



BILAN MÉDIA 2025-2026

UNE AVENTURE
SPORTIVE ET HUMAINE
UNE VISIBILITÉ
INTERNATIONALE

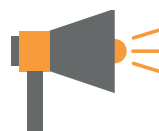


La Globe40 franchit un nouveau cap

Grâce à une stratégie éditoriale ambitieuse, à l'engagement des équipages et à une forte présence digitale, cette deuxième édition confirme la GLOBE40 comme l'un des grands rendez-vous internationaux de course océanique autour de la planète.

Les chiffres clés

+ 20 millions
de vues digitales



3 450
retombées
presse

8 mois
de visibilité



Des centaines
de contenus
produits



1 prologue
et **6 étapes**
autour
du monde



310 journalistes
accrédités sur la
2^{ème} édition - France
et International



25 pays
ayant relayé
la course

Virtual
Regatta

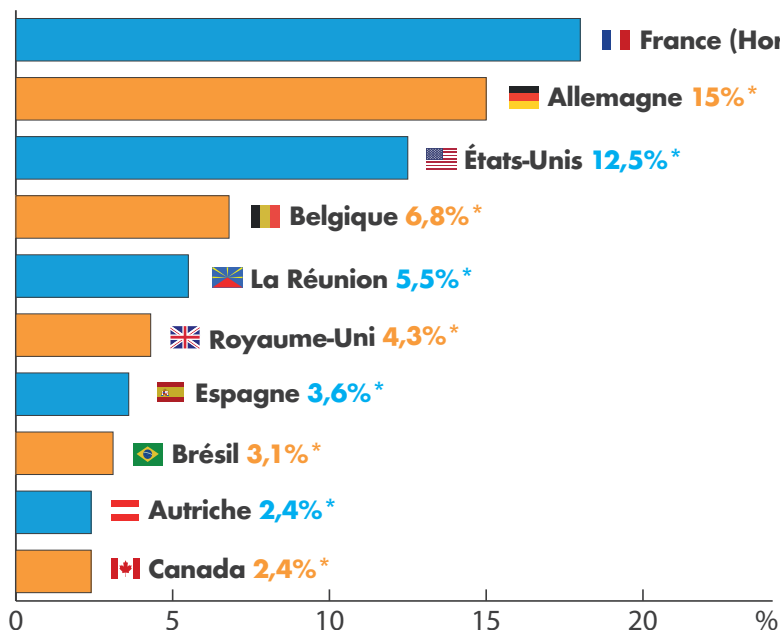
Warm-Up
et **2^{ème} édition** **Globe40**



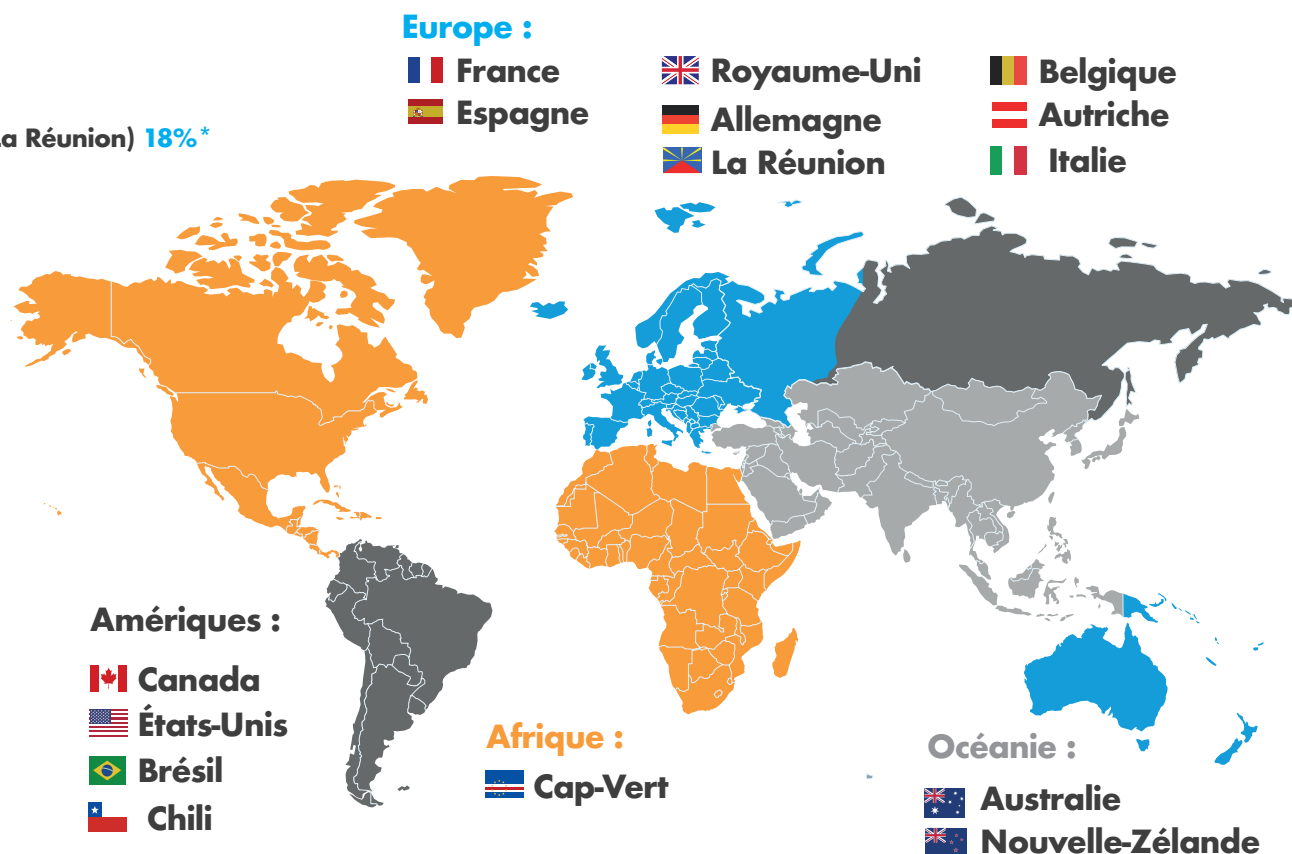
311 668
joueurs cumulés

Une couverture médiatique sur 5 continents

La GLOBE40 a bénéficié d'une importante couverture médiatique grâce aux médias spécialisés, aux médias généralistes, aux collectivités d'accueil et aux partenaires de la course.



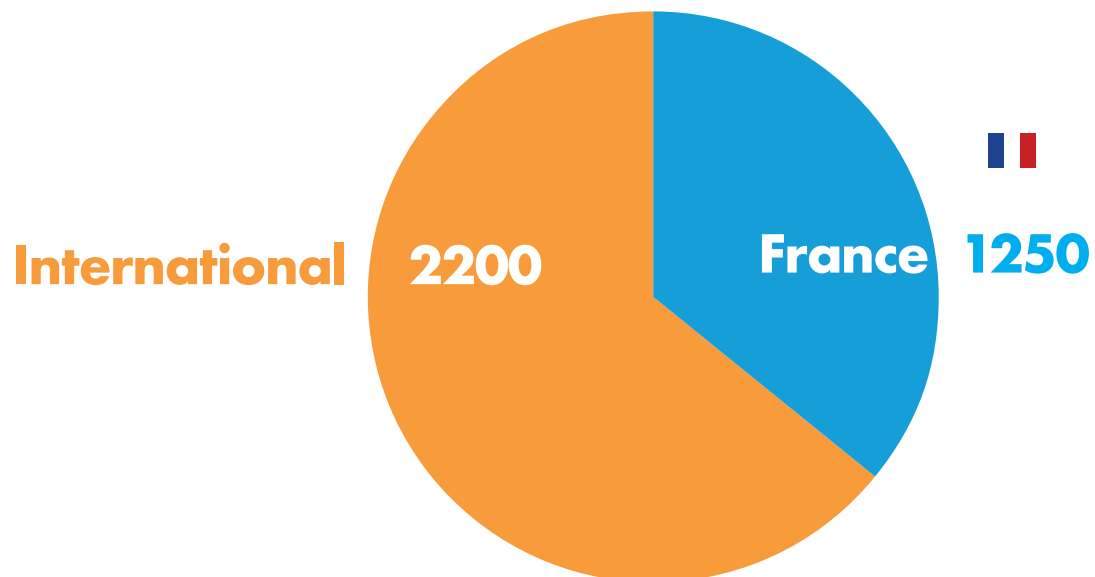
* pourcentage de l'audience en pages lues du site internet www.globe40.com



Les chiffres clés du bilan média

Presse

3450 retombées presse
(articles - photos - vidéos)



Audience digitale

plus de **20 millions** de vues



Site internet :
3,2 millions de pages vues



Facebook : **11,6 millions** de vues



Instagram : **4,7 millions** de vues



Youtube : **86** sujets vidéos



64 contenus éditoriaux
diffusés à **4000 contacts**

Qui parle de la Globe40 ?

Une couverture dans les principaux médias nautiques et régionaux.

83 articles Voiles & Voiliers en 8 mois !

France

VOILES
et voiliers

L'ÉQUIPE

ouest
france

Le Télégramme

Voile & Moteur

Le magazine voile & aventure
CourseAuLarge

Voile
magazine



Tébéo
Télé Bretagne Ouest

LE DAUPHINE
Isère

FIGARO
nautisme

Les plus grands magazines internationaux !

International

mysailing.com.au



Yacht



Seahorse
Magazine



SCUTTLEBUTT
SAILING NEWS

Yachting World

NAUTICA

Les réseaux sociaux

Une communauté engagée tout au long de la course.

Pendant pendant 8 mois, la Globe40 a animé une communauté internationale grâce à une communication continue, des contenus immersifs et un suivi quotidien de la course.



3,2 millions de pages lues sur le site internet



11,6 millions de vues sur la page Facebook



4,7 millions de vues sur la page Instagram



64 communiqués de presse et « échos du jour » diffusés tout au long de la course

Avec une stratégie éditoriale mêlant actualité sportive, immersion en mer et récits humains, la Globe40 a su maintenir l'engagement de sa communauté tout au long des huit mois de course, renforçant ainsi la visibilité de l'événement et de ses partenaires.

Départs & arrivées

Vie à bord et
images embarquées

Escales & villages

Equipages

Vidéos immersives

Suivi de course

Les Skippers premiers ambassadeurs de la Globe40.

Les équipages ont largement contribué au rayonnement de la GLOBE40 grâce à une communication quotidienne sur les réseaux sociaux. En partageant les coulisses de leur aventure, ils ont touché des centaines de milliers de passionnés et, pour certains, plusieurs millions d'internautes.

FOCUS Lisa Berger – WILSON



23 millions de vues
sur **instagram** sur
les **8 mois** autour du
monde



Une dizaine
de **publications**
à **plus**
d'**1 million**
de **vues**



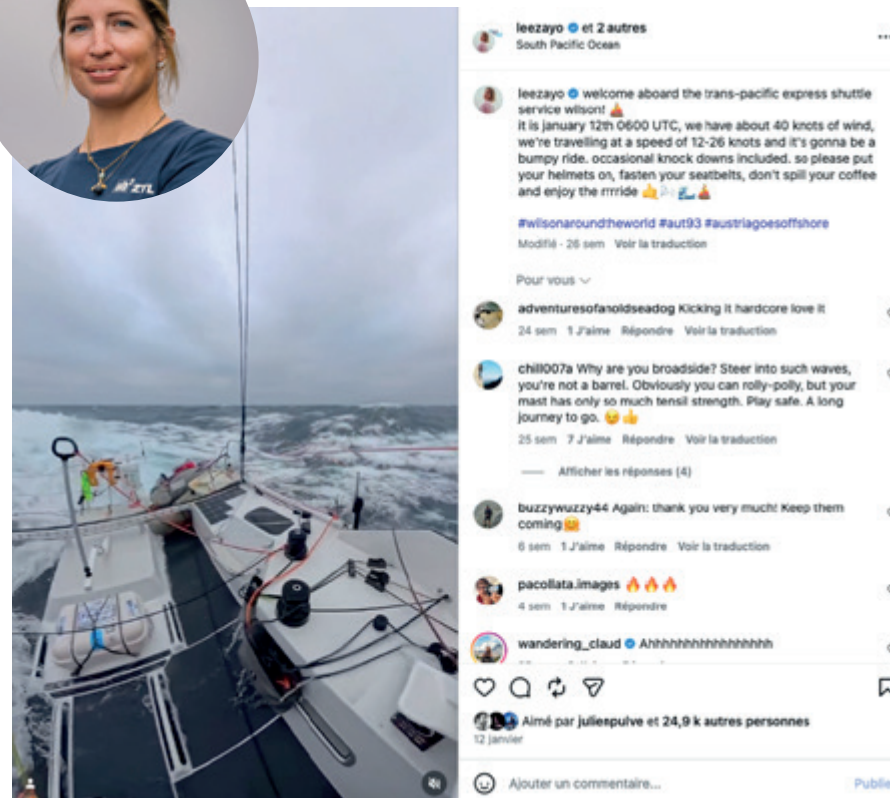
Record
de **4,2 millions**
de **vues** sur une
publication

LIKE

FOLLOW



Une communauté
fortement engagée
autour de son
récit du tour du
monde



Une production éditoriale au rythme du tour du monde.

Une production de contenus 360°



Reportages photos

Les reportages photo ont été réalisés par **Jean-Marie Liot**, lauréat du **Mirabaud Yacht Racing Image Award 2016**, référence internationale de la photographie de voile, dont les images ont été diffusées auprès de l'agence **DPPI**, des médias, des partenaires et des réseaux sociaux.



Une production audiovisuelle professionnelle

La société **IMAGE IN FRANCE** a assuré la production des vidéos officielles de la GLOBE40 : teasers, sujets longs 12 minutes par étapes, résumés d'étapes, interviews, images embarquées, captations drone et contenus immersifs.



Interviews

Skippers, organisateurs, partenaires et acteurs locaux rencontrés tout au long du parcours.



Images drone et direct TV

Des images spectaculaires réalisées lors des départs, arrivées et animations dans les villages de course.

3 heures de direct TV pour l'arrivée à Lorient avec 105 378 téléspectateurs sur les réseaux.



Portraits d'équipages

Des contenus mettant en lumière les parcours, les projets et les personnalités des marins.



Communiqués de presse

Informations régulières adressées aux médias français et internationaux pour assurer une couverture continue de l'événement.

Les chiffres

36

Communiqués de presse

+ de 80

vidéos produites

+ de 60

albums photos

Des centaines de publications sur les réseaux sociaux

Des dizaines d'interviews skippers et partenaires

Revue de presse

De la presse spécialisée aux grands médias internationaux, la GLOBE40 a suscité l'intérêt des journalistes sur les cinq continents, témoignant de la montée en puissance de l'événement.



Globe40. Ian Lipinski/Antoine Carpentier : « On est des pionniers. On a fait le tour du monde en scow »

Ian Lipinski et Antoine Carpentier se sont imposés ce mercredi sur la 6e étape de la Globe40 et remportant par la même occasion le classement général de ce tour du monde en Class40. Premiers mots à l'arrivée.

© Vireux et Vireux - L'ÉQUIPE, GLOBE40



Antoine Carpentier et Ian Lipinski remportent la 6e étape de la Globe40 en classant leur scow premier du tour du monde. © L'ÉQUIPE, GLOBE40



Revue de presse



GLOBE 40

LA GRANDE ROUTE



SIRIUS EVENEMENTS
5 rue de l'Amiral Hamelin - 75116 PARIS
Tel : +33 (0)1 47 04 61 14
Email : contact@sirius-events.com
Site internet : www.globe40.com
Page Facebook : [GLOBE 40](#)
Instagram : [globe40_](#)