mis en ligne en juillet 2006, le blog Matondo Congo a répondu à plusieurs objectifs :

- o **Créer un point de rendez-vous**

Après un départ en douceur, le blog a connu une forte croissance de son audience aux alentours du Salon Nautique 2006. Entre cette période et la fin de la course, **6500 visiteurs uniques** sont passés sur le blog pour un total de **20 000 pages vues**.

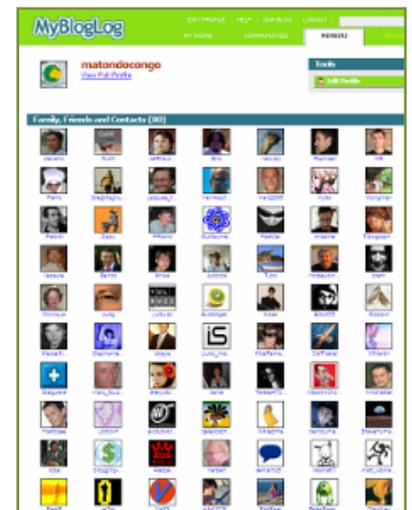
Avec **153 posts sur toute la période**, soit une moyenne d'un post tous les deux jours, le blog est devenu un rendez-vous quotidien pour de nombreux passionnés de voile.



La communauté [Mybloglog](#) créée à l'occasion compte 80 membres qui suivent le blog, dont certains très connus sur la blogosphère Française : [Jacques Froissant](#), [GuiM](#), [Fred de Mai](#)

Exemples de messages déposés par des membres :

- « Merci pour le lien. Je suis malouine et donc forcément j'adore la voile. Je reviendrai te rendre visite. »
- « Bon vent à toute l'équipe. Bravo pour le blog »



- « Bonne continuation et bon vent jusqu'à la superbe ville côtière de Pointe-Noire dite "Ponton La Belle" qui, grâce à votre évènement est mise en lumière. A bientôt! »
- "Your site has interesting photos, would be good to have a translated version of your site, wouldn't it? Best regards from Kaposvar/Hungary"



○ **Présenter la course**

Au fil des posts, tous les aspects de la course ont été abordés sur le blog : la technique, l'itinéraire, les bateaux, les équipages, l'organisation, les projets connexes (santé, humanitaire, éducation)

○ **Médiatiser les évènements « étapes »**

Tout au long de l'année, les initiatives annexes ont été présentées : le Tour de France à la voile, le stand Sail Incentive/Matondo Congo au Salon Nautique 2006, la participation de Philippe Monnet au Paris Dakar 2007. Pour le Salon Nautique, un concours permettant de gagner des invitations et de visiter le stand SI a été organisé sur le blog.

Le Salon Nautique a également été l'occasion de poster des podcasts de personnalités de la voile. Ces vidéos ont été mises en ligne sur le blog et sur le portail de vidéos [Dailymotion](#). Les 40 podcasts constituent une première sur le web des passionnés de voile et ont été vus plus de 12 000 fois.

○ **Offrir un outil interactif de suivi de la course**

A partir d'avril, les contacts radios ont été systématiquement mis en ligne pour permettre aux internautes de suivre la course, mais également aux familles et amis des participants d'envoyer leurs encouragements. Près de 200 messages de soutiens ont été déposés pendant la course.

Messages déposés par les lecteurs du blog :

- « Bravo Arnaud, beau finish, si un jour tu passe par Toulouse nous t'accueilleront avec plaisir .Ta cousine Nathalie et Martial »
- « Bravo pour cette belle course suivi depuis Marseille... et à quelque heures près, tu auras eu un merveilleux cadeau d'anniversaire ... j'ai forcément fait un souhait ce 11 mai en soufflant mes bougies !!!
A bientôt, en encore Bravo à toute l'équipe. »

Le module [Twitter](#) a permis de mettre en avant la progression de l'équipage Nouvelle Espérance au fur et à mesure de la course (67 posts).

Une galerie [Flickr](#) a également été créée pour l'occasion (156 photos publiées)

c) **Production audiovisuelle**

Une société de production audiovisuelle commanditée sur l'ensemble de la production audiovisuelle de la course : En avant Toute en partenariat avec CANAL +

- Laurent Célerié, Leila Agorram, Yoann Kingier
- Durée des rushes : 42 heures
- Nombre de sujets Internet réalisés : 38
- Nombre de PAD réalisés : 28

L'équipe s'est déplacée sur Marseille du 9 au 15 avril, et sur Pointe Noire du 9 au 14 Mai. Laurent Célerié s'est également déplacé sur Gibraltar le vendredi 20 avril pour récupérer les impressions de Région Guadeloupe en escale pour problème informatique après 5 jours de course.

Les rushes/faisceaux/PAD réalisés par En avant Toute course ont été repris par France 2, Canal+, Sport+, France 3, M6, Infosport, I Télé, TV5 Monde, RFO.

3 faisceaux de 15 minutes ont été réalisés depuis Marseille tournés sur place, montés et diffusés, comprenant (NB : Ces envois étaient couplés avec les 3 sujets de 1'30" quotidien de I-Télévision fait par le journaliste de Canal + Jean Marc Bernard sur place)

- o Interviews des participants à cette course
- o Interview du maire de Pointe Noire
- o Interview de Régis Charpentier, directeur général du comité d'organisation
- o Audrey Lancien et Loïc Lehuédé pour les projets d'accompagnements
- o Le 13, le 14 et le 15 avril 2007

1 faisceau de 15 minutes après le retour de Laurent Célerié le 21 avril 2007 de Gibraltar, reprenant les impressions de Région Guadeloupe en escale pour problème informatique après 5 jours de course.

1 faisceau de 20 minutes le 12 Mai 2007 depuis Paris (les images avaient été envoyées par Internet depuis Pointe Noire) avec :

- o images d'arrivée du 1er bateau passant la ligne d'arrivée
- o Interviews des vainqueurs

Le retard d'arrivée des participants sur la plage et les problèmes d'envoi inhérents à la mauvaise qualité de la connexion internet mise en place au PC Course nous ont pénalisés pour faire un envoi plus complet.

d) Listes de diffusion des communiqués de Presse

- o La nature des destinataires des différents CP est résumée dans le tableau ci-dessous.

Date	Action	Où?	Commentaires	Presse Voile SI (900)	Presse Corp PCP (200)	PQR PCP (150)	Partenaires média RDE	Partenaires (70)	Att presse CAL	Skippers	Presse étrangère (18)
28-mars		Paris	Présentations CAPE + Météostratégie + Netency	CP1			CP1	Newsletter	Newsletter	Newsletter	CP1
03-avr		Paris	Plateau + ITV congolais + plan média?	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	Newsletter	Newsletter	CP1
05-avr		Paris	Humanitaire + programme village Marseille	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	Newsletter	Newsletter	CP1
10-avr		Marseille	ITC coureurs + assistance "ils sont au taquet"	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	Newsletter	Newsletter	CP1
12-avr		Marseille	Fin des jauges + annonce prologue	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	Newsletter	Newsletter	CP1
13-avr	Prologue	Marseille	Prologue + J-2 !	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter			CP1
14-avr	J-1	Marseille	ITV coureurs + point météo + point général + ITV congolais	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	CP1		CP1
15-avr	Départ RDE	Marseille	Départ - ils sont partis	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	CP1		CP1
16-avr	J+1	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
17-avr	J+2	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
18-avr	J+3	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
19-avr	J+4	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
20-avr	J+5	Paris		CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	CP1		CP1
21-avr	J+6	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1

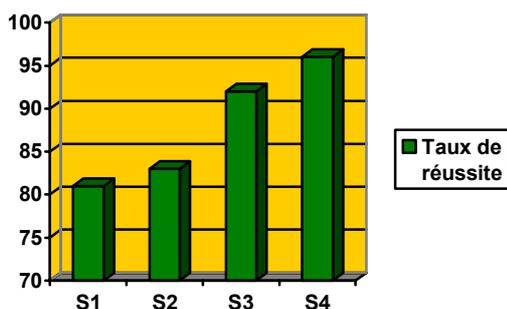
22-avr	J+7	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
23-avr	J+8	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
24-avr	J+9	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
25-avr	J+10	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
26-avr	J+11	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
27-avr	J+12	Paris		CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	CP1		CP1
28-avr	J+13	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
29-avr	J+14	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
30-avr	J+15	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
01-mai	J+16	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
02-mai	J+17	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
03-mai	J+18	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
04-mai	J+19	Paris		CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	CP1		CP1
05-mai	J+20	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
06-mai	J+21	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
07-mai	J+22	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
08-mai	J+23	Paris		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
09-mai	J+24	Pointe Noire		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
10-mai	J+25	Pointe Noire		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
11-mai	J+26	Pointe Noire		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
12-mai	Arrivée 1e	Pointe Noire	Arrivée course	CP1	CP2	CP2	CP1	Newsletter	CP1		CP1
13-mai	Arrivée s	Pointe Noire		CP1			CP1	Newsletter	CP1		CP1
14-mai	Arrivée s derniers	Pointe Noire	CP- Bilan – Arrivée derniers	CP3	CP3	CP3	CP3	CP3	CP3	CP3	CP3

Note CP1 écrit par Marine Daudier et/ou Anne Massot
 CP2 écrit par Publicis validé par Marine Daudier et/ou Anne Massot
 CP3 écrit par Marine Daudier et Anne Massot, validé par Régis Charpentier

o **Note méthodologique**

Les communiqués de presse ont été envoyés par la boîte Outlook Express d’Anne Massot à partir d’un logiciel spécialisé d’envoi d’email en masse (EXPEDIT). Cela nous a permis d’assurer un bon suivi de la réception et de la lecture des informations. Nous recevions des emails d’erreur pour les adresses erronées, des messages d’absence pour les contacts partis en congés ainsi que des indicateurs d’ouverture des mails envoyés.

Le taux de réussite de l' emailing des CP pendant la RDE 2007



Ce graphique montre le taux de réussite de l'envoi des communiqués de presse pendant la Route de l'équateur 2007. On constate qu'au fur et à mesure des semaines de course, la diffusion s'est affinée pour atteindre un pourcentage de diffusion de 96%.

4° Les événements de relation Presse

Plusieurs événements de relation Presse ont pu être réalisés au cours de la campagne MATONDO CONGO-Route de l'équateur entre le Tour de France à la Voile et l'arrivée de la Route de l'équateur à Pointe Noire. Ce fut à chaque fois l'occasion pour Sail Incentive et Publicis de faire découvrir les principes de la course, la culture congolaise ainsi que les motivations du gouvernement du Congo Brazzaville et des partenaires économiques à soutenir un tel projet.

a) 9 au 14 mai 2007 - voyage de presse au Congo Brazzaville pour l'arrivée de la Route de l'équateur

Journalistes présents

- Laurence TOVI pour **Les Echos**
- Annick COJEAN pour **Le Monde**
- François ROUSSELLE pour **Newzy**
- Bruna BASINI pour **le Journal Du Dimanche**
- Aline GERARD pour **Le Parisien**
- Corinne CRUVELLIER pour **La Marseillaise**
- Christine MENIOLLE D'HAUTUILLE pour **Paris Match**
- Marina DEPETRIS pour **La Chaîne Marseille**
- Laurent CELARIE pour En Avant Toute SARL (**cameraman officiel de la course, pour Canal +, Infosport, Sport +**)
- Laila AGORRAM pour En Avant Toute SARL (**cameraman officiel de la course, pour Canal +, Infosport, Sport +**)
- Alexis BOICHART, **photographe officiel de la course**
- Didier PIRON, **pour L'Equipe**
- Arielle CASSIM, **pour RFI**
- Alain CASSIM, **pour RFI**

Programme

- **Publicis ne nous a pas fourni le bilan détaillé de ce voyage de presse et ne répond pas à nos sollicitations à ce sujet. Nous ne pouvons donc avoir un rendu détaillé de ce voyage de presse. Ils attendent le règlement des 2 factures en attente.**

b) 13 au 15 avril 2007 – Voyage de presse à Marseille pour le départ de la course

Journalistes présents

- Laurent CELARIE pour En Avant Toute SARL (**cameraman officiel de la course, pour Canal +, Infosport, Itélé, Sport +**)
- Laila AGORRAM pour En Avant Toute SARL (**cameraman officiel de la course, pour Canal +, Infosport, Itélé, Sport +**)
- Jean Marc Bernard, **pour Itélé/Sport+**
- Alexis BOICHART, **photographe officiel de la course**
- Didier PIRON, **pour L'Equipe**
- Arielle CASSIM, **pour RFI**
- Alain CASSIM, **pour RFI**

- Nicolas GOYET pour **La Provence**
- Corinne CRUVELLIER pour **La Marseillaise**
- Marina DEPETRIS pour **La Chaîne Marseille**

Programme

- Rencontre avec les skippers et les organisateurs de la Route de l'équateur
- Rencontre avec plusieurs représentants des associations humanitaires présentes sur place
- Réception à la Mairie de Marseille en présence de Mme France Gamberre
- Soirée officielle des équipages à l'YCPR
- Suivi en mer du départ des voiliers de la Route de l'équateur
- Cocktail de la Marine Nationale organisée à bord du Chasseur de Mines « le Capricorne »

c) Du 13 Avril au 12 Mai 2007 - Organisations de vacances radios quotidiennes

- Vacances radios animées par Didier Piron, journaliste à L'Equipe, et mise en ligne chaque jour sur le site web de la Route de l'équateur.
- Tous les jours : interview de 3 ou 4 skippers par téléphone satellite sur le déroulement de la course, la vie à bord et leur stratégie
 - Du 13 au 15 avril 2007 : organisation des vacances radios sur le PC presse du village de départ à Marseille
 - Du 16 avril au 9 mai 2007 : organisation des vacances radios en direct du studio radio de la Route de l'Equateur à Paris
 - Du 10 au 12 mai 2007 : organisation des vacances radios en direct du PC presse du village d'arrivée à Pointe-Noire
- 100 vacances radio réalisées sur l'ensemble de la course et mises en ligne

d) Avril - Mai 2007 - Mise en place de partenariats médias

- Groupe Canal Plus (**environ 6h30 de diffusion**) :
 - Sport + : diffusion d'un reportage de 13 minutes et d'un reportage de 26 minutes.
 - Itélé : couverture du départ et de l'arrivée de la course, ainsi que suivi de toute la durée de l'événement.
 - Infosport : couverture du départ et de l'arrivée de la course, ainsi que suivi de toute la durée de l'événement.
 - Canal Plus Sport : diffusion de mini actualités pendant toute la durée de la course en fonction du classement.
- Le Nouvel Observateur : mise à disposition de pages de publicité sur la course dans le magazine.
- BFM Radio : partenariat rédactionnel et interviews des différents opérateurs économiques du Congo.
- Les Dépêches de Brazzaville : suivi régulier de la course depuis la première édition.
- RFI : partenaire média du bateau congolais, suivi régulier de la course et reportages au départ et à l'arrivée. **23 reportages pour plus de 3h30 d'antenne.**

e) 15 mars 2007 - Conférence de presse de présentation du plateau de la Matondo Congo – Route de l'équateur au Salon Nautique de Marseille

Journalistes présents

- Corinne Cruvellier – **La Marseillaise**
- M. Di Domenico – **La Marseillaise**
- Sylvain Fournier – **La Marseillaise** (photographe)
- Nicolas Goyet – **La Provence**
- Serge Gueroult – **La Provence**
- Delphine Nougairède – **France Bleu / Radio France**
- Magalie Bartez – **Sport13 TV**
- Séverine Manna – **Radio Golfe d'Amour**

Programme

- Régis Charpentier, Président de Sail Incentive, et Christian Tommasini, Président du YCPR, ont pris la parole en tribune pour présenter la course, ses objectifs, le plateau sportif, les villages de courses et animations prévus à Marseille et à Pointe Noire.
- Florence Arthaud, Frédérique Brulé et Franck Ferey, skippers inscrits à cette date sur la course, ont ensuite présenté leur équipage et évoqué leurs motivations à participer à la Route de l'équateur.

f) Février 2007 - déjeuner en présence d'Alain Mabanckou

Publicis a organisé un déjeuner avec quelques journalistes parisiens, afin de leur faire rencontrer Alain Mabanckou, écrivain congolais qui a reçu le Prix Renaudot, et pour les sensibiliser au départ proche de la Route de l'équateur.

Ce déjeuner de presse avec Alain Mabanckou a eu lieu le mardi 19/12/06.

Restaurant « La Table du Consul » (recommandé par l'Ambassade du Congo)
14 rue Richet - 75009 Paris

Journalistes et Officiels présents

- Alain Mabanckou (Lauréat Prix Renaudot 2006)
- Yannick Le Bourdonnec (Publicis Consultants)
- Sylvie Le Maux (Publicis Consultants)
- Régis Charpentier (Sail Incentive)
- Olivier Bounkoulou (Dir com - Ambassade du Congo)
- Mondjo Armand (Dir de Cabinet - Ambassade du Congo)
- Mohammed Aissaoui (Le Figaro)
- Philippe Delaroche (Lire)
- Benoit Simmat (Le Journal du Dimanche)
- Christine d'Hauthuille (Paris Match)

g) 2 au 11 décembre 2006 - semaine congolaise au Salon Nautique de Paris

Un stand aux couleurs de la Route de l'équateur et du CONGO a été réalisé lors du salon nautique de Paris en décembre 2006.

La journée du vendredi 8 décembre a particulièrement été réussie grâce aux nombreuses animations qui ont rempli la journée et qui ont permis au grand public de découvrir la Culture Congolaise.

Nous avons organisé :

- une dégustation de jus de fruits africains
- un défilé de mode congolaise réalisé par la jeune créatrice Aude Banzolo
- une exposition de sculptures congolaises était mise en place pendant toute la durée du salon, avec un temps fort le vendredi 8 décembre avec la présence de l'artiste Rhode Bath-Schéba Makoumbou.
- Des animations quotidiennes avec un groupe traditionnel

Cette journée nous a permis d'accueillir les journalistes suivants :

Journalistes présents

- **AFP Afrique** – Rose-Marie Bruballa
- **Canal Plus** – Laurent Célarié
- **Cité Black** – Jean Marie Thierry
- **Course au large** – Stéphane Gitton
- **I-TV** – Jean-Marc Bernard
- **Hylean International** – Nabo Sené
- **Les Dépêches de Brazzaville** – Camille Delourme
- **LCI**- Rémi Pelletier
- **L'Equipe** – Didier Piron
- **Nautic TV** – Serge Billard
- **Nautic TV** – Mustapha Kherraz
- **RFI** - Alain Cassim
- **RFI** – Arielle Cassim

h) 5 décembre 2006 - Conférence de Presse de la 2e édition de la Route de l'équateur au Salon Nautique de Paris

Durant les 10 jours du Salon Nautique de Paris, nous avons mis en place sur notre stand de 100m² de nombreux visuels et animations, en rapport avec notre course.

La conférence de presse de la deuxième édition de la Matondo Congo – Route de l'équateur s'est très bien déroulée. Grégoire Tournon (**Télématin**) a animé la conférence de Presse et la Table Ronde. Il a notamment aidé à ce que toutes les personnes importantes qui étaient présentes pour cet événement puissent prendre la parole. Il a par ailleurs suivi la course et assuré les retransmissions à l'antenne de Télématin (France 2).

Journalistes présents

- **AFP Voile** – Patrick Brosselin
- **AFP Afrique** – Rose-Marie Bruballa
- **Agenda Voile** – Stéphane Boutin
- **Boat Attitude** – Arnold Siclait
- **Canal Plus** – Laurent Célarié
- **Canal Plus** – Sophie Tuvi
- **Course au large** – Patrice Carpentier
- **Course au large** – Stéphane Gitton
- **DPPI** – Jacques Vapillon (photo)
- **France Bleu Breizh IZEL** – Jérôme Lebreton
- **France Culture** – Guillaume Berhault
- **France Info** – Catherine Pottier
- **I-TV** – Jean-Marc Bernard
- **La Marseillaise** – Corinne Cruvelier

- **Le Figaro** – Martin Couturier
- **Le Figaro** – Serge Messenger
- **Le Monde** – M. Brugnon
- **Le Télégramme** – Gilbert Dréan
- **Les Dépêches de Brazzaville** – Camille Delourme
- **LCI** - Rémi Pelletier
- **L'Equipe** – Didier Piron
- **L'Equipe** – Pascal Sidoine
- **Le Temps (Suisse)** – Isabelle Musy
- **Nautic TV** – Serge Billard
- **Nautic TV** – Mustapha Kherraz
- **Ouest France éco** – Raymond Cosqueric
- **Ouest France voile** – Olivier Clerc
- **RFI** - Alain Cassim
- **RFI** – Arielle Cassim
- **Sailing News** – Christian Dumard

F) BILAN EVENEMENTIEL

1° Marseille

a) Moyens mis en place

Le village de départ était implanté sur le quai d'honneur devant la mairie de Marseille entre le 9 et le 15 Avril 2007. Le montage a eu lieu du 6 au 8 Avril et le démontage le 16 Avril. L'emplacement est parfait du fait du passage des promeneurs sur les quais du Vieux Port.

LE VILLAGE EN CHIFFRES

- 120 mètres linéaires de village
- 160 mètres de quai occupés par les concurrents et bateaux accompagnateurs
- 480 m² de surface construite (tentes)
- 2 000 m² de surface occupée
- 1 PC Presse de 50m²
- 1 PC Organisation de 50m²
- 1 salon VIP de 50m²
- 1 espace VIP-Bar Pernod Ricard de 100m²
- 4 stands sponsors
- 10 tentes exposants
- 1 podium sonorisé de 24m²
- 3 hôteses
- 5 artistes congolais



L'ESPACE PRIVATIF ET LES PRESTATIONS

- L'espace privatif était ouvert aux VIP, concurrents et exposants et proposait un service de rafraîchissement approvisionné par Pernod.
- Le traiteur du Marseillais a assuré la restauration du staff et des VIP en fournissant les lunch-packs pour les déjeuners du prologue et du départ.

LES RECEPTIONS

- Cocktail à la Mairie de Marseille
- Soirée officielle au YCPR
- Cocktail sur le Capricorne (Marine Nationale)

LES ANIMATIONS POUR LE PUBLIC

- Animation congolaise quotidienne sur le podium (chants et danses)
- Démonstration d'optimists par les Moussaillons dans le vieux port
- Visite du village et des voiliers par les écoles de voile de Marseille
- Visite du village et des voiliers par les écoles publiques de Marseille
- Embarquement à bord de la vedette Grand Public pour suivre le départ de la course
- Passage de la Patrouille de France

NAUTIQUE

- Coordination des embarquements avec le YCPR
- Coordination des moyens mis en œuvre par la Marine Nationale et le YCPR

LOGISTIQUE

- Gestion de la logistique des équipages
- Assistance technique des bateaux
- Mise à disposition d'un bus – navette pour rejoindre la soirée YCPR
- Espace de stationnement réservé le long du quai

COMMUNICATION ET PAVOISEMENT

- Création graphique du pavoisement
- Réalisation de pavillons, flammes de course, affiches, t-shirts, polos, chemises

b) Organisation sur place

Points positifs

- VILLAGE
 - L'emplacement prestigieux du village
 - La prestation d'Actuel Réception a parfaitement répondu au cahier des charges en terme de structures, d'implantation et de réalisation.
 - La réception à l'YCPR a été très appréciée
 - Le passage de la patrouille de France a positivement marqué le public marseillais
- NAUTIQUE
 - Les embarquements VIP et Grand Public ont remporté un vif succès
 - Excellent accueil à bord du Capricorne agrémenté du commentaire de M. le Président du Comité de Course
- LOGISTIQUE
 - Les concurrents et les membres de l'organisation (UNCL, Prod TV) ont été très satisfaits de l'hébergement mis à leur disposition
 - Les concurrents ont été satisfaits des moyens techniques mis à leur disposition sur les pannes et de l'assistance technique en place
- COMMUNICATION ET PAVOISEMENT
 - Le village était bien décoré malgré les délais très courts de réalisation des supports de communication

Points à améliorer

- FINANCEMENT
 - Débloquer les fonds suffisamment tôt pour permettre de répartir les tâches, les budgets entre chaque partenaire de l'organisation, pour permettre de négocier les tarifs et ainsi de revoir à la baisse les coûts et gagner en qualité/quantité.
- VILLAGE
 - Faire les demandes d'autorisations de manifestations nautique et terrestre suffisamment tôt pour éviter les situations d'urgence et les gestions de crise
 - Prévoir une assurance couvrant la responsabilité civile, le vol et la dégradation du matériel dès le début du montage du village
 - Prévoir une prestation de gardiennage dès le début du montage (nocturne)
- NAUTIQUE

- Prévenir les services du Port de la manifestation suffisamment tôt pour assurer un espace suffisant sur les pannes pour amarrer les voiliers de façon définitive et permettre aux vedettes VIP et grand public d'aborder avec le maximum d'espace possible
- LOGISTIQUE
 - Garantir un partenariat voiture localement
 - Faire les demandes d'arrêté municipal garantissant un stationnement réservé suffisamment tôt pour éviter qu'il ne soit disponible qu'en milieu de manifestation
- COMMUNICATION ET PAVOISEMENT
 - Produire ou récupérer des supports de communication pour que les Sponsors de l'événement soient bien visibles (banderoles, pavillons, beachflags, hôtesse) ou s'ils ne souhaitent pas être visible, connaître leurs attentes en termes de relations publiques pour mieux y répondre
 - Mener une vraie campagne d'affichage publicitaire et de pavoisements dans les rues de Marseille
 - Mieux informer le grand public de la manifestation, notamment en amont
 - Garantir le budget communication sur Marseille
 - Négocier des partenariats avec la ville pour bénéficier de leurs panneaux d'affichage et le faire très tôt

2° Pendant la course

Une fois le départ de la course donné, le PC presse ainsi que le PC Course se sont déplacés sur Paris.

Le PC presse a été installé au Centre d'Accueil de la Presse Etrangère, dans les locaux de Radio France, à Paris, du 16 avril 2007 jusqu'au 9 mai 2007. Des vacations quotidiennes, ouvertes aux journalistes, y ont été organisées de 9h30 à 12h30. Différents journalistes et partenaires des bateaux ont ainsi pu discuter avec les coureurs (Arielle Cassim de RFI, Neijma Hamdaoui de Sidaction...). Ces vacations étaient assurées par Didier Piron qui s'est occupé des vacations tout au long de la course.



Le PC Course quant à lui a été déplacé dans les locaux de Sail Incentive, au 43 rue Beaubourg 75003 également du 16 avril 2007 au 9 mai 2007. La direction et suivi de course, la mise à jour du site Internet, la gestion des partenaires y étaient assurés.

3° Pointe Noire

a) Moyens mis en place

Situé à proximité du Club Nautique, le village était idéalement placé, sur une zone en pleine réhabilitation et prometteuse. Ouvert pendant 10 jours, le village a accueilli près de 15 000 personnes.

LE VILLAGE EN CHIFFRES

- 300 mètres linéaires de village
- 100 mètres de quai occupés par les concurrents
- 1 000 m² de surface construite (dont 23 paillottes)
- 10 000 m² de surface occupée

- 24 espaces entreprises et boutiques

L'ESPACE PRIVATIF ET LES PRESTATIONS

- L'espace VIP ouvert au grand public, sauf lors de l'arrivée de Région Guadeloupe où alors il était réservé aux officiels et VIP.
- Prestations cocktail à l'arrivée des 2 premiers
- Tribune de remise des prix
- Prestations de restauration grand public à proximité (cercle naval)

LES RECEPTIONS

- Dîner des équipages organisé par le président d'Unicongo, M. Barros
- Réception des skippers, journalistes et organisation au Sea Club, au Twiga (2 soirs) ainsi qu'au club de Pétroliers (1midi + 1 soir)

LES ANIMATIONS POUR LE PUBLIC

- Remise des prix sur la tribune officielle avec les 5 premiers équipages arrivés.
- Présence des groupes folkloriques lors des moments forts de l'arrivée du 1^{er} et du 2^{ème}.
- Visite des bateaux et accueil par les skippers des partenaires et sponsors
- Visite des bateaux et accueil par les skippers d'une école
- Visite par les équipages du centre d'accueil des mineurs de Mvoumvou et des locaux de l'association Espace Enfance

NAUTIQUE

- A chaque arrivée : embarquements des VIP et journalistes prévus. Malheureusement, seuls l'arrivée de Deep Blue (2^{ème}) a pu être suivi par les journalistes et VIP, car c'est la seule arrivée qui s'est faite de jour.
- Coordination des embarquements avec TOTAL, la SURF et le port de Pointe Noire (embarquement pour VIP et journalistes) et les membres du cercle naval (embarquement pour l'organisation et la prod tv).
- Gestion des contraintes liées aux arrivées de nuit

LOGISTIQUE

- Gestion de la logistique des équipages (transports sur place et retour en France, logements, container)
- Assistance technique des bateaux
- Rapatriement des bateaux par mer

COMMUNICATION ET PAVOISEMENT

- Utilisation d'une partie du pavoisement mis en place à Marseille
- Réalisation de 12 panneaux 4x3 avec l'affiche de la course et les sponsors locaux dispatchés sur l'ensemble du village

b) Organisation sur place

Point positifs

- ORGANISATION
 - La concentration des décisions et des pouvoirs autour de la Mairie de Pointe Noire et de l'association Matondo Congo a permis d'être plus efficace et plus réactif, au contraire de 2005 où le pouvoir était dilué entre les différentes commissions.

- Les institutions de Pointe Noire (la Mairie particulièrement) et du Congo se sont fortement impliquées et ont contribué au succès de l'arrivée
- FINANCEMENT
 - Le Partenaire principal Unicongo et les sociétés qu'il regroupe se sont fortement impliqués financièrement dans ce projet pour en assurer sa réussite (cf partie bilan financement).
- VILLAGE
 - Une arrivée triomphale pour le vainqueur (cependant moins massive qu'en 2005) et une arrivée intimiste très réussie pour la 2^{ème} place
 - Le village a plutôt été bien conservé entre 2005 et 2007 malgré l'allée principale des paillottes en mauvais état
 - La grande tribune du bout du village n'a pas été utilisée et a été remplacée pour la remise des trophées des 5 premiers par une estrade plus petite mais plus au centre du village et qui correspondait plus à l'ambiance du moment
 - Les prestations de restauration grand public offerte au cercle naval étaient de qualité, mieux qu'en 2005, même si le service est toujours assez lent
- RECEPTION
 - La présence du Premier Ministre et le dîner Gala ont fortement impressionnés skippers et journalistes
 - Les différentes réceptions (Sea Club, Twiga...) ont été très appréciées par les skippers et journalistes car dans un cadre paradisiaque et d'une grande qualité gastronomique
 - Le dîner des équipages organisé par M. Barros a été particulièrement apprécié car dans une ambiance intimiste qui a conforté la bonne ambiance qui a régné entre les équipages
 - Les réceptions ont été suffisantes tant en nombre qu'en qualité, légèrement moins qu'en 2005, ce qui n'était pas pour déplaire aux équipages
 - Chaque équipage a été accueilli au port avec des glacières remplies de boissons et de sandwiches, initiative déjà éprouvée en 2005 et qui a eu un véritable succès
- ANIMATIONS
 - La présence de groupes folkloriques une fois de plus a été particulièrement appréciée par les concurrents qui n'ont pas hésité à se joindre à eux pour danser
 - La remise des prix le soir pour les 5 premiers concurrents même si elle s'est effectuée dans la précipitation a permis aux équipages arrivés de nuit de profiter de la folle ambiance des groupes folkloriques
- NAUTIQUE
 - Les capacités d'embarquement ont été suffisamment élevées pour permettre à toutes les personnes souhaitant assister aux arrivées en mer de pouvoir y aller. Aucune personne désirant aller sur l'eau n'a dû être laissée à terre
 - La majorité des arrivées s'étant faites de nuit, l'aide des membres du cercle naval a été déterminante puisqu'ils ont pu mettre à notre disposition les vedettes nécessaires avec skipper en pleine nuit
- LOGISTIQUE
 - Les skippers ont été satisfaits de l'assistance technique proposée sur place, notamment lors des démâtages et grutages
 - Le rapatriement aérien via SDV s'est très bien déroulé, malgré de nombreux changements de dates

- Le visa collectif, même si quelques difficultés de compréhension ont été rencontrées sur place, a facilité le travail de l'organisation
 - La gestion des hôtels a été parfaite, car bien préparé à l'avance, contrairement à 2005 où tout s'était fait dans l'urgence. On attend cependant avec impatience l'ouverture du grand hôtel avenue Charles de Gaulle, afin de pouvoir regrouper journalistes, organisation et concurrents dans le même lieu
 - La mise à disposition des 2 minibus et leur grande disponibilité ont été d'une aide très précieuse
- COMMUNICATION ET PAVOISEMENT
 - Une bonne communication a été établie en amont de l'arrivée de la course, avec notamment plusieurs passages radios
 - Le pavoisement été particulièrement réussi sur le village grâce à la réalisation de 12 panneaux 4x3

Points à améliorer

- ORGANISATION
 - Les décisions étant prises par un petit groupe conduisait parfois à un manque de circulation de l'information et par conséquent à des organisations un peu précipitées (exemple de la remise des prix pour les 5 premiers)
- VILLAGE
 - L'attribution des stands n'ayant pas été clairement établie, certaines paillettes se sont retrouvées vides.
 - L'installation de la connectique dans le PC Presse/course a été très tardive et de moins bonne qualité qu'en 2005, ce qui a posé des problèmes pour l'envoi des images en France.
 - Le PC Presse/Course était de manière générale moins bien équipé qu'en 2005, moins de tables, moins de pc disponibles, pas de décoration murale, et moins de téléphones fixes.
 - Le principe de fonctionnement de l'espace VIP était raté, rien n'y était organisé hormis le jour de l'arrivée des premiers concurrents
- ANIMATIONS
 - Un dragage était prévu après la première édition afin de pouvoir stationner les voiliers face à la plage du cercle naval. Rien n'a été fait dans ce sens, et malheureusement les voiliers ont dû une nouvelle fois être amarrés au Port, avec donc un accès très réduit voire nul pour la population.
 - Il n'y a pas eu d'animations nautiques cette année, or c'est sûrement un moyen d'intéresser la population locale à la voile
- NAUTIQUE
 - Donner une couleur nautique locale plus prononcée à l'arrivée des concurrents et pour cela impliquer les piroguiers et pêcheurs
- LOGISTIQUE
 - Le rapatriement maritime s'est très mal déroulé, même si les voiliers sont arrivés à bon port à la Rochelle, un mois et demi après l'arrivée de la course ! (cf focus sur les rapatriements ci-dessous)
 - Le ponton flottant sur lesquels les voiliers se sont amarrés n'était pas suffisamment bien attaché pour résister à une tempête. Les conditions climatiques ayant été difficiles pendant une journée et demie, le quai s'est détaché, entraînant de nombreux dégâts sur les voiliers, notamment ceux amarrés à couple.
- COMMUNICATION ET PAVOISEMENT

- La communication dans la ville, hormis aux abords de la mairie, a été inférieure à celle proposée en 2005

c) Focus sur les rapatriements

Ce qui a été fait

- Démâtage des voiliers le mardi 15 mai, en présence des équipages au complet
- Montage des bers par les sept personnes (4 coureurs + 3 de l'organisation) restantes les vendredi 18 mai et samedi 19 mai
- Chargement des bers sur les plateformes le jeudi 31 mai par SDV Manutention. Soudage des bers aux plateformes.
- Chargement des sept mâts sur une MAFI. Calage des mâts par SDV Manutention.
- Chargement des plateformes par grue sur le porte conteneur Lucie Delmas le vendredi 1er juin. Fixation des plateformes sur le cargo par l'équipe de manutention.
- Grutage des voiliers depuis la mer par la grue du porte conteneur et chargement sur les bers. Fixation des voiliers sur les bers par des sangles à cliquet par les trois personnes restantes (2 coureurs et 1 personne de l'organisation).

Points à améliorer

- Monter les bers, les charger et les souder sur la plateforme dès que possible, en présence des équipages au complet.
- Démâter les voiliers, les sortir de l'eau et les mettre sur les bers. Sangler les voiliers aux bers.
- Tout ce travail peut être effectué en 3 jours maximum, à condition d'avoir les équipages au complet.
- Bien préciser « prise en charge financière du rapatriement des voiliers ». L'organisation aura un rôle de relais entre les différents opérateurs et les équipages et pourra ainsi fournir une liste de fournisseurs aux skippers. Charge à eux de les contacter et de se procurer le matériel nécessaire. Préciser également dans l'avis de course ce que comprend cette prise en charge: manutention à Pointe Noire et dans le port d'arrivée en France (démâtage, mâtage), gardiennage, achat des matériaux nécessaires au rapatriement (sangles, mousses, moquette, plaques de contreplaqué...), ouvriers à Pointe Noire pour monter les bers, etc.

Ecueils rencontrés

- Reports successifs de la date de chargement des voiliers sur un porte conteneur, dûs à la spécificité du transport maritime, et à des problèmes rencontrés sur place (grue du cargo qui tombe en panne, mauvaise volonté de l'agent Delmas sur place)
- Le soudage des bers sur les plateformes a été effectué le jeudi 31 mai après-midi. Les plateformes auraient dûes être grutées par SDV Manutention dans la nuit du jeudi au vendredi, afin de commencer le chargement des voiliers dès 7h le vendredi matin. Malheureusement, aucun chargement n'a été effectué pendant la nuit (pas de chef d'équipe pendant la nuit, donc les chargements prennent souvent beaucoup de retard), ce qui nous a fait perdre 4 heures le vendredi matin, nous obligeant à décaler notre retour en France de 3 jours (pas d'avion tous les jours – coût supplémentaire pour garder 3 personnes au Congo trois jours de plus)

Partenaires concernés

- CMA-CGM: responsable du sponsoring: Christine Nunes – décide du partenariat
- CMA-CGM Pointe Noire: Guillaume de Chastellux – agent Delmas à Pointe Noire, donne les infos d'arrivée, de chargement du cargo...
- SDV Congo: Roberto Prota / Laurent Pallayer (responsable manutention) – opérationnel et manutention à Pointe Noire
- Supercargo Delmas: M. Dauphin – chargement sur le Lucie Delmas
- SDV La Rochelle: Stéphane Maçon – opérationnel et dédouanement à La Pallice

G) BILAN PROJETS NON SPORTIFS

Le principe de fonctionnement pour développer ces partenariats a été de rechercher des associations actives au Congo et plus particulièrement à Pointe Noire dans des domaines assez variés (orphelins, Sida, Paludisme, Faune, Environnement, entrepreneuriat, etc.).

Malheureusement, peu d'entre elles ont les moyens de se faire connaître (site web) et malgré la bonne volonté de nos partenaires locaux, nous n'avons pas pu trouver suffisamment d'associations ou ONG sérieuses pour représenter un maximum de domaines divers et variés.

Ces associations nous ont parlé de leurs actions et de leurs projets mais aussi de leurs besoins en terme financier et/ou matériel.

Nous avons inséré une présentation de chacun de ces projets associatifs sur le site web Matondo Congo ainsi qu'une page dédiée aux promesses de dons qui n'a malheureusement pas fonctionné.

Le premier contact sérieux en local a été Solenne Céron, Directrice du Samu Social de Pointe Noire. Elle nous a permis de rentrer en contact avec deux associations centrées sur l'accueil d'enfants de la rue.

- **L'Association Espace Enfance**, a pour but immédiat d'assurer une enfance décente, à des enfants des rues en cours de réinsertion sociale, accueillis et hébergés provisoirement, le temps de leur trouver un foyer. Cette ONG a des besoins financiers qui ne représentent pas des sommes exorbitantes mais qui leur permettrait de faire beaucoup à Pointe Noire.
- La seconde regroupe **le Centre des Mineurs de Mvou Mvou et la Maison d'écoute**. Là-bas, les enfants sont accueillis et hébergés tout en recevant une formation en mécanique et en menuiserie. Ils ont d'importants besoins en ressources humaines, financières et matérielles. Un don en nature les aiderait à équiper les ateliers de mécanique et de menuiserie, ce qui permettrait également à la structure de participer à son propre financement par le produit de son activité, ce qui est impossible pour le moment. A chacune de ces deux associations, l'organisation a reversé 1 500 euros.

Un des premiers objectifs a été d'apporter un soutien fort aux écoles de Pointe Noire qui manquent terriblement de moyens matériels (jumelage d'écoles Marseillaises et Ponténégrines, apport de matériels, etc.). Nous avons tenté d'organiser un jeu concours pour les enfants congolais : « dessine moi un bateau », dont le gagnant remportait des fournitures scolaires pour une année et ce pour tous les élèves de sa classe. Ce jeu a été préparé en association avec la branche Bic de CFAO. Ils étaient en charge de faire parvenir à Pointe Noire toutes les fournitures mais le cargo a pris du retard et la marchandise n'a pas pu être récupérée avant notre départ du Congo. De plus, le partenariat n'ayant pas été respecté de leur côté, l'opération s'est arrêtée net. Les produits Bic attendent toujours d'être livrés dans les écoles. Le Rotary Club de Pointe Noire devrait s'occuper de cette distribution.

Le dernier partenariat développé apportait son Soutien à **l'Association Serment Merveil de Sidaction**. Cette organisation vient en aide aux enfants touchés par l'infection du VIH au Congo : ONG de développement socio sanitaire installée au Congo Brazzaville, l'association Serment Merveil est une organisation impliquée dans la prise en charge psychosociale des personnes vivant avec le VIH/SIDA et dans la prévention du sida et de la drogue dans les écoles du Congo Brazzaville. Elle s'engage à être présente dans la protection sociale des orphelins du sida en favorisant leur accès aux services sociaux de base. L'organisation a reversé 5 000 euros à Serment Merveil par le biais d'une convention signée avec SIDACTION.

Pour ce qui est du **jumelage entre le Yacht Club de Pointe Rouge à Marseille et le Cercle Naval de Pointe Noire** qui devait opérer la livraison de 10 bateaux (dériveurs, optimists, ...) au Congo, nous n'avons **pas de nouvelles**.

H) BILAN PARTENARIATS

1° Les Partenaires Institutionnels

o **La Mairie et le Port de pointe de Pointe Noire :**

La Mairie de Pointe Noire a joué un rôle prépondérant dans l'organisation de la 2^{ème} édition de la course et dans l'animation de l'Association Matondo CONGO. Sans cette implication directe rien n'aurait pu être possible.

Ces deux opérateurs publics ont été à la base de l'accueil sur place de la course et ont parfaitement tenu le rôle que l'organisation attendait d'eux. Leur implication et savoir faire ont été précieux pour garantir une arrivée de qualité.

On regrettera néanmoins

- que l'Association Matondo Congo n'ait pas pu déposer ses statuts et être pleinement active avant le début de l'année 2007.
- que les bateaux n'aient pas pu être amarrés devant le village de course.

o **La Mairie de Marseille :**

Nous émettons un jugement réservé sur la participation de Marseille pour accueillir le départ de la course. Pas de sponsoring reçu de la ville de Marseille, pas d'implication politique ou économique sur des projets de coopération. Les institutions PACA ne se sont pas intéressées à la course et cela a rendu difficile le travail de Sail Incentive avec le Yacht Club local (YCPR).

o **La Marine Nationale :**

La Marine a mis à notre disposition le chasseur de mines « Capricorne » du 13 au 15 avril 2007. Le bateau de la Marine a donné le départ de la course en accueillant VIP et comité de Course.

Pour des raisons inconnues, le bâtiment n'a pas pu s'amarrer au quai d'honneur entre nos deux pannes officielles tel qu'il avait été convenu avec le COMAR et a dû rester au Port autonome. Cela a compliqué la promotion de la Marine Nationale par nos soins, le bâtiment n'étant pas visible du grand public (pas de photos, vidéos associées au village, pas de journée Portes Ouvertes). Nous avons organisé à bord de ce chasseur un cocktail officiel où étaient présents les différents équipages participants à la course, ainsi que de nombreux officiels marseillais et congolais.

Le briefing skipper a aussi été organisé dans le carré du navire.

Un stand de 25 m² a été mis à leur disposition comme notre proposition de partenariat l'avait annoncé. Le SIRPA Marine n'a pu détacher aucune équipe de représentation de la Marine pour assurer l'animation de leur espace réservé. Le COMAR a fait en sorte que l'un des leurs soit présent chaque jour. Leur maquettiste officiel a pu présenter ses maquettes du lundi au vendredi tandis que des équipes « recrutement » l'ont relayé samedi et dimanche.

Pour ce qui est de l'organisation opérationnelle du partenariat, le SIRPA Paris a délégué au COMAR Marseille

o **La Patrouille de France :**

La Patrouille a effectué un passage en formation serrée avec envoi des 3 couleurs, au dessus de la flotte comme convenu le dimanche 15 avril à 15h juste avant le coup de canon du départ de la course.

Les spectateurs présents sur l'eau ont apprécié le spectacle ; Le passage a été repris dans la presse locale le lendemain.

Les équipes de présentation de la Patrouille de France n'étant pas disponible à cette période pour assurer leur visibilité sur le stand de 9m² qui leur était alloué dans le cadre de ce partenariat, ils l'ont

proposé à leur prestataire commercialisant les articles logotés PAF. La Société Prestimage a donc représenté la PAF durant toute la semaine sur un espace de 18m² (9m² offerts + 9m² loués).

2° Les Partenaires financiers

○ **UNICONGO :**

UNICONGO au sein l'association Matondo Congo a été au centre du financement de la deuxième édition de la Route de l'équateur.

Nous noterons l'implication directe et décisive de deux sociétés membres d'UNICONGO pour le lancement de la campagne Matondo Congo durant le Tour de France à la voile en juillet 2006– les sociétés SOCOFRAN et GNCAC. Ses deux sociétés ont donné l'impulsion nécessaire sans laquelle le projet de deuxième édition n'aurait pas pu voir le jour. La société SOCOFRAN est restée très impliquée durant toute la course.

Opérationnellement, l'implication sans réserve et significative de l'association Matondo Congo et de ses membres a permis la réalisation technique du début de la course. On regrettera simplement que cette implication n'ait pas pu se concrétiser avant le salon nautique de Paris.

Nous regretterons l'implication tardive des principaux acteurs économiques rendant difficile le travail de crédibilisation d'une jeune épreuve sportive.

3° Les Partenaires techniques

○ **Netency :**

Société spécialisée dans la cartographie interactive sur Internet, elle a hébergé sur son portail www.netandsea.com la cartographie en temps réel de la course depuis un lien sur le site Internet de la Matondo Congo (<http://www.netandsea.com/re2007>). Elle s'est occupée également de réaliser cette cartographie comme cela avait été le cas en 2005, mais en y intégrant les toutes dernières technologies en terme de suivi via Google Map®. C'était la première fois qu'un tel outil était utilisé pour une cartographie de course au large. De notre côté, nous leur avons apporté la visibilité attendue, à savoir la présence de leur lien sur notre site Internet, un communiqué de presse présentant le partenariat et décrivant leurs activités, ainsi que la présence de leur logo sur le site Internet et le dossier de presse. Partenariat qui s'est donc très bien déroulé, les 2 parties y trouvant leur compte.

○ **MétéoStratégie :**

Nous avons signé un partenariat avec MétéoStratégie, prestataire qui a fourni tous les fichiers météo pendant la Route de l'équateur.

Jean François Bonnin, météorologue, s'est déplacé à Marseille afin de faire un briefing météo à tous les coureurs, et afin d'installer le logiciel sur les ordinateurs des bateaux. Pendant toute la durée de la course, Météostratégie a fourni des fichiers météos ainsi que des analyses aux coureurs. A partir de l'arrivée dans le Golfe de Guinée, du fait des conditions météo très changeantes, les prévisions météo étaient envoyées deux fois par jour, afin de répondre à un besoin plus important des coureurs. Globalement, les skippers se sont tous montrés satisfaits de la prestation météo. Nous n'avons eu aucun retour négatif.

Les attentes de Météostratégie étaient les mêmes que celles de Netency, et ont été également comblées.

○ **Le CAPE :**

Sail Incentive a pris contact avec Arnaud Parsal, attaché de presse du CAPE à Paris, afin de se mettre d'accord sur un partenariat dans le cadre de la Route de l'équateur. Le CAPE est situé dans les locaux de la Maison de la Radio, à Radio France. Il accueille les journalistes de la presse étrangère qui viennent

à Paris. Ce centre paraissait donc être un lieu stratégique pour accueillir le PC presse pendant la course, afin de mettre à Didier Piron, en charge des vacances radio quotidiennes, de contacter les skippers.

Du 16 avril (lendemain du départ de la course à Marseille) au 8 mai (veille du départ au Congo pour toute l'organisation, des vacances ont été mises en place tous les matins de 9h30 à 11h30. Chaque jour, Didier Piron appelait 3 à 4 bateaux. De cette manière, chaque équipage était contacté toutes les 48 heures.

La société Côté Cour, gérée par Patrick Fromentin nous a fourni l'équipement audio, complété par le matériel personnel de Didier Piron. Le système de téléphone par satellite a été mis en ligne par France Télécom, grâce à l'ouverture d'une ligne Numéris.

4° Les Partenaires médias

Avant le départ de la course, plusieurs partenariats médias ont été signés, et ont été particulièrement bien respectés pendant toute la durée de la course, malgré un contexte politique (élections présidentielles) et sportif (Coupe de l'America, Roland Garros) difficile.

○ **Groupe Canal Plus (environ 6h30 d'antenne TV) :**

SAIL INCENTIVE a négocié un partenariat à titre gratuit et non exclusif de couverture de la course comprenant :

- **SPORT+ : 6 diffusions** du reportage de **13 minutes** avant l'arrivée de la course (semaine du 7 mai 2007) et **4 diffusions** du reportage de **26 minutes** (1^{ère} diffusion le 22 Mai 2007).
 - **ITELE:** couverture du départ (**3 sujets** le 13/14/15 avril de **1'30** diffusés 6 fois chacun) et de l'arrivée de la course (**1 sujet de 1'45 diffusés 6 fois** le 13/05), ainsi que suivi de la course (**3 sujets de 30"** le 21 avril au passage de Gibraltar).
 - **INFOSPORT:** couverture du départ (**3 sujets** le 13/14/15 avril de **30"**) et de l'arrivée de la course (**1 sujet de 1'45 diffusés 6 fois** le 13/05), ainsi que suivi de la course (**1 sujet de 1'** diffusé le 21 avril **diffusé 6 fois**).
 - **CANAL+ SPORT :** Aucune diffusion recensée principalement due à la diffusion intégrale sur cette chaîne de la coupe de l'America et des retards accumulés dans cette compétition suite au manque de vent.
- **Le Nouvel Observateur :**
Mise à disposition **d'une page de publicité** sur la course dans le magazine.
- **BFM Radio :**
1 sujet diffusé le 13 avril 2007 dans l'émission d'Emmanuel Duteuil. Le suivi prévu de la course n'a malheureusement pas été réalisé. Aucune explication donnée par la rédaction de BFM ou par PUBLICIS qui a négocié ce partenariat.
- **Les Dépêches de Brazzaville :**
Suivi régulier de la course depuis la première édition.
- **RFI (environ 3h30 d'antenne Radio) :**
Partenaire média du bateau congolais, suivi régulier de la course et reportages au départ et à l'arrivée (en tout **23 reportages** via l'émission « Espace Océan » ou « le Quotidien de la mer » animé par Arielle Cassim).