

## **Michelin partenaire officiel des 24 Heures du Mans virtuelles**

- Un événement eSport inédit les 13 et 14 juin 2020
- Une mobilisation des équipes Michelin Motorsport au cœur de la course
- Le eGaming, nouveau terrain d'expression de la qualité des pneumatiques Michelin

Après plusieurs semaines de confinement lié à la crise sanitaire du Covid-19, le sport automobile redémarre... sur les écrans des passionnés de eSport ! Les 13 et 14 juin prochains, Le Mans Esports Ltd et l'Automobile Club de l'Ouest (ACO) organiseront la première édition des 24 Heures du Mans virtuelles. Elle mettra en scène des équipes et des pilotes professionnels, ainsi que les meilleurs eGamers de la planète. Le coup d'envoi de cet événement mondial sera donné le 10 juin avec les essais libres, suivi par les qualifications et enfin la course.

Pour cette édition virtuelle des 24 Heures du Mans, Michelin équipe toutes les voitures de la grille, toutes catégories confondues.

L'engagement de Michelin au cœur des 24 Heures du Mans virtuelles s'est imposé compte tenu de la qualité de l'évènement, ainsi que des propriétés de la plateforme de jeu rFactor 2, qui permet de simuler le rôle essentiel joué par les pneumatiques durant le double tour d'horloge sarthois.

Le choix des pneumatiques sera donc au centre des débats, avec des équipes et des pilotes qui se préparent pour l'épreuve virtuelle de la même manière que pour la course physique. Michelin travaille d'ores et déjà à leurs côtés et participera aux simulations de course pour établir avec chacun la meilleure stratégie, selon le moment de la journée et les conditions météorologiques. Sur l'écran, comme sur la route, le bon pneu peut tout changer !

« Michelin salue les 24 Heures du Mans virtuelles, qui représentent une très belle initiative et se déroulent sur une plateforme de qualité, » déclare **Matthieu Bonardel**, le directeur de Michelin Motorsport. Michelin s'investit de plus en plus en eGaming et, de façon cohérente avec sa vision de manufacturier de pneumatique, privilégie les plateformes les plus fidèles aux propriétés et au rôle joué par les pneus en compétition. « Nous accompagnons maintenant les 24 Heures du Mans virtuelles puisque le simulateur rFactor 2 permet de valoriser à la fois la performance et la longévité des pneus Michelin, une alliance qui est au cœur de l'engagement de notre Groupe en Endurance. La performance dans la durée est une qualité fondamentale de nos pneus et constitue la signature de Michelin en piste comme sur la route, » conclut **Matthieu Bonardel**.

« Durant les 24 Heures du Mans virtuelles, Michelin accompagnera les pilotes dans la gestion des pneumatiques », explique **Pierre Alves**, le manager Endurance de Michelin : « Chaque équipe se compose de quatre personnes, dont des Sim Racers. Si les pilotes professionnels ont déjà l'habitude de bâtir leur stratégie de course en collaboration avec Michelin, ce sera toutefois une nouveauté pour les champions du eGaming. Il sera très intéressant de mettre en place ce pont entre le virtuel et le réel ! »



L'usure et le remplacement des pneumatiques seront aussi des facteurs à maîtriser en course puisque, comme dans la réalité, les pilotes pourront décider de multiplier les relais, en économisant ainsi de précieuses secondes sur le temps de remplacement des pneus.

### **eSport : un moyen de communication inédit**

En liant de façon fidèle simulation et réalité, les 24 Heures du Mans virtuelles constituent une plateforme de communication efficace, ouverte à un large public. D'une part, les Sim Racers auront la possibilité de découvrir certains pilotes et équipes qui bataillent habituellement en piste dans la Sarthe. D'autre part, en devenant virtuelle, la classique mancelle rapprochera les férus de la mécanique aux événements du eGaming. Il s'agit donc de la rencontre entre deux mondes, virtuel et réel, mais aussi entre plusieurs générations de passionnés d'automobile.

*« Avec les 24 Heures du Mans virtuelles, les organisateurs nous mettent à disposition un support efficace pour promouvoir la marque Michelin, notamment auprès des jeunes », souligne **Olivier Vialle**, le directeur marketing de Michelin Motorsport. « En participant à cette course, Michelin souhaite les sensibiliser à la sécurité, à la performance et à la longévité : des bénéfices importants que les pneumatiques peuvent apporter à leur future voiture. »*

Le eSport fait désormais partie de la stratégie de promotion de la marque Michelin. Le Groupe vient de signer en 2019 un partenariat avec le jeu Gran Turismo pour Sony PS4. La contribution de Michelin à la conception de Gran Turismo Sport et, plus en général aux plateformes de simulation et eGaming, repose sur sa maîtrise particulière des matériaux. Une expertise qui se traduit par un vrai savoir-faire dans les systèmes de simulation et dans le « pneu virtuel ». En partageant ses compétences, Michelin permet aux informaticiens d'écrire les algorithmes reproduisant à l'écran les performances réelles de ses pneumatiques.

Rendez-vous le 10 juin prochain, pour une course virtuelle très proche de la réalité, au bout de laquelle Michelin sera le vainqueur de la première version digitale des 24 Heures du Mans, après avoir remporté en réel la toute première édition de la course en 1923, ainsi que 22 victoires consécutives depuis 1998.

