



# **RAPPORT**

# **GROUPE DE TRAVAIL**

# **ENDURANCE**

**Conférence de presse**  
**4 février 2014**

**rédigé par**

**Jean-Marc DESNUES / Paul DUPARC / Claude MICHY**

Le 31 Mai 2013, une réunion concernant l'avenir des grandes courses d'Endurance françaises s'est tenue à Paris, au siège de la FFM.

A la suite de cette réunion, Messieurs Jacques BOLLE, Président de la FFM, et Pierre FILLON, Président de « l'ASM 24 ACO », ont décidé, avec la collaboration de la FIM, de la création d'un groupe de travail chargé d'une réflexion et de l'analyse des problématiques évoquées, afin de proposer des solutions pour l'avenir.

Ce groupe de travail est constitué de Messieurs Jean-Marc DESNUES, Vice Président de la FFM, Paul DUPARC, Coordinateur de la CCR (Commission des Courses sur Routes) en charge du Championnat du Monde d'Endurance de la FIM, et Claude MICHY, Promoteur du Grand Prix de France de Vitesse.

Les réflexions qui suivent sont issues, pour la plupart, des conversations échangées entre les auteurs et de nombreux acteurs de l'Endurance : organisateurs, constructeurs et importateurs, teams et pilotes, médias dont presse spécialisée, et enfin acteurs sportifs, officiels et passionnés.

L'objectif de la cellule de réflexion était aussi d'auditionner le maximum de personnes concernées, afin de retenir les meilleures idées ou suggestions, celles-ci résultant le plus souvent de l'expérience des uns et des autres.

Ces suggestions, recommandations et propositions retenues ou imaginées par les auteurs figurent en *italique* et sont indentifiables dans le texte par la mention P, suivi d'un numéro.

## **1 – CONSTAT**

Le « Bol d'Or », né en 1922, et les « 24 Heures Motos », en 1978, sont deux épreuves de prestige, monuments du sport motocycliste français, qui ont réuni depuis le début des années 70 (pour le Bol d'Or) jusqu'à la fin des années 90, un très nombreux public, attiré à la fois par un plateau fourni et de qualité, avec une forte représentativité d'équipes officielles et de pilotes de renom. D'autre part, l'aspect festif de ces grands rassemblements, proposant de nombreuses animations en marge des compétitions, n'est pas étranger à l'attraction exercée auprès des spectateurs.

L'Endurance est bien souvent assimilée à une spécificité franco-française. Cette réalité trouve sans doute son origine dans les années 20, avec la création du « Bol d'Or » en 1922, mais aussi des « 24 Heures du Mans » automobile en 1923.

L'engouement du public et la participation des usines officielles aux courses de 24 Heures, qui espéraient par une victoire accroître leur notoriété, en même temps qu'il cherchaient une image de fiabilité et de brio, (à une époque où la longévité des mécaniques était loin d'être évidente), ont contribué à cette renommée de l'Endurance.

Ainsi l'Endurance automobile, avec les « 24 Heures du Mans » a aussi, sans doute, participé dans la mémoire collective, à cet intérêt du public français (dont les motards), pour les courses d'Endurance.

Dans les années 60, sous l'impulsion principale des constructeurs japonais, des motos de nouvelles générations ont vu le jour. Des motos plus fiables, plus propres, (qui ne « pissaient pas l'huile » selon l'expression consacrée !) et qui avaient besoin, pour se vendre sur les marchés européens et occidentaux, d'une vitrine emblématique.

C'est ainsi, que la compétition est vite devenue, pour les constructeurs japonais, un passage obligé.

Les Grands Prix Motos (avec la création du Championnat du Monde en 1949) constituaient naturellement une plate-forme promotionnelle de premier choix.

La reprise de l'organisation du « Bol d'Or », par les Editions Larivière, sur le circuit de Linas-Montlhéry, en 1969, a aussi constitué une opportunité pour les marques et surtout pour les importateurs français.

Pendant de longues années, les courses d'Endurance françaises, appuyées par une presse spécialisée très impliquée, ont ainsi connu un remarquable succès.

Il faut noter, d'autre part, que les manifestations de cette envergure sont génératrices de retombées économiques importantes pour une ville, un département, une région et sont des vecteurs de croissance économique et d'emploi. Les études économiques réalisées sur des évènements majeurs, attirant de nombreux spectateurs, sont là pour le prouver.

Mais l'intérêt de ces grandes manifestations n'est pas seulement économique ou sportif ! La dimension « sociale » de ces évènements est également à prendre en compte. Nos sociétés modernes, axées pour l'essentiel sur la réussite professionnelle et la compétition économique, ont besoin d'exutoires. Le sport en est un. Les évènements sportifs en sont un autre. Quels sont les évènements, en France, capables de réunir sur une durée minimale de deux jours, 40, 50, 60 000 spectateurs, voire beaucoup plus ?

A ce titre, l'organisation de ces épreuves nécessite le concours et le soutien actif de l'Etat et des collectivités locales. Pourtant, nous pouvons observer une différence notable de traitement et des mesures prises par les pouvoirs publics (surtout au Mans ces dernières années) en matière de contrôle routier.

Le harcèlement, la ségrégation et la discrimination des forces de l'ordre découragent le visiteur. La recherche de la répression systématique, et la mise en place de ce qu'il convient d'appeler des souricières, notamment à la sortie de l'autoroute, ont pour conséquence une perte d'affluence du public et contribuent à mettre en péril les évènements.

La contribution de l'Etat ne doit pas se cantonner à un rôle uniquement répressif. Dans les années 94 à 98, les contrôles d'alcoolémie étaient systématiquement accompagnés de distribution de petits objets à caractère utilitaire ou pédagogique, dont le financement était assuré à part égale entre les budgets « PDASR » et l'organisateur. A méditer...

La situation actuelle induit soit un « boycott » de l'évènement sur les réseaux sociaux, soit, au contraire, engendre une multitude d'avis négatifs sur la toile qui ne fait qu'accentuer la spirale de la désaffection.

Mais cette baisse d'intérêt et de fréquentation ces dernières années sont aussi la conséquence de bien d'autres raisons.

Celles-ci sont nombreuses et disparates. On peut toutefois en retenir certaines.

## **LES DATES :**

Les deux épreuves françaises disposaient de dates traditionnelles. Mi avril pour les « 24 Heures Motos » et deuxième ou troisième semaine de Septembre pour le « Bol d'Or ».

La permutation de dates a troublé les repères des spectateurs et n'a pas eu le résultat positif escompté.

L'idée de départ était de répartir dans le calendrier les dates des quatre évènements motos Français majeurs, à savoir les « 24 Heures Motos », le Grand Prix de France de Vitesse (disputées au Mans), le « Bol d'Or » et le Championnat du Monde Superbike (disputées à Magny-Cours)

En plaçant un évènement sur chaque circuit, Le Mans et Magny-Cours, dans chacun des deux semestres, les organisateurs comptaient attirer plus de spectateurs. Malgré le résultat de deux enquêtes d'opinion demandées par l'ACO et par *Moto Journal*, qui révèlent que plus de 50 % du public ne sont pas hostiles à ce changement de dates, force est de constater une baisse importante de fréquentation. Toutefois, le lien de causalité avec le changement de dates n'est pas certain.

## **LE COMPORTEMENT DU PUBLIC :**

Au Mans, le comportement du public n'a cessé de se dégrader jusqu'en 2005, date à laquelle de nouvelles mesures d'accueil, de sécurité et d'affectation de zones dédiées ont été prises.

La même tendance a été observée au Bol, jusqu'à ce que des mesures comparables soient adoptées.

Ces comportements, même s'ils sont l'œuvre d'une minorité, induisent une insécurité ambiante, altèrent l'image des épreuves et font fuir un public plus « raisonnable », dont le public féminin et les familles.

Cette insécurité, due notamment à une trop grande mixité des spectateurs dans les aires d'accueil est probablement une des causes les plus importantes du désamour entre le public et l'Endurance.

Cette tendance à l'apaisement des comportements a été observée dans les deux épreuves, mais la partie n'est pas gagnée et il faut continuer à se battre en la matière. Même si, aujourd'hui les organisateurs commencent à constater le retour d'un public plus familial.

Les autres raisons principales qui poussent les spectateurs à ne pas revenir aux « 24 Heures Motos », restent principalement l'aspect financier (17,70%) et le harcèlement policier (16,15%). C'est en tout cas, le résultat révélé par le récent sondage réalisé par *Moto Journal*.

## **PROMOTEUR DU CHAMPIONNAT :**

Durant plusieurs années, les deux épreuves françaises comptaient alternativement, une année sur deux, pour le Championnat du Monde. Puis, en 2002, la FIM a conclu un accord avec un promoteur, le groupe FLAMINI.

Malgré des tractations difficiles entre le nouveau promoteur du championnat et les organisateurs français (qui souhaitaient conserver une grande partie des droits marketing et télévisuels) un accord fût finalement trouvé après plusieurs années de séparation (2002/2005) entre les deux épreuves françaises (et Spa) et le Championnat du Monde.

Les deux épreuves françaises furent réintégrées au championnat, mais le promoteur ne put justifier d'un retour sur investissement et renonça à son contrat avec la FIM. Celle-ci reprit alors la gestion du Championnat du Monde en 2007.

Après un épisode juridique, les deux épreuves retrouvèrent leur indépendance et la FIM reprit la gestion du Championnat du Monde sous son égide, en 2007.

Depuis, c'est toujours la FIM qui assure le rôle de coordinateur du championnat, les deux classiques françaises étant restées fidèles au Championnat du Monde d'Endurance depuis 2006.

Cet épisode démontre, si besoin était, la difficulté à faire vivre un Championnat du Monde d'Endurance en assurant à un promoteur un retour sur investissement.

A noter, que la FIM n'a toujours pas signé de contrat avec les organisateurs français. Des négociations sont en cours.

## **LES IMPORTATEURS ET CONSTRUCTEURS :**

Les importateurs français, séduits par la nature et l'attractivité des deux courses d'endurance françaises, génératrices de rêves pour les clients, ont investi des moyens importants durant plusieurs années.

Puis, sous l'effet de différents éléments sur fond de crise, tels qu'accentuation de la répression routière, densification de la circulation, mutation du marché..., les ventes des motos du segment « sport » ont fléchi de façon significative.

D'autre part, les constructeurs, bien qu'approuvant l'implication des importateurs dans l'Endurance françaises, quelques fois en les appuyant, ne se sont jamais totalement investis.

La raison en est toute simple : l'Endurance n'est pas suffisamment populaire en dehors de la France !

Les investissements en matière de compétition de la part des constructeurs sont traités avec la hiérarchie suivante : 1) Championnat du Monde Moto GP, 2) Championnat du Monde Superbike, 3) Championnat du Monde de Moto cross... puis, quelques longueurs derrière, le Championnat du Monde d'Endurance !....

## **LES ORGANISATEURS :**

Les organisateurs des deux épreuves d'Endurance françaises sont tous deux des spécialistes reconnus de l'organisation d'évènements.

L'unique motivation de la rentabilité ne saurait être garante de succès, mais elle est nécessaire pour assurer la pérennité des épreuves.

La grande majorité des personnes interrogées perçoivent un manque de passion dans le message délivré par les organisateurs. Ils le reçoivent comme essentiellement mercantile.

D'autre part, de tels évènements ne peuvent être organisés par une « administration ». C'est du moins l'impression ressentie par bon nombre d'acteurs de l'Endurance.

## **LA COUVERTURE TV :**

La production TV d'une épreuve d'Endurance est onéreuse, car une bonne qualité de retransmission repose sur un nombre relativement important de caméras.

Ce coût a longtemps été supporté par les organisateurs. Désormais, la FIM, dans un rôle de promoteur, assume ces dépenses. La FIM négocie également les contrats de retransmission TV internationaux.

Ces nouvelles dispositions ont permis une bouffée d'oxygène pour Le Bol et Le Mans, en même temps qu'elles assurent une meilleure visibilité du produit.

Pour autant, les deux classiques de 24 heures souffrent d'un manque criant de médiatisation.

En Moto GP, le public vient voir des « stars ». En Endurance, les pilotes, même les champions de la discipline sont anonymes, et souvent méconnus.

Il est difficile de rendre intéressant le suivi d'une épreuve de 24 heures. Tout comme il est difficile de passionner un public pour un championnat qui comporte si peu d'épreuves, à l'inverse des Moto GP ou des Superbikes dont la saison est un feuilleton de 18 ou 15 épisodes !

## **LA COMMUNICATION / LES MEDIAS :**

La presse spécialisée a longtemps accompagné et soutenu les deux épreuves françaises, comme la compétition en générale, consciente de l'intérêt d'associer un spectateur/motard à un lecteur en puissance ! Bien que continuant à présenter et à relater les courses d'Endurance - il faut lui rendre cette justice- la presse spécialisée a cependant effectué une mutation progressive en privilégiant le Produit.

Les nouveaux comportements des motards, désormais plus consommateurs et quelquefois simple usagers, ne sont sans doute pas étrangers à ce changement de stratégie.

Heureusement, l'avènement des médias électronique et de leurs supports – Web, réseaux sociaux, Smartphones, tablettes etc.. offre de nouvelles opportunités aux organisateurs.

La presse généraliste se mobilise de façon ponctuelle, régionalement en fonction du lieu de l'évènement, mais très peu sur le plan national.

Le manque de « starisation » des protagonistes de l'Endurance et la mauvaise image véhiculée par le motard sont sans doute responsables du désintérêt de la presse nationale.

## LE MARKETING et le COMMERCIAL :

La crise aidant, les budgets investis par les structures commerciales se sont réduits comme peau de chagrin.

D'autre part, les budgets des clients potentiels « moto » sont beaucoup plus restreints que ceux de l'automobile (pour Le Mans). Cette situation nécessite une bonne connaissance du marché, de façon à adapter l'offre et les tarifs.

Les partenaires qui investissent ou achètent des prestations aux organisateurs sont la plupart du temps des annonceurs déjà présents au niveau des teams ou des pilotes.

Les sociétés non impliquées dans la compétition sont rarement démarchées.

Enfin, au niveau des prestations vendues sur place, le sondage réalisé par *Moto Journal* met en exergue un des reproches les plus souvent formulé par bon nombre de spectateurs : les prix excessifs de la restauration et, dans une moindre mesure, ceux des produits dérivés.

## LE SPORTIF :

Les deux épreuves françaises sont soumises aux règlements sportifs et techniques de la FIM.

Ceux-ci sont révisés et amendés au moins deux fois par an, à l'occasion des réunions de la CCR / FIM (Commission des Courses sur Route), en février et en novembre.

Les demandes de modifications sont proposées par les membres de la commission ou par les fédérations affiliées, en fonction des retours d'expérience des épreuves elles-mêmes, ou d'évolutions pressenties.

En principe, seules les modifications réglementaires justifiées par un élément de sécurité entrent immédiatement en vigueur.

Les autres modifications, par respect des investissements réalisés par les constructeurs ou les teams, entrent en application après un délai jugé raisonnable.

Le règlement technique actuel comporte deux catégories de motos : les « **FORMULA EWC** » (Formula Endurance World Championship), qui sont des motos issues de la série et auxquelles sont permises des modifications importantes de la partie cycle, du cadre, (comme les Superbikes), ainsi que du haut moteur, tout en conservant un bas moteur proche de la série ; et les « **SUPERSTOCK** », qui comme leur nom l'indique, sont des motos figurant au catalogue des constructeurs, où les modifications autorisées sont très limitées.

Le règlement particulier des deux épreuves françaises permet également l'engagement, hors classement, de motos dites « Open » ou « Expérimentales », qui peuvent être en fait des prototypes. Cette catégorie est surtout maintenue pour permettre aux constructeurs qui le souhaitent d'expérimenter de nouvelles technologies.



En réalité, cette possibilité est peu exploitée et les organisateurs du Bol comme des 24 heures pourraient supprimer cette catégorie de leur règlement.

Seules les équipes engageant des « Formula EWC » participent au Championnat du Monde d'Endurance. Celles engageant des « SUPERSTOCK » participent à la « Coupe du Monde FIM ».

Les pilotes récoltent le même nombre de points que les équipes, mais dans une même équipe, seuls ceux ayant totalisé le plus de points sont classés au Championnat ou à la Coupe.

## **ASSURANCE :**

Les compétitions motos risquent de subir, dans les prochaines années, une augmentation importante des primes d'assurances au niveau Responsabilité Civile Organisateur (RCO).

Cette situation est due à une évolution inéluctable de la société qui conduit à une multiplication des procédures, liées notamment à l'abandon de l'acceptation du risque et au refus de la fatalité.

En 2014, garantir la responsabilité civile d'une compétition coûtera, dans la majorité des cas, deux fois plus que cette année. Toutefois, les grandes épreuves d'endurance devraient dans un premier temps être moins impactées que les autres disciplines du sport moto.

Bien entendu, une forte augmentation du montant des primes d'assurance peut mettre en péril l'équilibre économique des épreuves. Ce dossier est donc à suivre avec la plus grande attention.

## **2-OBJECTIFS**

L'objectif principal du Groupe de travail est la mise en place d'un projet de relance de l'Endurance sur 4 ans : 2014, 2015, 2016, 2017.

Pour tendre vers ce but, il faut tout d'abord consolider l'assise des épreuves françaises de façon à relancer ou à reformater le Championnat du Monde.

**P.1 : Mutualiser les moyens :** *Les deux épreuves françaises doivent unir leurs efforts et mutualiser certaines de leurs dépenses pour réaliser des économies d'échelles. Des réunions préparatoires communes devraient permettre d'identifier les postes concernés. Bien entendu, l'optimisation des moyens ne doit pas porter préjudice à l'identité de chacun. Le maintien du format historique de 24 heures apparaît aussi indispensable. Cette durée a fait la particularité et le succès de leur compétition. Il ne faut pas l'abandonner car il s'agit d'un challenge, d'une aventure humaine et technologique sur lesquels il conviendra sûrement de capitaliser, à nouveau.*

**P.2 : Nouveaux organisateurs** : *Un des objectifs sera aussi, naturellement, de trouver et de convaincre de nouveaux organisateurs de rejoindre le Championnat du Monde. Ceci est le socle incontournable du renouveau du Championnat du Monde d'Endurance.*

A ce sujet, la FIM noue actuellement des contacts encourageants avec de nouveaux Promoteurs / Organisateur.

Il ne faut pas perdre de vue, cependant, que l'investissement des importateurs ou des teams doit rester à leurs portées. La multiplication des épreuves peut constituer un risque si ces épreuves ne sont pas d'un intérêt majeur. Il serait préférable d'inscrire en priorité trois ou quatre épreuves supplémentaires, en Europe, avant d'envisager d'autres compétitions outre mer. L'équilibre idéal pour assurer un calendrier conséquent et disposer d'un plateau « équipes » suffisant serait un Championnat limité à 6 voire 7 épreuves.

Mais avant de se tourner vers de nouvelles épreuves, il convient sans doute de se rapprocher de l'un des acteurs récents de l'Endurance, la QMMF. Cette fédération a démontré son intérêt pour la discipline, non seulement en organisant plusieurs manches de 8 Heures sur le circuit de Losail, à Doha, mais aussi en procurant, sur quelques années, un « Title Sponsor » permettant d'assurer, notamment, les coûts de production TV des épreuves.

L'Endurance souffre d'un manque de visibilité internationale. C'est un fait.

**P. 3 : Création d'une structure dédiée** : *Pour y pallier, le projet serait de créer, sous l'égide de la FIM, une petite structure promotionnelle dédiée à l'Endurance. (Cellule Endurance ?)*

L'enjeu sera de trouver les moyens pour atteindre ce but.

Les épreuves doivent être porteuses d'intérêt médiatique, pour les professionnels comme pour le public, afin de séduire les nouveaux, ou garantir le maintien, voire l'évolution des budgets des anciens.

**P.4 : Diminution des coûts** : *Sur un plan technique, un des buts que devra s'assigner la FIM, déjà validé par la majorité des constructeurs et des teams, mais aussi par la Dorna pour le Championnat du Monde Superbike, sera de diminuer les coûts et, pour cela, revenir à des fondamentaux, avec des motos proches de la série.*

Le succès d'un renouveau du Championnat du Monde dépendra de sa capacité à réunir un maximum de marque, ce qui semble en bonne voie puisque certains constructeurs italiens semblent vouloir s'engager en Endurance pour 2014.

De la même façon, un des objectifs à atteindre sera d'inciter d'autres pilotes étrangers à participer à ce Championnat afin d'élargir la promotion de l'Endurance dans plus de pays.

**P.5 : Pilote japonais :** *Toujours dans le même ordre idée, il serait intéressant de compter, dans chaque équipe « officielle » japonaise, un pilote de cette nationalité. L'expérience montre que bien souvent dans ce cas, les usines délèguent des moyens supplémentaires en techniciens comme en matériel.*

Faut-il oser une rencontre avec les constructeurs japonais ? Une présentation presse commune du « Bol d'Or » et des « 24 heures Motos » à l'ambassade de France au Japon ? (nota : cela avait été fait pour les 24 Heures du Mans automobile et avait donné un coup de projecteur sur l'évènement)

Une chose est sûre : la relance de l'Endurance nécessitera avant tout une volonté, des moyens et de l'ambition.

### 3- STRATEGIE

Un projet de cette nature nécessite une approche globale, concertée, avec un porteur de projet, en distinguant dans un premier temps les épreuves françaises, du Championnat du Monde.

La stratégie adoptée devra redonner au Produit Endurance l'attractivité nécessaire pour permettre le retour du public, des constructeurs, des partenaires et des médias.

**LE MARKETING.** Le marketing des épreuves et du championnat pourrait s'articuler autour de quelques notions fortes :

- Des épreuves de légende (exemple du TT à l'Île de Man)
- L'idée d'un pèlerinage pour tous les motards, avec notion d'appartenance à un groupe. Epreuves auxquelles il est indispensable d'assister pour vivre cette légende.
- L'Endurance, une histoire d'hommes et de teams. 24 Heures : Une compétition unique dans laquelle s'affrontent jour et nuit des pilotes, à 300 km/h. Les pilotes sont des héros.
- Le spectateur est avant tout un client qui doit mériter toutes les attentions et pour lequel des offres diversifiées sont proposées : motards, femmes, familles.
- Des animations variées, pas forcément toutes « musclées » ou à sensations fortes.
- Des moyens de vente de billets faciles d'accès et identifiables.
- Une politique de prix, notamment sur la restauration, adaptée au pouvoir d'achat de ce public.
- Enfin, la mise en place d'un « pool média », tant au niveau européen que national, en fonction du lieu des épreuves.

**LES ORGANISATEURS** : Au vu de ce qui a été noté dans la rubrique constat, et notamment du ressenti des teams comme de la majorité du public, une réflexion sans concession doit s'opérer chez les organisateurs.

**P.6 : Management** : Parmi les pistes possibles, chaque événement pourrait comporter à sa tête un décideur opérationnel unique, rompu à toutes les techniques, tant sportive, sécuritaire, que commerciale, mais aussi reconnu du « milieu moto ». Des petites équipes, dédiées et motivées, concentrées sur la réussite de l'évènement sont plus réactives et plus efficaces.

**L'EVENEMENT.** D'autre part, il sera nécessaire d'améliorer et d'argumenter le contenu de l'évènement pour le public en insistant sur la création de nouveautés :

**P.7 : Fan zone** : Création d'une « fan zone », comprenant des animations et qui serait le rendez vous ou la rencontre avec les pilotes.

**P.8 : Nouvelle appellation EWC** : Une nouvelle définition des appellations doit être imaginée, avec une consonance ou une phonétique plus engageante : EWC...est-ce un terme compréhensible ? Par qui ?

**P.9 : Trophées** : La symbolique des trophées doit être accentuée : Le « Bol d'Or » ne doit-il pas être représenté par un trophée en métal plus précieux que les coupes actuelles ? Dessiné par un designer réputé ? L'idée de remise en jeu du trophée tous les ans, avec détention définitive pour le team remportant l'épreuve à trois reprises, est à étudier, voire à adopter.

**P.10 : Primes pilotes** : La revalorisation des primes pilotes, à minima pour les vainqueurs, doit être étudiée. A titre d'exemple, le vainqueur du TT de l'Île de Man perçoit 50 000 €

**P.11 : Prime vainqueur** : Et pourquoi pas, même si l'idée paraît détonante, doter l'équipage vainqueur, avec l'aide d'un sponsor, d'une prime très conséquente ? Celle-ci pourrait être attractive vis-à-vis des pilotes de renom mais aussi servir la notoriété et la communication de l'épreuve.

**P.12 : Club des pilotes** : A l'image de ce qu'est le « club des pilotes » des « 24 Heures du Mans », il pourrait être créé le « club des pilotes Bol d'Or et 24 Heures Motos », et au sein de ce club, le club des vainqueurs ?

## 4- METHODE

Il sera nécessaire de densifier la communication pour expliquer les changements et les nouvelles règles. Le site web dédié à l'Endurance sera le support naturel de cette communication.

Il est aussi indispensable d'établir une politique de prestations et de prix commune entre les deux épreuves françaises. Les organisateurs doivent privilégier la qualité au contenu qu'ils offrent au public, en échange de l'achat d'un billet. A ce propos, il n'est pas certain que le prix soit un des éléments de la désaffection du public. Le prix est acceptable et accepté si la prestation proposée en contrepartie correspond aux attentes.

**LES ENCEINTES ET AIRES D'ACCUEIL.** Des précisions devront être apportées, concernant les périmètres de l'enceinte sportive et des aires d'accueil, en concertation avec l'autorité préfectorale. La réussite du plan d'accueil et de l'accès aux zones repose, pour l'essentiel, sur la capacité à effectuer des contrôles en amont de ces zones.

**P.13 : Zones dédiées :** *Il serait d'ailleurs intéressant, comme pour les opérations « Duo » (vente d'une tente pré montée sur site) ou CMCAS (Association moto du comité d'établissement EDF-GDF, au Mans), de dédier quelques zones dans les aires d'accueil, pour des associations, des clubs de marques, ou des motos club. (Possibilité d'obtenir des fichiers auprès de la FFM). Ces zones seraient ainsi placées sous le double contrôle de l'organisateur et de l'association. Leurs emplacements pourraient être réservés à l'avance par l'organisateur. C'est un moyen de pacifier quelques terrains destinés à accueillir du public.*

**P.14 : Opération « Tous responsables » :** *Des sacs poubelles sont distribués aux entrées des aires d'accueil. Pourquoi ne pas compléter cette action par une opération « Tous responsables », ou « KISS » -circuit du Mugello pur le GP Moto- qui permettrait de passer des messages (distribution de flyers) et de distribution d'alcootests (En liaison avec les plans PDASR des préfectures qui disposent de budgets pour des opérations de prévention).*

**P.15 : Patrouilles :** *Des patrouilles identifiées (style opération Casque jaune, Casque d'argent - Pompiers de Paris- ou encore des volontaires de Moto Clubs, pourraient être mis à contribution comme médiateurs, mais aussi pour renseigner, prévenir, et pacifier les aires d'accueil.*

**L'INFORMATION DU PUBLIC :** On peut aussi regretter une détérioration, in situ, de l'information du public sur le déroulement de la course. Le rôle des speakers n'est pas à remettre en cause, ni les efforts des organisateurs avec la mise en place d'écran géants. Enfin, le récent sondage réalisé par *Moto Journal* met en exergue un des reproches les plus souvent formulés par bon nombre de spectateurs : les prix excessifs de la restauration !

**P.16 : Tarif restauration** : Les organisateurs doivent prendre des mesures dans ce domaine, avec une information au public, en amont de l'évènement.

## **LE PUBLIC FEMININ.**

**P.17 Les femmes** : Les épreuves de 24 Heures doivent trouver un nouveau public, notamment féminin, en leur proposant des espaces et activités qui leurs seraient réservés. Pourquoi ne pas leur réserver un espace coiffure dans le village par exemple ? Une rencontre avec l'association « Toutes en moto » pourrait être envisagée pour évaluer les attentes et les besoins.

**LES QUADRAS ET QUINQUAS.** Les spectateurs quadragénaires, quinquagénaires, ceux qui ont connus les « grandes » années de l'Endurance devraient faire l'objet d'attentions particulières. Certains d'entre eux pourraient revenir, à condition de leur proposer des produits correspondant à leurs attentes.

**P.18 : Tribune réservée** : Une Tribune réservée et numérotée (pour éviter de devoir arriver très tôt), avec parkings réservés proches de la tribune, service de consigne en tribune etc. doit être proposée. Une communication ciblée, particulière, serait dans ce cas indispensable.

**LA BILLETTERIE.** Le modèle économique des épreuves, c'est, avant tout, la billetterie ! Tous les efforts devront porter sur cette réalité. Offres diversifiées, ciblées, promotion, réseaux, ventes sur le site Internet, informations sur la billetterie... rien ne doit être laissé au hasard.

Les organisateurs sont naturellement conscients, mais il est bon de le rappeler ! Il faut cependant garder à l'esprit qu'un spectateur est, avant tout, un client et qu'à ce titre, il a le droit à toutes les attentions

**P.19 : Billet couplé** : Dans le cadre de la mutualisation des moyens des deux épreuves, ne faudrait-il pas envisager la vente d'un billet couplé, Le Mans/Le Bol qui bénéficierait d'avantages spécifiques tels qu'accueil privilégié ? A étudier ?

**LES ENCEINTES PUBLIC.** Contrairement à la piste de course qui fait l'objet, chaque année, de visites d'homologation par les fédérations de tutelles, il n'y a aucune obligation en matière d'accueil du public (Excepté les visites de la CNECV –Commission National d'Examen des Circuits de Vitesse- qui concerne essentiellement la sécurité)

**P.20 : Infrastructures** : Les organisateurs, mais aussi les propriétaires des circuits doivent se créer des obligations dans ce domaine. Ce sera à coup sûr faire preuve de vision, en même temps qu'un investissement sur l'avenir. Les spectateurs souhaitent de plus en plus de facilité, de confort, d'attention. Les circuits devront tenir compte de ces attentes. A défaut, le risque sera d'accumuler un retard d'investissement irrattrapable.

Enfin, le maître mot de la méthode à retenir pourrait être : anticipation ! Tous les plannings d'actions devraient pouvoir être mis en place dès le 1<sup>er</sup> décembre 2013.

## 5- SPORTIF

### LES REGLEMENTS.

**P.21 : Formats horaires** : Dans le cadre de la baisse générale des coûts évoquée plus haut, il serait sans doute nécessaire de revoir les formats horaires. Le gain d'une demi-journée sur l'ensemble de la manifestation, le jeudi par exemple, paraît réalisable.

Nous l'avons vu dans la rubrique CONSTAT, la réglementation technique actuelle ne pose pas de problème particulier, mais doit cependant évoluer à l'avenir, notamment pour répondre aux attentes d'une baisse des coûts.

**P.22 : Réglementation commune** : Le souhait largement partagé est l'adoption d'une réglementation commune ENDURANCE / SUPERBIKE, proche des motos de série, qui permette une polyvalence des machines, favorisant ainsi la participation des motos dans les deux championnats.

La Dorna et la FIM travaillent actuellement pour le Championnat du Monde Superbike, sur un projet de réglementation technique d'une nouvelle catégorie dénommée « EVO » (comme Evolution). Cette catégorie est retenue pour le championnat SBK 2015. Elle sera constituée d'un châssis Superbike et d'un moteur base Superstock. Le coût d'une moto « EVO » ne devrait pas être supérieur à 100 000 €.

**P.23 : Catégories** : La proposition du Groupe de travail est de maintenir les deux catégories actuelles « EWC » et « SUPERSTOCK » pour 2014 et d'adopter pour le Championnat du Monde d'endurance 2015 la catégorie « EVO ». La catégorie « SUPERSTOCK » serait conservée pour la Coupe du Monde FIM 2015.

Il ne faudra pas perdre de vue, toutefois, que cette nouvelle catégorie « EVO » puisse permettre des modifications limitées de certains éléments moteur, de façon à équilibrer les chances entre les différentes marques. En effet, lorsque l'une d'elles produit un nouveau modèle, celui-ci est souvent plus performant que ceux, plus anciens, d'autres marques. (Voir exemple Kawasaki ou BMW) C'est une des caractéristiques les plus appréciées de la réglementation actuelle « EWC », qui devra être conservée pour l'intérêt sportif et le maintien de l'équité entre les concurrents.

Cette polyvalence des motos permettrait d'établir un pont entre les deux Championnats du Monde, Endurance et Superbike, et créerait un parc de machines important, disponibles pour deux championnats.

**P.24 : Championnat du Monde pilote** : Il pourrait être aussi intéressant de valoriser encore plus la discipline en attribuant un titre de Champion du Monde aux pilotes, cette disposition n'existant pas pour le moment. Cette valorisation du titre « pilotes » sera présentée à la Commission CCR FIM en novembre pour être activée en 2014. Ce Championnat du Monde « pilote », ne remettant pas en cause le Championnat du Monde « Team » et « Constructeur » tels qu'ils existent aujourd'hui.

## 6-ANIMATIONS

Les animations constituent, avec le plateau sportif, le marketing/ communication, et les aires d'accueil, le quatrième élément dont dépend le succès de l'évènement, surtout pour des courses de 24 Heures.

Les informations recueillies au cours de la présente enquête, comme le sondage *Moto Journal*, démontrent que les spectateurs sont en attente d'animations variées et distrayantes (+de 68%)

En dehors de l'amélioration de l'information du public, évoquée plus haut, il est donc nécessaire d'être attentif à « l'occupation » des spectateurs.

**P.25 : Récepteur radios** : La fourniture de récepteurs radios pour suivre les commentaires des speakers contribuerait sans doute à une meilleure diffusion de l'information.

Au sujet des animations souhaitées, il est à noter que 35 % des spectateurs réclament un « show mécanique ».

**P.26 : Show mécanique** : Un « show mécanique » pourrait être organisé le vendredi soir, sur la ligne droite de départ, devant les tribunes. Ce show ne doit pas seulement être une suite de « démonstrations », mais être conçu comme un évènement à part entière, avec une structure dédiée et un Régisseur Général.

Un concert est aussi attendu par les spectateurs. Néanmoins, il ressort des différents avis que la notoriété du ou des groupes retenus n'est pas déterminante quant au choix d'effectuer ou pas le déplacement. L'investissement sur des groupes très connus n'est donc pas indispensable.

La possibilité d'approcher les teams et les pilotes est très attendue, à l'occasion du « pit walk », par exemple, très apprécié.



Mais une attente particulière se manifeste chez les spectateurs : celle de « l'animation participative ». La possibilité de tester du matériel, et des essais de véhicules est plébiscité par un spectateur sur deux ! -Source enquête *Moto journal*-

Cette possibilité reste néanmoins très difficile à organiser par manque d'infrastructures adaptées et surtout pour des problèmes de sécurité. L'imagination est cependant permise dans ce domaine !..

Une variante peut être proposée aux importateurs :

**P.27 : Exposition motos neuves** : La mise en place d'une exposition de quelques modèles, dans des espaces aménagés. Cette exposition commerciale pourrait se faire en partenariat (et avec un tarif très attractif), avec les marques qui engagent de façon officielle un minimum de deux motos dans l'épreuve concernée. Les autres marques pourraient également y accéder moyennant un tarif plus élevé.

**P.28 : Exposition motos anciennes** : Une exposition de motos de légende est toujours très appréciée. L'organisation de celle-ci peut être facilitée par le rapprochement des organisateurs avec un club spécialisé ou encore avec le « Comité des Motos Classiques et Historiques » de la FFM.

**P.29 : Animations participatives** : Toujours dans le domaine de l'animation participative, les organisateurs peuvent faire appel à des animations adaptées pour les épreuves de 24 Heures, très prisées il y a quelques années.

La problématique des animations est une vraie priorité. Les organisateurs doivent porter leurs efforts sur un renouvellement de celles-ci. « Tracteurs pulling », courses de « Grass track » ou encore « démonstration de trial », les pistes à explorer sont nombreuses.

Les hymnes des pays représentés par les teams, avant le départ, pourraient être complétés par une présentation des pilotes, sur la ligne de départ, comme cela se pratique au « 8 Heures de Suzuka ».

**P.30 : Présentation pilotes** : Avant le tour de chauffe, Les trois pilotes sont assis, face à leur machine, entourés des « Umbrella girls », ce qui permet aux photographes de presse de les regrouper sur le même cliché, mais aussi de montrer au public, via les écrans géants, les pilotes sans casque !

## 7- MEDIAS / RESEAUX SOCIAUX / PROMOTION

**P. 31 : Médias** : Pour valoriser la discipline auprès des médias, et dans le cadre de la-« Cellule Endurance », il serait souhaitable :

- D'envisager un service d'information (agence ?) dédiée à l'Endurance avec pour objectif de sensibiliser les médias et le public à la cause de cette discipline.
- En complément de ce service, imaginer un « pool média » constitué de revues spécialisées en France mais aussi dans les pays recevant une manche du Championnat du Monde d'Endurance.
- De recourir à un journaliste spécialisé pour rédiger, toute l'année, des articles traitant de l'Endurance.
- De faire appel à un photographe, rémunéré, comme le journaliste, par la « cellule Endurance », en charge de la gestion de la photothèque. (accès gratuit pour les médias)
- De disposer d'un service très réactif pouvant fournir des images TV pour les sites Web et autres supports. Ce service s'appuierait sur la société de production, en charge de la réalisation et de la diffusion des images.

**P. 32 : Sujets magazine** : A propos de réalisation d'images, il paraît indispensable de prévoir des sujets « magazines », en dehors de la production « live », de façon à familiariser le public avec les acteurs de l'Endurance.

Les réseaux sociaux font désormais partis du paysage médiatique. Il faut y avoir recours sans restriction et y faire du buzz, appuyé par les sites des organisateurs et de la FIM.

**P. 33 : Communiqués** : Il sera nécessaire de trouver chaque jour et plusieurs fois par jour en se rapprochant de la date de l'évènement, des nouveautés, des informations à communiquer par tous les réseaux à dispositions, de façon à susciter ou à entretenir l'envie.

Avec l'arrivée des chaînes d'infos en continu et d'internet, une info en chasse une autre en permanence, tout va plus vite !

Quel est le profil type d'un spectateur de course d'endurance moto ? Bien souvent des jeunes, artisans, ouvriers, qui écoutent la radio chaque jour.

## 8- MARKETING / COMMERCIAL / BILLETTERIE

En complément de ce qui a déjà été vu dans la rubrique « Méthodes », il conviendrait sans doute de :

**P. 34 : Soutien des importateurs** : *Obtenir le soutien des importateurs et s'appuyer sur leur réseau d'agents et de concessionnaires pour la promotion des grandes épreuves françaises, idem processus Grand Prix, avec possibilité de proposer des tribunes de marques – et promotion sur les réseaux de chaque marque-*

**P. 35 : Tarif loges** : *Il conviendra de distinguer les teams qui peuvent être intéressés par des opérations de relations publiques avec leurs partenaires, et consentir des efforts pour favoriser l'occupation des loges de réception, comme l'a fait l'ACO pour les 24 Heures Motos.*

En matière de billetterie, le maintien des opérations de prévente à tarif avantageux doit être conservé. Un soin tout particulier doit être apporté au site internet. Sa consultation doit être très simple avec une grande facilité de navigation. Les équipes Internet devront être très réactives.

**P. 36 : Restauration**, Comme cela a été souligné plus haut, une grande majorité de spectateurs soulignent les tarifs excessifs de la restauration. Pourrait-il être envisagé, à l'instar de ce qui se faisait il y a plusieurs années pour les « 24 Heures du Mans » Automobile, de recourir à un grand distributeur alimentaire pour fournir des paniers repas à des tarifs non dissuasifs ? A l'époque, la formule avait un indéniable succès. A étudier ?

Une autre solution consisterait à la mise en place d'un Mini Market proposant des aliments de base et des produits frais. Cette solution, qui ne remet pas en cause le mode de restauration actuelle, nécessite cependant une infrastructure adaptée et ne peut s'envisager qu'à moyen, voire long terme.

**P. 37 : « Title Sponsor »** *Sur un plan plus général, il est légitime de se poser la question d'un « Title Sponsor », présent sur la totalité des épreuves du Championnat du Monde, selon les possibilités. (Exception faite des 8 Heures Coca-Cola de Suzuka).* Le démarchage et la négociation du contrat pourrait être réalisé par la « Cellule Endurance ». Les revenus seraient répartis entre la FIM, qui doit avoir les moyens de financer cette cellule, et les organisateurs. Naturellement le choix du Title sponsor se ferait sans porter préjudice aux contrats déjà en cours avec les organisateurs.

## 9 – SECURITE

Bien que ce point ait déjà été traité dans la rubrique « Méthode », il convient d’y revenir afin de préciser :

- Pour accéder aux parkings et aires d’accueil, il doit être obligatoire de posséder un billet d’entrée. (ce point est capital pour la maîtrise de la sécurité)
- Le rétablissement des contrôles et des fouilles systématiques, en amont des aires d’accueil, est absolument incontournable.
- La couverture du réseau de caméras surveillance doit être complétée au Mans, et créée à Magny-Cours. Ce sont des outils de gestion de foule indispensables.
- L’interdiction d’entrer dans les aires d’accueil des moteurs sur châssis, ou des motos ou voitures épaves (destinés à être brûlés) doit être maintenu et renforcé. Pour atteindre plus facilement ce but, les aires d’accueils acceptant des motos seules, ou des motos avec véhicule léger d’accompagnement, ou encore des campings cars, doivent être clairement identifiées et doivent faire l’objet de communications préalables.

**P. 38 : Organisation aires d’accueil** : Dans l’objectif d’améliorer la sécurité, l’espace « camping », dans une ou deux aires d’accueil (à titre de test), doit être séparé de l’espace « parking ». Toutefois, pour répondre aux souhaits des motards, le parking ne doit pas être trop éloigné de l’espace camping. Un maximum de 100 m de distance paraît être un bon compromis. (Tracé des aires d’accueil en forme de créneau)

Enfin, il faut s’en persuader : le public ne reviendra en masse qu’à la seule condition de le convaincre d’une amélioration de la sécurité !...

### **EN CONCLUSION :**

Le présent rapport est avant tout un réceptacle des idées et des réflexions des personnes rencontrées au cours de notre enquête.

Il ne prétend pas apporter des recettes miracles. Pas plus qu’il se veut être un catalogue de bonnes intentions ou un descriptif de situations idéales.

Toutes les propositions indiquées sont réalisables et à la portée de toutes celles et de tous ceux qui, à un titre ou à un autre, sont en position de décisions.

Charge à eux, et seulement à eux, de choisir et de mettre en œuvre les suggestions proposées.

**Le 24 Septembre 2013.**

## PROPOSITIONS VALIDEES PAR LES ORGANISATEURS

### **P.1 : Mutualiser les moyens :**

*Les deux épreuves françaises doivent unir leurs efforts et mutualiser certaines de leurs dépenses pour réaliser des économies d'échelles. Des réunions préparatoires communes devraient permettre d'identifier les postes concernés.*

### **P.4 : Diminution des coûts :**

*Sur un plan technique, un des buts que devra s'assigner la FIM, déjà validé par la majorité des constructeurs et des teams, mais aussi par la Dorna pour le Championnat du Monde Superbike, sera de diminuer les coûts et, pour cela, revenir à des fondamentaux, avec des motos proches de la série.*

La proposition est validée (celle-ci est déjà engagée par la FIM).

### **P.6 : Management :**

*Parmi les pistes possibles, chaque événement pourrait comporter à sa tête un décideur opérationnel unique, rompu à toutes les techniques, tant sportive, sécuritaire, que commerciale, mais aussi reconnu du « milieu moto ». Des petites équipes, dédiées et motivées, concentrées sur la réussite de l'évènement sont plus réactives et plus efficaces.*

Le Président BOLLE indique qu'il est important que LE décideur au sein de ces grosses organisations soit clairement identifié.

### **P.7 : Fan zone :**

*Création d'une « fan zone », comprenant des animations et qui serait le rendez-vous de la rencontre avec les pilotes.*

Celle-ci existé déjà au Bol d'Or et Le Mans y travaille pour 2014.

La proposition est validée (Mise en place en fonction des disponibilités des pilotes et des moyens des teams).

### **P.14 : Opération « Tous responsables » :**

*Des sacs poubelles sont distribués aux entrées des aires d'accueil. Pourquoi ne pas compléter cette action par une opération « Tous responsables », ou « KISS » -circuit du Mugello pour le GP Moto- qui permettrait de passer des messages (distribution de flyers) et de distribution d'alcootests en liaison avec les plans PDASR des préfectures qui disposent de budgets pour des opérations de prévention (Sécurité Routière).*

### **P.15 : Patrouilles :**

*Des patrouilles identifiées (style opération Casque jaune, Casque d'argent - Pompiers de Paris- ou encore des volontaires de Moto Clubs, pourraient être mis à contribution comme médiateurs, mais aussi pour renseigner, prévenir, et pacifier les aires d'accueil.*

### **P.16 : Tarif restauration :**

*Les organisateurs doivent prendre des mesures dans ce domaine, avec une information au public, en amont de l'évènement.*

Les organisateurs sont conscients de ce problème et travaillent dessus.

### **P.17 : Les femmes :**

*Les épreuves de 24 H doivent trouver un nouveau public, notamment féminin, en leur proposant des espaces et activités qui leurs seraient réservés. Pourquoi ne pas leur réserver un espace coiffure dans le village par exemple ?*

**P.20 : Infrastructures :**

*Les organisateurs, mais aussi les propriétaires des circuits doivent se créer des obligations dans ce domaine. Ce sera à coup sûr faire preuve de vision en même temps qu'un investissement sur l'avenir. Ce point a été pris en compte par le circuit du Mans, pas totalement par le circuit de Nevers Magny-Cours.*

**P.24 : Championnat du Monde pilote :**

*Il pourrait être aussi intéressant de valoriser encore plus la discipline en attribuant un titre de Champion du Monde aux pilotes, cette disposition n'existant pas pour le moment. Cette valorisation du titre « pilotes » sera présentée à la Commission CCR FIM en Novembre pour être activée en 2014. Ce Championnat du Monde « pilote », ne remettant pas en cause le Championnat du Monde « Team » et « Constructeur » tels qu'ils existent aujourd'hui.*

La proposition est validée et sera discutée par la FIM lors de la prochaine réunion de la CCR.

**P.26 : Show mécanique :**

*Un « show mécanique » pourrait être organisé le vendredi soir, sur la ligne droite de départ, devant les tribunes. Ce show ne doit pas seulement être une suite de « démonstrations », mais être conçu comme un événement à part entière, avec une structure dédiée et un Régisseur Général.*

*Ce type d'animations existé déjà sur les deux épreuves.*

**P. 30 : Présentation pilotes :**

*Avant le tour de chauffe, Les trois pilotes sont assis, face à leur machine, entourés des « Umbrella girls », ce qui permet aux photographes de presse de les regrouper sur le même cliché, mais aussi de montrer au public, via les écrans géants, les pilotes sans casque !*

La proposition est validée, les photos seront réalisées lors des vérifications administratives).

**P. 35 : Tarif loges :**

*Il conviendra de distinguer les teams qui peuvent être intéressés par des opérations de relations publiques avec leurs partenaires, et consentir des efforts pour favoriser l'occupation des loges de réception, comme l'a fait l'ACO pour les 24 Heures Motos.*

**P. 37 : « Title Sponsor »**

*Sur un plan plus général, il est légitime de se poser la question d'un « Title Sponsor », présent sur la totalité des épreuves du Championnat du Monde, selon les possibilités. (Exception faite des 8heures Coca-Cola de Suzuka).*

## PROPOSITIONS EN COURS D'ETUDE PAR LES ORGANISATEURS

### **P.2 : Nouveaux organisateurs :**

*Un des objectifs sera aussi, naturellement, de trouver et de convaincre de nouveaux organisateurs de rejoindre le Championnat du Monde. Ceci est le socle incontournable du renouveau du Championnat du Monde d'Endurance. Par ailleurs, Paul DUPARC indique qu'il a été approché par un organisateur potentiel. Cependant, si une nouvelle épreuve venait à être organisée en France, il ne s'agirait par d'une course de 24 heures, mais d'une épreuve plus courte (8h ou 12h).*

La proposition est mise en attente (réserves quant au nombre d'organisateur que le Championnat puisse accueillir pour des raisons budgétaires).

### **P. 3 : Création d'une structure dédiée :**

*Le projet serait de créer, sous l'égide de la FIM, une petite structure promotionnelle dédiée à l'Endurance. (Cellule Endurance ?)*

La proposition sera étudiée par la FIM dans le cadre de la promotion de l'ensemble du Championnat du Monde d'Endurance.

### **P.5 : Pilote japonais :**

*Il serait intéressant de compter, dans chaque équipe « officielle » japonaise, un pilote de cette nationalité.*

### **P.8 : Nouvelle appellation EWC :**

*Une nouvelle définition des appellations doit être imaginée, avec une consonance ou une phonétique plus engageante : EWC...est-ce un terme compréhensible ? Par qui ?*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée à moyen terme.

### **P.9 : Trophées :**

*La symbolique des trophées doit être accentuée : Le « Bol d'Or » ne doit-il pas être représenté par un trophée en métal plus précieux que les coupes actuelles ? Dessiné par un designer réputé ? L'idée de remise en jeu du trophée tous les ans, avec détention définitive pour le team remportant l'épreuve à trois reprises, est à étudier, voire à adopter.*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les organisateurs du Bol d'Or.

### **P.10 : Primes pilotes :**

*La revalorisation des primes pilotes, a minima pour les vainqueurs, doit être étudiée. A titre d'exemple, le vainqueur du TT de l'Île de Man percevait 50 000 €.*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les organisateurs.

### **P.11 : Prime vainqueur :**

*Et pourquoi pas, même si l'idée paraît détonante, doter l'équipage vainqueur, avec l'aide d'un sponsor, d'une prime très conséquente ? Celle-ci pourrait être attractive vis-à-vis des pilotes de renom mais aussi servir la notoriété et la communication de l'épreuve.*

### **P.12 : Club des pilotes :**

*A l'image de ce qu'est le « club des pilotes » des « 24 Heures du Mans », il pourrait être créé le « club des pilotes Bol d'Or et 24 Heures Motos », et au sein de ce club, le club des vainqueurs ?*

La proposition « club des vainqueurs » sera étudiée par les deux organisateurs.

**P.13 : Zones dédiées :**

*Il serait d'ailleurs intéressant, comme pour les opérations « Duo » (vente d'une tente pré montée sur site) ou CMCAS (Association moto du comité d'établissement EDF-GDF, au Mans), de dédier quelques zones dans les aires d'accueil, pour des associations, des clubs de marques, ou des motos club. (Possibilité d'obtenir des fichiers auprès de la FFM). Ce type de zone existe déjà au Mans.*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les organisateurs du Bol d'Or.

**P.18 : Tribune réservée :**

*Prévoir une Tribune réservée et numérotée (notamment à l'attention des quadras et des quinquas, pour éviter de devoir arriver très tôt), parkings réservés proches de la tribune, service de consigne en tribune etc....Une communication ciblée, particulière, serait dans ce cas indispensable.*

Les organisateurs sont conscients qu'il convient d'augmenter en gamme les services proposés aux spectateurs, mais ils sont confrontés à des problèmes d'infrastructures.

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les organisateurs du Bol d'Or.

**P.19 : Billet couplé :**

*Dans le cadre de la mutualisation des moyens des deux épreuves, ne faudrait-il pas envisager la vente d'un billet couplé, Le Mans/Le Bol qui bénéficierait d'avantages spécifiques tels qu'accueil privilégié ? A étudier ? Mettre en vente un seul et unique billet est techniquement compliqué, toutefois les organisateurs vont lancer un tarif préférentiel pour l'achat de billets pour les 2 épreuves.*

La proposition est intéressante, mais les récentes tentatives en la matière n'ont pas eu le succès escompté.

**P.21 : Formats horaires :**

*Dans le cadre de la baisse générale des coûts évoquée plus haut, il serait sans doute nécessaire de revoir les formats horaires. Le gain d'une demi-journée sur l'ensemble de la manifestation, le jeudi par exemple, paraît réalisable.*

La proposition est en cours d'étude par la FIM et les organisateurs.

**P.22 : réglementation commune :**

*Le souhait largement partagé est l'adoption d'une réglementation commune ENDURANCE / SUPERBIKE, proche des motos de série, qui permette une polyvalence des machines, favorisant ainsi la participation des motos dans les deux championnats.*

La proposition sera validée par la CCR-FIM lors de sa prochaine réunion.

**P.23 : Catégories :**

*La proposition du Groupe de travail est de maintenir les deux catégories actuelles « EWC » et « SUPERSTOCK » pour 2014 et d'adopter pour le Championnat du Monde d'Endurance 2015 la catégorie « EVO ». La catégorie « SUPERSTOCK » serait conservée pour la Coupe du Monde FIM 2015.*

La proposition sera validée par la CCR-FIM lors de sa prochaine réunion.

**P.25 : Récepteur radios :**

*La fourniture de récepteurs radios pour suivre les commentaires des speakers contribuerait sans doute à une meilleure diffusion de l'information.*

La proposition est retenue par les 24 Heures du Mans.

**P.27 : Exposition motos neuves :**

*La mise en place d'une exposition de quelques modèles, dans des espaces aménagés peut être envisagée. Cette exposition commerciale pourrait se faire en partenariat (et avec un tarif très attractif), avec les marques qui engagent de façon officielle un minimum de deux motos dans l'épreuve concernée. Les autres marques pourraient également y accéder moyennant un tarif plus élevé.*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les deux organisateurs.



**P.28 : Exposition motos anciennes :**

*Une exposition de motos de légende est toujours très appréciée. L'organisation de celle-ci peut être facilitée par le rapprochement des organisateurs avec un club spécialisé ou encore avec le « Comité des Motos Classiques et Historiques » de la FFM.*

La proposition est déjà en application au Mans et sera étudiée par les organisateurs du Bol d'Or.

**P. 29 : Animations participatives :**

*Toujours dans le domaine de l'animation participative, les organisateurs peuvent faire appel à des animations adaptées pour les épreuves de 24 Heures, très prisées il y a quelques années (Vaches landaises).*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les deux organisateurs.

**P. 31 : Médias :**

*Pour valoriser la discipline auprès des médias, et dans le cadre de la « Cellule Endurance », il serait souhaitable :*

- *D'envisager un service d'information (agence ?) dédiée à l'Endurance avec pour objectif de sensibiliser les médias et le public à la cause de cette discipline.*
- *En complément de ce service, imaginer un « pool média » constitué de revues spécialisées en France mais aussi dans les pays recevant une manche du Championnat du Monde d'Endurance*
- *De recourir à un journaliste spécialisé pour rédiger, toute l'année, des articles traitant de l'Endurance.*
- *De faire appel à un photographe, rémunéré, comme le journaliste, par la « cellule Endurance », en charge de la gestion de la photothèque. (accès gratuit pour les médias)*
- *De disposer d'un service très réactif pouvant fournir des images TV pour les sites Web et autres supports. Ce service s'appuierait sur la société de production, en charge de la réalisation et de la diffusion des images.*

**P. 32 : Sujets magazine :**

*A propos de réalisation d'images, il paraît indispensable de prévoir des sujets « magazines », en dehors de la production « live », de façon à familiariser le public avec les acteurs de l'Endurance.*

**P. 33 : Communiqués :**

*Il sera nécessaire de trouver chaque jour et plusieurs fois par jour en se rapprochant de la date de l'évènement, des nouveautés, des informations à communiquer par tous les réseaux à dispositions, de façon à susciter ou à entretenir l'envie.*

Ces trois propositions seront étudiées par la FIM dans le cadre de la promotion de l'ensemble du Championnat du Monde d'Endurance.

**P. 36 : Restauration :**

*Comme cela a été souligné plus haut, une grande majorité de spectateurs soulignent les tarifs excessifs de la restauration. Pourrait-il être envisagé, à l'instar de ce qui se faisait il y a plusieurs années, pour les « 24 Heures du Mans » Automobile, de recourir à un grand distributeur alimentaire pour fournir des paniers repas à des tarifs non dissuasifs ?*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les deux organisateurs.

**P. 38: Organisation aires d'accueil :**

*Dans l'objectif d'améliorer la sécurité, l'espace « camping », dans une ou deux aires d'accueil (à titre de test), doit être séparé de l'espace « parking ». Toutefois, pour répondre aux souhaits des motards, le parking ne doit pas être trop éloigné de l'espace camping. Un maximum de 100 m de distance paraît être un bon compromis. (Tracé des aires d'accueil en forme de créneau)*

La proposition est intéressante et pourra être étudiée par les deux organisateurs.