

# ROW FOR LIFE

BENOIT BOURGUET



TRAVERSER L'ATLANTIQUE A LA RAME EN SOLITAIRE  
UNE COURSE DE RESILIENCE CONTRE LA PAUVRETE INFANTILE

# POURQUOI VOUS

Depuis sa création votre entreprise a traversé plusieurs océans de défis dans lesquels leadership et résilience sont les clés. Aujourd'hui, elle vogue avec pour ambition d'apporter le meilleur à ses clients à travers le monde, une démarche d'excellence dans laquelle la seule constante est la remise en question de ses propres performances

Et si votre leadership, excellence opérationnelle et performance pouvaient être exprimés à des millions de spectateurs dans une seule aventure émotionnelle et inspirante ?

Et s'il était possible de conter l'histoire de votre entreprise à travers une épreuve durable, une course contre l'adversité pour faire d'une vision un réalité ?

Imaginez-vous propulser les couleurs de votre entreprise à travers l'océan Atlantique sous les yeux de millions de spectateurs, et de vos clients à travers le monde.

Imaginez votre logo, vos couleurs et vos valeurs, voguant 50 jours sur l'atlantique, bravant vents et marées, dans une course se faisant métaphore de l'excellence opérationnelle et de la durabilité.

Imaginez quelque chose de plus fort, de plus grand : faire de ce bateau le porte-voix de ceux qui n'en ont pas, et sensibiliser à la précarité infantile.



# POURQUOI MOI

En décembre 2025, je participerai la Talisker Atlantic Race, une traversée de l'Atlantique à la rame en solitaire.

Cette démarche n'est pas une espère de projet pour « sportif quarantenaire frustré », mais plutôt une expérience totale avec un objectif : inspirer. Inspirer et prouver que tout est possible, peut importe d'où l'on démarre.

En 25 ans, j'ai participé à plus de 20 Ironmans, traversé la manche à la nage, accompagné plus de 1500 athlètes en stage, et reconstruit 3 gîtes de mes mains.

---

Pourquoi aller toujours plus loin, toujours plus haut ? Parce que je crois que la vie mérite d'être vécue pleinement, et consommée à 200%.

Si personnellement j'agis pour consommer la vie à 100%, je le fais premièrement pour mes enfants, les inspirer, et leur montrer que braver l'adversité et persévérer peut tout apporter.

Mais ce projet permet d'en inspirer d'autres, de raconter une histoire de résilience, d'excellence et de performance. Une histoire qui raconte que rien n'est impossible.



# POURQUOI

C'est pourquoi j'ai choisi de raconter cette histoire aux cotés de Viva for Life. Pour sensibiliser à la cause de la précarité infantile et lever des fonds pour l'association.

Une cause qui me tient d'autant plus à cœur depuis que je suis devenu papa, et que j'ai réalisé à quel point la vie d'un enfant est fragile et peut s'envoler en un instant.

Si Hawaii est l'Eldorado du Triathlète, si la Manche est l'Everest de la natation en eau libre, si la Talisker Race est la course d'aviron la plus dure au monde, alors ce projet inspirera les valeurs de résilience, d'excellence et de solidarité.

Cette histoire, c'est à vos cotés que je veux la raconter. Car nos valeurs d'excellence, d'innovation et de jusqu'au boutisme sont identiques !





# L'ASSOCIATION

Depuis 11 ans, Viva for Life arpente la Fédération Wallonie-Bruxelles pour récolter des dons et financer des associations qui viennent en aide à des enfants et à leur famille qui vivent sous le seuil de pauvreté.

Aujourd'hui, c'est 80.000 enfants de 0 à 6 ans qui vivent en situation de précarité.

L'objectif de Viva for Life ? Leurs donner plus de chances pour l'avenir.

En 2019, ma traversée de la manche à la nage a permis de levé 7000€ pour Viva for Life. Cette année, l'objectif est 10 fois plus grand.

Grâce aux dons

## 185 PROJETS FINANCÉS

### A qui s'adressent ces projets ?



0-3 ANS  
64 %

Des projets qui accompagnent la naissance, stimulent l'enfant et créent un lien parent-enfant de qualité



3-6 ANS  
36 %

Des projets qui rompent l'isolement et favorisent l'épanouissement de l'enfant

### Comment ces projets sont-ils financés ?



89 %

Renforcement du personnel pour améliorer la qualité et la capacité d'accueil des familles



9 %

Financement du matériel et des travaux pour améliorer la qualité et la capacité des services



2 %

Acquisition de véhicules pour une meilleure accessibilité des services aux familles, même les plus isolées

# LA COURSE

Le Talisker Challenge est une course d'aviron de 4800 km, qui part de La Gomera dans les Canaries, pour rejoindre le port d'English Harbour sur l'île d'Antigua. Le record du monde est de 30 jours, mais la traversée dure en moyenne 60 jours et peut durer jusqu'à 120 jours.

*Plus nombreux sont ceux qui sont allés dans l'espace que ceux qui ont traversé un océan à la rame...*

Les bateaux sont armés pour effectuer leurs traversées en complète autonomie, sans aucun ravitaillement ou réparation possible durant la course. Ils mesurent autour des 7 mètres de long, et moins de 2 mètres de large, et sont conçus pour garantir la sécurité des rameurs.

Mais à l'extérieur de la cabine

C'est seul, que le rameur doit faire face aux éléments et aux imprévus.

C'est seul, qu'il doit supporter les ampoules, les douleurs et le manque de sommeil.

Et c'est seul qu'il doit braver l'austérité du soleil, des vagues et des intempéries...

C'est pour ces raisons que les anglais l'appellent *The world's toughest row*



LA GOMERA

28°N, 18°W

3,000 MILES / 4,800 KM

# SPONSORSHIP

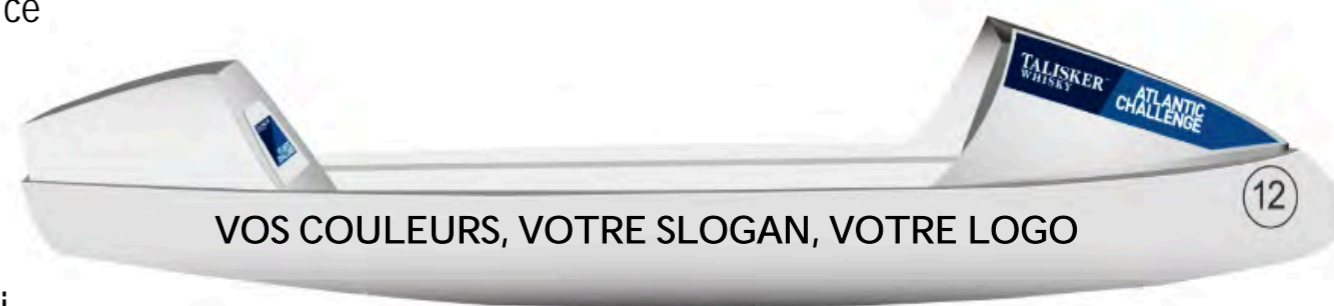


# LES RETOURS

Au-delà des possibilités classiques, nous souhaitons construire ce partenariat avec vous, comprendre vos besoins, vos objectifs marketing, et comment ce projet sportif et son image peuvent répondre à une partie de ces besoins.

Voguant à travers l'océan pour relier deux continents, sous les yeux de millions de téléspectateurs, ce bateau est le parfait tableau blanc.

De nombreux retours existent vu l'envergure globale du projet, dont voici des exemples non exhaustifs.



# RETOURS

*Un bateau, un homme, un projet et une aventure familiale : l'opportunité de démontrer des valeurs d'excellence, de durabilité et de leadership.*

## BRANDING

- ◆ Le bateau porte fièrement le nom et les couleurs de votre entreprise.
- ◆ Les équipements sont aux couleurs de votre entreprise.
- ◆ Le projet devient le porte-parole de votre entreprise lors de toute apparition
- ◆ Votre logo et vos couleurs sont présents sur tous nos visuels.
- ◆ Votre image couplée à une première mondiale : le premier sportif à participer à l'Ironman d'Hawaii, traverser la Manche à la nage et l'Atlantique à la rame.
- ◆ Incorporation de vos produits/services aux activités post et pré-race

## EVENEMENTS

- ◆ Soirée de départ et exposition du bateau chez vous
- ◆ Intervention et témoignages chez vous avec pour objectif d'inspirer
- ◆ Appels vidéo au milieu de l'Atlantique
- ◆ Soirée caritative à l'Abbaye de Villers la ville (à confirmer)

## COMMUNICATION & MEDIAS

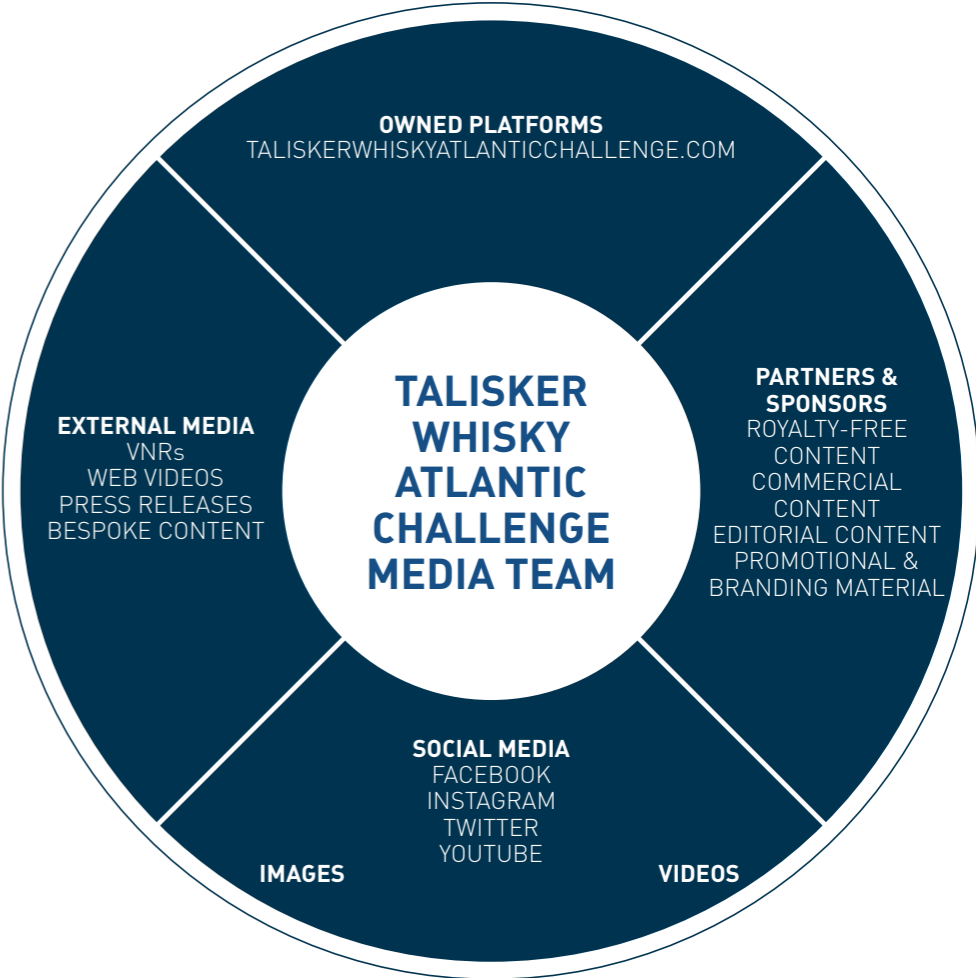
- ◆ Une équipe dédiée de photographes et professionnels de l'audiovisuel
- ◆ Vous avez accès à tout le contenu libre de droit
- ◆ Votre image est diffusée avec celle du bateau à travers tous les médias
- ◆ Reportages TV lors de la préparation globale : TV locales et nationales
- ◆ Passage TV lors de la traversée
- ◆ Passage TV lors de Viva for Life 2024, 2025, 2026



# CREATION DE CONTENU

Le Talisker Whisky Atlantic Challenge emploie une équipe dédiée aux médias qui cherche à maximiser la couverture médiatique et l'exposition aux médias dans le monde entier.

Des équipes de tournage et des photographes professionnels assistent au départ de la course et à chaque arrivée pour capturer des images qui sont distribuées dans le monde entier. Des communiqués de presse et des vidéos d'actualité sont produits pour chaque équipe, afin de garantir un flux constant de contenu disponible pour les médias du monde entier.



# PLATEFORMES MEDIAS

## PRESSE

La course est couverte par des journalistes et des médias du monde entier, avec une couverture importante aux États-Unis, en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas.

9m+ Impressions papiers

100m+ Personnes atteintes



**Ruling the waves** Kai Wiedmer and Mark Slat, the Dutch rowers, arrive in Antigua 32 days and 18 hours after leaving the Canaries, to win the Talisker Whisky Atlantic Challenge.



## TELEVISION

La course est généralement couverte dans plus de 100 pays, ce qui donne lieu à une vaste couverture médiatique des équipes et de leurs nombreux exploits.

100+ Reportages

56m+ Audience globale



## MEDIA DIGITAL

Toutes les équipes rassemblent des milliers de vues, avec l'aide de sponsors, d'amis et de leur famille. La course est l'occasion de battre de nouveaux records et de susciter l'intérêt des lecteurs en ligne.

1,704 Postes

11.3bn Lectures en ligne



## PERSONALITES

De nombreux influenceurs lifestyle/outdoor et des personnalités publiques interagissent régulièrement avec la course, étendant la portée de la course au-delà de la communauté de l'aviron.

1m+ Visibilités

15m+ Audience atteinte

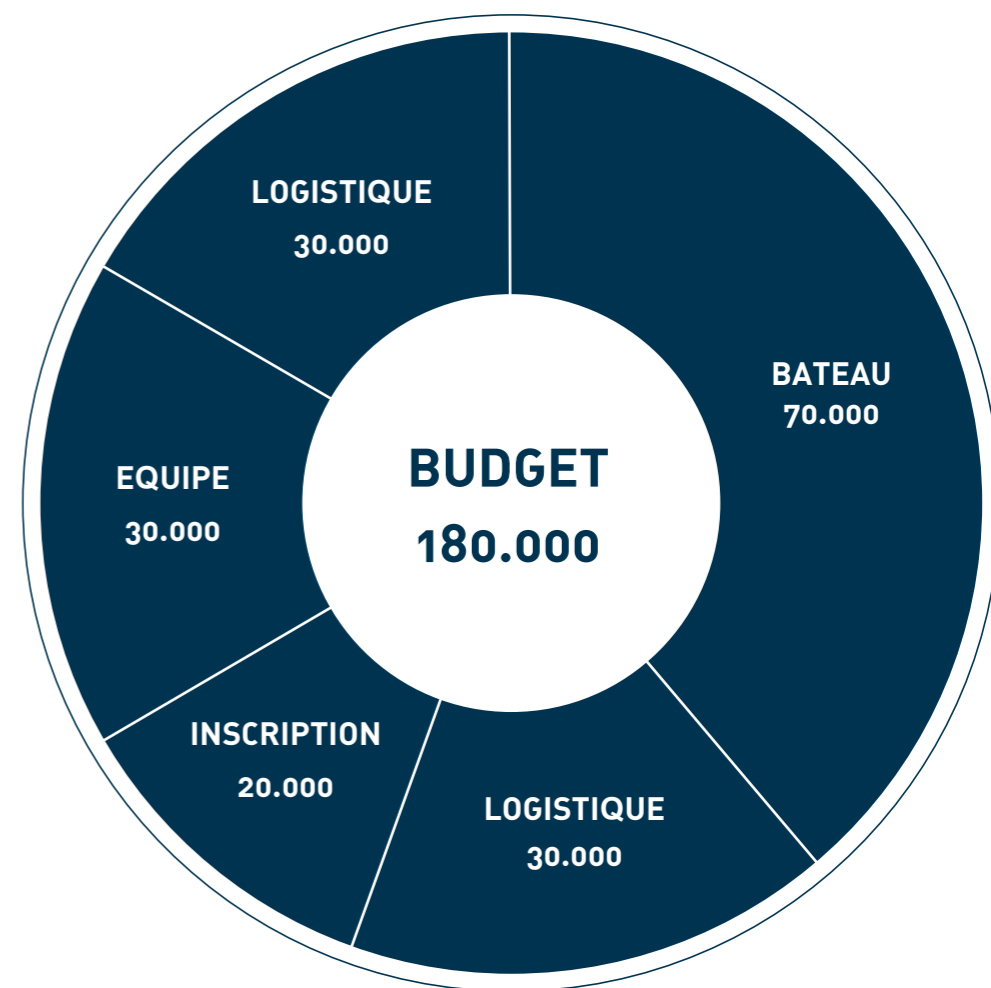


# BUDGET

Porter se projet pendant 2 ans demande un investissement total de 180.000€, pour lequel l'achat du bateau (70.000) constitue le poste principal. L'ensemble des fonds restants après la clôture du projet et la revente du bateau seront directement reversés à Viva for Life.

C'est pourquoi nous espérons pouvoir réaliser un don de 70.000€, multipliant par 10 les dons récoltés lors de ma traversée de la Manche.

Durant la course, une collecte de fond publique sera également lancée dont 100% des fonds seront collectés pour Viva for Life.



# TRAVAILLONS ENSEMBLE

Même si cette course sera une traversée solitaire, sa réussite sera le fruit d'un travail d'équipe.

Même si le bateau sera propulsé à la force des bras, j'espère que vous serez le moteur de ce projet, en le rendant possible !

Contactez-moi et discutons de comment ce projet peut répondre à une partie de vos besoins !

Benoit Bourguet

[benoit@bourguet.eu](mailto:benoit@bourguet.eu)  
+ 32 478 84 20 91





# ANNEXES

# RACE FACTS



2020 had four marlin strikes whilst there has only been 2 previously recorded in the history of ocean rowing.



Based on the number of days required to cross, the food for a solo rower weighs in excess of 65kg, a pair 50kg, a trio 45kg and 41kg for a four.



- Each team will row in excess of 1.5 million oar strokes during a race.
- Team Fortitude IV achieved the fastest 24 hours ever with 107.45 nautical miles covered.
- Rowers will row for 2 hours, and sleep for 2 hours, constantly, 24 hours a day.
- More people have climbed Mount Everest than rowed across the Atlantic.
- Participants in the race have raised over €12.9 million for charities worldwide over the last six races.
- At its deepest, the Atlantic Ocean is 8.5km / 5.28 miles deep.
- The waves that the rowers experience can measure up to 20ft high.
- There are two safety yachts supporting the teams as they cross the ocean. In the 2013 race, one yacht travelled a massive 9000nm!
- Each rower is expected to use 800 sheets of toilet paper during their crossing.
- The teams are supported 24/7 by two land-based duty officers.
- In the 2016 race, solo rower Daryl Farmer arrived in Antigua after 96 days, rowing without a rudder to steer with for nearly 1200miles/40 days.
- Each rower aims to consume 10 litres of water per day.
- Rowers burn in excess of 5,000 calories per day.
- There is no toilet on board - rowers use a bucket!
- The average rower loses around 8kg during a crossing.
- In the 2018 race, solo rower Kelda Wood (Row 2 Raise) was kept company by a whale for nearly 7 days.
- A fully functioning water maker takes 30 minutes to make 20 litres of water.

# CONTENT FROM THE SEA

During the race, satellite transmissions from the teams and race support boats provide videos, imagery and other content from the ocean. Apart from ensuring the safety and wellbeing of the participants, the support boats roam through the fleet and have a photographer and videographer onboard that focus on documenting the crossing.

**The race's dedicated communications supplier, Range Global Services, provides teams with the opportunity to carry equipment onboard that enables transfer of footage directly from the high seas. Being able to offer a glimpse of life onboard delivers immense value to media, sponsors and of course friends and family.**



"This 2020/2021 my son James Allan rowed the in the Talisker Whisky Atlantic Challenge. Neither he or his 3 friends in the team had ever rowed in such a thing before. My first feeling in being told was surprise and then excitement about it all. As the training commenced and the time drew nearer, worry crept in as I realised what a huge challenge this was! Going to La Gomera and being with other families and supporters was a massive comfort. The supporters had meetings and were given very explicit info and advice on all aspects of how to deal with it all, this was incredibly helpful to all of us, it's very important to go to the meetings! Once they'd left - Oh dear, the tears ,the joy, the tremendous pride - then the long wait but watching every waking moment of the YB tracker and the dot watchers group helped. It was utterly fantastic that you could see your boat all the time! Nearly everyone I know watched them and at the end they asked "could they go again ,it's so boring now!" The day they arrived in Antigua to the sounds of the boats hooting and all the cheering was an unforgettable experience and a tremendously emotional one! Utter joy! This race is so well organised it's fantastic and the trust you had in the experienced team was without a doubt the most comforting thing ,it was so exciting and I am so proud of my son and his team!"

**Lois Hamilton-Slade - Family member of team For a Fitter Planet**

"Atlantic Campaigns recognise that behind every successful rower are friends and family. I really appreciated how much effort Atlantic Campaigns made to ensure that, as a family member (rower's Mum and land crew), I had access to useful, reliable and up to date information to help prepare me for what Jasmine's row would entail, how best to support her before, during and after, and how to address my concerns. Also clear information on the start and finish lines, (with the added complications of the pandemic and international travel.) This information was available on line, formal talks, chats with the AC team, and by email for any other queries at all times. Communication was excellent. Support was also available for social media. Overall, the professionalism of AC helped give me huge confidence that this challenge was made as safe as possible and it meant that I could enjoy being part of this amazing challenge. In Jasmine's case the extreme media attention towards the end of the row, at the finish line, and beyond was handled through fantastic teamwork between AC and us whilst always putting the safety of her, and other rowers, and the integrity of the race first. I can't praise the amazing AC team enough for everything they did! Thank you!"

**Susan Harrison - Mum of Jasmine Harrison, Rudderly Mad.**



The BGAN Satellite Terminal used by the official support yachts



# ACCREDITED MEDIA

The race's Press and PR teams seek to support both accredited media on site and the many television networks and news organisations that follow the race around the world.

100%

Royalty-free media access

50+

Accredited media teams

100%

Participating teams represented

# MEDIA CENTRE

The race operates dedicated media centres in both La Gomera and Antigua with free high-speed internet connections.

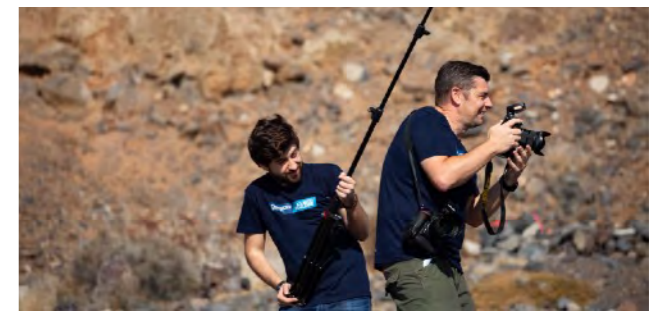
These centres support media professionals provided by our title sponsor Talisker, as well as other visiting news teams covering the race in general or following individual teams or participants.



The Media Centre in La Gomera

# ROYALTY FREE CONTENT

The race offers a continuous stream of royalty-free images, videos and other multimedia content, including live streams and embeddable social media content. This content is distributed via newswires or dispatched directly on request.



A dedicated media team produces media assets for each team

# FACEBOOK

The 2020 race content reached millions of people on Facebook, with reach among the 25-44 age group being substantially higher than the global average for the platform. Facebook Live proved to be hugely popular in this race, attracting more than 750,400 unique live video views.

**50,236,260** Lifetime Reach

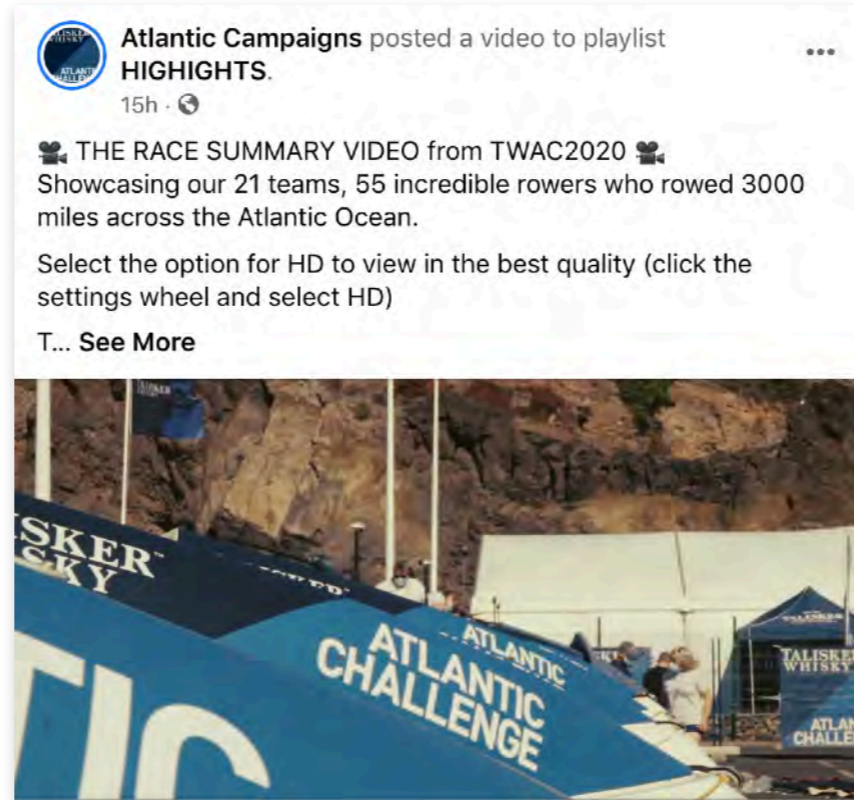
**25-44** Most Reached Age Group

**37,877** Page Likes

**165m+** Organic Impressions in the last 6 months

**372,968** Organic Post Reach in the last 6 months

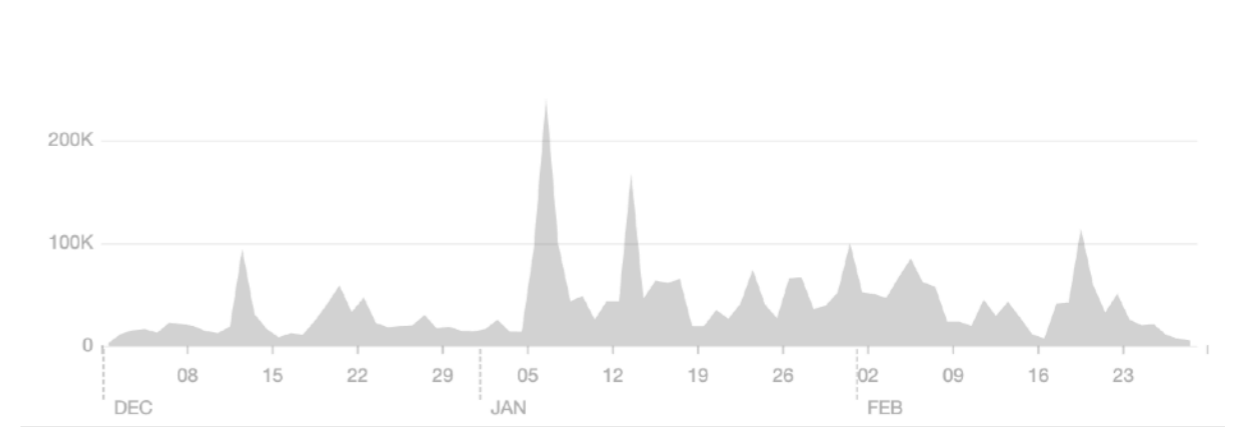
Source: Facebook Analytics: June 2021



## PAGE LIKES



## TOTAL REACH



# INSTAGRAM

Instagram is proving to be one of the most popular ways for fans to engage with the race. The latest content from the fleet is constantly uploaded by a dedicated content manager on site at the start in La Gomera and at the finish line in Antigua.

**11.7K +** Total Page Followers

**1,602** Profile Visits Per Month

**79,892** Impressions Per Months

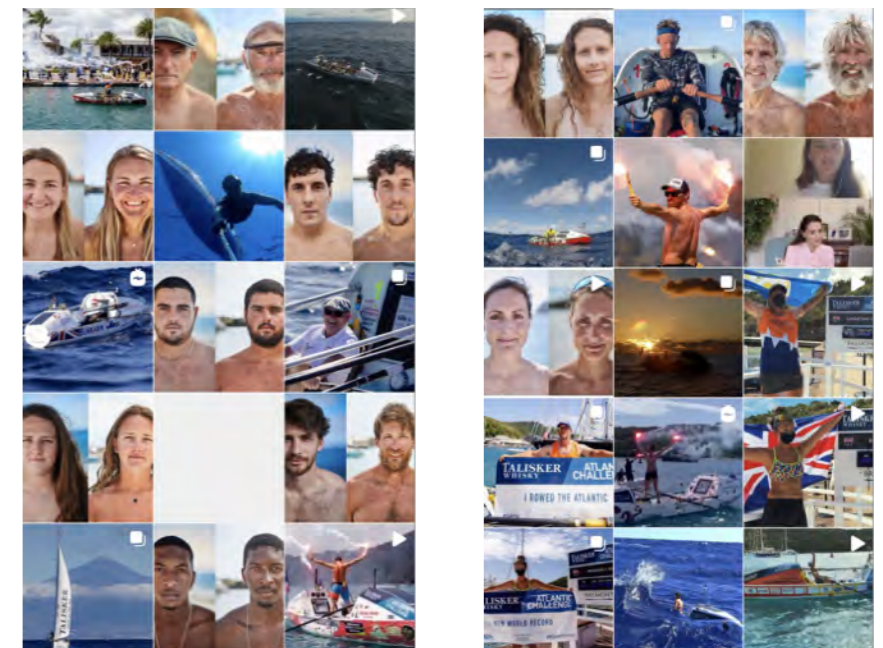
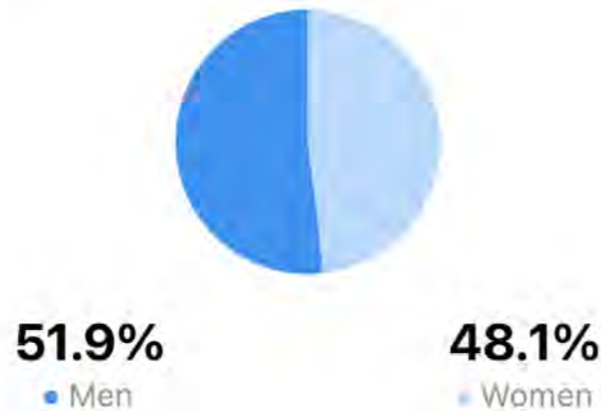


Source: Instagram Analytics - June 2020

## AGE RANGE



## GENDER



# TWITTER

Twitter provides the fastest way to get the latest news from the fleet. The race's content team continuously updates the feed with the latest information, videos and photos as they capture or receive from the teams.

3,126 Followers

706,000 Tweet Impressions Per Month During Race Arrivals

22,300 Average Profile Visits Per Month


Source: Twitter Analytics - June 2021

**Atlantic Campaigns**  
@ACampaigns

How would this make you feel?  
Solo rower.  
Diving in (attached to your boat of course)  
5km of ocean below you.  
1,600km from land.  
Just surrounded by the ocean and the things that live in it.

Would you dive in like [@\\_atlanticdragon??](#)

#TWAC2020



0:33 1K views


**Atlantic Campaigns**  
@ACampaigns

It's great to be involved 🙌

**ExtremeMedicineExpo** @extremeexpo · 25 May  
#OceanMedicine\* - how do you manage an event like the Atlantic Rowing Race?

Learning the ropes from the event safety management team in a collaboration between WEM & Atlantic Campaigns

\* \*Forms part of MSc in Extreme Medicine at University of Exeter Medical School  
#BeExtreme



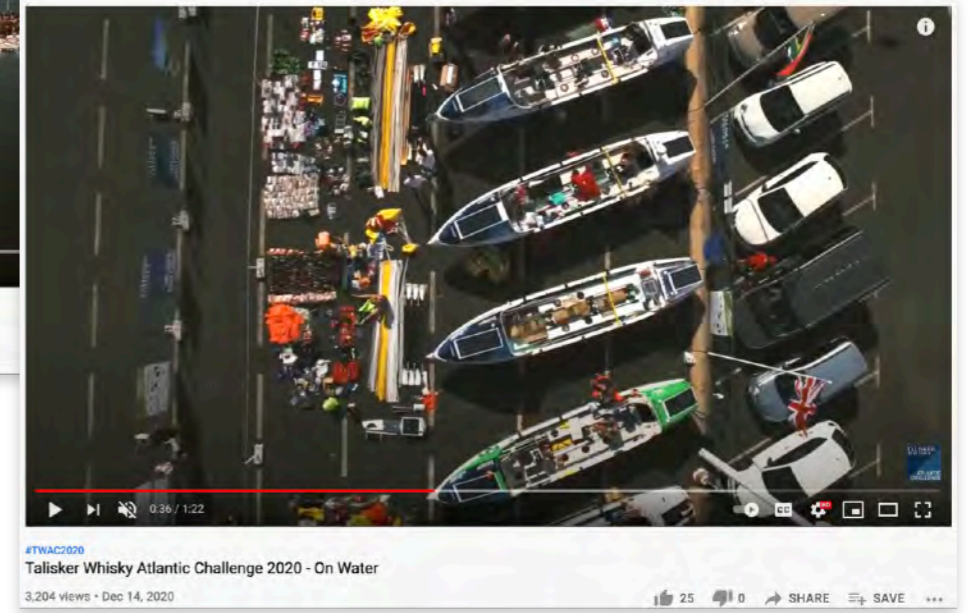

# YOUTUBE

The Talisker Whisky Atlantic Challenge's official YouTube channel has generated more than 2 million lifetime views over 53 countries. Most views come from western Europe.

**2.2m+** Lifetime Views

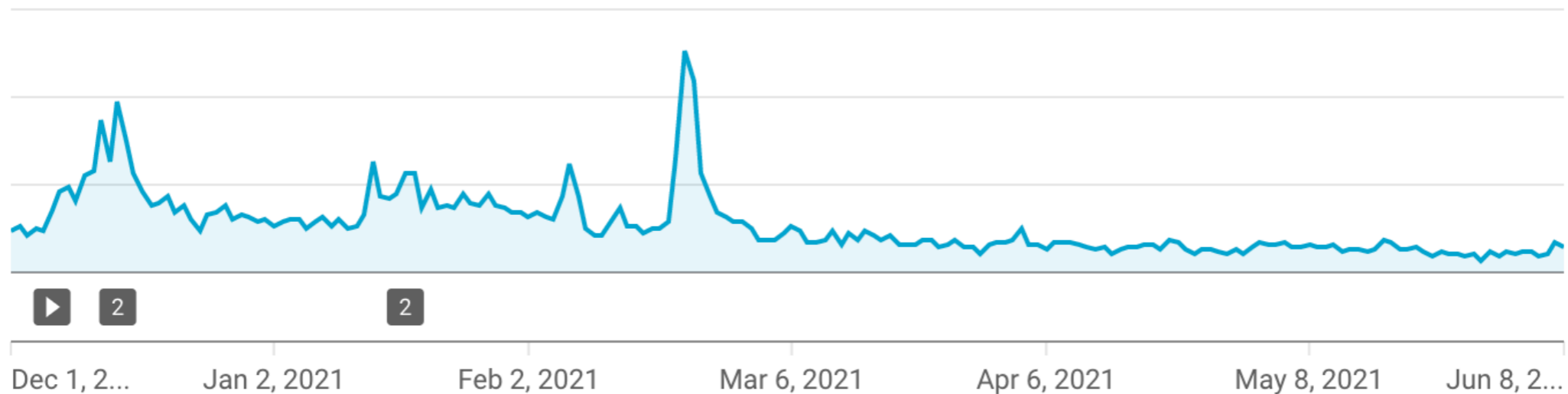
**1.7m+** Impressions

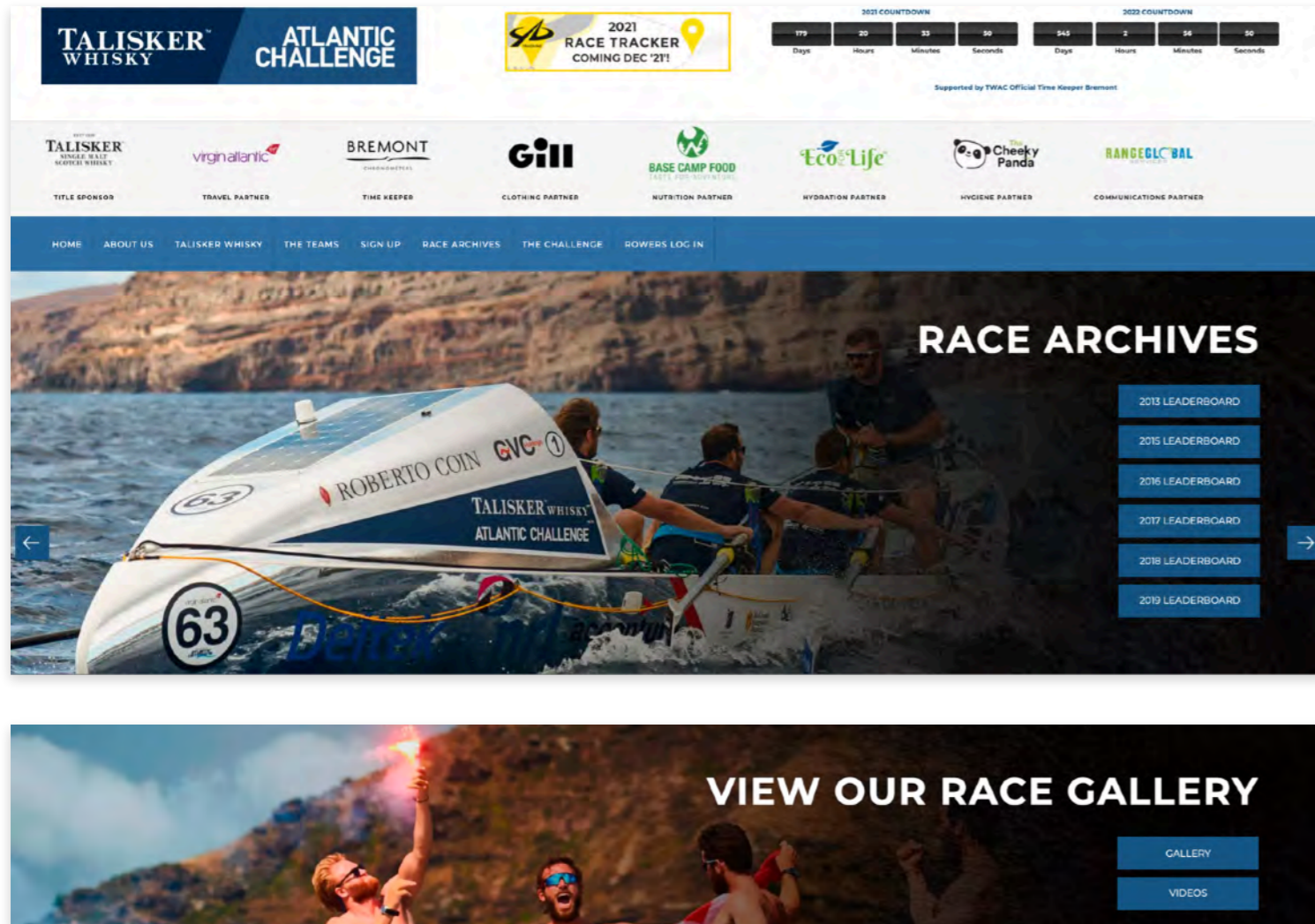
Source: YouTube Analytics - June 2020



## VIDEO VIEWS OVER TIME

Dec 2020 - June 2021





# RACE WEBSITE

The official Talisker Whisky Atlantic Challenge website acts as a hub for both rowers and fans. The website has all the information needed for interested fans and future participants. The rowers section provides all the relevant resources for teams in preparation for their row.

**3.9M+** Page Views

**Over 29K** Unique Monthly Visitors

**1 min 56 sec** Average Time Spent On Website

Source: Google Analytics: June 2020

## Top Visiting Countries:



UNITED KINGDOM



THE UNITED STATES



THE NETHERLANDS



GERMANY



SPAIN

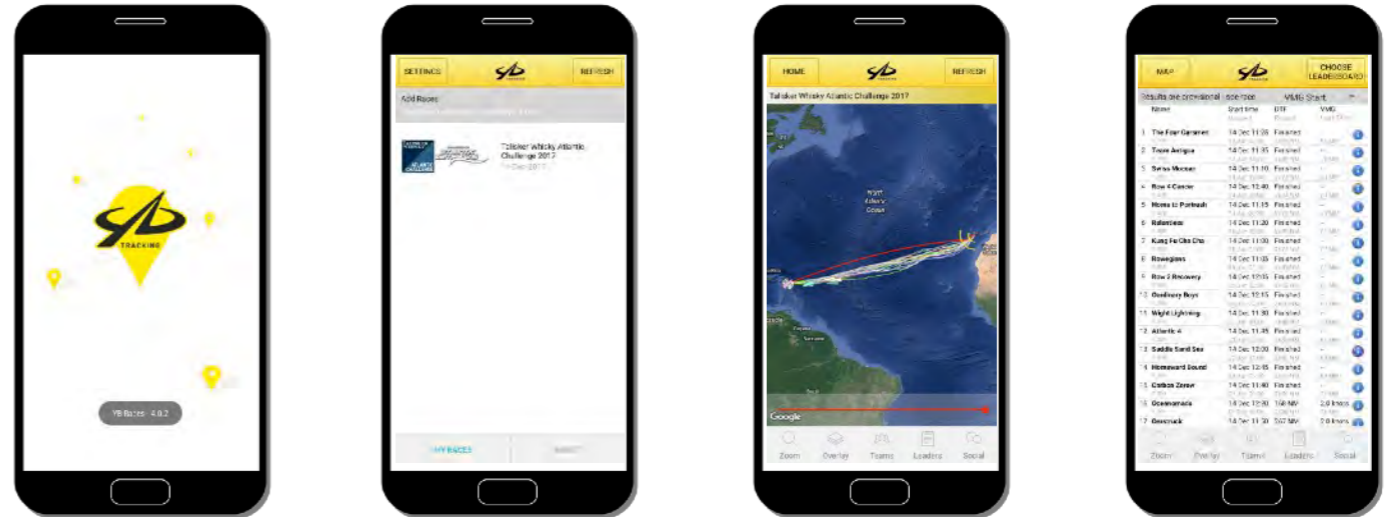
# RACE TRACKER



The tracker is the most popular way for fans to follow the progress of the boats during the crossing. Known as 'dot watching', the positions of the boats are updated approximately every 4 hours.

**1.9m +** Page Views during the 2020 race

Source: Race Viewer Analytics - June 2020



The YB Races tracker is available on Mobile (iOS, Android) and on the race website

## Top Visiting Countries:



UNITED KINGDOM



THE NETHERLANDS



THE UNITED STATES



GERMANY



SWITZERLAND

# FACEBOOK LIVESTREAM

Facebook Live proved hugely popular during the 2020 race. During the active race period, over 150 live broadcasts delivered more than 1.9 million unique video views on the platform.

<b>Over 150</b>	Total Live Broadcasts
<b>1,975,062</b>	Views in the past two years
<b>40,800</b>	Views For The Race Start

Source: Facebook Analytics - June 2020



🏆 ON SHOULDERS OF GIANTS ARRIVAL - Part 2 🏆

20.3K Views · 20 weeks ago



🏆 ON SHOULDERS OF GIANTS ARRIVAL - Part 1 🏆

14.8K Views · 20 weeks ago



🏆 ROW 4 CANCER ARRIVAL - Part 2 🏆

32K Views · 20 weeks ago



🏆 ROW 4 CANCER ARRIVAL - Part 1



TWAC2020 RACE START - LIVE!



🏆 RACE START BRIEF 🏆





Frank, 70, is oldest to row solo 3,000 miles across the Atlantic

DAILY Mirror

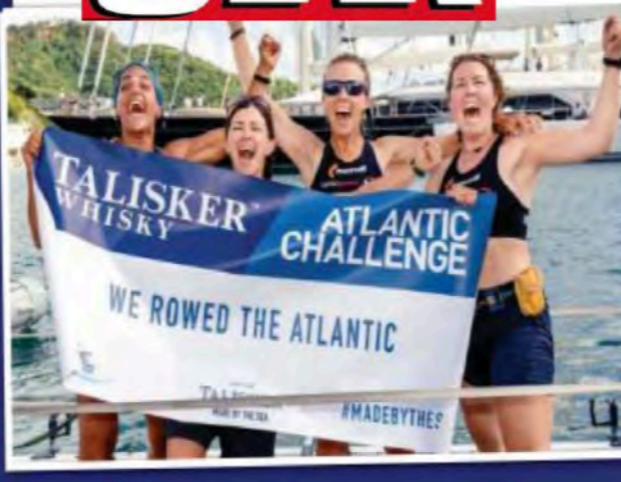


HELLO!



They're oar-some

DAILY STAR



The Sun



itv NEWS



The Daily Telegraph



itv NEWS



Ro-konkurrenccen Talisker Whisky Atlantic Challenge: Ny verdensrekord!



Guardian



THE SCOTSMAN



Dutch duo break Atlantic rowing record



L'arrivo ad Antigua



GRANDFATHER BECOMES OLDEST PERSON TO ROW ACROSS ATLANTIC ALONE

NEWS



Atlantic rowing race winners set pairs world record, Mark Slats bags another Guinness accolade as duo beat all the fours



Talisker Whisky Atlantic Challenge 2020 started



Superstar granddad honoured after becoming oldest person to row the Atlantic - and he's not finished yet



NBC