



ÉTUDE D'IMPACT

MARTINIQUE
— SURF — **PRO**

2016





SOMMAIRE

A. L'ÉVÈNEMENT EN CHIFFRES

1. La soirée d'ouverture Opening Party Night	04
2. Une compétition internationale de haut niveau	05
3. Un site de compétition aux normes internationales	06
4. Concert de clôture	08

B. LA COUVERTURE MÉDIATIQUE EN CHIFFRES

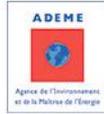
1. Une dimension générale	09
2. Une dimension internationale.....	10
3. Un échantillon des diffusions télévisées.....	11

C. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET MARKETING

1. Les spectateurs	12
2. Dépenses organisateurs.....	13
3. Récompenses.....	15
4. L'emploi.....	15

D. INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

Collectivité
Territoriale
de Martinique



A. L'ÉVÈNEMENT EN CHIFFRES

1. La soirée d'ouverture Opening Night Party



Afin d'inaugurer la seconde édition du Martinique Surf Pro, une soirée d'ouverture a été organisée dans une ambiance détendue et festive à Trinité. La première partie de cette soirée a **débuté avec un cocktail qui a permis de réunir l'ensemble des partenaires privés et publics ainsi que la presse**. Pour l'occasion des représentants des principaux partenaires publics se sont exprimés. Des prises de parole des principaux partenaires (CTM, gendarmerie, CMT, sapeurs-pompiers, un représentant de la préfecture) ont permis de présenter la compétition à venir. Elle a été suivie d'un **Showcase exclusif de Victor'O**, avant que l'ambiance ne monte avec les **trois DJs aux sonorités électro-caribéennes, Antoine FLETCHER, DELAWOUSS et D.DREAM**.



2. Une compétition internationale de haut niveau

> Un plateau sportif varié et de grande qualité



Provenance géographique des surfeurs

Grâce au bon bilan de la première édition de la Martinique Surf Pro, en avril 2015, l'événement a bénéficié d'un bouche-à-oreille qui a permis d'attirer certaines nouvelles têtes d'affiche, comme d'**anciens membres du Championship Tour**, les grands animateurs de l'an dernier mais aussi de nouveaux visages prestigieux. Au total, **140 surfeurs** de **25 nationalités** différentes se sont disputés le titre de champion de la Martinique Surf Pro 2016. Parmi eux, **4 jeunes martiniquais amateurs**, Adam AUFFAY, Titouan DUBOS, Arthur LASSEE et Nicolas CHALONEC, ont bénéficié d'une **WILDCARD**. Il s'agissait pour eux de se mesurer aux plus grands. On compte, beaucoup de concurrents **originaires d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Amérique du Sud**, avec notamment un **important contingent brésilien**. Des représentants venus des **Caraïbes, d'Asie, d'Afrique et d'Océanie** étaient également de la partie. Mais au-delà de la quantité, c'est la qualité du plateau qui a impressionné.



> Un spot de qualité

Fort du succès de la première édition du Martinique Surf Pro en 2015, édition qui a été élue **meilleure compétition des cinq dernières années**, les images de la vague de Basse-Pointe ont fait le tour du monde et des surfeurs absents en 2015 ont souhaité cette fois se mêler à la bataille. Au total **1453 vagues ont été surfées** durant la compétition. Les surfeurs et les membres de la World Surf League présents l'an dernier à Basse-Pointe ont été agréablement surpris par les vagues qui ont offert **des conditions d'une qualité rare dans les QS**, et le **professionnalisme de l'organisation** du Martinique Surf Pro. A l'issue de leurs séries, tous les surfeurs ont fait part de leur enthousiasme quant à la qualité des **longues et puissantes droites de Basse-Pointe** et par les spots d'autres plages de la Martinique.



3. Un site de compétition aux normes internationales

Le Martinique Surf Pro, comme toute compétition professionnelle internationale, doit se conformer à un **cahier des charges rigoureux**, portant notamment sur **l'aménagement général du site, les installations techniques, le niveau de qualité des images tournées et des équipes en place**.

> Principaux espaces

L'aménagement général a été effectué selon cinq axes : **emplacement des différents espaces, leur surface, leur accès, leur niveau de sécurité, leur agencement intérieur**.

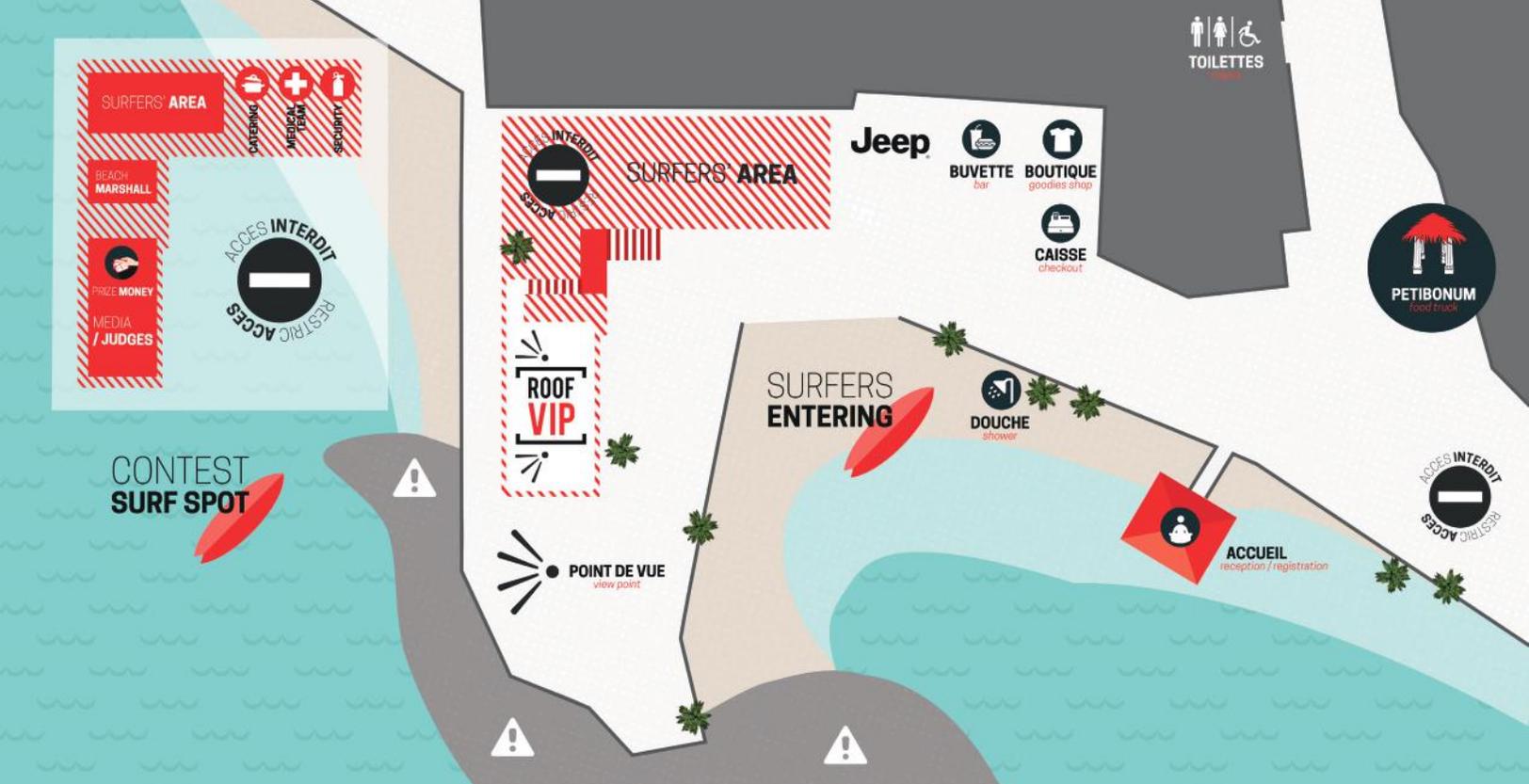
ESPACES JUGES



ESPACES SURFEURS

¹ Vague qui se surf de gauche à droite.

² Qualification series : séries mondiales de qualification de WSL. Le Martinique Surf Pro 2015 était un QS300.



9 membres de l'équipe de production **interne**



3 photographes **internes**



1 Community Manager



7 journalistes & presse



4 connexions internet **hauts débits**



1 site à deux niveaux



ESPACES MÉDICAL

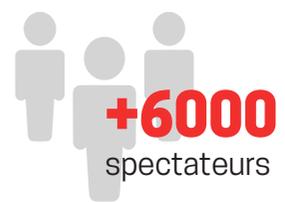
ESPACES MÉDIAS





4. Concert de clôture

La veille des finales, un concert ouvert à tous a eu lieu afin de finir cette semaine en apothéose, en partenariat avec le groupe TRACE, le « **Trace Color Show** ». Cette soirée a rencontré un vif succès grâce aux artistes tels que Stony, Saël and Friends, JMax, Bamboolaz, Jann Beaudry, Stacy, Pompis, qui ont su faire vibrer la Ville de Basse-Pointe et faire bouger un public venu en masse pour l'occasion.



B. COUVERTURE MÉDIATIQUE

en quelques chiffres

1. Une dimension générale



RADIO

TÉLÉVISION

PRESSE ÉCRITE

RÉSEAUX SOCIAUX

WEB



+930k pages vues
sur le site de la WSL

1 551 882
vues sur
YOUTUBE¹

45 776 872 personnes
potentiellement atteintes²

12 031 112€
valorisation
médiatique³



¹ somme des vues des players de la WSL, Canal Evenement, du player Martinique Surfing Youtube, et de Martinique Sur Pro Facebook

² nombre de personnes potentiellement atteintes via la presse écrite, la télévision, les réseaux sociaux, les sites web et autres sites

³ valorisation : TV, Print, Radio, Site Web et Réseaux Sociaux. Cette année il y a eu beaucoup plus de web et de réseaux sociaux que l'an passé. La valorisation de ces supports est inférieure à une valorisation classique Print, TV et Radio mais touche plus de personnes.

2. Une dimension internationale

Allemand
Russe

Français
Polonais
Japonais

Anglais
Espagnol
Portugais

08
langues

36
pays
& territoires

Martinique
Etats-Unis
Espagne
France
Portugal
Australie
Brésil
Angleterre
Chilie

Argentine
Afrique du Sud
Guadeloupe
Réunion
Barbade
Caraïbes
Japon
Pérou
Pays-Bas

Suisse
Pologne
Russie
Guyane
Canada
Saint Martin
Luxembourg
Allemagne
Mexique

Polynésie française
Afrique
Île Maurice
Madagascar
Irlande
Inde
Costa Rica
Bali
Palaos



3. Un échantillon des diffusions télévisées

audience consolidée des chaînes mentionnées

137 256

MARTINIQUE 1e

Martinique

137 256

ATV

Martinique

2 103 000

TELEDIARIO- LA 1

Espagne

11 000 000

CANAL OFF - TV GLOBO

Brésil



AUDIENCE TV

400 000

N - TV

Allemagne

18 000 000¹

NAUTICAL CHANNEL

Italie, France, R-U, USA

135 000²

FRANCE Ô

Métropole, DOM-TOM

5 500 000³

SURF +

Canal + Overseas

¹ Nombre d'abonnés à la chaîne dans le monde

² La PDA de 2015 de France Ô est de 0.6%. Appliqué au nombre de spectateur moyen sur la TNT en 2015.

³ Nombre d'abonnés Canal + Overseas ayant accès à la chaîne événementielle Canal +



C. INDICATEURS ÉCONOMIQUES & MARKETING

1. Les spectateurs

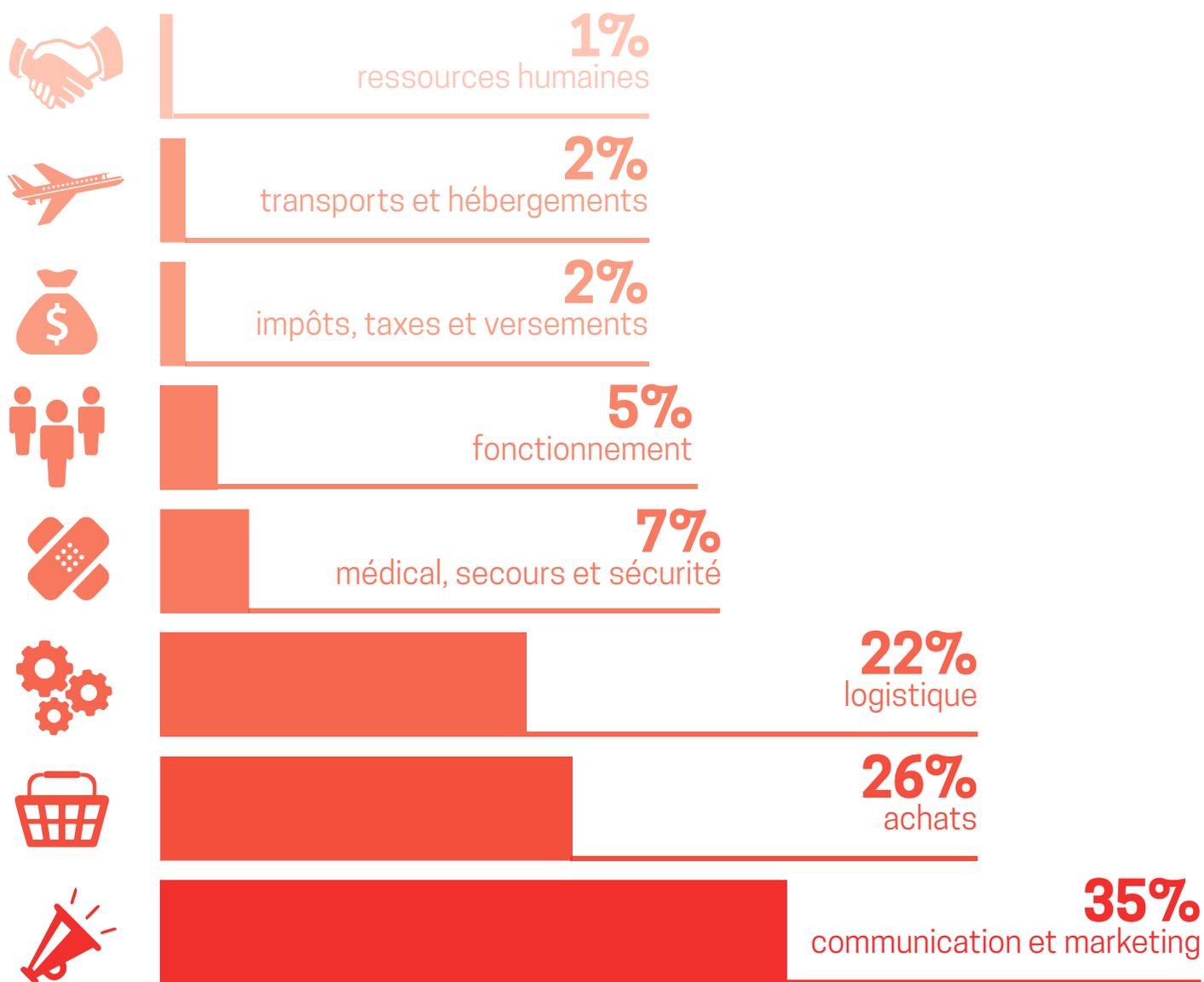


Le spectacle proposé par les surfeurs n'a pas laissé indifférent **un public venu en nombre, de Basse-Pointe et d'ailleurs**. La population s'est mobilisée et les chiffres de fréquentation sont encore meilleurs qu'en 2015, à tous les niveaux (soirée d'ouverture, village de la compétition et concert de clôture). De nombreux touristes se sont déplacés spécialement sur la ville de Basse Pointe, pour l'occasion. **Pas moins de 10 000 spectateurs se sont déplacés spécialement pour l'événement.**



2. Dépenses des organisateurs

RÉPARTITION DES DÉPENSES ORGANISATEURS



IMPACT DIRECT POUR LE TERRITOIRE MARTINICAIS

86%

des biens et services ont été facturés à des **entreprises martiniquaises**

71

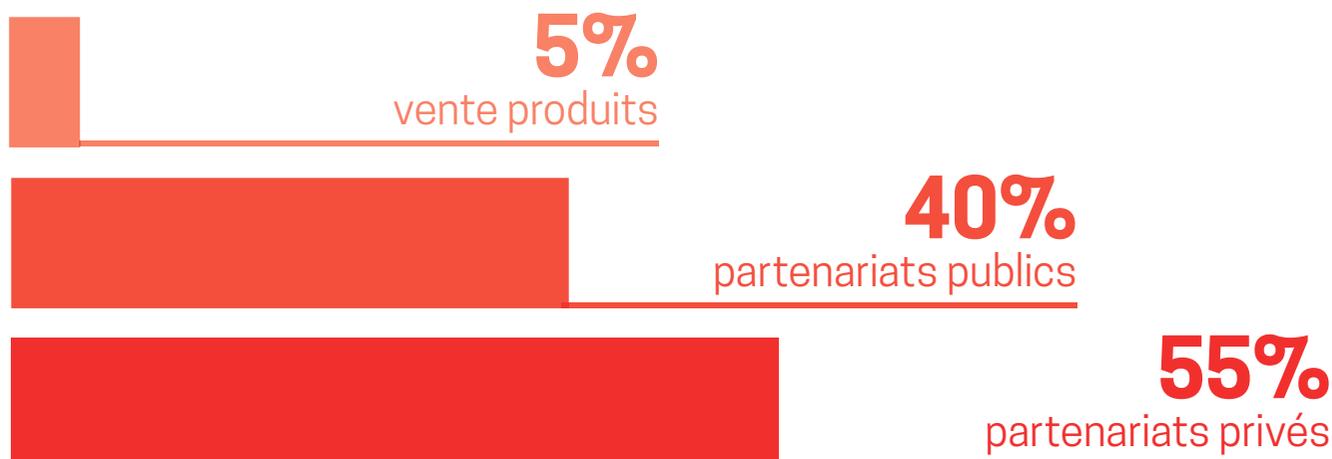
entreprises martiniquaises sollicitées

+430

participants hébergés en **structures hôtelières et chez l'habitant dans le Nord Atlantique**



RÉPARTITION DES RECETTES



3. Récompenses



 **100 000 \$**
de price money

4. L'emploi

 **+100**
employés

 **812h**
de bénévolat

 **1200h**
saisonniers

EMPLOI SAISONNIER

1200 heures ont été réalisées dans le cadre de la manifestation.

Les travailleurs saisonniers ont été rétribués grâce au dispositif du Titre de Travail Simplifié. Ils ont été ainsi déclarés et ont cotisé pour leur retraite, leurs assurances chômage etc.

BENEVOLAT

10 700€ de rémunérations nettes versées en rétribution du travail affecté à la manifestation.

D. INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

SYNTHÈSE DES INDICATEURS

Indicateurs	Description	Résultat de l'évaluation
Existence d'une page web sur le site internet officiel de l'événement	Contenu de la page : présentation de l'action et du dispositif sur le site physique de l'événement, incitation au co-voiturage	Oui : http://www.martiniquesurfpro.com/index.php/eco-evenement/
Volume des bornes et bacs mis à disposition	Nombre de litres disponibles pour les déchets ménagers, pour les déchets cartons plastiques, pour le verre et déchets organiques	4 620 litres OM 4 620 litres EMB
Quantité de déchets produits, valorisés et taux de valorisation		Tonnage émis : 64 680 litres Tonnage valorisé : DONNE NON DISPONIBLE Taux de valorisation : DONNE NON DISPONIBLE
Nombre de documents de sensibilisation diffusés		0 ¹
Nombre de participants sensibilisés	Participants sensibilisés à l'importance du tri sur le site de compétition et son intérêt pour l'environnement.	1
Nombre d'articles de presses, émissions de radio et de TV réalisés faisant référence aux actions mises en oeuvre		1
Estimation du nombre de spectateurs par voiture		3
Estimation du kilométrage évité grâce au transport		DONNE NON DISPONIBLE

¹ La GREEN TEAM du CAP NORD était responsable de l'acheminement et de la distribution des documents. Leur absence de dernière minute n'a pas permis la distribution de ces documents.





CONTACTS



Nicolas URSULET

manager général

nicolas.u@martiniquesurfpro.com

+590 690 72 92 62

Nicolas CLEMENTE

directeur commercial

nicolas.c@martiniquesurfpro.com

+596 696 06 92 47



martiniquesurfpro.com



[martiniquesurfpro](https://www.instagram.com/martiniquesurfpro)



[@MqueSurfPro](https://twitter.com/MqueSurfPro)



[Martinique Surf Pro](https://www.facebook.com/MartiniqueSurfPro)

