



Made in Midi

2015

2017

Made in Midi

SAFRAN

GIY

Sommaire

_01	Le concept “Made in Midi”	3
	A. Une volonté	4
	B. Une coopérative de partenaires	5
	C. Les plus mythiques des épreuves à la Voile	5
	D. L’expérience au service de jeunes talents	6
_02	Des moyens de communication uniques	7
	A. Communication externe : Boostez votre notoriété	8
	B. communication interne : Fédérez vos équipes	9
	C. Synergie entre les partenaires Made in Midi	9
	D. Une communication RSE innovante, impactante et efficace	10
_03	Bilan 2013/2014	11
	A. 2013 : L’année des débuts	12
	B. 2014 : Le vrai démarrage	13
_04	Objectifs sportifs 2015/2017	14
	A. Tour de France à la Voile 2015/2016	15
	B. Vendée Globe 2016/2017	17
	C. Solitaire du Figaro 2015/2016 et circuit Figaro	19
_05	Budget	21
	A. Combien ça coute ?	22
	B. Les propositions de sponsoring	23
_06	Agenda	27
_07	Contact	29



Le

01

concept

Made in Midi

Le concept “Made in Midi”

A.

Une volonté

Made in Midi, c'est une volonté de rassembler des partenaires liés par des valeurs communes et un attachement fort avec leur territoire méditerranéen pour :

- › Promouvoir les vertus universellement reconnues de la Voile comme vecteur de communication mettant en avant la liberté, les valeurs humaines, le respect de l'environnement,
- › Permettre à toutes les entreprises, petites ou grandes d'accroître leur notoriété grâce à ces vertus,
- › Constituer une vitrine de la richesse économique du Sud que les navigateurs méridionaux pourront représenter lors des plus grandes compétitions de Course au Large, à l'instar de ce que font depuis longtemps les bretons ou les vendéens,
- › Associer les collectivités pour alimenter cette dynamique de développement économique et lui permettre de se diffuser sur le territoire,
- › Mobiliser les centres de formation pour assurer des débouchés sportifs aux jeunes qui deviendront les champions de demain.



A. Courcoux

Le concept "Made in Midi"



B. Une coopérative de partenaires

- › Regrouper les entreprises du sud autour d'une aventure humaine riche en émotions,
- › Renforcer l'identité méridionale de ce pool d'entreprises et lui permettre de développer des synergies,
- › Créer une marque forte, incontournable,
- › S'adapter aux réalités économiques des entreprises en proposant des tickets d'entrée raisonnables,
- › S'ouvrir à toutes les entreprises par des partenariats techniques, médias ou financiers.

C. Les plus mythiques des épreuves à la Voile

- La stratégie de valorisation de Made in Midi s'appuie sur :
- › Le succès populaire et médiatique des plus grands événements sportifs de la Voile,
 - › Le savoir faire des plus grands organisateurs (ASO, SAEM VENDEE, PEN DUICK),
 - › L'inscription dans les courses les plus audacieuses (Vendée globe, Transat Jacques Vabre, Solitaire du Figaro, Tour de France à la voile, Route du Rhum, etc...).

Le concept "Made in Midi"

D. L'expérience au service de jeunes talents

Made in Midi, c'est une structure, SIXTEAM SARL, et des passionnés :

- › Kito de Pavant, 53 ans, vainqueur entre autres de la Solitaire du Figaro, Cap Hornier, 2 Vendée Globe, dirige SIXTEAM SARL et les destinées de la Marque Made in Midi,
- › Gwen Gbick, 47 ans, directeur pendant 15 ans du Yacht Club de Manguio Carron, 2 campagnes Olympique à son actif, coach professionnel,
- › Une fidèle équipe technique, professionnelle et très compétente dans tous les corps de métier indispensables au bon déroulement de ce genre d'aventures,
- › Une sélection de jeunes talents Méditerranéens (- de 25 ans) pour prendre la barre des bateaux Made in Midi.



Des
moyens de

communication

02

uniques



Des moyens de communication

uniques



A. Communication externe :

Boostez votre notoriété

- › Kito de Pavant, un skipper reconnu et apprécié du grand public, des médias et des fournisseurs,
- › Une équipe professionnelle,
- › Un projet original et innovant,
- › Une identité forte : “un bateau du sud et un équipage du sud parrainés par des entreprises du sud”,
- › Des outils de communication efficaces,
- › Un site internet adapté : www.madeinmidi.org,
- › Une agence de spécialistes Wind’Report qui :
 - organise le plan de com,
 - alimente le site et les réseaux sociaux,
 - transmet les infos quotidiennes du bord,
 - gère les photos et les vidéos,
 - organise les relations presse,
 - édite les dossiers de presse.
- › Des organisateurs rodés et efficaces (A.S.O, Pen Duick, etc...),
- › De la visibilité sur de nombreux supports :
 - Bateaux
 - Voiles
 - Véhicules d’assistance
 - Site internet et réseaux sociaux
 - Vêtements portés par l’équipe
 - etc...

Des moyens de communication

uniques

B. Une communication interne :

Fédérez vos équipes

- › Suivez les courses sur le Site Internet et les réseaux sociaux de Made in Midi,
- › Partagez les infos quotidiennes envoyées du bord (photos, vidéos, textes, etc...),
- › Invitez vos collaborateurs et/ou clients :
 - Aux départs de courses,
 - Sur les bateaux accompagnateurs pour le suivi des départs,
 - A une journée VIP à bord du (des) bateau(x),
 - A une régata intra ou inter entreprise(s),
 - A une vacation par téléphone satellite en direct du Large.
- › Organisez sur vos sites, une visite, une présentation ou une conférence du skipper.
- › Mettez en avant votre partenariat (affiches, écrans, kakemonos, etc...),
- › Profitez des photos et des vidéos personnalisées et libres de droits,
- › Utilisez l'image du skipper et des équipages dans votre communication.



C. Synergie entre les partenaires

Made in Midi

- › Créer de nouvelles relations professionnelles ou commerciales avec les autres partenaires Made in Midi,
- › Retrouvez l'ensemble des partenaires lors des départs ou arrivées de course ou lors des événements organisés par SIXTEAM SARL : mise à l'eau d'un nouveau bateau, baptême, présentation de nouveaux projets, conférences de presse, etc...,
- › Bénéficiez du réseau Made in Midi,
- › Inscrivez vous à la prochaine régata inter entreprises Made in Midi.



Des moyens de communication

uniques

D. Une communication RSE innovante, impactante et efficace.

1. QU'EST-CE QU'UNE COMMUNICATION RSE ?

La **responsabilité sociétale des entreprises (RSE)**, aussi appelée **responsabilité sociale des entreprises**, est un "concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec les parties prenantes sur une base volontaire".

A l'heure d'internet et de la communication à grande échelle, l'image de son entreprise peut avoir un impact sur son activité, ses clients, son chiffre d'affaire...



2. COMMUNIQUEZ AUTOUR DE VOTRE ENGAGEMENT RSE AU TRAVERS DE MADE IN MIDI, AVEC TOUTES LES PARTIES PRENANTES DE VOTRE ACTIVITÉ :

La marque Made in Midi est un vecteur de communication original de votre politique RSE avec les valeurs liées aux sports nautiques et aux exploits maritimes.





Bilan

2013

2013

2014

Bilan 2013/2014



A. 2013 :

L'année des débuts

Lancé en février, le projet Made in Midi avait mis le Tour de France à la voile et la Generali Solo au coeur de son programme sportif de lancement.

Suite au désistement de quelques partenaires majeurs, les ambitions ont été revues à la baisse et il a fallu renoncer la mort dans l'âme à participer au Tour de France à la Voile alors que bateau et équipage étaient prêts.

Néanmoins, le premier bateau "Made in Midi" a été mis à l'eau en juillet et Gwen Gbick a pu participer en octobre à la Générali Solo grâce au précieux soutien de quelques partenaires, pionniers dans cette belle aventure et que l'on remercie une nouvelle fois chaleureusement...

Ce programme a néanmoins suscité suffisamment d'intérêt pour pouvoir engager une deuxième saison grâce à la détermination de Kito et son équipe.

Bilan 2013/2014

B. 2014 :

Le vrai démarrage

Dès le début de l'année 2014, suite à de nombreuses démarches pour rencontrer des nouveaux partenaires, plusieurs contrats sont passés sur la base d'un programme de deux courses :

- › La transat AG2R,
- › La Solitaire du Figaro.

Avec la perspective de pouvoir y ajouter :

- › La Route du Rhum.

Le programme Figaro a été entièrement tenu et dès juillet, l'arrivée de 3 nouveaux partenaires majeurs permettent à Kito de participer à la route du Rhum en Novembre.

La saison 2014 a démontré la pertinence du concept et a posé les bases de son développement.

Parcours Transat AG2R 2014



Kito et Gwen en mer sur la Transat AG2R



Parcours Solitaire du Figaro 2014



Arrivée de la Transat AG2R



Baptême du 40' Otio Bastide Medical



40' Otio Bastide Médical



Gwen en mer sur la Solitaire du Figaro



Route du Rhum / Novembre





Objectifs sportifs

04

2015

2017

Objectifs sportifs 2015/2017



A.

Tour de France à la Voile 2015/2016

Amaury Sports Organisation (Tour de France Cycliste, Paris Dakar, l'Équipe) a repris les rênes du Tour de France à La Voile en 2012 avec la volonté d'en booster l'audience.

Un tour des Plages de l'hexagone - Place au spectacle !!!

- › Le tour se courra désormais en Diam 24, un petit multicoque très rapide pendant 3 semaines de juillet,
- › Petit nombre d'équipiers (3 ou 4), casqués comme sur la coupe de l'America, avec caméras embarquées sur les bateaux,
- › Régates "inshore" sur des plans d'eau abrités devant les plages pour favoriser la proximité du public.

La médiatisation de l'épreuve est garantie par l'organisateur sur ses propres supports média (papier et TV) mais aussi par une large distribution des images, spectaculaires à n'en pas douter...

Objectif de Made in Midi :

- › Aligner 2 bateaux, avec 2 équipages jeunes, l'un filles, l'autre garçons,
- › Sélection des équipages pendant l'hiver en Méditerranée et entraînements au printemps,
- › Création d'un stand Made in Midi sur le village du Tour pendant les 3 semaines que durera la course, ce qui permettra aux partenaires de présenter leur produits ou leurs projets.

Objectifs sportifs 2015/2017

Tour de France à la Voile : chiffres clés

Une diffusion dans

60 pays



40H de couverture dédiée



Couvert par

19



chaînes de télévision

74 MILLIONS de contacts TV



8341 K€ de ROI



Objectifs sportifs 2015/2017



B. Vendée Globe 2016/2017

Kito repart pour un tour !

- › L'évènement sportif le plus médiatique en France et en Europe,
- › Une vitrine incomparable pour les entreprises du Midi,
- › Une motivation décuplée par le développement positif de Made in Midi,
- › Une concurrence sportive qui s'annonce de très haut niveau.

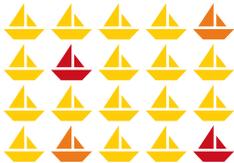
Objectif top ten

- › Un projet structuré sur trois ans incluant la transat Jacques Vabre 2015,
- › Achat d'un IMOCA qui sera le navire amiral de Made in Midi,
- › Des partenaires multiples qui partagent le budget et récupèrent l'intégralité des retombées média.



Objectifs sportifs 2015/2017

Vendée Globe : chiffres clés

20 
CONCURRENTS
en moyenne

 **30** MILLIONS
de vidéos vues

490000
JOUEURS
à Virtual Regatta 

188 MILLIONS
D'EUROS
de valorisation
média brut en France 

1,925 MILLIONS
de visiteurs
au total 

730H 
de télévision
dans le monde
dont **85H**
de direct 

78000 FANS
sur facebook  et
19000 FOLLOWERS
sur twitter 

Objectifs sportifs 2015/2017



C. Solitaire du Figaro 2015/2016

et circuit Figaro

La solitaire du Figaro est la référence de la course en Solitaire.

- › Gwen Gbick ambitionne de courir sa 2ème Solitaire en 2015 ainsi que la Generali Solo en octobre,
- › Il vise le Top Ten et a déjà commencé son entraînement au C.E.M de la Grande Motte.

Place aux jeunes !

- › Offrir à un jeune espoir la possibilité de courir l'édition 2016 de cette course mythique,
- › Mise en place dès 2015 d'une "sélection Espoir" auprès de jeunes et talentueux navigateurs méditerranéens de moins de 25 ans.

Objectifs sportifs 2015/2017

Circuit Figaro : chiffres clés

**500
000** PERSONNES



sur les quais
400.000
POUR LA SOLITAIRE
POUR LE DÉPART

75.000
POUR L'AG2R
POUR LE DÉPART

75.000
POUR L'ARRIVÉE

1980
de presse
cumulés **ARTICLES**

15,7 MILLIONS
d'Euros
PUBLICITAIRE

VALORISATION

40H
TV
cumulées



12H
RADIO
cumulées



Budget

2015

Budgets



A.

Combien ça coûte ? (budget minimum)

Tour de France à la Voile

250 K€/an pour 2 bateaux

Vendée Globe

1500 K€/an *

Solitaire du Figaro + Générali Solo

250 K€/an

* pendant 3 ans

Budgets

B. Les propositions de sponsoring

Ticket d'entrée Made in Midi

Page sur site internet

Accès réseaux sociaux

Visuel sur pavillon au port *

Visuel sur véhicules d'assistance *

Photos et vidéos libres de droit

10 K€ HT/an

ou équivalent partenariat technique ou média

Une carte de membre Made in Midi

Accès privilégié aux infos du bord

Visuel sur bateau (ou voile) *

Accès privilégié à toutes les manifestations Made in Midi

1 journée VIP à bord du bateau Made in Midi

1/2 journée de présence du skipper

au sein de l'entreprise



* Taille à définir en fonction des espaces disponibles et du (ou des) bateau(x)

Budgets

B. Les propositions de sponsoring

Sponsors titre (2 max. par bateau)

Projet Tour de France à la Voile

50 K€ HT/an

Projet Vendée Globe

600 K€ HT/an*

Projet Figaro

75 K€ HT/an

40 % de la surface disponible sur la coque et les voiles

50% du nom de course

40% de la surface disponible sur les véhicules d'assistance

1 pavillon au port

Surface prioritaire sur le site internet et réseaux sociaux

Accès illimité au(x) bateau(x) **

(sorties VIP, visites, etc...)

Utilisation commerciale de l'image du skipper
et de l'équipage

La carte de membre "Made in Midi"

Disponibilité du skipper (ou de l'équipage)

pour intervenir dans les manifestations internes **

* Pendant 3 ans

** En fonction du planning sportif de l'équipage

Budgets

B. Les propositions de sponsoring

Partenaire majeur (4 max. par bateau)

Projet Tour de France à la Voile

10 K€ HT/an

Projet Vendée Globe

100 K€ HT/an*

Projet Figaro

10 K€ HT/an

3 sorties VIP à bord du bateau

du projet

5 % de la surface disponible sur la coque et les voiles

5% de la surface disponible sur les véhicules d'assistance

Surface privilégiée sur le site internet et réseaux sociaux

5% de la surface du pavillon au port

Utilisation de l'image du skipper et de l'équipage

La carte de membre "Made in Midi"

Disponibilité du skipper (ou de l'équipage)

pour 2 demi journées en entreprise **

* Pendant 3 ans

** En fonction du planning sportif de l'équipage

Budgets



B. Les propositions de sponsoring

Souscription "Je soutiens Made in Midi"

Ouvert à tous

Votre nom dans le cockpit du (des) bateau(x) Made in Midi

Invitation à toutes les

manifestations Made in Midi

Accès privilégié par mail et réseaux sociaux

aux infos du bord

100 € TTC





Des

projets

plein la tête

_06

Agenda

2015

Solo Concarneau

Solitaire du Figaro

Tour de France à la Voile

Générali Solo

Transat Jacques Vabre

Retour Brésil qualification Vendée Globe



2016

Transat AG2R

Solitaire du Figaro

Tour de France à la Voile

Vendée Globe



2017

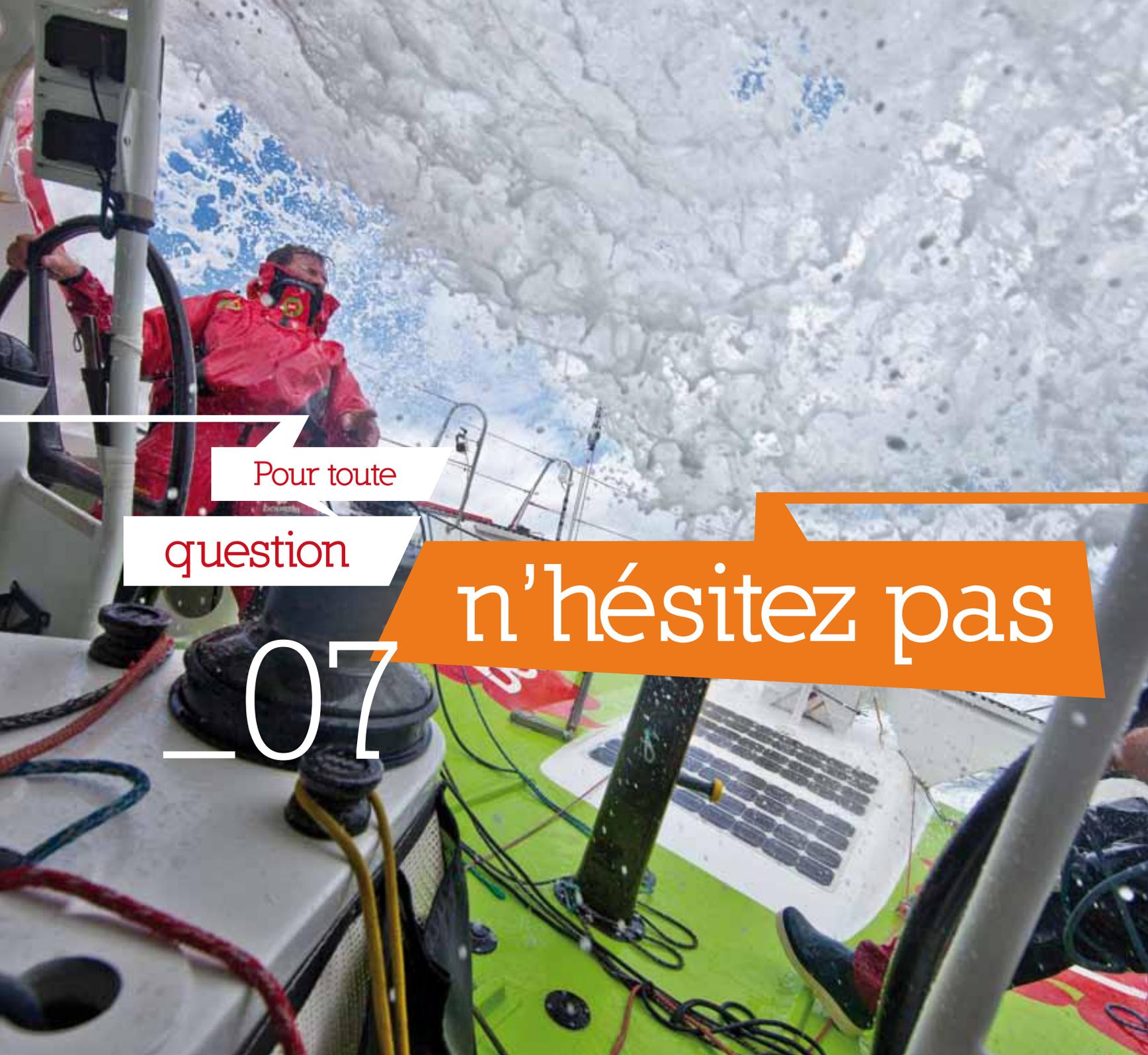
Vendée Globe

Solo Concarneau

Solitaire du Figaro

Tour de France à la Voile

Générali Solo



Pour toute

question

n'hésitez pas

07

Contact

A. Courcoux



A. Kito De Pavant

- › 18 rue du Four
34 980 Montferrier / Lez
- › 06 07 350 180
- › kitodepavant@wanadoo.fr

B. Gwénael Gbick

- › 8 impasse du mas des Oliviers
34 750 Villeneuve Les Maguelones
- › 06 07 188 156
- › g.gbick@yahoo.fr

Plus d'infos sur notre site :

www.madeinmidi.org

Vous pouvez également nous suivre sur :

 <https://www.facebook.com/madeinmidivoile?ref=hl>

 https://twitter.com/Made_in_Midi

 <http://madeinmidimedias.tumblr.com/>