



Communiqué de presse - Prince de Bretagne à la conquête du Brésil !

05 octobre 2017 - 16h32



Dans un mois, les 2300 producteurs de légumes frais bretons mettront le cap sur le Brésil avec la participation de leur trimaran à la 13^{ème} édition de la Transat Jacques Vabre. Le 5 novembre prochain, le Maxi80 Prince de Bretagne sera en effet au départ de cette course mythique qui relie Le Havre à Salvador de Bahia au Brésil. A la barre, un duo de choc formé spécialement pour l'occasion : Lionel Lemonchois, skipper auprès duquel Prince de Bretagne est engagé depuis longtemps, et Bernard Stamm.

A eux deux, ils comptabilisent une trentaine de transats, une douzaine de tours du monde et dix participations à la Transat Jacques Vabre. Concurrents lors de la Mini Transat en 1995, équipiers lors de leur conquête du Trophée Jules Verne à bord d'Orange 2 aux côtés de Bruno Peyron dix ans plus tard, Lionel Lemonchois et Bernard Stamm s'associent aujourd'hui pour former un duo détonant à bord du Maxi80 Prince de Bretagne (catégorie Ultime) en vue de la prochaine édition de la

Route du Café dont le départ sera donné le 5 novembre prochain, au Havre.

Derrière eux, 2300 producteurs de la marque leader en exportation de Fruits & Légumes frais qui auront à cœur de voir leurs deux ambassadeurs des mers conquérir le Brésil, un marché qui ne fait pas encore partie de la trentaine de destinations export régulières des légumes Prince de Bretagne !

Pour rappel, la marque responsable et ses producteurs engagés, regroupés en 6 coopératives bretonnes, sont investis depuis 2009 dans le sponsoring voile, depuis 2010 aux côtés du skipper Lionel Lemonchois et depuis 2012 avec ce maxi trimaran de 80 pieds.

Le sponsoring voile, levier de communication puissant, a permis à Prince de Bretagne de multiplier par 15 en 5 ans ses retombées presse, de développer sa notoriété tout en portant les valeurs communes à la marque et à ce sport (complémentarité terre/mer, défi humain, capacité d'innovation, développement durable...), en France comme à l'international.

En 2017, le sponsoring reste la principale action de communication de la marque avec, en pic de saison ou temps forts de l'automne, la Transat Jacques Vabre qui sera également relayée via les outils digitaux et en magasins.