

Le Vendée Globe 2028

**en voilier
en bois**

**Devenez initiateur et partenaire du
1^{er} IMOCA vraiment très bas carbone**

Marc Thiercelin 2025

Sommaire

3

Édito

8

Le bateau

11

Calendrier

16

Sponsoring
Voile

21

Budget

25

Skipper

Édito

Ma cohérence

“
**Le Bois,
le Bambou,
la Mer,
le Bateau,
le Vendée Globe,
...et moi**
”

par Marc Thiercelin

Le bois a accompagné ma vie.

J'ai pris ma vie en main à 13 ans, en voulant devenir luthier et « transformer les arbres en instruments de musique » ! Je suis entré à l'École Boule à Paris, et y ai appris durant trois ans l'ébénisterie, la marqueterie, le dessin et l'exigence.

La mer, la voile, la compétition sont ma vie.

La voile a débuté pour moi à 10 ans, ce fut la découverte d'un nouvel univers. Et, mon deuxième grand virage eut lieu à 18 ans, en quittant l'École Boule, Paris, pour la liberté, la voile et le large. J'ai alors transformé cette passion en métier. De l'enseignement de la voile, à la direction de centre nautique, de l'équipe de France à la Course au Large Professionnelle.

Le Vendée Globe est « ma course », je l'ai couru quatre fois !

Ce Tour du Monde à la voile en solitaire sans escale et sans assistance est fait pour moi. J'ai terminé 2e dès mon premier Vendée Globe.

Notre société doit réduire son empreinte carbone, retrouver le chemin des matériaux et des fibres naturelles.

Même la voile qui avance grâce aux fluides l'air et l'eau, continue de construire ses bateaux avec de la résine et du carbone.

La voile doit « rétro-innover » pour continuer de nous faire rêver.

Décorrélérer la performance du Seul carbone. La compétition est férue de technologie et d'innovations, elle offre une caisse de résonance et des moyens financiers qui boosteront cette rétro-innovation.

J'ai failli être luthier, construire des violons et finalement mes violons se sont transformés en bateaux.

Toute ma vie relie le bois, la mer, les bateaux, la compétition, le Vendée Globe... Mais aussi ouvrir des voies !

« **Faisons naviguer la forêt** » !



« **Je me propose d'être le chef d'orchestre de cet ensemble et de réussir à jouer cette partition.** »

Marc Thiercelin



“ Faire naviguer la forêt ”

La forêt peut nourrir des histoires d'Hommes qui parcourent le monde sur des voiliers.

Des « âmes » en bois, des fibres naturelles qui deviennent des voiliers à haute performance. Le bois est imbattable, sa fibre est vivante, active et légère.

Changeons le modèle de la performance réalisée aux dépens de l'environnement. Intégrons une trajectoire qui mène à la neutralité carbone.

Pensons autrement, marions des fibres naturelles à des formes à haute capacité de performance.

Décorrélons innovation et performance associées au carbone, à l'idée qu'il y aurait perte de performance avec des fibres naturelles.

Pratiquons la RÉTRO-INNOVATION, reprenons l'histoire où nous l'avons stoppé à l'arrivée du carbone.

Les fibres, les résines, les moyens de calcul ont progressé de manière phénoménale en 20 ans.

Les composites de fibres naturelles (NFC) sont d'une grande fiabilité et permettent de construire des bateaux, sans moule.

Nos bateaux décollent, retombent, frappent la mer à 40 nœuds et...rien à signaler.

La raideur des fibres naturelles avec du basalte, du lin et de la résine bio-sourcée est plus raide et plus légère que du polyester.

Créons une histoire nouvelle neutre en CO2, celle des fibres naturelles au service de grandes aventures humaines, technologiques et sociétales.

Un label pour accompagner le monde de la plaisance vers des process bas CO2.

Gildas Plessis,
Architecte naval & designer

3 partenaires du projet

A eux trois, ils cumulent un millier de projets.

GPYD & ASSOCIÉS

Depuis 1995, architecture du projet, concept, hypothèse structure, basic design. 340 bateaux conçus et réalisés.

RENAUD BANULS

Gère les unités de course au large, les CFD paramétriques, la performance du flotteur et des appendices. Architecte de Sodebo Ultim et Project Manager d'Oracle pour l'America Cup.

GSEA INGÉNIEURS STRUCTURES

Pour les éléments finis et plans de drappage. GSEA effectue les calculs de la plupart des ULTIM et des IMOCA gagnants.



Le Skipper Marc Thiercelin

5 Tours du Monde
en solitaire

4 Vendée Globe

4 Cap Horn
en solitaire

24 Transatlantiques

7 Solitaire
du Figaro

5 Tour de France
à la Voile

4 Tours complets
de l'Antarctique

10 Grands projets imaginés
créés, gérés et réussis

700 000 km

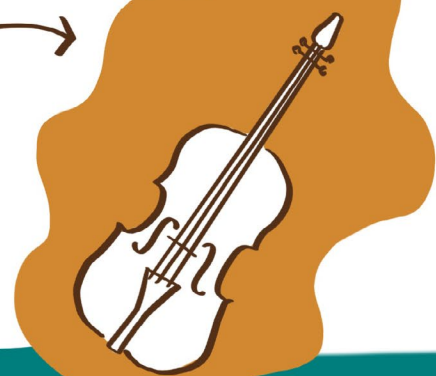
Parcourus sur tous les océans...
Un aller-retour « Terre-Lune »



1. LE BOIS

À 13 ANS je voulais devenir luthier...

TRANSFORMER LES ARBRES EN INSTRUMENTS DE MUSIQUE



JE SUIS ENTRÉ À L'ÉCOLE BOULLE

- ÉBENISTERIE
- MARQUETERIE
- DESSIN



FAIRE NAVIGUER LA FORÊT

EN SOLITAIRE SANS ESCALE SANS ASSISTANCE



Le VENDEE GLOBE EST MA COURSE, JE L'AI COUVRÉ 4 FOIS. 2ÈME DES MA PREMIÈRE PARTICIPATION.

la MER, la VOILE, la COMPÉTITION ma vie

2. LA VOILE

À 17 ANS, JE QUITTE PARIS POUR LA VOILE EN BRETAGNE.

PUIS, J'AI TRANSFORMÉ MA PASSION EN MÉTIER

- ENSEIGNEMENT DE LA VOILE
- ÉQUIPE DE FRANCE
- COURSES AU LARGE

3. LE CHANGEMENT CLIMATIQUE



NOTRE SOCIÉTÉ DOIT RÉDUIRE SON EMPRUNTE CARBONE, RETROUVER LE CHEMIN DES MATÉRIAUX ET DES FIBRES NATURELLES.

MÊME LA VOILE QUI AVANCE GRÂCE À L'EAU ET L'AIR

CONTINUE DE CONSTRUIRE SES BATEAUX EN CARBONE

4. LA RÉTRO-INNOVATION



DÉCORRÉLER LA PERFORMANCE DU CARBONE

LA COMPÉTITION AÏME LA TECHNOLOGIE ET L'INNOVATION QUI OFFRE UNE RÉSONNANCE ET DES MOYENS ET VA PERMETTRE DE BOOSTER CETTE RÉTRO-INNOVATION.

LA VOÏLE DOÏT CONTINUER À NOUS FAIRE RÊVER S'INSCRIRE DANS LE XXIÈ SIÈCLE.

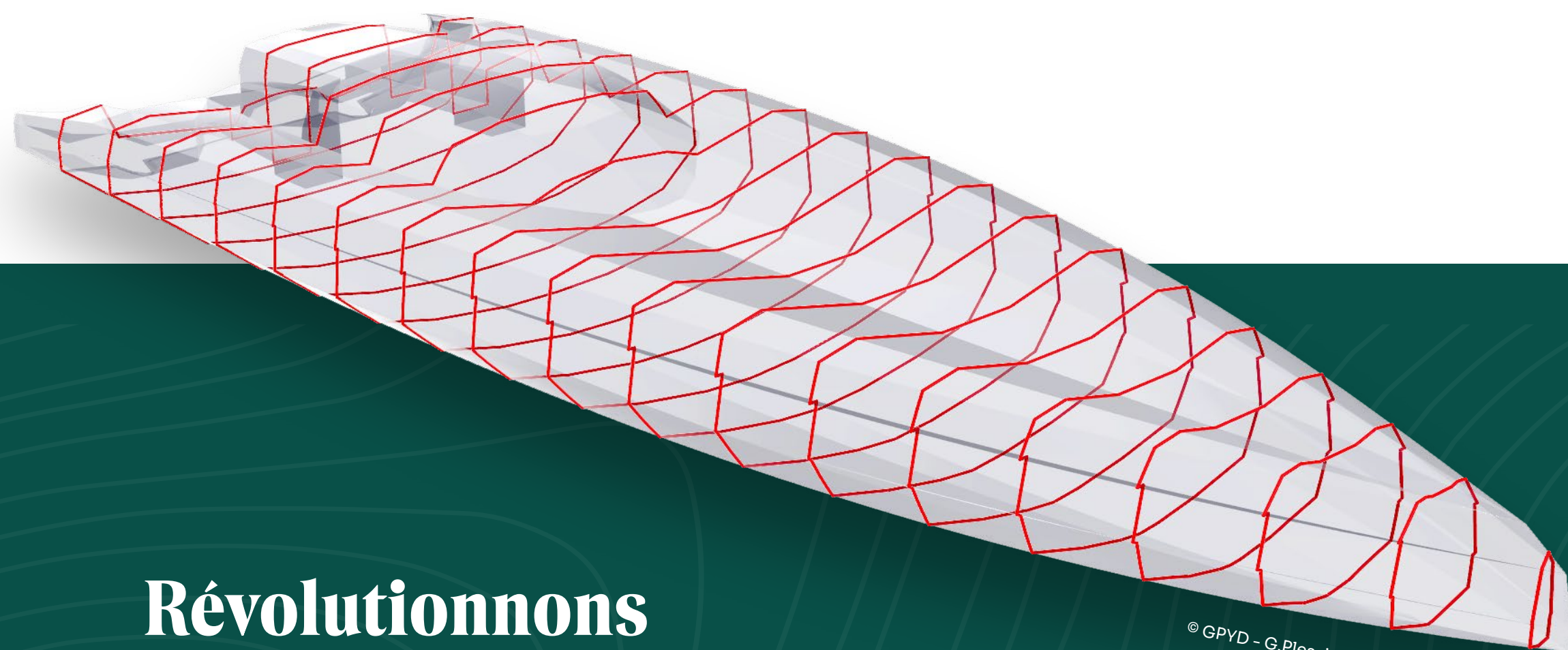
J'AI FAILLI ÊTRE LUTHIER, CONSTRUIRE DES VIOLONS ET FINALEMENT MES VIOLONS SE SONT TRANSFORMÉS EN BATEAUX.

Le bateau

**Le 1^{er} voilier
de course IMOCA
en bois & bambou**

Le bateau

Le 1^{er} IMOCA en bois, bambou, & chanvre



Révolutionnons
la course au large avec
un bateau bas carbone

- Âme en fibres naturelles associée à du basalte, du lin et de la résine époxy bio sourcée
- Voiles et sangles en fibre de chanvre
- Éléments structurels et aménagements intérieurs en fibre de bambou

Architecte
G.Plessis YD & Associés

Longueur
20 m

Largeur
5,80 m

Hauteur Mat
29 m

Quille
4,50 m

Déplacement
9 Tonnes

Surface de voiles max
640 m²

Quille pivotante
4 T + 2 Dérives

Mat
Aile + Outrigers

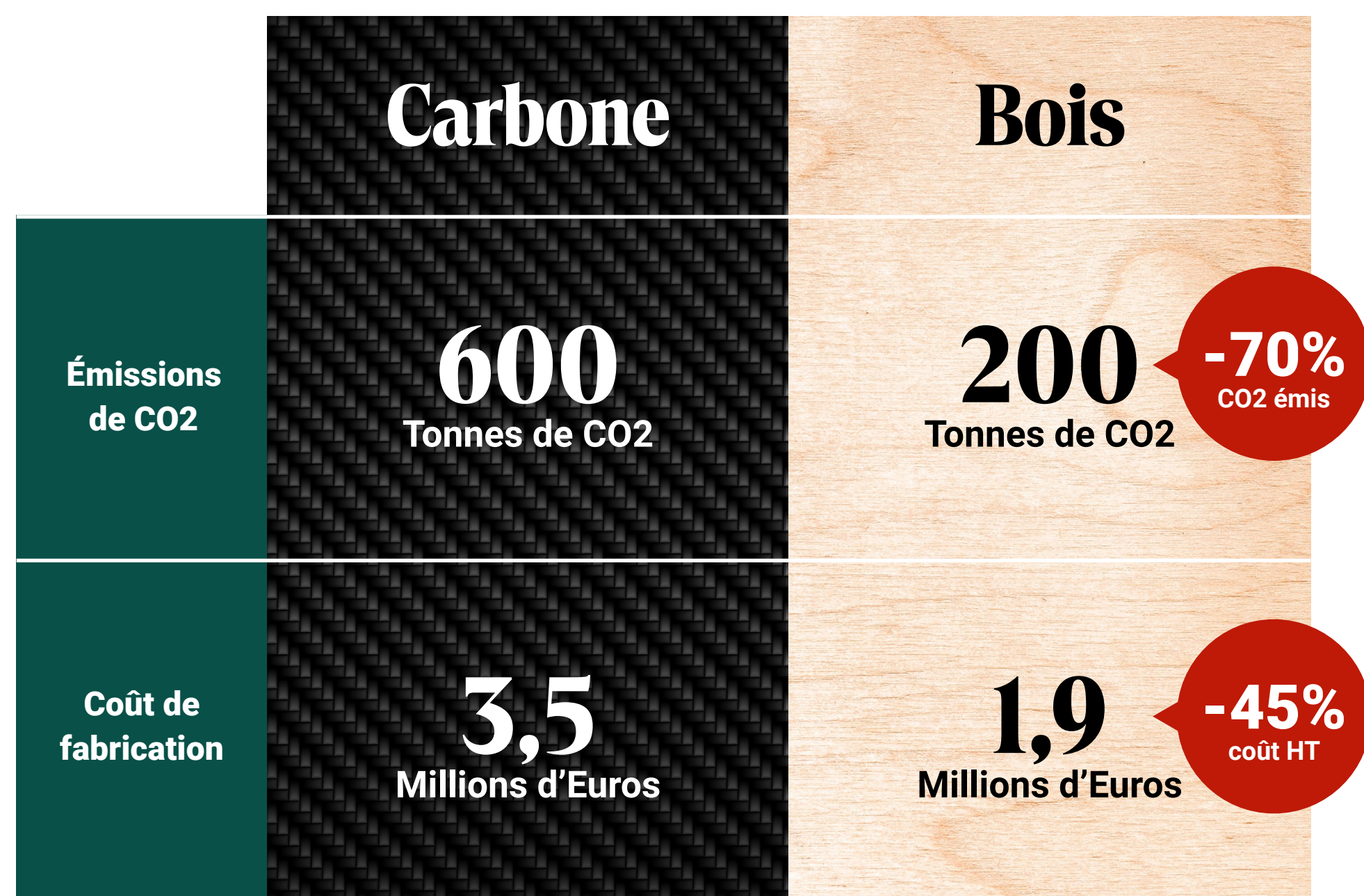
Record en 24h
1000 km

Record de vitesse
45 nœuds



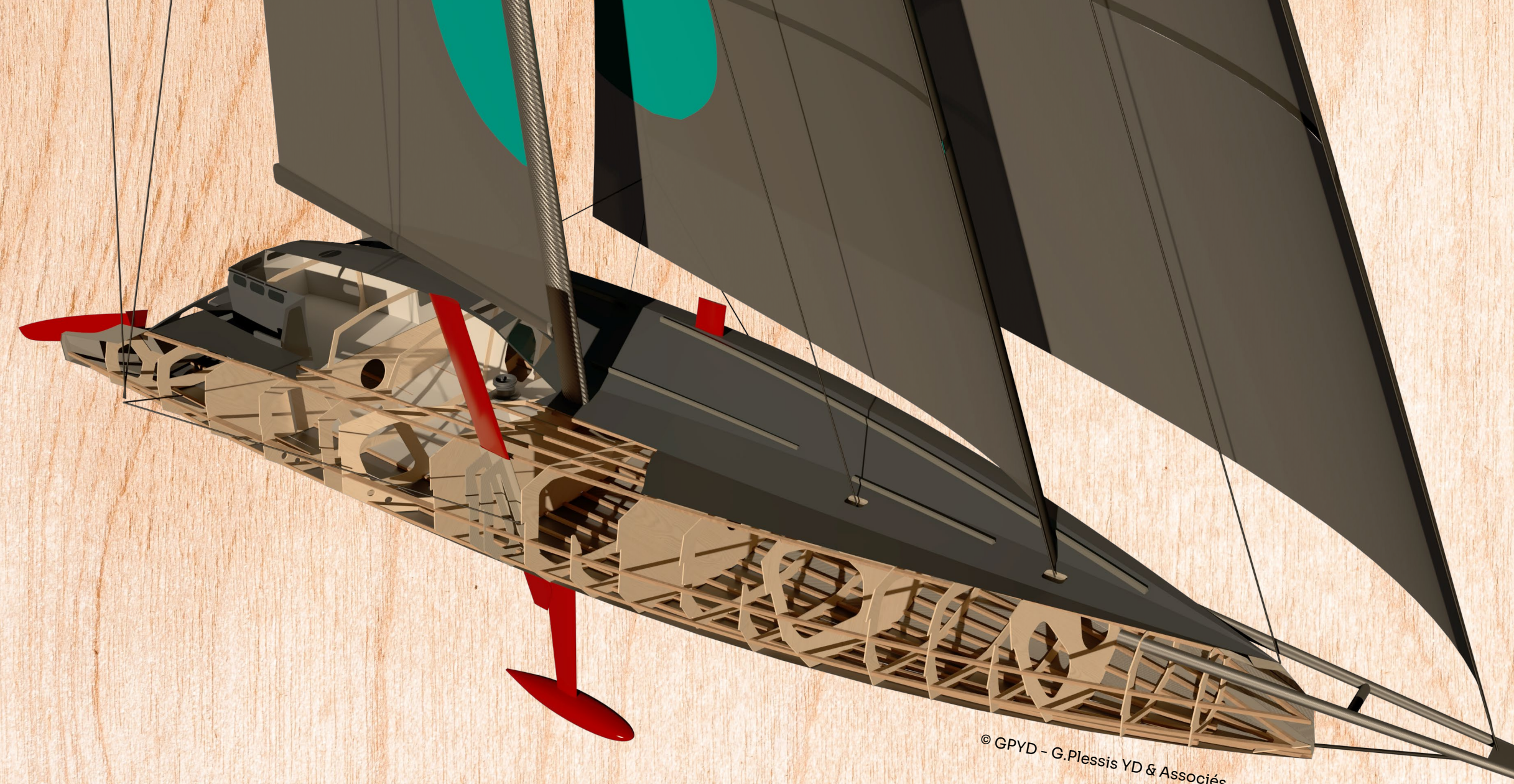
Le bateau

Le 1^{er} IMOCA en bois, bambou, & chanvre



Fabrication Coque Carbone vs Coque Bois : Comparatif bilan CO2 et coût

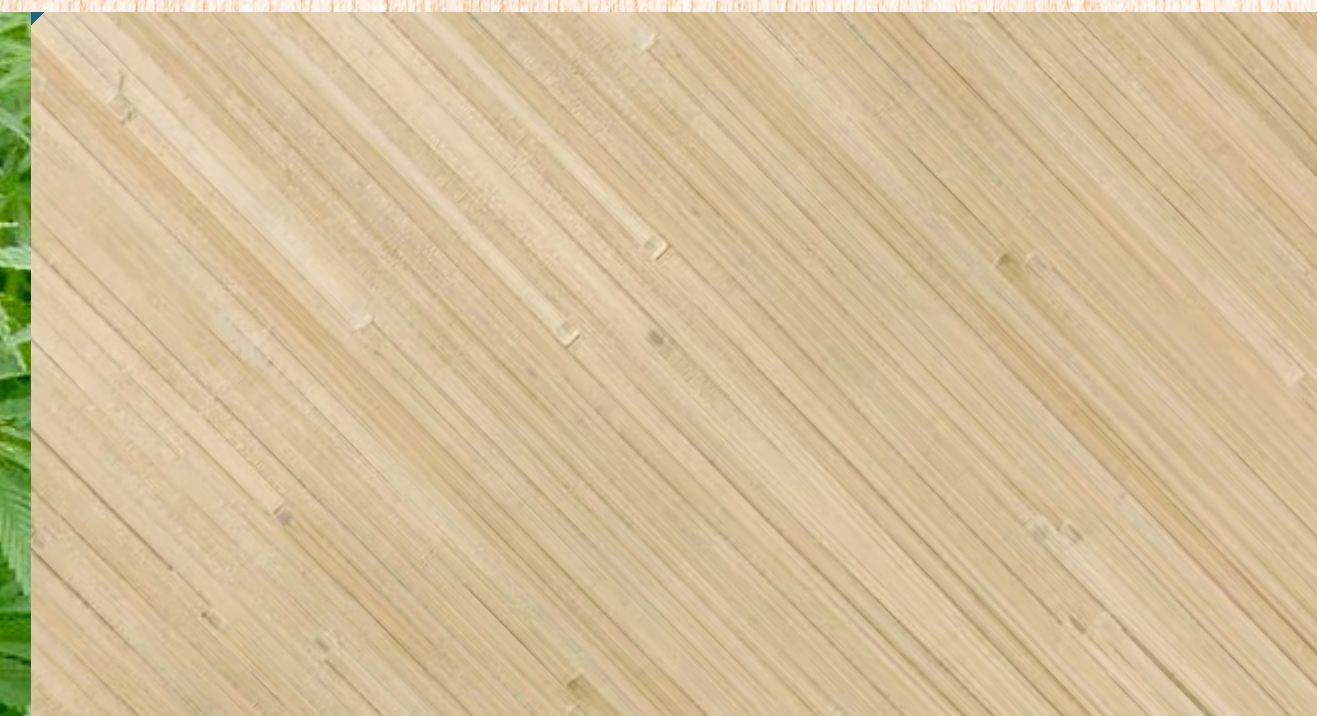
Source : GPYD & Associés - Données chiffrées pour la coque nue / structurée / pontée



© GPYD - G.Plessis YD & Associés

Révolutionnons la course au large avec un bateau bas carbone

- 3 fois moins de CO2 émis pour la construction de la coque
- Les NFC (composites de fibres naturelles) permettent une construction économique, sans moule



Calendrier

Courses

2026-2030

Calendrier

Courses 2026-2030



2026

2027

2028

2029

2030

Le Vendée Globe

L'Everest des mers



319 M€

Valorisation Média



40 Bateaux

40 Skippers
11 Nations



1,3 M

Joueurs Virtual Regatta
30% de joueurs étrangers



885 000

Fans sur les réseaux
sociaux



230 h

de direct
en France



15 M

Visiteurs uniques
sur le site web



96%

des 16-69 ans connaissent
le Vendée Globe



1274 h

de direct TV
dans le monde



120 M

Vidéos
vues



2,2 M

de visiteurs aux
Sables d'Olonne



La Route du Rhum

Transatlantique mythique



266 M€

Valorisation Média



138 Bateaux

138 Skippers
14 Nations



507 029

Joueurs sur le
jeu virtuel



19,5 M

Visiteurs uniques
sur le site web



2 M

Télespectateurs le jour du
départ sur France TV



297 200

Fans sur les réseaux
sociaux



42 M

Pages vues sur la
cartographie



1,7 M

Visiteurs sur
le village



15 000

Spectateurs
sur l'eau



240 000

Téléchargements
de l'application



SAINT-MALO / GUADELOUPE

La Transat Jacques Vabre

Transatlantique en double



64 M€

Valorisation Média



95 Bateaux

190 Skippers
17 Nations



2,2 M

Visiteurs uniques
sur le site web



250 000

Joueurs sur le jeu
virtuel



10 M

Télespectateurs
le jour du départ



23 M

Pages vues sur la
cartographie



700 000

Vues Réseaux Sociaux
le jour du départ



655 000

Visiteurs sur le village



1,2 M

Télespectateurs le jour du
départ sur France TV



8,4 M

Vidéos téléchargées



Sponsoring Voile

L'opportunité

Sponsoring Voile

Associez-vous aux valeurs de la voile



Aventure

Le dépassement de soi, le courage, la ténacité, le risque maîtrisé, l'anticipation et l'adaptation.



Performance

L'innovation en haute technologie, l'expertise, l'esprit entrepreneurial.



Innovation

Projet bas carbone, sport « propre », développement durable, ouvrir une voie.



Solidarité

Le sauvetage et devoir d'assistance entre skippers.

Soyez à l'initiative d'un réel engagement sociétal, concret et innovant



Entrez dans le cœur des français grâce au Vendée Globe et à la Route du Rhum.

Bénéficiez d'une couverture médiatique mondiale.

32 Millions

de Français aiment la voile

12 Millions

de Français s'intéressent à la pratique de la voile

3,3 Millions

de Français pratiquent la voile

Sponsoring Voile

Partagez la passion



Bonheur

Fonction première du sport : créer du bonheur.

L'intérêt du Sponsor

Mettre en scène ce bonheur.

Partage

Le sport une des pratiques les plus simples à partager.

L'intérêt du Sponsor

Devenir le facilitateur d'une passion partagée.

Mise en scène

Le sport est l'occasion de scénariser les prises de paroles.

L'intérêt du Sponsor

Sublimer le spectacle sportif.

Engagement

Le public s'engage avec les entreprises qui partagent ses passions.

L'intérêt du Sponsor

Créer un lien fort avec son public.

Gamification

Le prolongement opérationnel du sponsoring.

L'intérêt du Sponsor

Passer du like à l'engagement véritable.

Sponsoring Voile

Racontez une histoire

Le sponsoring voile permet de raconter une histoire, de donner du sens et de partager ses valeurs.

La voile profite des nouvelles technologies (caméras embarquées, courses virtuelles) pour emmener le spectateur au cœur de l'événement.



Affronter les éléments sur un bateau bas CO2 propulse l'entreprise comme consciente et respectueuse du monde qui l'entoure.

Le sponsor est alors associé aux valeurs partagées par le grand public, avec une image citoyenne. Sur ce projet l'entreprise sera à l'initiative d'une véritable évolution.

La voile est une aventure humaine

Un humain seul face aux éléments (potentiel d'identification et de partage).

L'entreprise partenaire véhicule alors une image engagée et positive.

L'Homme face à la mer engendre le respect de la part du public.

Un marin en course avec son bateau symbolise un voyage ultime.

Le skipper est un humain, explorateur, sage de sang-froid, conquérant des temps modernes auquel l'entreprise peut s'identifier. La voile est aussi un sport sans dopage.



Sponsoring Voile

Paroles de sponsors & mécènes



« Le Sponsoring Voile est **un outil merveilleux avec un potentiel incroyable** qui mêle incertitudes et opportunités (...) En 20 ans, notre sponsoring c'est 150M€ de retombées médias pour 2,5M€ par an, et, nous avons multiplié notre notoriété par...12 ! »

Patricia Brochard
PDG SODEBO



« Le sponsoring voile est très intéressant car il permet **d'amener un supplément d'âme**, une visibilité enrichie d'un sens et d'une philosophie. L'objectif est d'inclure les marques dans des actions positives qui illustrent leur crédo, de les associer à des valeurs. »

Thierry Bouvard
Directeur Communication Groupe BPCE



« **Le bateau donne une image formidable.** Vendée Globe 2020, quand Louis finit 3e, on fait un peu plus de 30 millions de retombées presse nettes, et hasard de l'histoire, bien que l'on sortait du confinement, c'était la meilleure année de Bureau Vallée. »

Adrien Peyroles
PDG BUREAU VALLÉE



« La contribution d'Advens est un pas, mais **ce sponsoring doit attirer encore plus d'entreprises et les inciter à devenir inclusives.** Dans un nouveau contexte difficile, les entreprises n'ont plus le choix et se doivent de servir encore plus la société. »

Alexandre Fayeulle
Président ADVENS



« Le groupe a changé de taille avec ce partenariat qui est **une vraie réussite tant pour la notoriété du groupe que pour les messages portés sur l'inclusion.** Il a permis de fédérer en interne. En externe un tiers des gens disent s'être familiarisés avec APICIL grâce à son ancrage dans la voile. »

Philippe Hassel
Directeur Communication APICIL



« Sam Davies défie les océans pour sauver des enfants atteints de malformation cardiaque en soutenant Mécénat Chirurgie Cardiaque. Initiatives-Cœur allie solidarité et performance. **Un engagement, qui permet aux enfants malades issus de pays défavorisés de bénéficier d'interventions chirurgicales.** »

Fond'actions INITIATIVES-CŒUR

Budget

Investissement, fonctionnement & ROI

Budget

Investissement : 5M€

2025/2026

**Construction d'un IMOCA
compétitif en bois &
matériaux bas carbone**

Sponsors - Investisseurs

**Bateau pour 5 ans :
5 Millions d'euros**



Potentiel de revente des bateaux

Tous les bateaux du Vendée Globe 2020/21 à vendre ont trouvé acquéreur en 2021, quelque-soit leur classement final.

Exemple : le bateau « l'Occitane » construit en 2018 pour 5,4M€, arrivé 11ème fut vendu la semaine de l'arrivée du Vendée Globe 2021 pour 4,8M€.

Budget

Fonctionnement : 2M€

Sponsor Leader

Donne son nom au bateau
70% du budget minimum

Co-Sponsors

Budgets de 100 à 200 K€

Fournisseurs Techniques

Télécom, Véhicules, Hôtel, Semi-Rigide, Vêtements,...

Partenaires de services

Port d'attache, Locaux Techniques, Assurances, Manutentions,...

Partenaires Innovations

Études & Calculs, Matériaux, Industries, ...

TEAM, Navigants Techniciens

- Skipper : Boss / Courses / Communiquant / ...
- Co-Skipper : Courses / Navigations Tests / Performances / Météo
- Directeur du Team : Management & Organisation technique /Commandes
- Préparateur / Équipier N°1 : Mat / Gréement / Voiles / Accastillage
- Préparateur / Équipier N°2 : Électric / Electronique / Informatique /Télécom
- Préparateur / Équipier N°3 : Composite / Structure / Pièces Customs
- Préparateur / Équipier N°4 : Appendices / Etudes / Evolution
- Ingénieur / Développeur : Intégration des innovations
- Équipiers ponctuels : Courses en équipage & RP

Fonctionnement Logistique

- Réparations, Entretien et Évolutions technologiques et de sécurité
- Consommables & produit techniques
- Manutentions, grutages, Fret (mat,dérives, container, voiles)
- Carburants (Véhicules + IMOCA + Annexe)
- Hébergements hôtels, restauration, ravitaillements embarqués
- Déplacements divers et Locations Véhicules, Locaux
- Météorologie : Routages + Fichiers & télécom Terre / Mer / terre
- Stand by des courses à l'étranger

Administratif Services internes

- BFR et Marge de sécurité du projet
- Secrétariat général
- Commercial & Partenariats
- Communication & Relations de Presse
- Innovation / Relations extérieures / Coordination Technique Crowdfunding
- Honoraires Gestion & Comptabilité / Juridiques
- Charges & Taxes diverses de la société
- Inscriptions aux Courses / Cotisation Classe IMOCA / Frais de jauge

Assurances

- Assurance annuelle du bateau (par course)
- Assurance Hommes : Équipiers en mer et Techniciens à terre.

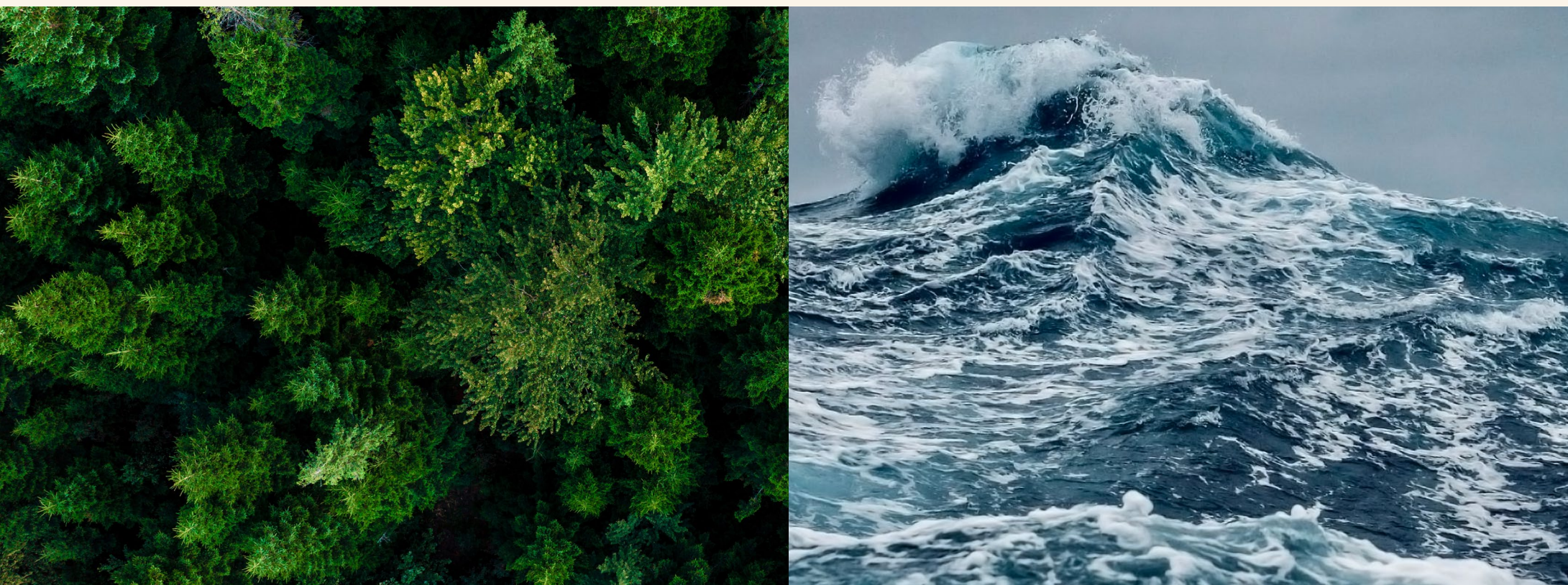
Budget

Promesses

Viser la réussite avec un skipper expérimenté à bord du premier vrai bateau bas carbone

Pour :

- Votre politique RSE,
- Votre écosystème interne et externe,
- Votre image auprès du grand public,
- Vos clients et vos partenaires,
- Vos collaborateurs.



ROI Médias de Marc Thiercelin

Courses (classement)	Investissement (K€)	Valorisation médias (K€)	Ratio
Vendée Globe 1996/97 (2ème)	1 900	11 000	x7
Transat Jacques Vabre 1997 (2ème)	80	1 400	x10
Around-Along 1998/99 (2ème)	2 000	19 000	x10
Transat Jacques Vabre 1999 (5ème)	500	1 000	x1,5
Transat Anglaise 2000 (8ème)	500	800	x1,1
Vendée Globe 2000/01 (4ème)	800	9 000	x11,8
Vendée Globe 2004/05 (non classé)	1 400	5 000	x3,6

ROI Médias Vendée Globe 2020/21

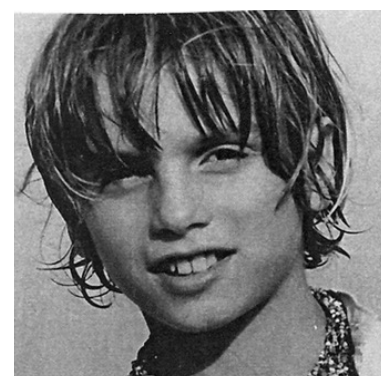
Données KANTAR du 8 novembre 2020 au 28 février 2021

Bateau	Classement sportif	Valorisation médias (K€)	Nombre de retombées médias
Apivia Mutuelle	2ème	6 758	29 176
Linkedout (Vulnérable)	6ème	4 245	21 316
Maître Coq	1er	3 140	17 197
Charal	13ème	3 058	9 859
Initiatives cœur	Abandon	2 416	7 300
Bureau Vallée	3ème	2 300	14 910
Hugo Boss	Abandon	1 683	9 812
Yes we cam (Jean le Cam)	4ème	1 550	8 339
L'Occitane	11ème	1 438	6 490

Skipper

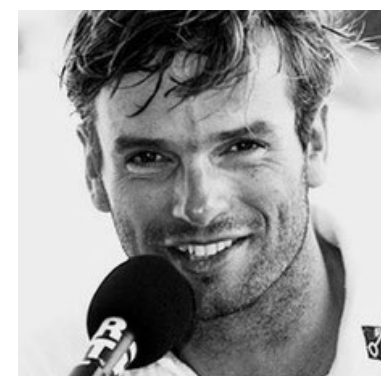
Marc Thiercelin

Palmarès



1970 -1984 Dériveur

- Prépa Olympique 470 J.O. 1984
- 1er Champion de France FNSU 1981
- 2ème Coupe du monde Laser 1981
- 2ème Chpt de France Laser 1980
- 1er Champion Bretagne Croiseur 1978
- Début en Optimist en 1970



1988 -1997 Figaro – TFV – Mini 6.50

- 7 Solitaire du Figaro 1992 - 2007
- 5 Tour de France Voile 1979 - 2002
- 6ème Solitaire du Figaro 2003
- 5ème Solitaire du Figaro 1995
- 4ème Solitaire du Figaro 1994
- 4ème Chpt de France en Solitaire 1994
- 1er Chpt de France équipage Figaro 1994
- 3ème Porquerolles Méditerranée 1994
- 1er Transmanche en Figaro 1993
- 1er d'Étapes Solitaire du Figaro 1994 -1997
- 1er Transmanche en 6.50 1991
- 3ème National 6.50 1991
- 3ème Transgascogne 6.50 1991
- 1er Nioulargue Saint-Tropez Maxi 1990
- 2ème Transmanche Classe 1 en 1989



1996 -2008 Tours du Monde

- 1er Voiles Saint-Tropez 2002
- 1er Régates Royales Cannes 2002
- 6ème Transat Jacques Vabre 2005
- NC 3ème Vendée Globe 2004
- 6ème The Transat 2004
- 7ème Solitaire du Figaro 2003
- 4ème Vendée Globe 2000
- 5ème Transat Jacques Vabre 1999
- N°2 Mondial des Skippers (FICO) 1997
- 2ème Around Alone (TdM US) 1998/99
- 2ème Transat Jacques Vabre 1997
- 2ème Vendée Globe, 1996/97



2008 - 2020 DCNS & Co

- 1er Bol d'Or 2019
- 2ème Bol d'Or 2017
- Translémanique 2015-2016-2017
- 2ème Giraglia (IMOCA) 2011
- Transat Jacques Vabre 2009 & 2011
- Recordman Méditerranée en solo 2009
- 2ème Giraglia (IMOCA) 2009
- AB 4ème Vendée Globe 2008
- Filières du Talent DCNS 2007-2011

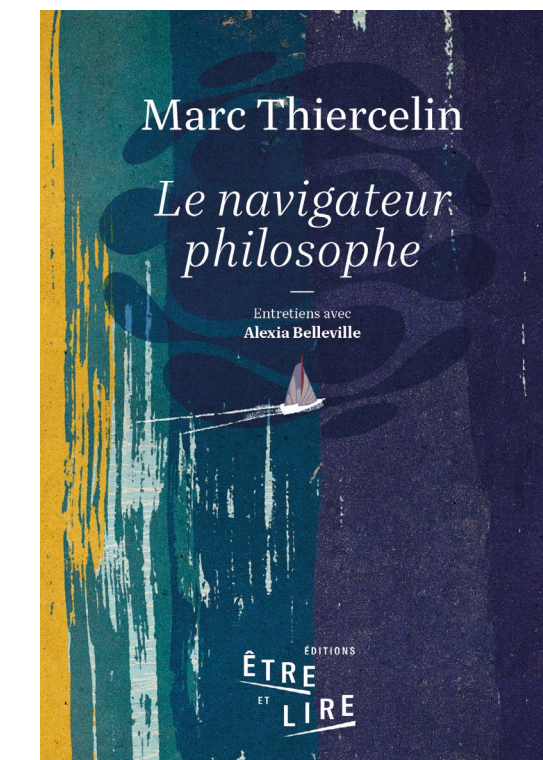
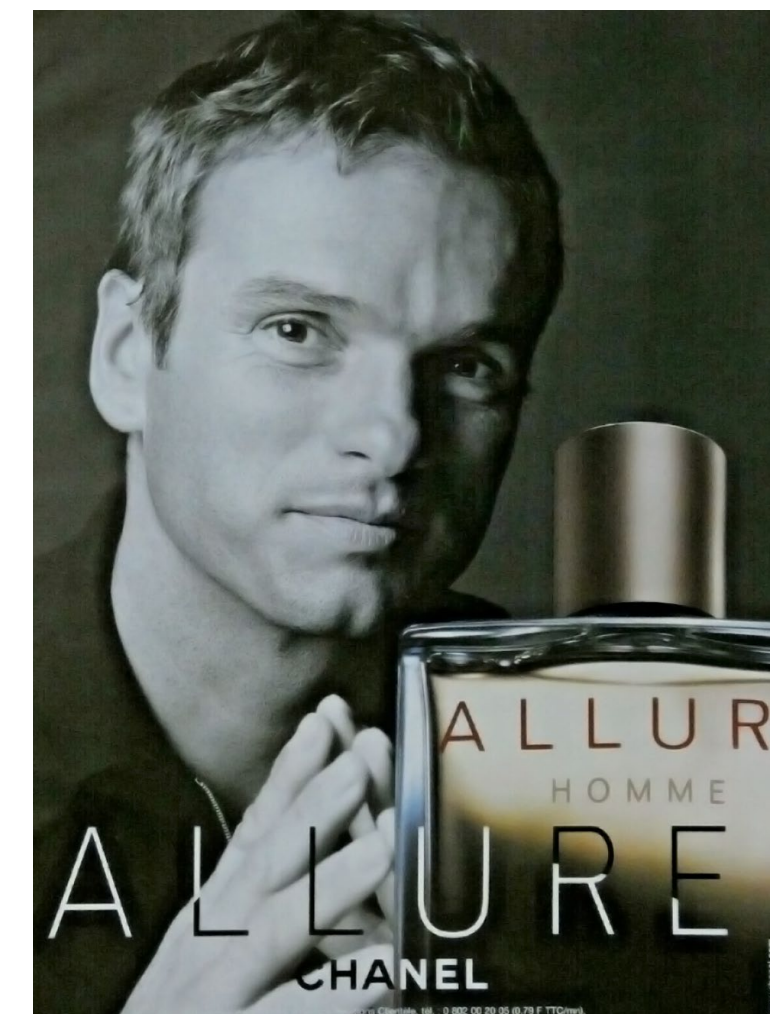
Médiatique



1996-2011

21 M€
de différents sponsors

80 M€
de retombées médias



À la rencontre
des peuples
des mers
Glénat

Speaker

500 conférences & coaching

Crédit Immobilier France, Crédit Suisse, **Barclays**, Limagrain, EDHEC, PPR (Kering), **École Polytechnique**, Bénéteau, Elis, Lancel, EADS, Yves Rocher, **Réseau Entreprendre**, Crédit Agricole, **KENZO**, ISS Groupe, **ESA Agence Spatiale Européenne**, Bristol Myers Squibb, Gras Savoye, **Gallimard**, **Hachette Livre**, Relay H, **Groupe Richemont**, VINCI, Solvay, Vuarnet, Chronopost, **PUMA**, Société Générale & Lyxor, **HERMÈS**, **Mitsubishi**, UPSA, Groupe 3M,

DCNS (Naval Group), Air Liquide, HSBC, **Intermarché**, **Morgan McKinley**, AT Kearney, SCA, Opcalia, **les MEDEF**, Carrefour, EDF, Novartis, France Business School, La Poste, Le W.B.C, SALM, Maquet, **Éconocom**, ITS Group, DataLog, **SNCF**, **Orange**, **Kéolis**, Volkswagen, Roche, Tétréos, **Expert APM**, Malakoff Médéric, **RATP**, ARTE, ERDF, Pfizer, AG2R, In Vivo, Software AG, Smac, **Mars Food**, Le Ritz, Babel, CCM Benchmark, Sécuritas, **SANOFI**, Éllisphère, Auchan, **Oui-Sncf**, CNP Assurance,

CHANEL, Medef Régions, **Spie Nucléaire**, Florette, Curium Pharma, Wallix, **Vente Privée**, **Kedge**, **BPI**, Curium, Canal+, Ass° GSC, Dentsply, **TEDx**, Jungheinrich, SII, Gan Assurance, Sopra Stéria, Général Electric, Déleo, **FranceTV**, **CGI Consulting**, Natais, Leroy Merlin, **Covéa-MMA**, Réseau DEF, **Cegelec**, P&G, Club Med, **FFF Fédération Française Football**, URSSAF, Laboratoire ABBVIE, **Internorm**, LIDL, Logikor, **Groupe RÉEL**, St Gobain, Groupe IMS, **Meeschaert**, Véga IM, Décathlon, **Alcatel**, CPAM, **Petit Bateau**, Sytral, Lyreco, Macéo, ADF, **GRDF**, **RTE**, ...



Vidéos



Teaser Vendée Globe 2024



Chantier Despierre - 1^{er} bateau de course en bambou



Cobratex - Fibre de bambou chez Airbus



Vendée Globe 96-97 : Une course en enfer



Un nom de la voile

Aventure

Sponsoring

Technologie

Prospectiviste

Instrument

Indestructible

Chanvre

Nouvelle voie

Bas carbone

Bambou

Thiercelin

Indestructible

Valeurs

Marin

Marc

Bateau

Bambou

Bois

Technologie

Indestructible

Art

France

Thiercelin

Rejoignons-nous

**Pour faire naître, naviguer et gagner
le premier bateau de course au large
vraiment très bas carbone.**

Contact

SOCIÉTÉ COMPAGNIE MARCO POLO

Marc Thiercelin

www.marcthiercelin.com

marc@marcthiercelin.com

+33 611 18 00 74