

CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

DOSSIER GÉNÉRIQUE – EOLE RACING

AMBITIONS & OPPORTUNITÉS

2026–2030

BENJAMIN DUTREUX

VENDÉE GLOBE 2028 – ROUTE DU RHUM 2030

PARTAGE • ENGAGEMENT • INNOVATION • DÉPASSEMENT



A photograph of a man, Benjamin, on the deck of a sailboat. He is wearing a dark t-shirt and is focused on a task, possibly handling a rope or a piece of equipment. The boat's deck has a white hexagonal pattern and the word "GUYOT" is visible. The background shows the blue sea and the boat's mast.

CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

Des valeurs fortes et un **capital sympathie XXL** font de Benjamin une figure accessible et inspirante, à laquelle le grand public s'identifie facilement.

Pour Benjamin, le Vendée Globe est une aventure collective où l'humain et le **"nous"** **priment sur le "je"**, reflétant l'authenticité et les valeurs de son équipe.

Classée parmi les 10 meilleures écuries du Vendée Globe, l'équipe incarne engagement et **réussite collective grâce à son noyau solide** et expérimenté.

& COMPÉTITEUR

- **9ème du Vendée Globe 2020-2021** en 81 jours, 19 heures, 45 minutes et 20 secondes, à bord de OMIA – Water Family, bateau ancienne génération de 2007. Benjamin est devenu **LA révélation** de cette édition!
- **10ème du Vendée Globe 2024-2025** en 77 jours 3h39 minutes et 24 secondes à bord de GUYOT environnement – Water Family, bateau ancienne génération de 2015. Benjamin a **confirmé son statut de skipper incontournable** en jouant face à une vingtaine de bateaux nouvelles générations.
- **Et pour l'édition de 2028 ?** L'objectif est clair : construire un projet ambitieux et **gagnant** avec ceux qui seront prêt à jouer à nos côtés.

UN SKIPPER HUMAIN ET EXPERT

→ **CAP SUR 2028 !**



CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

UN SKIPPER AMBASSADEUR

AU GRAND COEUR AVEC L'ASSOCIATION WATER FAMILY

La Water Family – Du Flocon à la Vague est une association d'éducation à l'environnement qui sensibilise à la préservation de l'eau, de la santé et du vivant. Depuis 2009, elle propose des programmes éducatifs innovants pour écoles, entreprises et événements, avec une approche positive axée sur l'écologie et les bonnes pratiques.

Son credo ? **Agir à la source !** en éduquant les jeunes générations pour un changement durable. Elle met en lumière l'eau invisible, consommée et polluée indirectement au quotidien par nos habitudes et nos choix.

DES OUTILS PÉDAGOGIQUES POUR ÉDUIQUER

 Carnet pédagogique

Grâce à ces initiatives, "L'Odyssée du vivant avec Benj" a permis de sensibiliser plus de **53 000 enfants**.

DES INTERVENTIONS EN PLEINE NATURE

 En savoir plus

En 2024, l'équipe a décidé d'aller encore plus loin avec la Water Family, GUYOT environnement et l'agglomération des Sables-d'Olonne, en emmenant les élèves hors des salles de classe. La **Water Forest School** est un projet éducatif innovant qui propose aux élèves d'apprendre à travers des **expériences immersives en pleine nature**, afin de les sensibiliser à la biodiversité, à l'eau et à la santé.

DES ACTIONS CONCRÈTES

Nous agissons directement sur le terrain, comme sur le village du Vendée Globe 2024, où plus de **40 000 visiteurs ont été sensibilisés** aux enjeux environnementaux au sein d'un espace innovant entièrement végétalisé.



CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

GAGNER LE VENDÉE GLOBE ²⁰²⁸

- ✓ **GAGNER** le Vendée Globe
- ✓ **CONSTRUIRE** un projet porteur de sens
- ✓ **PARTAGER** nos valeurs
- ✓ **FÉDÉRER** vos équipes
- ✓ **DÉVELOPPER** votre image de marque



EOLE
RACING

CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

COMMENT? CONSTRUIRE UN IMOCA NOUVELLE GÉNÉRATION

MIS À L'EAU EN JUILLET 2027



DESIGNER : ANTOINE KOCH / FINOT CONQ



COLLABORATION : TEAM SPIRIT RACING



BUREAU ETUDE INTERNE EOLE **CONSOLIDÉ**



UN BUDGET **MAÎTRISÉ**



UN CHANTIER RECONNU: **MULTIPLAST**



UN PARTENAIRE MAJEUR : **4CAD GROUP**

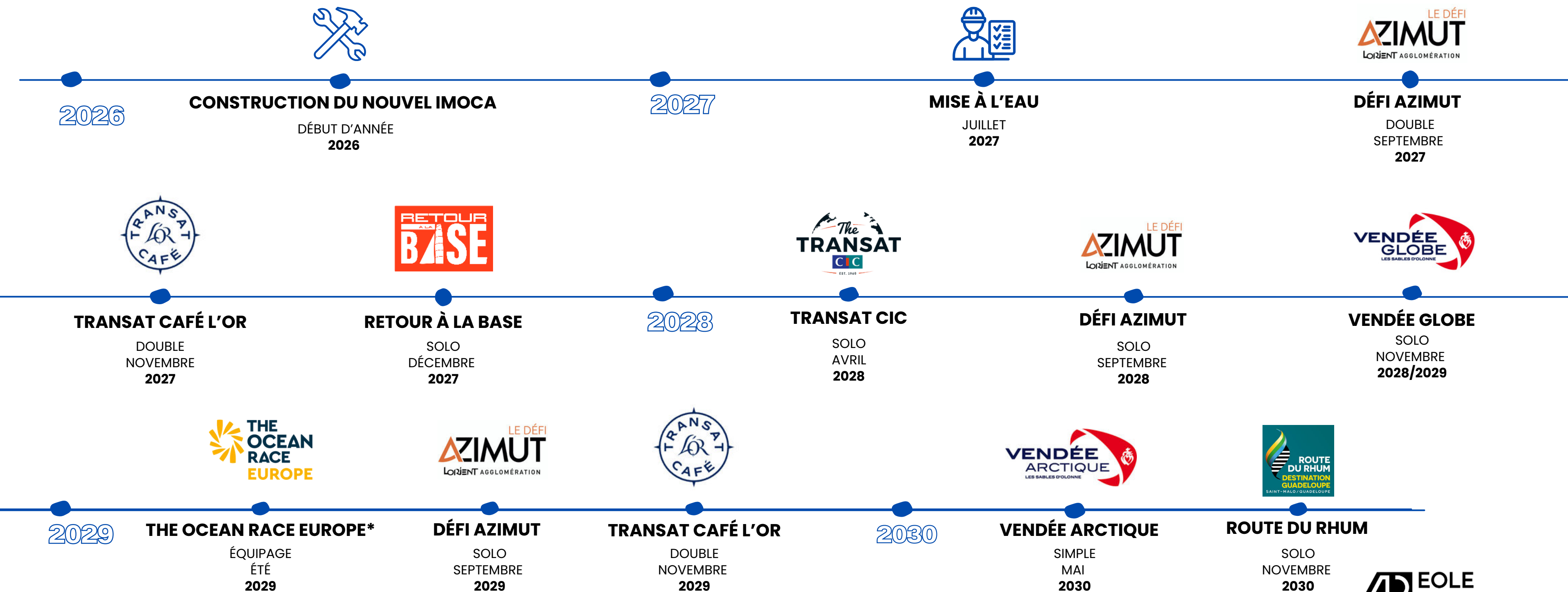


TECHNOLOGIE • INNOVATION • PERFORMANCE • 30 000H D'ÉTUDES • 45 000H DE CONSTRUCTION



CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

AVEC UN PROGRAMME COMPLET & AMBITIEUX



13 courses dont 7 transatlantiques, 1 tour du monde et 1 tour d'Europe



*Course optionnelle

CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

FORT DE SES EXPÉRIENCES :

- ✓ 2 campagnes **Vendée Globe**
- ✓ 1 campagne **The Ocean Race**
- ✓ 3 campagnes **circuit Figaro**
- ✓ 2 campagnes **Tour Voile**
- ✓ 1 équipe **soudée**

AVEC UNE STRUCTURE SOLIDE

1

4EOLE

Armateur

2

EOLE RACING

Écurie de course au large

3

EOLE ACTIONS

Fonds de dotation

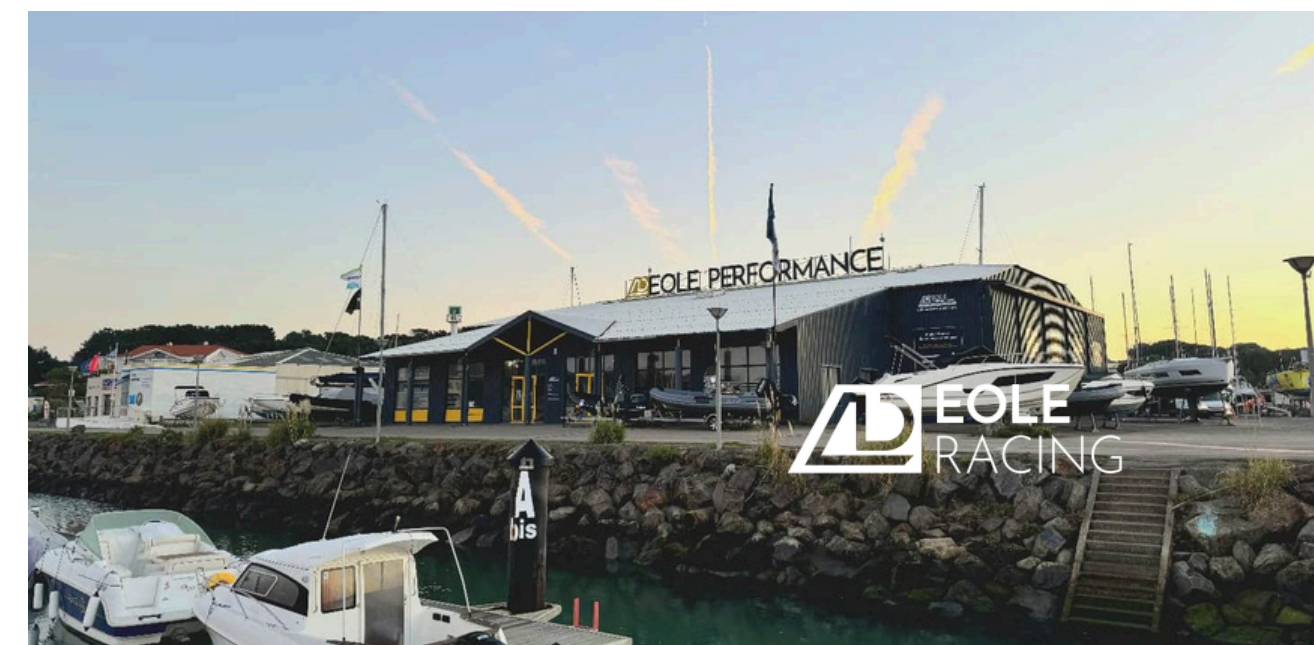
4

EOLE BOATYARD

Chantier naval

LA STRUCTURE EN PLACE :

 **EOLE**
PERFORMANCE
Refit - Boatyard / Custom - Racing
eoleperformance.com



CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

AVEC UNE ORGANISATION FIABLE

16 personnes, structuration et recrutement, des prestataires externes sur des métiers spécifiques.

1

PÔLE DIRECTION

QUI :

Benjamin DUTREUX
Marcel-Junior DUTREUX

2

PÔLE SPORTIF

QUI :

- Benjamin Dutreux
- Un(e) responsable performance

3

PÔLE TECHNIQUE

QUI :

- Un(e) responsable technique
- Des ingénieurs
- Un(e) boat captain
- Des techniciens : composite, hydraulique, mécanique, gréement, accastillage

4

PÔLE ADMINISTRATIF ET FINANCIER

QUI :

- Un(e) responsable administratif et financier
- Un(e) chargé administratif et logistique

5

PÔLE PROJET/MARKETING

QUI :

- Un(e) chargé de partenariat
- Un(e) responsable communication
- Un(e) chargé de projet, logistique

CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

DES OPPORTUNITÉS ILLIMITÉES

CONNECTEZ

EXPÉRIMENTEZ

FÉDÉREZ

DÉVELOPPEZ



PROXIMITÉ

PASSION

EXPERTISE

CONFIANCE

Au-delà de l'impact en **notoriété** et en **visibilité** d'un projet IMOCA "gagnant".
Fédérez autour de valeurs positives et communes.

CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

OPPORTUNITÉ DU PROJET* "TRUE SAILING X BENJAMIN DUTREUX"

UNE SÉRIE DOCUMENTAIRE PREMIUM DIFFUSÉE SUR CANAL+

Inspirée de Drive to Survive (Formula 1 / Netflix), la série True Sailing plonge le grand public dans l'**univers exigeant de la course au large, à travers un récit humain, moderne et inspirant. Une vitrine exceptionnelle pour mettre en avant les valeurs de votre entreprise et capter l'attention d'un large public.**

- 8 épisodes de 40 minutes sur 3 saisons (diffusion: du 01/04 au 31/05 2026)
- 2 épisodes (soit 40 minutes) consacrés à Benjamin Dutreux, son équipe et à ses partenaires
- Diffusion sur Canal+ (TV + replay) – média haut de gamme, audience CSP+
- Audience estimée : 300 000 à 800 000 spectateurs cumulés
- Estimation des retombées média : entre 120 000 € et 250 000 € en équivalent publicitaire, avec un fort impact image (hors campagne digital promotionnelle et presse).



Visibilité et image

Différenciation

Acquisition et fidélisation

Relation B2B

Fédérateur interne

**Le projet True Sailing est officiellement validé et verra bien le jour. Cependant, il est encore confidentiel à ce stade et ne doit pas être communiqué publiquement avant son annonce officielle.*



CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

QUELQUES CHIFFRES SUR LE VENDÉE GLOBE 2024-25

2,45 M de visiteurs sur le village du VG
(+43% comparer à 2016)

22 M de téléspectateurs le jour du départ, 60
diffuseurs français et internationaux (+46%)

350 K spectateurs le jour du départ aux Sables
d'Olonne (+66% comparé à 2016)

18 M visiteurs sur le site et l'app vg (+1,3M vs VG
2020)

15 M€ équivalent achat d'espace pour les
partenaires du projet



MAIS AUSSI ...

+ 40 000 personnes
sensibilisées sur l'espace
Benjamin Dutreux - Water
Family

+ 6M de vues des contenus sur
Instagram et Facebook durant
le VG

+ de 1250 invités ont été
accueillis au sein de notre
espace VIP durant le village VG



CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

PLAN D'ACTIVATION

2026

BENJAMIN DUTREUX, AMBASSADEUR

- **Intervention pour fédérer en interne ou externe**

À adapter selon vos temps forts 2026.

- **Ateliers “vis ma vie”**

Croiser les regards sur votre métier et les métiers de notre équipe;

- **Tournées de vos agences ou boutiques**

Organisation d'une tournée des agences pour fédérer en interne et créer du lien avec Benjamin.



PROJET À MISSION

- **Actions en collaboration avec l'association Water Family**
Actions de sensibilisation communes.

TECHNOLOGIE AU COEUR DU PROJET

- **Création d'un documentaire (début du tournage dès 2025 – sortie en 2027)**

Objectif : dévoiler les coulisses de la construction du nouvel IMOCA, ses difficultés, les enjeux...

- **Visite immersive au sein du chantier**, venez comprendre les innovations technologiques du bateau de demain !

- **Capsules vidéos exclusives**

Création de contenus exclusifs selon vos besoins! Faites de Benjamin votre ambassadeur et faites en un atout pour développer votre image de marque et un levier de marque employeur.

VISIBILITÉ

Développement d'une identité graphique

- Sur les vêtements du skipper et de l'équipe
- Sur les véhicules d'assistance de l'équipe
- Tag sur l'ensemble de nos médias sociaux et visibilité à la fin de nos vidéos (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- Droit d'utilisation de l'image de Benjamin, du Team et accès illimité à nos banques images (photos et vidéos) ...



CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

PLAN 2027 D'ACTIVATION

FIN DE LA CONSTRUCTION DE L'IMOCA

MISE À L'EAU DE L'IMOCA :

- Découverte du design de l'IMOCA par le grand public
- Évènement partenaires
- Présence des médias
- Communication commune

PREMIÈRE NAVIGATION :

- Communication XXL
- Réalisation de banque images
- Réalisation de vidéos...

SORTIE D'UN DOCUMENTAIRE EXCLUSIF SUR LES COULISSES :

- Projection/diffusion du documentaire qui retrace la construction de l'IMOCA
- À destination de l'interne en avant-première et du grand public

PROGRAMME DE COURSE EN DOUBLE - ANNONCE DU CO-SKIPPER :

Programme de RP, communication village et course à définir : accueil, visites, invitations, journée de départ, visios, arrivée ...



ROLEX FASTNET RACE*

*course optionnelle
DOUBLE
AOÛT
2027

DÉPART  ARRIVÉE 
Cowes sur l'île de Wight Cherbourg



DÉFI AZIMUT

DOUBLE
SEPTEMBRE
2027
LIEU : LORIENT

48H AZIMUT (endurance)
RUNS DE VITESSE (vitesse)
TOUR DE GROIX (chrono)



TRANSAT CAFÉ L'OR

DOUBLE
NOVEMBRE
2027

DÉPART  ARRIVÉE 
Le Havre Martinique



RETOUR À LA BASE

SOLO
DÉCEMBRE
2027

DÉPART  ARRIVÉE 
Martinique Lorient

CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030



PLAN D'ACTIVATION

2028

ANNÉE DU VENDÉE GLOBE



Réalisation d'une **web-série documentaire** (trimestrielle) :

- Dans les coulisses de la préparation du TEAM pour gagner le Vendée Globe
- Immersion dans les coulisses d'une équipe de course au large

- **Espace grand public** sur le village du Vendée globe
- **Espace de sensibilisation** Water Family sur le village
- Espace **d'accueil VIP** + visites de l'IMOCA
- **Conférence/table ronde** avec des experts
- Organisation d'une **journée de départ inoubliable**
- Plan de communication et média +++
- Pendant la course : visios, vidéos, relation presse, **contenus exclusif, challenge** interne virtual regatta...



TRANSAT CIC

SOLO
AVRIL
2028

DÉPART Lorient  **ARRIVÉE** New-York



DÉFI AZIMUT

SOLO
SEPTEMBRE
2028
LIEU : LORIENT

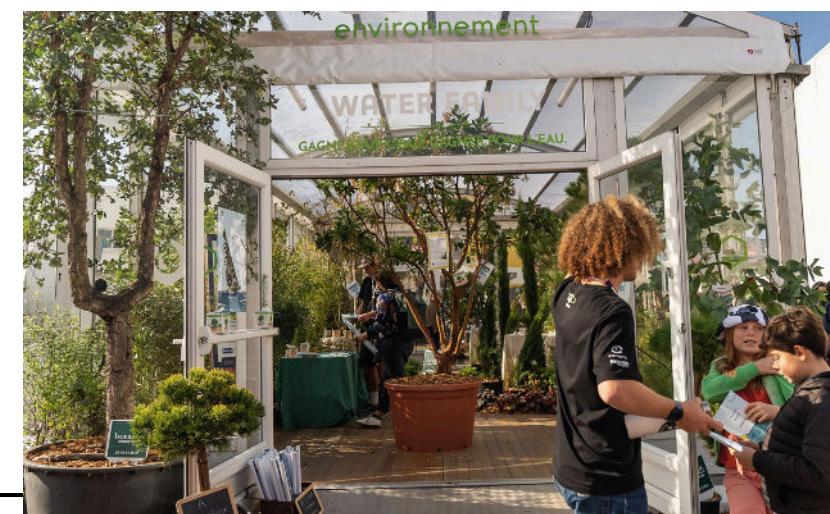
48H AZIMUT (endurance)
RUNS DE VITESSE (vitesse)
TOUR DE GROIX (chrono)



VENDÉE GLOBE

SOLO
NOVEMBRE
2028

DÉPART LSO  **ARRIVÉE** LSO



CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

PLAN D'ACTIVATION

2029

1 UNE ARRIVÉE GRANDIOSE

- Organisation d'une arrivée prestigieuse pour Benjamin
- Dispositif en mer
- Soirée d'arrivée

GAGNER LE VENDÉE GLOBE

2 MASTERCLASS DU SKIPPER

- Récit de course de Benjamin
- Évènement de partage avec l'interne
- Sortie du documentaire post Vendée Globe

3 DOCUMENTAIRE POST VENDÉE GLOBE

- Sortie d'un documentaire exclusif qui retrace le projet
- Diffusion/projection à l'interne puis au grand public

4 REFIT DE L'IMOCA

- Chantier de remise en forme de l'IMOCA afin d'être prêt pour la course suivante



VENDÉE GLOBE

SOLO
NOVEMBRE
2028

DÉPART
LSO



ARRIVÉE
LSO



THE OCEAN RACE EUROPE

ÉQUIPAGE
ÉTÉ
2029
TOUR D'EUROPE AVEC
DIFFÉRENTES ÉTAPES



DÉFI AZIMUT

SOLO
SEPTEMBRE
2029
LIEU : LORIENT
48H AZIMUT (endurance)
RUNS DE VITESSE (vitesse)
TOUR DE GROIX (chrono)



TRANSAT CAFÉ L'OR

DOUBLE
NOVEMBRE
2029
DÉPART
Le Havre



ARRIVÉE
Martinique



CAMPAGNE IMOCA 2026 - 2030

PLAN D'ACTIVATION

2030



- Course en solitaire
- Départ **en novembre 2030**



SAINT-MALO

GUADELOUPE
(POINTE-À-PITRE)

Un **large éventail d'activations** peut être envisagé pour cette course. Voici une liste non-exhaustive, conçue pour être enrichie et adaptée en collaboration avec vos équipes :

- Relation partenaire pendant le village de course avec des visites de l'IMOCA pour vos collaborateurs et/ou clients
- Collaboration avec la Water Family, sensibilisation sur le village
- Activation le jour du départ
- Visioconférence avec Benjamin pendant la course

COURSE OPTIONNELLE :

2030-3031



GAGNER LA ROUTE DU RHUM



EOLE
RACING

IMOCA
GLOBE SERIES



CAMPAGNE IMOCA 2026 – 2030

CONTACTEZ-NOUS !

Marcel DUTREUX

Directeur Eole Racing



+33 6 51 84 74 30

marcel@eoleperformance.com

Paul Loiret

Chargé du développement
commercial



+33 6 42 62 24 53

paul@eoleperformance.com

Benjamin DUTREUX

Fondateur et Skipper

+33 6 87 17 57 52

benjamin@eoleperformance.com