

Zeitschrift: Suisse magazine = Swiss magazine

Herausgeber: Suisse magazine

Band: - (2007)

Heft: 209-210

Artikel: Alinghi, ou comment la Suisse a décroché l'Amérique...

Autor: Goumaz, Michel

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-849556>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Alinghi, ou comment la Suisse a décroché l'Amérique...

Comment les Américains, les Néo-Zélandais ou les Anglais auraient-ils pu imaginer que ce sont les représentants d'un petit pays, sans accès à la mer, qui pour la première fois en 153 ans ramèneraient en Europe cette prestigieuse coupe de l'America perdue, ô horreur, par un équipage de sa Royale Majesté la reine Victoria ?

Et pourtant ils auraient dû se méfier de ces marins suisses qui ne sont plus, et de très loin, un sujet de plaisanterie mais bien d'étonnement et d'admiration.

Cela a commencé avec Pierre Fehlmann dont le palmarès est éloquent : champion d'Europe en Vaurien à l'âge de vingt ans démontrant ainsi les richesses de l'école morigienne et des airs lémaniques qui ont su faire de fameux barreaux, il fut champion du monde à bord du roi des dériveurs de compétition, le « 505 » avant d'aller faire le tour du monde en participant à cinq Whitbread. Deux fois quatrième, une fois troisième, une fois deuxième et enfin une fois vainqueur avec le bateau UBS Switzerland sans oublier des victoires dans les transats Québec-Saint-Malo, Lorient-St Pierre & Miquelon-Lorient, Lorient - St Barth, voilà un palmarès pour étonner les gens de mer.

Il fit des émules : Laurent Bourgnon, détenteur de l'ancien record de la traversée de l'Atlantique, et son frère Yvan, Dominique Wawre, un prince de la navigation en solitaire en participant à plusieurs courses du Figaro et

aux deux derniers « Vendée Globe », Stève Ravussin au sourire communicatif qui, largement en tête de la course du Rhum, chavira près du but et, de son bateau retourné, lançait, un peu gouailleux avec un bon accent vaudois, un message tout simplement pour dire bonjour à ceux qui l'écoutaient. On n'oubliera pas son frère Yvan qui s'y est mis aussi. Quant à Bernard Stamm, après avoir gagné en 2003 une première fois la course autour du monde en solitaire avec escale, il vient de boucler la première étape de celle qui est en cours avec une avance de près de trois jours sur son poursuivant immédiat.

Ce ne sont que quelques exemples parmi d'autres mais il ne faudrait pas oublier qu'il y a plusieurs années Michel Mermod, en dehors de tout esprit de compétition, fit un premier tour du monde sur une coquille de noix de 8 mètres, le *Genève*. Il en fit un merveilleux récit intitulé *Des océans pour voir des hommes*. Avec son épouse, Viviane Gasser, aujourd'hui réalisatrice à la télévision suisse romande, il repartit autour de notre planète sur un bateau en ciment



construit par ses soins, à la découverte d'îles inconnues, de rivages enchanteurs, de criques protectrices et surtout de populations passionnantes. Revenu sur terre, il n'envie pas les nouveaux marins, rois des records, qui ne voient plus que l'écume des quarantièmes rugissants, le réglage des parfaits des voiles, le « speedomètre » (sur une voiture on dirait compteur de vitesse) et ne dorment que par tranches de dix minutes et ne rencontrent pas âme qui vive si ce n'est quelques dauphins ou goélands.

Du baron Bich à Ernesto Bertarelli

Maintenant que l'on sait que la Suisse (hormis ceux de notre marine marchande, la plus importante des pays n'ayant pas accès à la mer) a d'autres bien fameux et courageux marins, revenons au thème principal de ce papier, Alinghi et la coupe de l'America. En 1970, le baron Bich qui n'avait aucune expérience des 12 JI, les bateaux homologués à l'époque pour la coupe de l'America, fit construire en Suisse un voilier étalon avant d'en faire réaliser une copie par un chantier français afin d'être conforme au règlement

Le logo Alinghi

Le logo « Alinghi » n'a rien à voir avec un signe que l'on trouve sur les adresses de messageries Internet. Il représente le symbole de deux bateaux tournant en rond avant le départ. Comme on n'arrête pas le progrès, pour la saison 2006, sans en changer la motivation, le logo a évolué, s'est dynamisé avec un nouveau graphisme lui donnant un effet de toupie en formant un mouvement vers l'avant et donne l'impression de surf ou d'envol au-dessus des flots.



Une équipe

Bien que lors des régates, ils ne soient que 17 à bord plus une éventuelle 18^e personne, un photographe par exemple, située à l'arrière et n'ayant aucun droit à la manœuvre, susceptible au gré du skipper d'être remplacée par un lest de 100 kilos, Alinghi, c'est, avant tout, une équipe de 120 personnes, une vraie multinationale comptant 21 nationalités qui se sont toutes retrouvées dans l'esprit d'une Suisse nouvelle, conquérante.

C'est un groupe de navigateurs, de dessinateurs, de techniciens, de scientifiques, d'architectes, d'experts de marketing et de managers. Mais ce sont aussi des partenaires, des sponsors dont le soutien est indispensable au succès du projet et qui ne sont pas que des partenaires financiers mais des partenaires à part entière influençant largement le pouvoir de communication d'une équipe.

Ce sont des sociétés leaders dans leur domaine qui partagent les objectifs et les valeurs du Team, telles que l'excellence et la performance. Forts de cet état d'esprit commun, l'équipe et ses sponsors favorisent la circulation d'idées et nourrissent leur relation de respect et d'estime mutuelle.

▷ l'obligeant à concourir avec une unité fabriquée dans son pays. Ayant goûté à la Suisse, le baron du stylo bille engagea Louis Noverraz, le plus fin navigateur helvétique de l'époque. Manquant d'expérience, Marcel Bich commit de grosses erreurs en désorganisant son équipage par une alternance de barreurs et fut éliminé trop rapidement.

Cela avait tout de même émoustillé les Suisses qui rêvaient d'exploits impossibles. On ébaucha plusieurs tentatives, toutes vouées à l'échec essentiellement pour des motifs financiers. Quand Ernesto Bertarelli se décida à se lancer dans le défi 2003, plus d'un se demanda si c'était de l'utopie ou de l'inconscience et rares sont ceux qui auraient parié un simple



kopeck sur la présence d'un bateau suisse sur la ligne de départ. Quant à la victoire, comme le dit le patron : ce serait un peu comme si un Kenyan gagnait une descente de coupe du monde de ski à Kitzbühel ou au Lauberhorn.

Et pourtant avec de la volonté, un système d'organisation rigoureux, une équipe choisie parmi les meilleurs d'où qu'ils viennent, des moyens considérables, Alinghi a réalisé l'impossible en gagnant la coupe Louis Vuitton afin de se confronter en qualité de « challenger » à New Zealand et de battre largement le précédent vainqueur de la coupe de l'America.

Des techniques suisses d'avant-garde

Cette victoire eut un retentissement unique et la petite Suisse, même pas européenne, montrait qu'elle existait bel et bien. Elle retrouvait une identité et une fierté patriotiques dans le marasme ambiant de l'époque. N'oublions pas non plus que d'autres Suisses y contribuèrent et y contribuent toujours, en tennis Martina Hingis ou Roger Federer qui sera sans doute bientôt le plus grand joueur de tous les temps ou Bertrand Piccard qui fit le premier tour du monde en ballon ou notre équipe de football, qui sans être championne, a su soulever l'enthousiasme des foules par son engagement et son courage face à des adversaires supposés plus forts.

Plus important encore, ce succès n'était pas que sportif. Le mérite revenait certes à Ernesto Bertarelli sans qui rien ne serait arrivé, avec un équipage hors pair composé de marins d'exception mais aussi grâce à des techniques suisses d'avant-garde. L'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) a joué un rôle essentiel par ses recherches pour découvrir les meilleurs matériaux pour la construction du bateau, ses millions de calculs d'une immense complexité pour trouver les solutions les plus pointues nécessaires pour que, entre autres, les formes de la coque ou des voiles soient au millimètre près les plus performantes pour réussir à gagner les quelques mètres indispensables afin de passer la ligne d'arrivée en tête.

Le programme 2007

La coupe Louis Vuitton réunit lors de confrontations à deux tous les bateaux inscrits sauf le précédent vainqueur, permet de désigner le « challenger » qui sera opposé au « defender » lors des courses de la coupe de l'America. En 2007, Alinghi n'aura donc aucune chance de se confronter aux autres bateaux avant de devoir se battre en finale contre le meilleur d'entre eux. Avantage ou désavantage, on peut bien sûr se poser la question mais connaissant la méticulosité d'Ernesto Bertarelli et de son équipe restée à plus de 70 % la même qu'en 2003, mais avec aussi suffisamment de nouvelles recrues pour maintenir la pression sur la « vieille garde », on ose affirmer que tout sera mis en œuvre pour défendre sans crainte son titre en 2007.

Actuellement, toute l'équipe d'Alinghi est partie à Dubai en phase de préparation intensive afin de bénéficier de conditions météorologiques très semblables à celles que l'on devrait trouver à Valence à l'heure des compétitions. 3/7 avril 2007 : Louis Vuitton Act 13 (régate en flotte) à Valence, ce sera la dernière fois que les Suisses pourront se mesurer à leur futur et encore inconnu challenger.

Du 18 avril au 12 juin 2007 : Coupe Louis Vuitton séries éliminatoires des challengers en « match racing », c'est-à-dire avec seulement deux bateaux au départ.

Du 23 juin au 7 juillet : Coupe de l'America Juin 2007 : Alinghi, le defender rencontre le vainqueur de la coupe Louis Vuitton dénommé le challenger. Gageons qu'à cette période, les Suisses qui n'auront pas pu aller à Valence seront nombreux à être vissés devant leur poste de télévision en se tenant fortement les pouces pour que l'aiguère d'argent revienne à Genève.

La prochaine coupe de l'America

Les différentes éditions de la coupe de l'America ont eu lieu dans les pays qui ont gagné à l'exception de la première créée par les Anglais. C'est ainsi qu'elle est allée aux États-Unis, en Nouvelle-Zélande et en Australie. Les plans d'eau du Léman n'offrant pas de garantie suffisante quant à la force et la régularité des vents, les responsables d'Alinghi se mirent à la recherche du site idoine. En fin de compte, au grand dam de Marseille, victime peut-être d'une grève de longue durée et odorante des éboueurs, la ville de Valence en Espagne fut choisie. Cela va lui donner sans aucun doute un essor remarquable. Il n'y a qu'à voir les nouveaux aménagements du port pour s'en convaincre.

Ne négligeant aucun aspect de leur engagement, les Suisses ont fait construire une base impressionnante qui sera largement ouverte au public pour lui faire partager la passion et la recherche d'excellence qui inspirent Alinghi.

Le chantier naval Décisions S.A. à Vevey est devenu le meilleur du monde après avoir réalisé pour l'édition 2003 le *Sui 64* le vainqueur et le *Sui 75*. Le chantier s'est remis à l'œuvre pour les régates de 2007. C'est ainsi que le *Sui 91* navigue déjà et qu'il sera bientôt suivi par son frère jumeau. N'oublions pas une bonne dizaine de PME qui ont su mettre leurs compétences au service de ce fantastique pari.

Bien plus qu'une entreprise sportive, Alinghi est devenu un entrepreneur de haut niveau, créateur d'emplois très qualifiés et porteur du message de la qualité extrême de la technologie helvétique. On ne peut que leur souhaiter de bons vents porteurs pour l'avenir.

MICHEL GOUMAZ



La Société Nautique de Genève

Alinghi qui bat pavillon suisse porte les couleurs de la Société nautique de Genève fondée en 1872 qui se consacre à la promotion et au développement des sports nautiques. Elle soutient de manière active de nombreux champions. Son implication dans l'America's Cup constitue une étape de plus dans sa riche histoire.

Forte de plus de 3 000 membres la Société nautique organise aussi de nombreuses régates dont la plus célèbre, le « Bol d'Or », réunit chaque année plus de 500 voiliers à la mi-juin sur le parcours de Genève au Bouveret et retour. Le spectacle du départ est inoubliable et vaut le déplacement. Ce ne sont pas les Genevois qui envahissent les quais de Coligny qui nous contrediront.

La victoire d'Alinghi dans l'America's Cup a eu un impact colossal, non seulement au sein de la SNG, mais aussi en Suisse et en Europe. L'engouement des jeunes pour la voile a pris un essor jamais vu jusqu'ici de sorte que les écoles de voile sont pleines. Le rêve est devenu réalité et la célèbre aiguère d'argent trône dans les vitrines du club. Elle va repartir pour Valence en espérant bien revenir en juillet 2007, saluant une nouvelle victoire de notre bateau amiral.