

SPORT • WEEKEND

Route du Rhum



© Photo News

Un homme, un bateau, un océan... et ce qu'il faut d'argent!

Tous les quatre ans, la mythique Route du Rhum reprend le même rituel sauvage. Les marins assurent le spectacle, la technique évolue, la médiatisation se fait plus forte, les sponsors sont toujours dans la course.

La foule, fidèle à l'appel, remplit les quais de Saint Malo, tous les quatre ans, pour apercevoir ces héros solitaires et leurs machines qui synthétisent ce que la voile fait de mieux... Il y a environ cinquante ans que les voiliers de course ont cessé de porter les doux noms des amies de leurs propriétaires et affichent maintenant ceux de grandes industries, de banques, de compagnies d'assurance, voire de services publics. Les services marketing ne se sont pas trompés: ce sport promet un excellent retour

sur investissement, et pour un coût largement inférieur à une saison de Formule 1 ou de foot...

Avant même le coup de canon du départ, l'édition 2010 du Rhum est un bon cru. La plus forte participation jamais enregistrée, avec 85 solitaires, largement plus d'un million de visiteurs sur les quais pendant le week-end du départ, des dizaines d'heures de retransmission télé et des milliers d'articles de presse. Si bon nombre d'événements sportifs peinent à trouver du financement, en cette période de «post-crise», la voile y compris, la Route du Rhum, elle, fonctionne toujours. Le défi d'un homme seul face à l'océan, l'énergie propre du vent, la technologie des bateaux sont autant de vecteurs qui permettent de se jouer des périodes de récession...

Mais il y a plusieurs Rhums! Il y a autant de différences entre les budgets de construction et de fonctionnement d'un Ultime – catégorie «sans limite» en multicoque – et un modeste Class40 – monocoque de 12 mètres – qu'entre le sponsoring d'une équipe paroissiale et celui d'Anderlecht! En effet, pour les petits bateaux engagés dans les catégories «Rhum» et Class40, les frais de course peu-

vent être supportés par des amateurs fortunés ou des chefs de PME qui donnent le nom de leur entreprise à leur bateau et réalisent le rêve d'une vie. Après l'achat du bateau – 400.000 euros en moyenne –, il conviendra de rajouter les frais directs de la course (inscription, assurance, matériel de sécurité spécifique) pour environ 40.000 euros et, bien sûr, quelques voiles, dont le budget global varie entre 40 et 60.000 euros.

Le skipper se contentera généralement d'un salaire très modeste et aura – au mieux – un ou deux préparateurs pendant un mois environ... En Class40, il est aussi possible et fréquent de louer un bateau pour participer. Bon nombre de coureurs – et de sponsors – préfèrent cette solution plus légère... Les prix de location pour cette course varient alors entre 50.000 euros et 120.000 euros, en fonction de l'équipement et surtout de la génération du voilier.

Pour les Imoca et les Ultime, seule une entreprise de bonne taille peut se permettre les budgets indispensables... Architectes, chantiers, équipes fixes, titane, carbone et haute technologie, chacun de ces

bateaux est une véritable entreprise qui ne compte... que des charges! Les valeurs de construction tournent autour des 4 millions d'euros pour un voilier qui durera, en moyenne, cinq ans avant d'être dépassé. Durant sa vie, il sera «relifté» plusieurs fois. L'accastillage et les voiles sont adaptés en fonction de la course préparée, ainsi que les modifications structurelles de gréement et d'appendices, voire même de coque, vaudront encore le même montant, sur la durée de vie du bateau... Mais le gros du budget sera celui de l'équipe, de dix à quinze personnes à temps plein, et de ses déplacements autour du monde...

Et les Belges? Depuis «Côte d'Or», «Belgacom» et «Ecover», avec leurs indéniables succès à conquérir le marché français – voire international –, il faut bien reconnaître que l'implication des entreprises belges à sponsoriser des voiliers de course est plutôt timide... Méconnaissance de ce sport chez nous? Manque de relais dans les médias, face aux géants du football ou du cyclisme? Sans doute... ■

Alexis Guillaume, www.sailaway.be