

**CIVIC
HYBRID**

**32^e
EDITION**



tour voile

de France à la

DU 25 JUIN AU 23 JUILLET 2009 - www.tourvoile.fr



La course

UNE COMPETITION UNIQUE AU MONDE

Régate à armes égales sur des monotypes M30, accessible à tous, le long des côtes françaises : le concept du Tour de France à la Voile est simple.

Pourtant ce sont les risques, les douleurs et les nuits sans sommeil qui ont construit sa réputation, celle d'une course vraiment unique au monde.



La 32ème édition du Tour de France à la Voile se déroulera du 25 juin au 23 juillet entre Dunkerque et La Seyne-sur-Mer.

Un mois de compétition durant lequel professionnels, amateurs et étudiants vont enchaîner longues étapes de course au large et parcours en baie à bord de leur M 30. La bataille s'annonce rude pour les 30 équipages engagés dans cette aventure et les 50 régates prévues ne seront pas de trop pour désigner le vainqueur de l'édition 2009.

Tous voudront succéder à Courrier Dunkerque mais seulement un seul pourra inscrire son nom au palmarès de l'épreuve et ainsi entrer dans le cercle très fermé des équipages les plus complets du monde.

1 mois de course en juillet • 2 types de **parcours** : course au **large** et parcours en **baie** • **3 classements** : général, amateur, étudiant • **11 villes étapes**
30 monotypes M30 à armes égales • **50 départs** de régates, **600** équipiers
1000 milles autour des côtes françaises • **10 000 m²** de villages





Les médias

DES RETOMBÉES PRESSE CONSIDÉRABLES

Chaînes de télévision, presse écrite, radios et sites Internet, tous se mobilisent un mois durant pour couvrir cette épreuve de haut niveau.

Un plan média percutant*

- » Un programme court sur **TF1**
- » Un partenariat avec le groupe **Canal +** (Sport +, I-télé, Canal+ Sport, Infosport)
- » Une présence en Outre-Mer avec **France Ô** et **RFO**
- » Un partenariat presse quotidienne nationale avec **Les Echos**
- » Un partenaire presse spécialisée avec **Voile Magazine**
- » **France Bleu**, radio officielle présente sur le terrain
- » Un partenariat avec le n°1 des sites Internet de sport : **lequipe.fr**

7 millions d'euros de retombées presse*

- » **78 heures** de TV en France et à l'étranger
- » **8 heures** de radio
- » Près de **3000 articles** de presse par an dont 1000 avec photos
- » **1,5 million de pages** lues sur **www.tourvoile.fr**

* Partenariats média et retombées 2008



EXEMPLE DE PERFORMANCES D'UN BILLBOARD ACHETÉ PAR UN PARTENAIRE SUR **TF1** DU 30 JUIN AU 27 JUILLET 2008

Nombre de contacts créés par un dispositif de 1 minute 30 secondes à 12h50 en semaine et 19h50 le week-end

Individus 4 ans et +	Femmes 39-59 ans	CSP +
210 millions	39 millions	17 millions



Le village

LA SEULE TOURNÉE ESTIVALE DES PORTS

Avec quatre semaines d'exposition, le Tour de France à la Voile est l'événement incontournable pour toucher le grand public en plein coeur de l'été.



5 000 m² d'animations au cœur des villes

Avec son écran géant, ses stands partenaires, son studio TV, sa boutique officielle et ses concerts organisés tous les soirs, le village du Tour de France à la Voile est le lieu idéal pour rencontrer sa cible directement sur son lieu de vacances.

» En 2008, des milliers de goodies et échantillons ont été distribués : jambon **Aoste**, crème **Osmo Soft**, bonbons **Frisk**, café **Malongo**, cartes **Météo Consult** ainsi que des objets publicitaires Tour de France à la Voile.

La tournée musicale « Rock on the Beach »

Le festival "Rock on the Beach" est un véritable tremplin Rock orchestré par Philippe Manœuvre, le rédacteur en chef du magazine Rock & Folk. Sa sélection de groupes locaux attire chaque soir un public de passionnés.

Développer vos actions de marketing opérationnel

» Stand village, échantillonnage, couponning, street marketing, animation podium.
 » Dégustation, test, lancement de produit, spot sur écran géant...





Les partenaires

UNE VISIBILITE ADAPTEE A VOS BESOINS

*Des formules performantes pour développer votre notoriété,
travailler votre image et recevoir vos invités de prestige.*

Sponsor Titre

- Nom de la marque associé à celui de la course
- La grand-voile à vos couleurs sur tous les bateaux de la flotte*

Grand Partenaire

- Toutes les grand voiles de la flotte à vos couleurs*

Partenaires Génois

- Tous les génois de la flotte à vos couleurs*

Partenaire Spi

- Tous les spis de la flotte à vos couleurs ainsi que le spi rouge de leader (hors ceux de leader du classement amateur, étudiant)*

* Logo sur l'ensemble de la campagne de communication et de promotion

Mais aussi d'autres supports originaux comme **les flammes de course, les cagnards les spis de classement (amateur, étudiant)** ou encore **les bouées**.

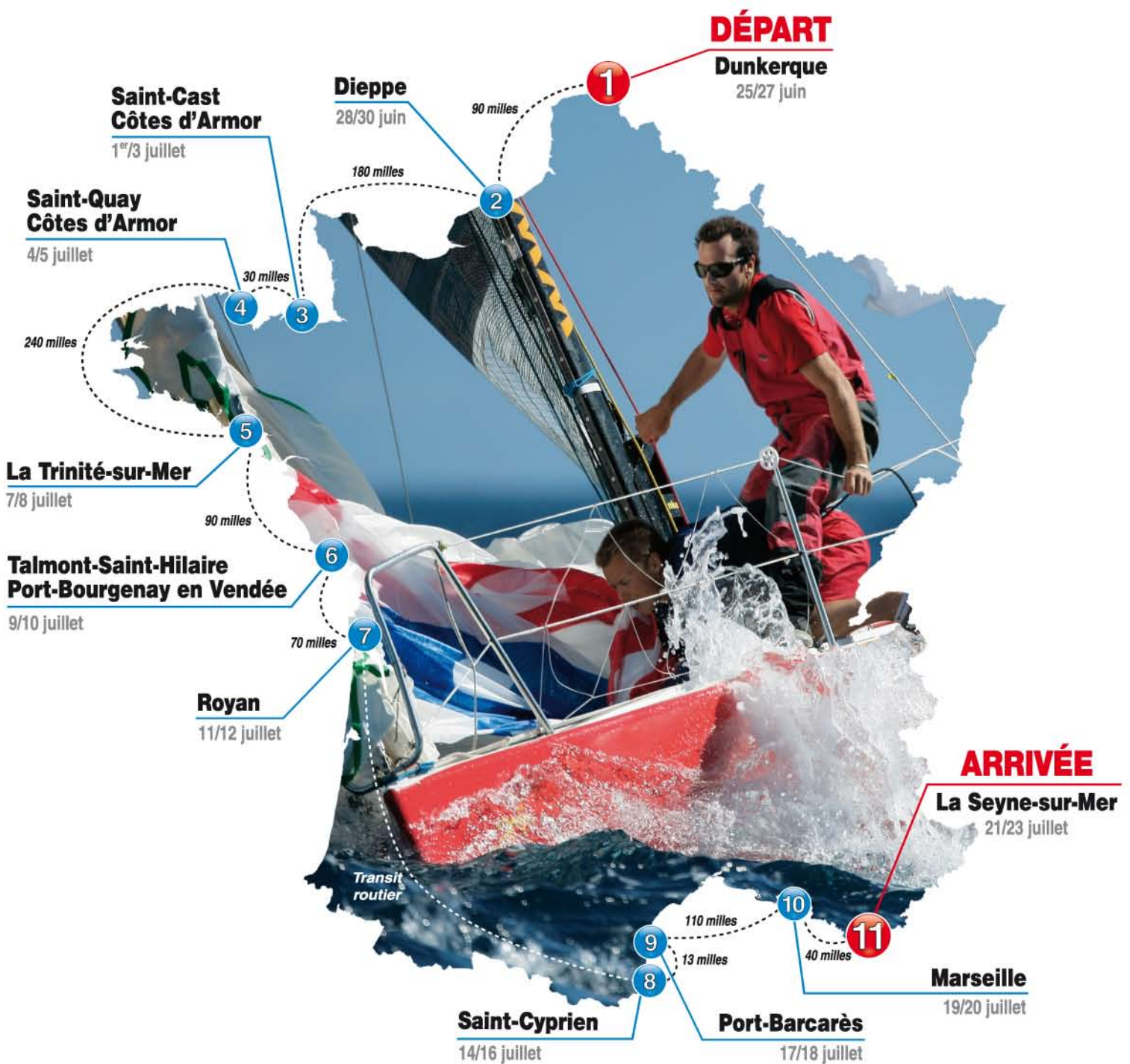
Sans oublier **le village** avec la mise en place d'un stand ou de votre propre animation podium...

Faites vivre à vos clients une régates de l'intérieur

Utilisez nos espaces de réception pour recevoir vos invités et composez votre journée idéale :

- >> Accueil de vos invités par nos hôtesse sur des espaces de réception au cœur du village officiel.
- >> Gamme de prestations traiteur au choix : cocktails, déjeuners, service à bord, soirées privées, petits-déjeuners...
- >> Embarquement sur mesure pour suivre les régates (vedettes privatisées ou non, vieux gréements, hélicoptères...).





tour de france à la **voile** 2009

VOS CONTACTS

Directeur du Tour de France à la Voile – Frédéric de Watrigant – 01 41 40 34 64

Directeur Larivière Organisation – Pascal Auberty – 01 41 40 32 19

Directeur Sportif – William Borel – 01 41 40 33 59

Directrice Adjointe du TFV – Catherine Léourier – 01 41 40 56 74

Directeur du Développement – Olivier Coignard – 01 41 40 31 30

Attaché Commercial – Yann Manuel – 01 47 56 54 90

(Pour joindre par e-mail l'un des contacts, utilisez son nom de la manière suivante : prenom.nom@editions-lariviere.fr)