

DRIVERS CLUB

THE MOTORSPORT BUSINESS MAGAZINE





Plus de 50 ans d'expérience au service de votre performance.

Distributeur officiel des grandes marques du sport automobile, ORECA Store donne accès à plus de 80 000 références : équipement pilote, pièces techniques, atelier et lifestyle. Une expertise dédiée aux teams professionnels comme aux gentlemen drivers.

Over 50 years of experience driving your performance

Official distributor of motorsport's leading brands, ORECA Store grants access to over 80,000 products: driver equipment, technical parts, workshop, and lifestyle. Racing expertise dedicated to professional teams and gentlemen drivers.

oreca-store.com
pro.oreca-store.com

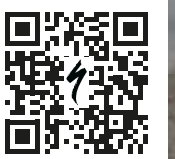
+33 04 94 88 57 94



S-WORKS ARES 2

Une Seconde Fait Toute la Différence

SPECIALIZED



La toute nouvelle S-Works Ares 2 est la chaussure ultime pour les cyclistes en quête de l'ajustement parfait sans devoir sacrifier le confort. Conçue selon notre méthodologie Body Geometry pour garantir un transfert optimal de puissance, un pédalage précis et améliorer le confort, elle augmente la puissance de 7 watts tout en réduisant la pression sur l'avant-pied de 44 %. La S-Works Ares 2 redéfinit les chaussures de compétition et s'impose comme la référence.

BODY.GEOMETRY

HC HOTEL & SPA
DU CASTELLET
★ ★ ★ ★ ★

R ACADÉMIE
GOLF COACHING & TOURING



©lebon.jour

“

PERFECTIONNEZ VOTRE JEU

Au Golf de l'Hôtel & Spa du Castellet, l'**Académie** animée par **Patrick Giraud** offre un cadre idéal pour progresser avec méthode et efficacité. Fort de plus de trente ans d'expérience, Patrick aide chaque joueur à ajuster ses fondamentaux, affiner son geste et gagner en régularité, quel que soit son niveau.

Le **parcours 6 trous homologué FFGolf** permet d'enchaîner des situations variées, de travailler le long jeu comme le petit jeu et d'évaluer ses progrès séance après séance. Un format dynamique, pensé pour s'entraîner intelligemment et ressentir une évolution rapide dans son jeu.

ELEVATE YOUR GAME

At the Golf of the Hôtel & Spa du Castellet, the **Academy led by Patrick Giraud** offers an ideal setting to progress with structure and efficiency. With more than thirty years of teaching experience, Patrick helps each player refine their fundamentals, improve their swing mechanics and gain consistency, whatever their level.

The **FFGolf-approved 6-hole course** provides a dynamic environment to repeat real-game situations, work on both long and short game, and track your progress session after session. A compact and practical format designed for smart practice and rapid improvement.

www.hotelducastellet.net

Pour les fêtes, découvrez notre collection de coffrets cadeaux et offrez à vos proches l'émotion d'une expérience unique.

www.hotelducastellet.secretbox.fr

©Hidden_Cliffs

©lebon.jour

SÉMINAIRES & TEAM BUILDING

UN LIEU EXCLUSIF POUR VOS ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE
AN EXCLUSIVE PLACE FOR YOUR CORPORATE EVENTS



Le Circuit Paul Ricard met ses installations exceptionnelles au service de votre entreprise
The Circuit Paul Ricard offers to your collaborators an exceptional event in unique facilities

Espaces modulables • Service traiteur • Nombreuses activités
Flexible meeting spaces • Catering service • Activities & experiences

EVENTS@CIRCUITPAULRICARD.COM / +33 (0) 494 983 684

UNE ÉPOQUE FORMIDABLE

Réunir Richard Mille, Pierre Fillon et Frédéric Lequien sur le podium des 24 Heures du Mans pour la couverture de ce dernier *Drivers Club* de l'année était pour nous particulièrement symbolique.

Car au-delà du succès propre au FIA WEC et aux séries de l'univers ACO, c'est l'ensemble de l'industrie du sport automobile qui peut se réjouir de sa bonne santé actuelle. De la densité du calendrier du Championnat du Monde de Formule 1 au GP Explorer en passant par la ligne droite des Hunaudières, notre industrie, dans toute sa diversité, semble avoir survolé les menaces conjoncturelles ou plus structurelles qui ont semblé peser sur elle un temps. Comparer les dettes abyssales de nos états aux dérives de notre sport constituerait un parallèle bien hasardeux, mais force est de constater que le fait de mener (avec fermeté) des politiques budgétaires ciblées fonctionne. Comme quoi, il n'y a pas de fatalité.

A REMARKABLE ERA

Bringing together Richard Mille, Pierre Fillon and Frédéric Lequien on the podium of the 24 Hours of Le Mans for the cover of this year's final *Drivers Club* was particularly symbolic for us. Because beyond the success of the FIA WEC and the ACO series, the entire motorsport industry can rejoice in its current good health. From the packed Formula 1 World Championship calendar to the GP Explorer and the Mulsanne Straight, our industry as a whole seems to have weathered the economic and structural threats that appeared to weigh on it for a time. Comparing the abysmal debts of our governments to the excesses of our sport would be a risky parallel, but it is clear that pursuing (firmly) targeted budgetary policies works. Which just goes to show that nothing is inevitable.

ÉDITEUR

 & SCA Medias & Events

FONDATEURS

Bastien Ostian & Jules Gounon

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Bastien Ostian

DIRECTION ARTISTIQUE

Sébastien Buret / *AH6*.

TRADUCTIONS

Célia Romain

AGENCE PUBLICITAIRE OBJECTIF MÉDIA FZCO

 Alexandra Rançon & Karol Lévy
☎ + 32 484 106 371
☎ + 32 484 685 115
levykarol@gmail.com
alexandra@objectif-media.com
www.objectif-media.com

Imprimé en Italie

PHOTO DE COUVERTURE

© Arthur Chopin


HEXIS
BODYFENCE
PAINT PROTECTION FILM

Born from
Racing,
BUILT FOR
professionals.

HEXIS et BODYFENCE, 3^e de l'ELMS
aux côtés de Racing Spirit of Léman !


LORIGE
MORE THAN INSPIRATION

MATMAK
ADVANCED PROTECT SOLUTIONS

ERIS
Emballage

NEPATA
CGT
ALADIS

NIPPON CARBIDE GROUP
PEEL IT
GROUP

BODYFENCE
PAINT PROTECTION FILM

SOOTERA SITE
8
EDITO
10
NEWS
L'actualité du motorsport
Motorsport news

18
PIERRE FILLON, RICHARD MILLE & FRÉDÉRIC LEQUIEN
Une époque formidable
A golden era for endurance

28
FIA WEC
De nouveaux graphiques TV
New TV Graphics

30
SRO GT ACADEMIE
« Aider les jeunes promis
à un bel avenir »
"Helping young drivers with
a promising future"

36
MITJET INTERNATIONAL
« Accompagner les jeunes pilotes »
"Offering genuine support
to young talents"

44
LIGIER EUROPEAN SERIES
De belles perspectives d'avenir
Bright prospects for the
upcoming seasons

46
LIGIER AUTOMOTIVE
Une gamme GT plus
vivante que jamais
The JS2 RS joins a
vibrant GT range

52
AGO ALBERGHINO
« Un moment clé dans le
développement de HRX »
"A key moment in our
development"

56
LAPLAND ICE DRIVING
Une expérience unique
Like nowhere else

60
TECPRO BARRIERS
De nouveaux marchés
prometteurs
Exploring new markets

64
Q8Oils
« Communiquer sur la
performance et l'innovation »
"Motorsport is a great
way to communicate"

68
ARTHUR CHOPIN
« Devenir créateur de contenu
autant que photographe »
"Becoming a content
creator as well"

72
SHOPPING
Notre sélection printanière
Our spring selection



PORSCHE RALLYE CROISIÈRE : L'ALLIANCE DE L'ADRÉNALINE ET DU VOYAGE

**PORSCHE RALLYE CROISIÈRE:
THE COMBINATION OF ADRENALINE AND TRAVEL**

Né de l'imagination de Romain Dumas, Christian Schmitter et Denis Giraudet, le Porsche Rallye Croisière offre depuis 7 éditions une expérience rare où le plaisir de piloter s'allie à celui du voyage et de la découverte. L'événement pose son camp à bord d'un bateau CroisiEurope, offrant à chaque journée de rallye un confort inédit : on roule, on découvre, puis on retrouve le calme d'un hôtel flottant sans jamais refaire ses valises. À chaque escale, un nouvel itinéraire attend les équipages : routes panoramiques, spéciales en mode régularité, sessions sur circuit... Le tracé, pensé par deux maîtres du rallye, offre un savant mélange de technique, de plaisir pur et de paysages mémorables. La performance se vit dans une ambiance chaleureuse et accessible, où les échanges avec Dumas et Giraudet font autant partie du voyage que les kilomètres parcourus. Entre pilotage, escales gourmandes, visites exclusives et soirées conviviales, le Porsche Rallye Croisière a su mêler passion automobile, convivialité et raffinement, pour offrir à ses participants une expérience vraiment hors du commun.

Plus d'infos sur www.croisieurope.com

Born from the imagination of Romain Dumas, Christian Schmitter and Denis Giraudet, the Porsche Rallye Croisière has been offering a rare experience for seven editions, combining the pleasure of driving with that of travel and discovery. The event is based on board a CroisiEurope boat, offering unparalleled comfort as the rally unfolds: take a drive, explore new places, then return to the calm of a floating hotel without ever having to repack your bags. At each stopover, a new itinerary awaits the crews: scenic routes, special stages run in a regularity format, circuit sessions... The route, designed by two rally masters, offers a clever mix of technique, pure pleasure and memorable landscapes. Performance is experienced in a warm and accessible atmosphere, where exchanges with Dumas and Giraudet are as much a part of the journey as the kilometres travelled. Between driving, gourmet stopovers, exclusive visits and enjoyable evening events, the Porsche Rallye Croisière has masterfully blended a passion for cars, a warm atmosphere and refinement to offer participants a truly extraordinary experience.

More information at www.croisieurope.com

LeasAG
LEASING AKTIENGESELLSCHAFT

LEASING OUT OF PASSION.

Every race. Every track. Every lap.



You know about motorsports. So do we.
Racing vehicles leased by us run and win in almost all national and international racing series.

LeasAG · Karl-Geusen-Str. 173 · 40231 Düsseldorf · Germany · Phone: +49 (0) 211 / 730607-0
info@leasag.de · leasag.de · racing-leasing.com





LE PRI SHOW D'INDIANAPOLIS S'ENGAGE AUPRÈS DES ÉTUDIANTS

THE INDIANAPOLIS PRI SHOW STRENGTHENS ITS COMMITMENT TO STUDENTS

Organisé du 11 au 13 décembre à Indianapolis, le Performance Racing Industry Show devrait réunir dans l'Indiana un nombre record de plus de 1 000 entreprises, dont une centaine de nouveaux exposants. Les études menées par le salon américain des professionnels des sports mécaniques estiment que le secteur d'activité contribue à hauteur de 69,2 milliards de dollars à l'économie américaine chaque année avec plus de 300 000 emplois liés de manière directe ou indirecte. Sous la direction de son président, Michael Good, le PRI a justement souhaité cette année accroître son dispositif à destination des étudiants envisageant d'orienter leur carrière vers l'industrie de la course. Outre des conférences et des sessions de networking, des compétitions de pratique mécanique ou d'engineering seront organisées pour permettre aux profils les plus prometteurs de se faire remarquer. « Ces programmes reflètent notre stratégie à long terme : renforcer notre écosystème en investissant sur l'éducation et le développement de notre main-d'œuvre. Les étudiants qui viendront au PRI repartiront avec des connaissances, des contacts et une vision claire de ce que peut être leur futur », explique à ce sujet Michael Good, soucieux de toujours mieux mobiliser et rassembler la communauté du « motorsport et de l'engineering ».

Held from December 11th to 13th in Indianapolis, the Performance Racing Industry Show is expected to bring together a record number of over 1,000 companies, including close to 100 new exhibitors. Studies conducted by the American Motorsports Race Car & Trade Show estimate that the industry contributes \$69.2 billion to the US economy each year, with more than 300,000 jobs directly or indirectly linked to it. Under the leadership of its president, Michael Good, this year, the PRI has decided to expand its programme to target students considering a career in the racing industry. In addition to conferences and networking sessions, mechanical and engineering competitions will be held to give the most promising candidates a chance to stand out. 'These programmes reflect our long-term strategy: to strengthen our ecosystem by investing in education and workforce development. Students who come to the PRI will leave with knowledge, contacts and a clear vision of what their future could be,' explains Michael Good, who is keen to further mobilise and bring together the 'motorsport and engineering' community.

More information at www.performanceracing.com

Plus d'infos sur www.performanceracing.com

TECPRO BARRIERS

SAFETY WORLDWIDE LEADER



Mini-TECPRO Barrier 65X39X29(cm)

- Available in several colours
- Quick and easy to install
- An excellent product for Mini-Karts

A mini-kart project, don't hesitate to contact us !



**F1, Formula E, GT, WTCR, Karting,
Rally Cross, Le Mans Series,
Porsche Supercup,...**

WWW.TECPROBARRIERS.COM



DRIVING FORCE EVENTS POURSUIT SON DÉVELOPPEMENT DANS LE GOLFE PERSIQUE

DRIVING FORCE EVENTS CONTINUES ITS EXPANSION IN THE PERSIAN GULF

Après avoir lancé en 2012 son épreuve Gulf 12, devenue un rendez-vous prisé de fin de saison, Driving Force Events a confirmé l'organisation de deux nouvelles courses GT pour la saison hivernale à venir, offrant aux équipes un programme élargi d'événements compétitifs au Moyen-Orient, en plus des Gulf 12 de la mi-décembre. Les Yas 4 Hours se dérouleront ainsi sur le circuit Yas Marina, à Abu Dhabi, le 25 janvier 2026, suivies une semaine plus tard par les Lusail 4 Hours au Qatar, le 31 janvier 2026. Les deux courses seront ouvertes aux voitures GT3 et GT Cup (GTX1), tous les concurrents roulant avec des pneus Pirelli. Les nouvelles épreuves utiliseront une solution logistique rapide et économique entre les Émirats arabes unis et le Qatar. Pour les équipes européennes, le projet comprendra également une option de retour rapide vers l'Europe via un point de chargement dédié au port de Djeddah. À l'heure où les pays du Golfe s'imposent comme l'épicentre hivernal de la scène automobile internationale, Driving Force Events densifie son calendrier dans la région et permet aux équipes d'amortir leur déplacement au travers de nouvelles épreuves.

Plus d'infos sur www.gulf12hours.com

Having launched the Gulf 12 in 2012—now a popular end-of-season fixture—Driving Force Events has unveiled two new GT races for the coming winter season, offering teams an expanded Middle Eastern racing programme in addition to the mid-December Gulf 12. The Yas 4 Hours will take place at the Yas Marina circuit in Abu Dhabi on 25 January 2026, followed a week later by the Lusail 4 Hours in Qatar, on 31 January 2026. Both races will be open to GT3 and GT Cup (GTX1) cars, with all competitors running on Pirelli tyres. The new events will use a fast and economical logistics solution for transportation between the United Arab Emirates and Qatar. For European teams, the project will also include an optional fast return to Europe via a dedicated loading point at the port of Jeddah. As the Gulf countries establish themselves as the winter epicentre of the international motorsport scene, Driving Force Events is expanding its calendar in the region and enabling teams to offset their travel costs through new events.

More information at www.gulf12hours.com



EN 2026, VENEZ VIVRE L'AVENTURE LAMERA CUP

UN CHAMPIONNAT UNIQUE AU TEMPS DE PILOTAGE INÉGALÉ !
13 COURSES - 7 RENDEZ-VOUS - 5 PAYS - 1 PASSION

www.lameracup.fr



(+33) 1 34 20 30 20

Une époque formidable

— Avec un nombre de constructeurs record et des grilles pleines à tous les échelons, l'endurance vit à l'heure actuelle un véritable âge d'or. Drivers Club a eu le privilège de réunir les trois hommes qui se cachent en grande partie derrière ce succès inédit : Richard Mille, président de la commission endurance de la FIA, Pierre Fillon, président de l'Automobile Club de l'Ouest, et Frédéric Lequien, directeur général de Le Mans Endurance Management. Entretien événement.



Photos : Arthur Choppin, DPPI Productions

La centième étape du FIA WEC a eu lieu à Fuji à la fin du mois de septembre, imaginiez-vous que le championnat puisse atteindre une telle envergure ?

Pierre Fillon : Je crois qu'on n'aurait jamais pu l'imaginer quand le championnat est né en 2012, surtout dans les circonstances de sa création avec le retrait inattendu de Peugeot. Nous avons connu des époques magnifiques – comme celle du LMP1 avec des voitures extraordinaires et une très belle bataille entre Toyota, Audi et Porsche – mais aussi des périodes plus difficiles. C'est toute cette expérience qui nous a amenés à imaginer la réglementation actuelle et je me souviens bien du jour où je suis allé rencontrer Jim France (*le patron de l'IMSA NDLR*) pour le convaincre de créer une plateforme commune avec le LMDh. Nous n'aurions pas pensé que cela pourrait amener autant de constructeurs et, bien que tout ne soit pas parfait et qu'il faille toujours chercher à améliorer les choses, il faut se rendre compte que compter autant de constructeurs engagés dans un championnat est quelque chose d'inédit dans l'histoire de la course automobile.

Richard Mille : Lorsque je suis arrivé à la tête de la commission endurance de la FIA, tout le monde nous voyait perdants. C'était une époque, pas si lointaine que ça, où la course automobile était considérée comme politiquement incorrecte par de nombreux constructeurs. Nous avons d'abord travaillé à une réduction drastique des coûts puisque l'on arrivait à des coûts annuels qui étaient souvent supérieurs à 200 millions d'euros. Nous avons travaillé sur les budgets de manière extrêmement sérieuse, presque ligne par ligne : châssis, carrosserie, pneus, moteur... Les constructeurs étaient même sceptiques quant à la véracité des chiffres que nous leur annoncions. Toyota s'était déjà engagée et les arrivées consécutives de Peugeot puis Ferrari et Porsche ont montré le potentiel de ce Championnat du Monde organisé autour des 24 Heures du Mans, qui demeure la course légendaire. Le nom d'Hypercar est quelque chose qui parle à l'imaginaire des gens, qui fait rêver. Nous avons aujourd'hui la chance d'avoir de nombreux constructeurs dans la catégorie reine de l'endurance avec des voitures qui ont chacune leur personnalité, ce qui était aussi important à nos yeux. Et on voit que le grand public suit de plus en plus, notamment les jeunes.

De nouveaux constructeurs de renom comme Genesis, puis McLaren et Ford, s'apprêtent à rejoindre le FIA WEC en 2026 et 2027. Est-ce selon vous le signe que le championnat s'est imposé comme la deuxième plateforme la plus importante derrière la Formule 1 dans l'univers des sports mécaniques ?

Richard Mille : Oui sans aucun doute. Le succès populaire le montre : les dernières 24 Heures du Mans se sont déroulées à guichets fermés avec près de 400 000 spectateurs au total. Chaque étape du championnat rassemble autour de 70 000 spectateurs et cela n'arrête pas d'augmenter. L'impact médiatique est lui aussi grandissant. Les constructeurs évaluent désormais que remporter les 24 Heures du Mans génère un impact médiatique supérieur à celui d'une victoire en Formule 1. Le FIA WEC gagne progressivement ses lettres de noblesse et on voit que des constructeurs, Ferrari pour ne pas les citer, qui ont gagné les 24 Heures du Mans en veulent désormais plus et se battent pour être sacrés champions du monde (*l'interview a été réalisée avant la finale de Bahrein NDLR*). Le FIA WEC écrit progressivement son histoire.

Frédéric Lequien : Je crois qu'il s'agit d'être conscient de nos forces tout en faisant preuve de beaucoup d'humilité. Le FIA WEC dispose aujourd'hui d'une visibilité mondiale et on constate que l'ensemble de nos chiffres, tant en matière d'audience TV que de réseaux sociaux, sont en constante augmentation. Le championnat est clairement entré dans une nouvelle dimension et chez LMEM, une partie de notre travail consiste à échanger au quotidien avec les constructeurs afin d'optimiser l'exposition dont ils bénéficient au travers du championnat. Il n'y a pas de secret, les constructeurs évaluent en permanence l'impact marketing qui découle de leur engagement dans un championnat et si le retour sur investissement n'est pas au rendez-vous, ils peuvent être amenés à reconsidérer leur engagement. De nouveaux constructeurs, de nouvelles destinations, de nouvelles marques prennent contact avec nous pour discuter et on voit bien que le FIA WEC est attractif. Le travail que nous avons mené de manière conjointe avec l'ACO et la FIA a permis au championnat d'arriver à un niveau inédit, il faut maintenant inscrire cette popularité dans la durée.



« D'une manière générale, il nous faut être très prudents en matière de maîtrise des coûts. »

Pierre Fillon

Comment faire justement pour pérenniser cet âge d'or de l'endurance ?

Pierre Fillon : Cela passe par différents aspects et c'est un travail que nous menons ensemble avec Richard et Frédéric et les équipes de la FIA, de l'ACO et de LMEM. Concernant le FIA WEC, notre rôle est de continuer à construire une plateforme pertinente pour les constructeurs, mais il ne faut pas oublier non plus la catégorie LMGT3 où sont engagées des équipes privées et où la notion de maîtrise des coûts est donc d'autant plus cruciale. D'une manière générale, il nous faut être très prudents sur ce point, car nous avons vu dans le passé qu'un niveau de compétition très relevé pouvait entraîner certains excès d'un point de vue budgétaire. Le succès de la réglementation Hypercar tient en grande partie au fait d'avoir instauré une balance de performance (BOP NDLR) et c'est un sujet qui a fait beaucoup parler ces derniers temps. La réussite de la BOP participera à la réussite à long terme du championnat et nous sommes conscients qu'il reste du travail à fournir avant de connaître parfaitement les voitures et leur comportement sur les différents circuits. Nous allons procéder à des ajustements de notre côté, mais je pense qu'on peut parler d'une notion de responsabilité collective sur ce sujet. Il peut arriver que des constructeurs pointent la BOP pour justifier leurs résultats, mais, dans le même temps, ils masquent leur performance réelle et cela complique l'établissement d'une BOP optimale. Tout le monde doit jouer le jeu pour que cela fonctionne.

Richard Mille : La BOP (Balance Of Performance) été décriée, mais elle évite l'explosion des coûts et elle met l'ensemble des voitures dans une fenêtre qui évite de trop grandes disparités entre les concurrents. Un constructeur peut toujours dépenser des dizaines de millions s'il le souhaite, mais il sera ramené dans cette sorte de tunnel de performance par la BOP. Certains critiquent le principe même de l'instauration de cette méthode, mais je crois que c'est un facteur qui a déjà démontré un grand nombre de vertus. Nous avons d'ailleurs proposé aux constructeurs de supprimer la BOP lors d'une réunion en septembre dernier, mais ils se sont tous positionnés en faveur de son maintien.

La catégorie Hypercar joue plus que jamais son rôle de locomotive de l'endurance et permet à l'ELMS, l'ALMS et l'ensemble des championnats badgés ACO de connaître des grilles très fournies. C'est un motif de satisfaction ?

Frédéric Lequien : Toute la pyramide endurance se porte bien aujourd'hui. L'ELMS et l'ALMS font l'objet d'une liste d'attente, la Michelin Le Mans Cup connaît un véritable succès et la Ligier European Series commence vraiment à décoller. Il est évident que le succès de la catégorie Hypercar joue un rôle important dans ce succès, notamment auprès des jeunes pilotes qui possèdent un véritable avenir en endurance avec un système qui fait le maximum pour leur donner leur chance. La présence de nombreux constructeurs en Hypercar a créé un marché inédit pour les pilotes professionnels et cela crée de véritables opportunités. On peut citer l'exemple de Malthe Jakobsen qui a débuté en ELMS en catégorie LMP3 et qui est aujourd'hui pilote officiel Peugeot après être également passé par la case LMP2. Nous sommes heureux lorsque nous voyons des pilotes de plus en plus jeunes se tourner vers l'endurance. D'autant que l'intérêt des gentlemen drivers pour nos séries ne faiblit pas, bien au contraire, car cette époque faste de l'endurance attire. Nous essayons d'avoir une véritable cohérence entre l'ensemble de nos séries avec un standard de qualité élevé d'un point de vue organisationnel. Mais comme je le disais tout à l'heure, il faut toujours faire preuve d'humilité et rester au contact des équipes et des membres du paddock, les écouter. Le succès est là et nous en sommes très heureux, mais c'est un équilibre fragile dont il faut toujours prendre soin.

Pierre Fillon : Frédéric parlait de Malthe Jakobsen, mais on peut également évoquer des pilotes qui sont arrivés très jeunes en LMP2 comme Charles Milesi, aujourd'hui pilote d'usine Alpine, ou Yifei Ye, qui a remporté les 24 Heures du Mans cette année et dont l'histoire est fabuleuse puisqu'il est arrivé très jeune de Chine pour vivre au Mans. L'endurance dans son ensemble attire de plus en plus et c'est évidemment un motif de satisfaction important.



« L'endurance, ce n'est pas que l'action en piste, c'est aussi toute la dimension humaine et les histoires qui se jouent autour. »

Richard Mille

Qu'en est-il du futur de la catégorie LMP2 ?

Pierre Fillon : Le LMP2 est une catégorie très importante à nos yeux, c'est la catégorie reine de l'ELMS et de l'ALMS. Comme vous le savez, nous avons lancé en début d'année un appel d'offres et nous avons dévoilé lors des dernières 24 Heures du Mans les fournisseurs châssis retenus (*ORECA et Ligier NDLR*) ainsi que le fournisseur du futur moteur turbo (*Gibson NDLR*). Cette nouvelle génération de LMP2 doit s'inscrire dans un cadre de maîtrise des coûts et de réductions des émissions de CO2 qui guide tout ce que nous entreprenons. Nous nous étions engagés à réserver au moins 15 places aux LMP2 sur la grille des 24 Heures du Mans et c'est un engagement qui est plus que jamais d'actualité.

Richard Mille : On voit que de nombreux pilotes Hypercar courent par ailleurs en LMP2, la catégorie est un véritable tremplin pour l'Hypercar. Ce sont des voitures très rapides, très sophistiquées tout en permettant de courir avec des budgets « abordables ». Il y a beaucoup d'engouement autour de cette catégorie qui fait partie intégrante de la pyramide de l'endurance et qui continuera de jouer un rôle important à l'avenir.

Notre époque, marquée par la toute-puissance des réseaux sociaux va vers des formats toujours plus courts, comme l'illustre le débat autour de l'augmentation du nombre de courses sprint en Formule 1. L'endurance, qui induit par essence des courses longues, doit-elle s'inscrire à contre-courant de ces tendances ou au contraire chercher à adapter sa couverture médiatique à ces évolutions du monde du sport et du divertissement ?

Richard Mille : Par définition, une course d'endurance est difficile à suivre, car elle est longue. Mais avec les différentes catégories et les bagarres à tous les étages, il se passe quelque chose pratiquement à tous les virages. Cela donne des courses qui sont souvent bien plus intéressantes qu'un Grand Prix de Formule 1 d'une heure et demie qui peut parfois ressembler à une promenade. Et l'endurance, ce n'est pas que l'action en piste, c'est aussi toute la dimension humaine et les histoires qui se jouent autour. Mon ami Fernando Alonso garde des souvenirs particulièrement forts de son passage en endurance. Partager son baquet, l'esprit d'équipe : il a ressenti des émotions qu'il n'imaginait pas vivre. L'endurance offre donc un potentiel énorme pour amener un aspect documentaire à ses courses et faire entrer les gens dans son univers.

Frédéric Lequien : Le traitement médiatique de nos courses et la manière de vivre nos événements sont l'un de nos plus grands chantiers. On parle d'expérience et cela doit se ressentir aussi bien quand on est spectateur que devant son écran de télévision. Comme le disait Richard, nous devons incorporer toujours plus cette dimension humaine à nos retransmissions afin de les rendre d'autant plus vivantes. L'aspect technologique et les données que l'on donne au grand public sont un autre élément pour faire vivre ce que l'on peut décrire comme la plus grande bataille de constructeurs de l'histoire. Nos chiffres sur les réseaux sociaux sont aussi très bons et proposer des formats novateurs pour élargir notre base de fans et conquérir de nouveaux publics fait bien sûr partie de nos missions.

Pierre Fillon : On n'est jamais plus forts pour innover et proposer de nouveaux formats que lorsqu'on respecte son ADN. Celui de l'endurance et des 24 Heures du Mans, c'est d'être à la fois une grande fête populaire où la proximité avec la course est réelle tout en étant un véritable laboratoire technologique pour les constructeurs en leur permettant de développer, au travers de la course, les technologies qui seront adaptées ensuite aux voitures de route. Une course d'endurance aura toujours une longue durée, mais c'est en s'appuyant sur nos valeurs que l'on pourra faire découvrir aux gens notre univers de diverses manières.

Frédéric, on vous laisse le mot de la fin ?

Frédéric Lequien : Si c'est à moi que revient cet honneur, je voudrais remercier Pierre et Richard. Nous avons énormément travaillé ensemble au cours des dernières années et un véritable rapport d'amitié s'est tissé entre nous. Ce sont deux véritables passionnés d'endurance et l'implication qu'ils mettent au quotidien dans cette aventure nous pousse à faire toujours mieux.



A REMARKABLE ERA

— With a record number of manufacturers and full grids at all levels, endurance racing is currently enjoying a golden age. Drivers Club had the privilege of bringing together the three men who are largely responsible for this unprecedented success: Richard Mille, President of the FIA Endurance Commission, Pierre Fillon, President of the Automobile Club de l'Ouest, and Frédéric Lequien, Managing Director of Le Mans Endurance Management. A landmark interview.

The 100th round of the FIA WEC took place at Fuji at the end of September. Did you ever imagine that the championship would reach such heights?

Pierre Fillon: I don't think we could ever have imagined it when the championship was launched in 2012, especially given the circumstances surrounding its creation and the unexpected withdrawal of Peugeot. We have had some wonderful times – such as the LMP1 era, with extraordinary cars and a great battle between Toyota, Audi and Porsche – as well as some more difficult periods. All of this experience led us to devise the current regulations, and I remember the day I went to meet Jim France (*the boss of IMSA, editor's note*) to convince him to create a common platform with LMDh. We never imagined that it would attract so many manufacturers, and although everything is not perfect and there is always room for improvement, we cannot deny that having so many manufacturers involved in a championship is unprecedented in the history of motor racing.

Richard Mille: When I took over as head of the FIA Endurance Commission, everyone thought we were going to lose. It was a time, not so long ago, when motor racing was considered politically incorrect by many manufacturers. We started by working on drastically reducing costs, as we were reaching annual costs that were often in excess of €200 million. We looked at the budgets extremely seriously, almost line by line: chassis, bodywork, tyres, engine... The manufacturers even questioned the accuracy of the figures we gave them. Toyota had already committed, and the subsequent arrivals of Peugeot, Ferrari and Porsche demonstrated the potential of this world championship organised around the 24 Hours of Le Mans, which remains the legendary race. The name Hypercar is something that appeals to people's imagination and inspires dreams. Today, we are fortunate to have many manufacturers in the premier class of endurance racing, each with cars that have their own personality, which was also important to us. And we can see that the general public is following it more and more, especially young people.

Renowned manufacturers such as Genesis, McLaren and Ford are set to join the FIA WEC in 2026 and 2027. Do you think this is a sign that the championship has established itself as the second most important platform behind Formula 1 in the world of motorsport?

Richard Mille: Yes, without a doubt. Its popularity proves it: the last 24 Hours of Le Mans was sold out, with a total of nearly 400,000 spectators. Each stage of the championship attracts around 70,000 spectators, and that number is on the rise. The media impact is also increasing. Manufacturers now estimate that winning the 24 Hours of Le Mans generates more media coverage than a Formula 1 victory.

The FIA WEC is gradually gaining recognition, and we are seeing manufacturers, such as Ferrari, to name but one, who have won the 24 Hours of Le Mans and now want more and are fighting to be crowned world champions (*the interview was conducted before the Bahrain final, editor's note*). The FIA WEC is gradually writing its own history.

Frédéric Lequien: I think it's about being aware of our strengths while remaining very humble. The FIA WEC now has global visibility, and we are seeing constant growth in all our figures, both in terms of TV audiences and social media. The championship has clearly entered a new dimension and at LMEM, part of our job is to liaise with the manufacturers on a daily basis to optimise the exposure they receive through the championship. It's no secret that manufacturers are constantly evaluating the marketing impact of their involvement in a championship, and if the return on investment is not there, they may be led to reconsider their commitment. New manufacturers, new destinations and new brands are contacting us to discuss opportunities, and it's clear that the FIA WEC is attractive. The work we have done jointly with the ACO and the FIA has enabled the championship to reach unprecedented levels, and now we need to make sure this popularity stands the test of time.

How can we ensure that this golden age of endurance racing continues?

Pierre Fillon: There are various aspects to this, and it's something we're working on together with Richard and Frédéric and the teams at the FIA, ACO and LMEM. With regard to the FIA WEC, our role is to continue to build a relevant platform for manufacturers, but we must not forget the LMGT3 category, which involves private teams and where cost control is therefore all the more crucial. In general, we need to be very cautious in this regard, as we have seen in the past that a very high level of competition can lead to certain budgetary excesses. The success of the Hypercar regulations is largely due to the introduction of a balance of performance (BOP, editor's note), and this has been a hot topic recently. The success of the BOP will contribute to the long-term success of the championship, and we are aware that there is still work to be done before we fully understand the cars and their behaviour on the various circuits. We will make adjustments as we see fit, but I think we can talk about a notion of collective responsibility on this issue. Manufacturers may point to the BOP to justify their results, but at the same time, they are masking their actual performance, which makes it difficult to establish an optimal BOP. Everyone has to play along for it to work.

Richard Mille: The BOP (Balance of Performance) has been criticised, but it prevents costs from skyrocketing and puts all the cars in a window that avoids too much disparity between competitors. A manufacturer can still spend tens of millions if it wants to, but it will be brought back into this kind of performance tunnel by the BOP. Some people criticise the very principle of introducing this method, but I believe it is a factor that has already demonstrated many virtues. We actually offered to abolish the BOP at a meeting last September, but all the manufacturers came out in favour of keeping it.



BENNETT WINCH

HANDMADE IN ENGLAND



The Helmet Bag × **24h** LE MANS®

We champion endurance; the mark of true quality. The Bennett Winch x 24 Hours of Le Mans collection is a celebration of that rare synergy between spirit and tool. Handcrafted in England using veg tan Tuscan leather in British Racing Green, the limited edition collection pays homage to the cars that set the tone of the early championships, and the restless drive to endure.





More than ever, the Hypercar category is playing its role as the driving force behind endurance racing and enabling the ELMS, ALMS and all ACO-badged championships to enjoy very full grids. Is that a source of satisfaction?

Frédéric Lequien: The entire endurance pyramid is doing well today. The ELMS and ALMS have waiting lists, the Michelin Le Mans Cup is a real success and the Ligier European Series is really starting to take off. It is clear that the success of the Hypercar category plays an important role here, particularly among young drivers who have a real future in endurance racing with a system that does its utmost to give them a chance. The presence of numerous manufacturers in Hypercar has created a new market for professional drivers and this is creating real opportunities. One example is Malthe Jakobsen, who started out in ELMS in the LMP3 category and is now an official Peugeot driver after also having competed in LMP2. We are delighted to see more and more young drivers choose endurance racing. Especially since the interest of gentleman drivers in our series is not waning, on the contrary, because this golden age of endurance racing is attracting them. We try to ensure consistency across all our series with high organisational standards. But as I said earlier, we must remain humble and stay in touch with the teams and paddock members, and listen to their feedback. Success is here and we are very happy about that, but it is a fragile balance that must always be maintained.

Pierre Fillon: Frédéric mentioned Malthe Jakobsen, but we could also mention drivers who arrived in LMP2 at a very young age, such as Charles Milesi, now an Alpine factory driver, and Yifei Ye, who won the 24 Hours of Le Mans this year and whose story is incredible, as he arrived from China at a very young age to live in Le Mans. Endurance racing as a whole is becoming increasingly attractive, which is obviously a source of great satisfaction.

What about the future of the LMP2 category?

Pierre Fillon: LMP2 is a very important category for us; it is the premier category in the ELMS and ALMS. As you know, we launched a call for tenders at the beginning of the year and, during the last 24 Hours of Le Mans, we unveiled the selected chassis suppliers (ORECA and Ligier, *editor's note*) as well as the supplier of the future turbo engine (Gibson, *editor's note*). This new generation of LMP2 cars must be in line with the cost control and CO2 emission reduction objectives that guide everything we do. We committed to reserving at least 15 places for LMP2 cars on the grid for the 24 Hours of Le Mans, and this commitment is more relevant than ever.

Richard Mille: We can see that many Hypercar drivers also race in LMP2, so the category is a real springboard for Hypercar. These are very fast, very sophisticated cars that can be raced on 'affordable' budgets. There is a lot of excitement around this category, which is an integral part of the endurance pyramid and will continue to play a key role in the future.

Our era, marked by the omnipotence of social media, is moving towards ever shorter formats, as illustrated by the debate surrounding the increase in the number of sprint races in Formula 1. Should endurance racing, which by definition involves long races, go against the grain of these trends or, on the contrary, seek to adapt its media coverage to these developments in the world of sport and entertainment?

Richard Mille: By definition, an endurance race is difficult to follow because it is long. But with the various categories and battles at every level, there is something happening at almost every corner. This makes for races that are often much more interesting than a Formula 1 Grand Prix, which can sometimes feel like a walk in the park. And endurance racing is not just about what happens the track, it's also about the human dimension and the stories that unfold around it. My friend Fernando Alonso has particularly strong memories of his time in endurance racing. Sharing his seat, the team spirit: he experienced emotions he never imagined he would feel. Endurance racing therefore offers enormous potential to bring a documentary aspect to its races and draw people into its world.

Frédéric Lequien: The media coverage of our races and the way we experience our events are one of our biggest projects. We talk about experience, and that must be felt both by spectators and people watching at home. As Richard said, we must increasingly incorporate this human dimension into our broadcasts to make them all the more lively. The technological aspect and the data we provide to the general public are another element in bringing to life what can be described as the greatest battle between manufacturers in history. Our social media figures are also very good, and offering innovative formats to expand our fan base and win over new audiences is, of course, part of our mission.

Pierre Fillon: We are never stronger at innovating and offering new formats than when we respect our DNA. The DNA of endurance racing and the 24 Hours of Le Mans is to be both a huge popular celebration where the proximity to the race is real, and a real technological laboratory for manufacturers, enabling them to develop, through racing, technologies that will then be adapted to road cars. An endurance race will always be a long event, but by building on our values we will be able to introduce people to our world in a variety of ways.

Frédéric, would you like to have the last word?

Frédéric Lequien: If I have that honour, I would like to thank Pierre and Richard. We have worked together extensively over the last few years and a genuine friendship has developed between us. They are both truly passionate about endurance racing and their daily commitment to this adventure pushes us to always do better.

ESPRIT D'EQUIPE - PERFORMANCE - OBJECTIF - VICTOIRE

IDEC SPORT CLUB

FÉDÉREZ VOS ÉQUIPES,
VIVEZ LA PASSION IDEC SPORT

*Organisez vos événements dans l'univers de l'écurie de course IDEC SPORT.
Le Club IDEC SPORT vous offre un cadre immersif et stimulant
pour fédérer vos équipes et cultiver la performance collective.*



Site web



Google Maps

WWW.IDECSPORT.CLUB

CONTACT@IDECSPORT.COM

Idéalement situé à côté du circuit du Castellet

31 Lotissement de la Queue de Sartan,
83870 Signes



DE NOUVEAUX GRAPHIQUES TV POUR LE FIA WEC

— Après avoir fait évoluer son identité visuelle au cours de l'hiver, le FIA WEC a dévoilé ses nouveaux graphiques TV à l'occasion des 6 Heures de Sao Paulo. Cette évolution, qui s'inscrit dans une stratégie globale cherchant à mettre en valeur les constructeurs engagés dans le championnat, accompagne des audiences en constante augmentation.

Photos : DPPI Production

Le soleil se couche sur le circuit de Sakhir en ce début de mois de novembre, drapant le ciel bahreïni de couleurs du plus bel effet. Présent dans le paddock de cette dernière manche de la saison du Championnat du Monde d'endurance, le Directeur Marketing et Communication de LMEM, Marius Louvet, prend volontiers le temps d'échanger sur l'arrivée des nouveaux graphiques TV du championnat, eux aussi très colorés. Dans le prolongement des évolutions de son identité graphique à l'intersaison, le FIA WEC s'est ainsi notamment appuyé sur les couleurs des constructeurs engagés afin d'imaginer son nouvel habillage TV. « L'image de marque du FIA WEC aujourd'hui, c'est d'être une des plus grandes batailles de constructeurs de l'histoire du sport automobile. Les constructeurs sont au centre de ce que nous mettons en place d'un point de vue marketing, car ils sont les acteurs principaux de la saga que nous proposons au public », explique, en guise de préambule, l'ancien directeur marketing de la Fédération française de cyclisme. Chaque constructeur est ainsi identifié par sa couleur signature sur l'ensemble des nouveaux graphiques TV et ce code couleur réussi apporte de la lisibilité à des téléspectateurs qui ne sont pas forcément des fans avertis de l'endurance. « Un fondu avec le logo du constructeur impliqué dans les images à venir précède désormais également les ralentis », précise l'ancien cycliste, dont les équipes ont travaillé de longues semaines sur ces évolutions qui permettent de mieux mettre en avant les constructeurs et d'augmenter leur visibilité lors des diffusions TV.

Parmi les innovations, les bâtonnets de couleurs (verts en cas d'amélioration de secteurs et violets en cas de meilleur secteur absolu) permettent d'égayer le suivi des séances de qualifications. « Nous avons également totalement revu et repensé le graphique de télémétrie », confie Marius Louvet, soucieux que les téléspectateurs du FIA WEC puissent bénéficier de statistiques et d'informations tout au long de la retransmission. « C'est un sujet sur lequel nous poursuivons notre travail avec nos partenaires et la direction technique de l'ACO et de la FIA, afin de pouvoir proposer un maximum de données qui permettent aux téléspectateurs d'apprécier la dimension technique et technologique de nos courses », poursuit le Directeur Marketing et Communication de LMEM. Côté ludique, de nombreuses incrustations (comme celles qui indiquent les pilotes risquant de ne pas accéder à l'Hyperpole lors de séances qualificatives) complètent ce dispositif qui vise à rendre la discipline plus accessible au grand public.

L'arrivée de ses nouveaux graphiques TV s'inscrit dans une dynamique très positive pour les audiences du championnat, tant sur le plan des retransmissions télévisées que des réseaux sociaux. « L'ensemble de notre offre média doit exprimer les valeurs du FIA WEC avec les notions de passion, d'authenticité et de proximité avec le public », ajoute celui qui travaille désormais à la refonte complète de l'application du championnat, avec la volonté de le faire vivre au plus grand nombre tout en proposant des contenus premium aux fans d'endurance. « On dit souvent que l'ADN de l'endurance, c'est cette proximité avec des fans qui peuvent quasiment toucher les voitures, notre traitement médiatique et digital dans son ensemble doit s'inspirer de cette exigence et permettre aux fans de vivre l'expérience endurance au plus près de l'action », conclut Marius Louvet au moment où les moteurs commencent à se faire entendre dans la nuit de Bahreïn.

Plus d'infos sur fiawec.com

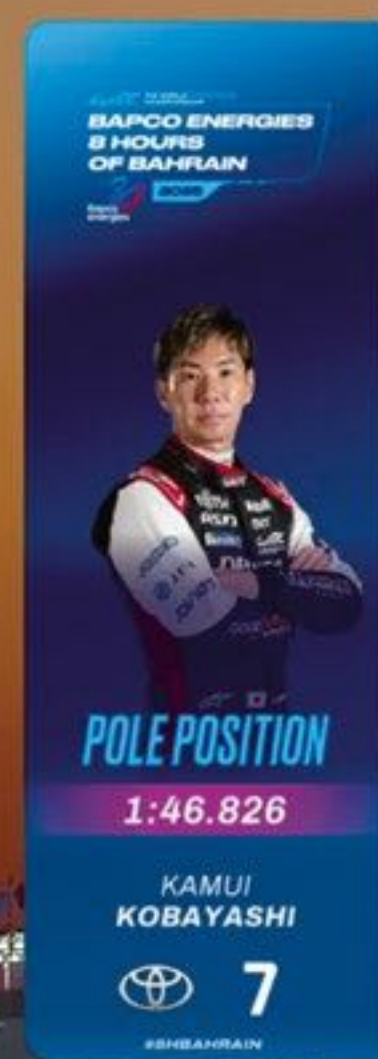


HYPERPOLE HYPERCAR CLASSIFICATION RESULTS

HYPERCAR			QUALIFIED FOR		HYPERPOLE		ROLEX
1 st		7	TOY	M. CONWAY, K. KOBAYASHI, N. DE VRIES	1:46.826		
2		8	TOY	S. BUEMI, B. HARTLEY, R. HIRAKAWA	+0.151		
3		94	PEU	L. DUVAL, M. JAKOBSEN, T. POURCHAIRE	+0.340		
4		93	PEU	P. DI RESTA, M. JENSEN, J-E. VERGNE	+0.382		
5		12	CAD	A. LYNN, N. NATO, W. STEVENS	+0.717		
6		009	AST	A. RIBERAS, M. SORENSEN, R. DE ANGELIS	+0.798		
7		51	FER	A. PIER GUIDI, J. CALADO, A. GIOVINAZZI	+0.900		
8		5	POR	J. ANDLAUER, M. JAMINET, L. HEINRICH	+1.044		
9		007	AST	H. TINCKNELL, T. GAMBLE, R. GUNN	+1.210		
10		15	BMW	D. VANTHOOR, R. MARCIELLO, K. MAGNUSSEN	+1.310		

 THE OFFICIAL STREAMING APP

 FIAWEC_OFFICIAL
  FIAWEC
  FIAWEC



NEW TV GRAPHICS FOR THE FIA WEC

- After updating its visual identity over the winter, the FIA WEC unveiled its new TV graphics at the 6 Hours of Sao Paulo. This change, which is part of an overall strategy to showcase the manufacturers competing in the championship, comes at a time when viewing figures are rising steadily.

The sun is setting over the Sakhir circuit on this early November evening, draping the Bahraini sky in beautiful colours. Present in the paddock for this final round of the World Endurance Championship season, LMEM's Marketing and Communications Director, Marius Louvet, is happy to take the time to discuss the arrival of the championship's new TV graphics, which are also very colourful. Following on from the changes to its graphic identity during the off-season, the FIA WEC has drawn on the colours of the participating manufacturers to design its new TV graphics. *'The FIA WEC's brand image today is that of one of the greatest manufacturer battles in the history of motorsport. The manufacturers are at the heart of what we are putting in place from a marketing perspective because they are the main players in the saga we are offering the public,'* explains the former marketing director of the French Cycling Federation by way of introduction. Each manufacturer is identified by its signature colour across all new TV graphics, and this successful colour coding makes it easier for viewers who are not necessarily endurance racing fans to follow the action. *'A fade-in with the logo of the manufacturer involved in the upcoming images now also precedes the slow-motion replays,'* explains the former cyclist, whose teams worked for many weeks on these developments, which allow manufacturers to be better highlighted and increase their visibility during TV broadcasts.

Among the innovations, coloured bars (green for improved sectors and purple for the best sector overall) make it more enjoyable to follow the qualifying sessions. *'We have also completely revised and redesigned the telemetry graphics,'* says Marius Louvet, keen to ensure that FIA WEC viewers can benefit from statistics and information throughout the broadcast. *'This is an area where we are continuing to work with our partners and the technical management of the ACO and the FIA in order to provide as much data as possible. This enables viewers to appreciate the technical and technological aspects of our races,'* continues LMEM's Marketing and Communications Director. On the entertainment side, numerous overlays (such as those indicating drivers at risk of not qualifying for the Hyperpole during qualifying sessions) complement this system, which aims to make the discipline more accessible to the general public.

The arrival of these new TV graphics is part of a very positive trend for the championship's audiences, both in terms of television broadcasts and social media. *'Our entire media offering must express the values of the FIA WEC with the concepts of passion, authenticity and proximity to the public,'* adds the man who is now working on a complete overhaul of the championship's app, with the aim to bring the championship to life for as many people as possible while offering premium content to endurance racing fans. *'It is often said that the DNA of endurance racing is this proximity to fans, who can almost touch the cars. Our media and digital coverage as a whole must be inspired by this requirement and allow fans to experience endurance racing as close to the action as possible,'* concludes Marius Louvet, as the engines roar to life in the Bahrain night.

More information at fiawec.com



Gaspard SIMON



SRO GT ACADEMIE

« Aider les jeunes prommis à un bel avenir »

— **Connu pour avoir aidé de nombreux pilotes dans leur ascension, Stéphane Ratel se réjouit de la mise en place réussie de la SRO GT Académie cette saison. Nous avons pu évoquer l'extension de ce dispositif au GT2 l'an prochain avec le fondateur de SRO Motorsports Group.**

Photos : Twenty-One Creation, Stephandrade.com, SRO / JEP

Stéphane, la SRO GT Académie a été mise en place en 2025 en FFSA GT, quel bilan en tirez-vous ?

Nous sommes très contents de cette première année. Le FFSA GT connaissait une sorte de creux ces dernières années et nous avons décidé de simplifier la formule du championnat en revenant à un pur format Pro-Am. Dans ce schéma, c'est souvent le pilote amateur qui amène une très grande partie du budget, car les jeunes sont plus frileux à l'idée de rouler avec un amateur, dont ils ne connaissent pas forcément le niveau exact. Nous avons souhaité équilibrer au maximum cette équation budgétaire en donnant du sens et en motivant l'engagement des jeunes pilotes Silvers

avec une bourse décorrélée du résultat de la voiture. De nombreux critères comme le temps de qualification, la moyenne ou la position à l'issue du premier relais (*dans la course où le Silver prend le départ NDLR*) permettent d'obtenir des points, qui peuvent aussi être retirés en cas d'accrochage ou de sortie de piste. Cela a très bien fonctionné avec huit jeunes de moins de 30 ans qui se sont livrés une compétition très disputée jusqu'à la dernière course et la victoire de Gaspard Simon. Il va pouvoir bénéficier d'un apport de 150 000 euros afin de passer en GT2 ou en GT3, c'est un budget qui n'est pas neutre et qui permet de se projeter à l'échelon supérieur dans de bonnes conditions.

Ce dispositif a vocation à être étendu notamment en GT2 ?

Ce n'est pas un secret que l'accouchement du GT2 a été difficile et que nous avons eu des grilles décevantes, notamment l'année dernière. La question de l'arrêter ou le repositionner s'est clairement posée. Nous avons créé le GT2 spécifiquement pour les gentlemen drivers et force est de constater que c'est un pari qui n'a pas fonctionné. Nous avons donc décidé de repositionner la catégorie entre le GT4 et le GT3 en l'ouvrant encore plus aux jeunes pilotes qui pourront trouver une étape intermédiaire entre le GT4 et le GT3. Les GT2 sont des voitures plus puissantes que des GT4 et cela a du sens en termes de pilotage pour un jeune qui ne voudrait pas se brûler

Stéphane RATEL



les ailes en GT3. Le dispositif de la SRO GT Académie sera donc effectivement étendu à la catégorie GT2 et nous avons reçu le soutien de plusieurs partenaires à cet effet. Mercedes-AMG apporte un soutien financier important et réservera une place pour le vainqueur sur la voiture Silver d'un de ses top teams en 2027. Maserati, Ginetta et Pirelli apportent également un soutien financier nous permettant de financer une saison complète en GT3 l'année suivante pour le vainqueur de l'Académie.

Aider les jeunes talents à éclore dans l'univers SRO est quelque chose d'important à vos yeux ?

J'ai toujours eu à cœur d'aider les jeunes pilotes promis à un bel avenir et me suis rarement trompé dans mes choix, ayant notamment donné un petit coup de pouce, en leur temps, à Jean-Eric Vergne ou Jules Gounon. Plutôt que de le faire de manière épisodique, l'idée est désormais d'inscrire cela dans un cadre clair avec une véritable notion de filière qui donnera encore plus de sens et de cohérence à la pyramide des séries promues par SRO. Le GT est progressivement passé d'un sport de gentlemen à une discipline qui offre un véritable marché de pilotes professionnels avec des carrières

relativement longues. Le sport automobile coûte cher et nous nous devons de participer avec ce dispositif qui offre aux plus talentueux l'opportunité de vivre de leur passion. D'autres projets sont en cours de gestation comme celui de constituer une voiture Silver, pour les CrowdStrike 24 Heures de Spa dans un premier temps, avec des pilotes issus du British GT, et des GT World Challenge Asia, America et Australia.

Autre sujet, l'IGTC continue de retrouver des couleurs avec une grille en progression à Indianapolis et un retour réussi pour Suzuka...

Je dis souvent que l'IGTC a été notre grande victime du Covid en passant de neuf constructeurs à seulement trois. Nous relevons progressivement la tête en étant revenus à quatre constructeurs avec la présence de Ferrari. Le retour de Suzuka, sous le nom historique des 1 000 kilomètres, a dépassé nos prévisions les plus optimistes même si nous aurions aimé une participation japonaise un peu plus importante. Quant à Indianapolis, nous creusons notre sillon petit à petit dans un marché américain dominé par l'IMSA et ses grandes courses iconiques. Les 8 Heures d'Indianapolis ont l'avantage d'être la seule grande course d'endurance

aux USA où les GT s'imposent au classement général. Des annonces positives se profilent en vue de la saison 2026 d'IGTC, les choses évoluent dans le bon sens.

Les CrowdStrike 24 Heures de Spa ont une nouvelle fois augmenté leur fréquentation cette année. Optimiser le succès auprès du grand public de manière générale est la prochaine étape majeure dans le développement de SRO ?

C'est effectivement là-dessus que nous investissons le plus désormais. Dans la grande majorité de nos championnats, les grilles sont stabilisées à des niveaux satisfaisants. Nous allons donc concentrer notre énergie sur le fait de faire venir du public sur ces courses magnifiques et très disputées. Laurent Gaudin a réussi à développer les CrowdStrike 24 Heures de Spa et nous lui avons confié la promotion des autres épreuves européennes. Nous avons connu une progression à deux chiffres sur toutes les courses du GTWC Europe cette année, sauf à Monza où nous sommes restés stables en égalant l'affluence de 2024, mais sans la présence de Valentino Rossi ! Nous avons un beau produit, il s'agit de faire de chaque course un événement afin de continuer dans cette dynamique.

“HELPING YOUNG DRIVERS WITH A PROMISING FUTURE”

— Known for helping many drivers in their rise to the top, Stéphane Ratel is delighted with the successful launch of the SRO GT Academy this season. The founder of SRO Motorsports Group was happy to discuss the extension of this program to GT2 next year.



Stéphane, the SRO GT Academy was established in 2025 in FFSA GT. What is your assessment of it?

We are very happy with this first year. FFSA GT had been experiencing a bit of a slump in recent years, so we decided to go for a simpler championship by returning to a pure Pro-Am format. With this system, it is often the amateur driver who brings in a large part of the budget, as young drivers are more reluctant to race with an amateur, whose exact level they do not necessarily know. We wanted to balance this budget equation as much as possible by giving meaning and motivating the commitment of young Silver drivers with a grant that is not linked to the car's results. Numerous criteria, such as qualifying time, average lap times, and position at the end of the first stint (in the race where the Silver driver starts, editor's note), allow points to be earned, which can also be deducted in the event of a collision or off-track excursion. This worked very well with eight young drivers under the age of 30 who competed fiercely until the last race and the victory of Gaspard Simon. He will receive €150,000 to move up to GT2 or GT3, which is a significant budget that will allow him to transition to the next level with a greater chance of success.

Is this system intended to be extended, particularly in GT2?

It's no secret that GT2 had a difficult start and that we had disappointing grids, especially last year. The question of whether to stop or reposition it clearly arose. We created GT2 specifically for gentleman drivers, and it's clear that the gamble didn't pay off. That's why we've decided to reposition the category between GT4 and GT3, opening it up even more to young drivers who will be able to find an intermediate step between

GT4 and GT3. GT2 cars are more powerful than GT4 cars, which makes sense in terms of driving for a young driver who doesn't want to burn their wings in GT3. The SRO GT Academy program will therefore be extended to the GT2 category, and we have received the support of several partners for this. Mercedes-AMG is providing significant financial support and will reserve a place for the winner in the Silver car of one of its top teams in 2027. Maserati, Ginetta, and Pirelli are also providing financial support, enabling us to fund a full season in GT3 the following year for the winner of the Academy.

Is helping young talent flourish in the SRO world something that is important to you?

I have always been committed to helping young drivers with a promising future, and I have rarely been wrong in my choices, having given Jean-Eric Vergne and Jules Gounon a helping hand in their time. Rather than doing this on an ad hoc basis, the idea now is to establish a clear framework with a real career path that will provide even more meaning and coherence to the pyramid of series promoted by SRO. GT has gradually evolved from a gentlemen's sport to a discipline that offers a real market for professional drivers with relatively long careers. Motorsport is expensive, and we felt it was our duty to participate in this initiative, which gives the most talented drivers the opportunity to make a living from their passion. Other projects are in the pipeline, such as putting together a Silver car, initially for the CrowdStrike 24 Hours of Spa, with drivers from British GT and GT World Challenge Asia, America, and Australia.

On another note, the IGTC continues to recover, with a growing grid at Indiana-

polis and a successful return to Suzuka...

I often say that the IGTC has been our biggest victim of Covid, going from nine manufacturers to just three. We are gradually picking ourselves up, returning to four manufacturers with the presence of Ferrari. The return of Suzuka, under the historic name of the 1,000 kilometres, exceeded our highest expectations, even though we would have liked to see a slightly larger Japanese participation. As for Indianapolis, we are gradually making our mark in an American market dominated by IMSA and its iconic major races. The Indianapolis 8 Hour has the advantage of being the only major endurance race in the US where GTs win the overall classification. There are positive announcements on the horizon for the 2026 IGTC season, and things are moving in the right direction.

The CrowdStrike 24 Hours of Spa once again increased its attendance this year. Is optimizing success with the general public in general the next major step in SRO's development?

That is indeed where we are investing the most now. In the vast majority of our championships, the grids are stable at satisfactory levels. We will therefore focus our energy on attracting audiences to these magnificent and highly competitive races. Laurent Gaudin has successfully developed the CrowdStrike 24 Hours of Spa and we have entrusted him with the promotion of the other European events. We have seen double-digit growth at all GTWC Europe races this year, except at Monza, where we remained stable, matching the attendance figures of 2024, but without Valentino Rossi! We have a great product, and we need to make each race an event in order to keep the momentum going.

LID
LAPLAND
ICE DRIVING



www.lapland-ice-driving.com

+44 (0) 1473 557 504



MITJET INTERNATIONAL

« PROPOSER UN VÉRITABLE ACCOMPAGNEMENT AUX JEUNES PILOTES »



— Alors qu'elle se prépare à accueillir une voiture dotée d'un tout nouveau moteur en 2026, la Mitjet renforce également son dispositif destiné aux jeunes pilotes avec la Mitjet Academy. Nous avons pu évoquer ces sujets avec Christophe Cresp et Amaury Richard, respectivement propriétaire et directeur des opérations de la catégorie.

Quel bilan tirez-vous de la saison 2025 ?

Christophe Cresp : On peut parler d'une bonne saison même si nous avons eu un peu moins de voitures que lors des années précédentes. Au rang des satisfactions, on peut retenir le fait que la Mitjet bénéficie d'une base de clients fidèles solide avec des gens, jeunes pilotes comme gentlemen drivers, qui aiment vraiment la voiture et l'ADN du produit que nous proposons. Le fait d'avoir un seul parc où tout le monde se retrouve ensemble, celui de proposer quatre courses sprint par week-end, le côté convivial : les fondamentaux de la Mitjet demeurent très forts et ce qui nous a certainement manqué, c'est de faire mieux connaître et découvrir notre univers. La Mitjet, c'est la course pour tous et c'est le message que nous devons faire passer.

Une nouveauté majeure est annoncée pour 2026 avec l'arrivée d'une nouvelle voiture...

Amaury Richard : Nous aurons effectivement une nouvelle voiture avec une nouvelle motorisation même si le châssis reste le même, ce qui rend possible le fait de doter les Mitjet 2L actuelles d'un kit evo. Le moteur, un 2L turbo, sera plus performant et on devrait gagner entre 2 à 4 secondes par circuit. Les Mitjet 2L Evo seront différenciées avec quelques éléments de carrosseries différents, dont une nouvelle lame avant, un nouveau diffuseur et un capot avant qui sera désormais le même pour tous afin de dégager une véritable identité. Cette nouvelle voiture sera 10 000 euros plus chère à l'achat, mais tous les choix que nous avons effectués ont été faits dans une optique de limitation des coûts d'exploitation et d'entretien de la voiture. Le moteur ne sera pas utilisé à 100 % de sa capacité afin de se donner de la marge en matière de fiabilité.

Parmi les autres évolutions, on note un retour de votre calendrier dans l'univers SRO. C'était une volonté forte de votre part ?

Amaury Richard : On peut parler d'un retour aux sources en quelque sorte. SRO est une référence mondiale en termes d'expérience client dans l'univers de la course automobile avec des standards très élevés, notamment en termes de production TV. Le fait d'avoir des meetings communs avec les équipes engagées en GT4 peut également créer des passerelles d'un point de vue commercial.

Photos : Laurent Geyral



Vous parlez des passerelles, c'est également l'un des volets de la Mitjet Academy que vous avez lancée en fin d'année ?

Christophe Cresp : Le retour dans l'univers SRO s'inscrit dans une logique bien plus large que celle de la compatibilité des calendriers. Cela fait un moment que nous travaillons sur la notion de filière avec l'objectif d'attirer encore plus de jeunes qui sortent du karting en proposant une alternative crédible à ceux qui n'ont pas les moyens ou l'envie de s'engager dans un cursus monoplace. Nous avons la volonté de mettre en place un système de primes ambitieux, mais cela n'a de sens que si ce dernier s'inscrit dans une pyramide globale, en donnant aux jeunes pilotes de véritables perspectives à long terme si leur talent leur permet de monter les échelons. SRO a mis en place la SRO GT Académie avec une aide conséquente pour passer du GT4 au GT3. De notre côté, nous ferons figure de première étape dans cette pyramide avec des primes de 50 000 euros (pour le champion Mitjet) et 30 000 euros (pour le champion Junior) afin de passer en GT4 et d'entrer dans un système lisible qui fonctionne grâce à la méritocratie.

Amaury Richard : Tout le monde se rend compte que passer du karting à la F4 est de plus en plus difficile. Notre but est d'accueillir un maximum de « primo-accédants » et de maintenir un niveau de budget qui soit accessible. Les jeunes qui montent dans la voiture trouvent l'expérience géniale.

C'est pour cela que vous avez mis en place ces journées de découverte dans le cadre de la Mitjet Academy ?

Amaury Richard : Oui nous avons organisé deux modules de deux journées, au Luc et la Ferté-Gaucher. Il ne s'agissait pas de journées de sélection, mais de modules de découverte et d'accompagnement à destination des jeunes pilotes et de leurs familles. Ils n'ont roulé que le deuxième jour et la première journée était consacrée à des tests physiques et nutritionnels, des entretiens. Notre but n'est pas seulement de mettre en place un système avec des primes, mais bien de proposer un véritable accompagnement, d'expliquer aux jeunes pilotes tout ce qu'exige une carrière de pilote professionnel. Il faut s'inscrire dans une véritable philosophie pour réussir une carrière de sportif de haut niveau.

Christophe Cresp : Notre but était de montrer l'écosystème du sport automobile aux jeunes qui arrivent du karting. Bien parler anglais, cultiver la relation avec son ingénieur et ses mécaniciens, connaître la mécanique : tout cela peut sembler encore un peu lointain pour de jeunes pilotes, mais ils doivent intégrer ces paramètres très rapidement s'ils ont l'ambition de devenir professionnels. C'est comme le fait de partager la piste avec des gentlemen drivers : la cohabitation se passe très bien en Mitjet et ce partage entre les générations fait partie de nos valeurs. Mais cela ne coule pas forcément de source pour un jeune pilote alors que rouler avec et encadrer des pilotes classés bronze est une dimension primordiale pour un pilote professionnel. Expliquer tout cela démontre notre sérieux et permet aux familles de mettre en place une stratégie sur plusieurs années.

Plus d'infos sur www.mitjetinternational.com



‘OFFERING GENUINE SUPPORT TO YOUNG DRIVERS’

— As it gets ready to welcome a car with a brand-new engine in 2026, Mitjet is also strengthening its support for young drivers with the Mitjet Academy. We discussed these topics with Christophe Cresp and Amaury Richard, respectively owner and director of operations for the category.

How would you sum up the 2025 season?

Christophe Cresp: It was definitely a good season, despite the fact that we had slightly fewer cars than in previous years. One of the satisfying aspects is that Mitjet has a solid base of loyal customers, including young drivers and gentleman drivers, who really love the cars and the DNA of the product we offer. Having a single park where everyone can get together, offering four sprint races per weekend, and the friendly atmosphere: Mitjet’s fundamentals remain very strong, and what we certainly lacked was a way of making our world better known and more accessible. Mitjet is racing for everyone, and that’s the message we need to get across.

A major new development is in the works for 2026, with the arrival of a new car....

Amaury Richard: We will indeed have a new car with a new engine, while the chassis remains the same, which makes it possible to equip the current Mitjet 2Ls with an evo kit. The engine, a 2L turbo, will be more powerful and we should gain between 2 and 4 seconds per lap. The Mitjet 2L Evos will be differentiated with a few different bodywork elements, including a new front splitter, a new diffuser and a front bonnet that will be the same for all cars to create a real identity. This new car will cost €10,000 more to purchase, but all the choices we have made have been in view of limiting the car’s operating and maintenance costs. To guarantee a reliability margin, the engine will not be used at 100% capacity.

Among the other new developments, we note a return of your calendar to the SRO world. Was this something you were keen to do?

Amaury Richard: You could say we’re going back to basics. SRO is a global benchmark in terms of customer experience in the world of motor racing, with very high standards, particularly in terms of TV production. Holding joint meetings with the teams involved in GT4 can also create bridges from a commercial point of view.

You mention bridges. Is this also one of the aspects of the Mitjet Academy that you launched at the end of the year?

Christophe Cresp: The return to the SRO world is part of a much broader strategy than just calendar compatibility. We have been

working on the concept of a career path for some time now, with the aim of attracting even more young people coming out of karting by offering a credible alternative to those who do not have the means or the desire to commit to a single-seater career. We wanted to set up an ambitious bonus system, but this only makes sense if it is part of an overall pyramid, giving young drivers real long-term prospects if their talent allows them to move up the ranks. SRO has set up the SRO GT Academy with substantial support to move from GT4 to GT3. We will be the first step in this pyramid, with bonuses of €50,000 (for the Mitjet champion) and €30,000 (for the Junior champion) to move up to GT4 and enter a transparent system that works based on meritocracy.

Amaury Richard: Everyone realises that moving from karting to F4 is becoming increasingly difficult. Our goal is to welcome as many ‘first-time entrants’ as possible and to maintain an accessible budget level. The young people who get into the car find the experience amazing.

Is that why you set up these discovery days as part of the Mitjet Academy?

Amaury Richard: Yes, we organised two two-day modules, in Le Luc and La Ferté-Gaucher. These were not selection days, but rather discovery and support modules for young drivers and their families. They only drove on the second day, with the first day being devoted to physical and nutritional tests and interviews. Our goal is not just to set up a system with bonuses, but to offer real support and teach young drivers everything a professional driving career entails. You have to embrace a real philosophy to succeed in a career as a top-level athlete.

Christophe Cresp: Our goal was to show young people coming from karting the ecosystem of motor sport. Speaking English well, cultivating relationships with engineers and mechanics, understanding mechanics: all this may seem a little distant for young drivers, but they need to integrate these parameters very quickly if they want to become professionals. It’s like sharing the track with gentleman drivers: cohabitation works very well in Mitjet and this sharing between generations is one of our values. But this doesn’t necessarily come naturally to a young driver, whereas driving with and mentoring bronze-rated drivers is an essential part of being a professional driver. Explaining all this demonstrates our seriousness and allows families to put a strategy in place over several years.

More information at www.mitjetinternational.com

FERODO®
RACING

CONTROL IN EVERY CORNER.
TRUST FERODO.



Land-Motorsport, DTM

When every tenth of a second defines performance, brake reliability is critical. At the Red Bull Ring, Land-Motorsport secured its first-ever DTM victory with the proven stopping power of **FERODO Racing**.

From high-speed straights to demanding braking zones, FERODO delivers precision, consistency, and control: engineering performance that transforms pressure into victory.

FERODO Racing — Engineered to stop. Built to win.

www.ferodoracing.com

Ferodo® is a registered trademark of Tenneco Inc. or one or more of its affiliates in one or more countries.



DE BELLES PERSPECTIVES POUR LA LIGIER EUROPEAN SERIES

— En réunissant pas moins de 24 voitures à Portimao, la Ligier European Series a clôturé sur une très belle note une saison 2025 passionnante à tous les étages. Dans un contexte particulièrement porteur pour l'endurance, la série monomarque réaffirme toute la pertinence de son modèle sportif en faisant éclore de jeunes talents.



un pas en arrière dans ma carrière. C'était au contraire un moyen de mieux repartir de l'avant et je ne peux que conseiller aux jeunes pilotes de nous rejoindre », expliquait encore le jeune italien de 22 ans, ravi d'avoir fait le choix de la Ligier European Series et d'un championnat qui offre de véritables passerelles aux jeunes les plus talentueux.

Photos : DPPI Production

Le bassin de l'Autodromo do Algarve n'échappe pas au traditionnel plongeon des équipages champions et c'est sous un soleil radieux que se termine la saison de Ligier European Series. Portée notamment par le système de primes du Ligier Junior Programme (qui crée une passerelle depuis la Ligier JS Cup France), la série continentale, première marche de la pyramide de l'endurance des championnats estampillés Le Mans, a connu une fréquentation en hausse tout au long de la saison. En dépassant les vingt-cinq engagés saison et avec une pointe à 33 autos engagées lors de la manche disputée sur le circuit des 24 Heures du Mans, en marge de la journée test de la classique mancelle, la grille de la Ligier European Series a atteint des niveaux encore inédits jusque-là. Plus encore, c'est l'adhésion de l'ensemble de ses participants à son modèle sportif et l'intérêt grandissant de nouvelles équipes qui s'avèrent particulièrement prometteurs en vue des saisons à venir.

« Je connais le championnat depuis 2023, je l'ai vu évoluer et il y a aujourd'hui un niveau très élevé tant en JS2 R qu'en JS P4. Ma saison a été très disputée », souriait Simone Riccitelli, sacré en JS2 R sous les couleurs de l'équipe italienne LR Motorsport, quelques heures après avoir sécurisé son titre ainsi que la prime de 100 000 euros qui lui permettra de s'engager en catégorie JS P4 en 2026. « C'est une grande aide pour la suite de ma carrière et j'ai vraiment la volonté de continuer en Ligier European Series. Le championnat permet d'acquérir beaucoup d'expérience sur des circuits mythiques du monde de l'endurance », confiait encore le pilote italien, qui a livré une belle bataille tout au long de l'année avec August Therbo (champion junior Mitjet 2024) et Lukas Papin (troisième en Alpine Europa Cup 2024). « J'ai eu l'occasion d'évoluer en GT3 l'an dernier et revenir en Ligier European Series aurait pu être assimilé à

S'il n'a lui pas remporté le titre en catégorie JS P4 (c'est le duo constitué de Iko Segret et de Maxwell Dodds, engagé sur la JS P4 n°6 d'ANS Motorsport, qui se partagera la prime de 150 000 euros permettant de s'engager sur une Ligier JS P325 en Michelin Le Mans Cup), le jeune Jude Peters, 18 ans, se félicitait également d'avoir choisi la Ligier European Series pour sa deuxième véritable saison en course automobile après s'être surtout formé à l'école du sim racing. « Il y a une vraie échelle à grimper pour arriver aux 24 Heures du Mans, ce qui est mon plus grand objectif, en passant par la Michelin Le Mans Cup puis l'ELMS », appréciait le pilote britannique, vainqueur d'une course à Spa sur la JS P4 n° 27 du Team Virage partagée avec Vic Stevens. Autre élément primordial aux yeux de Jude Peters : le privilège de pouvoir rouler sur le grand circuit des 24 Heures du Mans. « C'était génial de pouvoir faire partie de la plus grande course d'endurance au monde. Le simple fait de rouler sur ce circuit est une expérience comme aucune autre », faisait ainsi remarquer dans un large sourire celui qui compte bien batailler pour le titre en 2026 après avoir pris la 3^e place du championnat cette saison.

« Cette saison est très positive et elle doit servir de tremplin pour les années à venir. Ce qui nous réjouit surtout, c'est de voir que le modèle fonctionne. Romain Boeckler, champion junior de Ligier JS Cup France en 2024 s'est mêlé à la lutte pour le titre européen en JS P4 jusqu'aux dernières minutes, nos anciens champions continuent leur parcours avec succès dans la pyramide des championnats de l'ACO : le modèle sportif que nous avons mis en place est vertueux », concluait de son côté Franck Tiné, quelques heures avant de voir la Ligier JS P325, la LMP3 troisième génération entrée en compétition en avril 2025, remporter son premier titre en ELMS avec CLX Motorsport.

Plus d'infos sur ligierautomotive.com et ligiereuropeanseries.com





BRIGHT PROSPECTS FOR THE LIGIER EUROPEAN SERIES

— With no fewer than 24 cars gathering in Portimao, the Ligier European Series ended an exciting 2025 season on a high note. At a particularly prosperous time for endurance racing, the single-make series reaffirmed the relevance of its sporting model by nurturing young talents.

The Autodromo do Algarve was no exception to the traditional dip by the champion crews, and the Ligier European Series season ended under a radiant sun. Buoyed in particular by the Ligier Junior Programme bonus system (which creates a bridge with the Ligier JS Cup France), the continental series, the first step in the Le Mans-branded endurance championship pyramid, saw attendance rise throughout the season. With more than 25 entries for the season and a peak of 33 cars entered for the round held at the 24 Hours of Le Mans circuit, alongside the test day for the Le Mans classic, the Ligier European Series grid reached unprecedented levels. What's more, the commitment of all participants to its sporting model and the growing interest of new teams are particularly promising for the coming seasons.

'I've known the championship since 2023, I've seen it evolve and today there is a very high level in both JS2 R and JS P4. My season was very competitive,' smiled Simone Riccitelli, crowned JS2 R champion with the Italian team LR Motorsport, a few hours after securing his title and the €100,000 bonus that will allow him to compete in the JS P4 category in 2026. *'It's a big help for the rest of my career and I really want to continue in the Ligier European Series. The championship allows you to gain a lot of experience on legendary endurance circuits,'* said the Italian driver, who fought a great battle throughout the year with August Therbo (2024 Mitjet Junior Champion) and Lukas Papin (who placed third in the 2024 Alpine Europa Cup). *'I was driving in GT3 last year and returning to the Ligier European Series could have been seen as a step backwards in*

my career. On the contrary, it was a way to move forward, and I can only advise young drivers to join us,' explained the 22-year-old Italian, delighted to have chosen the Ligier European Series and a championship that offers real opportunities for the most talented young drivers.

Although he did not win the JS P4 category title (duo Iko Segret and Maxwell Dodds, engaged on the #6 ANS Motorsport JS P4, will share the €150,000 prize money to enter a Ligier JS P325 in the Michelin Le Mans Cup), 18-year-old Jude Peters was also pleased to have chosen the Ligier European Series for his second full season in motor racing after training mainly at the sim racing school. *'There's a real ladder to climb to get to the 24 Hours of Le Mans, which is my biggest goal, first via the Michelin Le Mans Cup and then the ELMS,'* said the British driver, winner of a race at Spa in the Team Virage JS P4 #27 shared with Vic Stevens. Another key factor for Jude Peters is the privilege of being able to drive on the great circuit of the 24 Hours of Le Mans. *'It was great to be part of the world's greatest endurance race. Just driving on this circuit is an experience like no other,'* added the driver with a broad smile, who is determined to fight for the title in 2026 after placing third in the championship this season.

'This season has been very positive and should serve as a springboard for coming years. What makes us particularly happy is seeing that the model works. Romain Boeckler, Ligier JS Cup France junior champion in 2024, was in contention for the European title in JS P4 until the last minutes, and our former champions continue their successful run in the ACO championship pyramid: the sporting model we have put in place is a virtuous one,' concluded Franck Tiné, a few hours before seeing the Ligier JS P325, the third-generation LMP3 that entered competition in April 2025, win its first ELMS title with CLX Motorsport.

More information at ligierautomotive.com and ligiereuropeanseries.com



UNE GAMME GT PLUS VIVANTE QUE JAMAIS POUR LIGIER AUTOMOTIVE

Photos : DPPI Production

— Plus de cinquante ans après la création de la première JS2, Ligier Automotive enrichit une lignée de GT de course déjà bien établie avec la Ligier JS2 RS, d'une version encore plus affûtée et tournée vers la performance.

Depuis la mythique Ligier JS2 des années 1970 jusqu'à la version hydrogène Ligier JS2 RH2 en passant par la Ligier JS2 R, la lignée des GT de course signée Ligier Automotive n'a cessé d'évoluer au fil du temps, tout en restant fidèle à l'ADN de la marque. Un nouveau chapitre s'ouvre avec la Ligier JS2 RS. Dotée d'une coque carbone spécifique et offrant un niveau de performance accrue, elle demeure toutefois toujours aussi facile à prendre en main afin de satisfaire les exigences des pilotes professionnels comme amateurs. « Avec la Ligier JS2 RS, nous avons voulu aller plus loin dans la performance tout en gardant ce qui fait le succès de la JS2 R : une voiture abordable, fiable, et fun à piloter pour tous les passionnés, en particulier les gentlemen drivers. », confie Jacques Nicolet, président de Ligier Automotive, lui-même gentleman driver d'expérience comptant plusieurs participations aux 24 Heures du Mans.

Sans renier les fondamentaux de la JS2 R, concernant la sécurité et la maîtrise des coûts notamment, la JS2 RS dévoile un visage plus radical, grâce en grande partie à sa coque carbone spécifique, homologuée FIA EII SC, répondant aux tests statiques LMP3 2025 et dotée d'un arceau homologué ainsi que de protections latérales en Zylon. Équipée d'un crashbox avant, d'une direction assistée hydraulique et d'un système de freinage acier Brembo conçu pour



les courses de 24 heures, la dernière-née du bureau d'études et des ateliers de Ligier Automotive embarque, côté électronique, un ECU Motec, un ABS Bosch et un système de traction control. Couplé à une boîte Sadev, son moteur V6 3,5L Ecoboost Ford développe jusqu'à 650 chevaux et tout est enveloppé dans une nouvelle aérodynamique affûtée avec splitter, fond plat et diffuseur en carbone. « La Ligier JS2 RS incarne notre vision de la GT moderne : un concentré de technologie, de sécurité et de performance, mais toujours avec cet esprit racing qui anime Ligier depuis plus de 50 ans », poursuit Jacques Nicolet au sujet de cette GT à la silhouette musclée et agressive. Fidèle à cette volonté d'allier performance et accessibilité, la Ligier JS2 RS est proposée à partir de 255 000 € HT, un positionnement particulièrement compétitif dans sa catégorie.

Cette toute nouvelle GT signée Ligier est d'ores et déjà éligible dans différents championnats d'endurance, comme l'Ultimate Cup Series et les 24H Series alors que d'autres championnats seront annoncés sous peu.

Quelques mois après être devenue actionnaire majoritaire de Mygale (renommée depuis Ligier Advanced Technologies), lui permettant de renforcer sa position sur le segment de la monoplace, et en parallèle de son succès en sport-prototypes, Ligier Automotive poursuit avec la JS2 RS le développement de sa gamme de voitures GT. Et réaffirme ainsi avec force son statut d'acteur incontournable du sport automobile à l'échelle internationale.

Plus d'infos sur www.ligieraautomotive.com



A GT RANGE THAT IS MORE VIBRANT THAN EVER FOR LIGIER AUTOMOTIVE

— More than fifty years after the creation of the first JS2, Ligier Automotive is expanding its already well-established line of racing GTs with the Ligier JS2 RS, an even more refined and performance-oriented version of its racing car.

From the legendary Ligier JS2 of the 1970s to the Ligier JS2 R and the hydrogen-powered JS2 RH2, Ligier Automotive's line of GT racing cars has continued to evolve over time, while remaining true to the brand's DNA. A new chapter is opening with the Ligier JS2 RS. Equipped with a specific carbon fibre body and offering increased performance, it remains as easy to handle as ever, satisfying the demands of both professional and amateur drivers. *'With the Ligier JS2 RS, we wanted to take performance even further while retaining the features that made the JS2 R so successful: an affordable, reliable car that is fun to drive for all enthusiasts, especially gentleman drivers,'* says Jacques Nicolet, President of Ligier Automotive, an experienced gentleman driver himself, who has competed in the 24 Hours of Le Mans several times.

Without compromising on the fundamentals of the JS2 R, particularly in terms of safety and cost control, the JS2 RS reveals a more radical look, thanks in large part to its specific carbon fibre body, FIA EII SC homologated, meeting LMP3 2025 static tests and equipped with a homologated roll cage and Zylon side protection. Equipped with a front crash box, hydraulic power steering and a Brembo steel

braking system designed for 24-hour races, the latest addition to the Ligier Automotive design office and workshops features a Motec ECU, Bosch ABS and traction control system. Combined with a Sadev gearbox, its 3.5-litre Ford Ecoboost V6 engine boasts up to 650 horsepower, and everything is wrapped up in a new, refined aerodynamic package with a splitter, flat bottom and carbon diffuser. *'The Ligier JS2 RS embodies our vision of the modern GT: a concentration of technology, safety and performance, but always with the racing spirit that has driven Ligier for more than 50 years,'* continues Jacques Nicolet, referring to this GT with its muscular and aggressive silhouette. True to this desire to combine performance and affordability, the Ligier JS2 RS is available from €255,000 excluding VAT, making it particularly competitive in its category.

This brand new GT from Ligier is already eligible for various endurance championships, such as the Ultimate Cup Series and the 24H Series, with other championships to be announced shortly.

A few months after becoming the majority shareholder in Mygale (re-branded since Ligier Advanced Technologies), thereby reinforcing its position in the single-seater segment, and along with its success in sports prototypes, Ligier Automotive is continuing to develop its range of GT cars with the JS2 RS. It is thus strongly reaffirming its status as a key player in international motor racing.

More information at www.ligierautomotive.com

AMATO
DESIGN

PERSONNALISEZ SANS LIMITES

CASQUES

COMBINAISONS

VOITURES

KARTING

Personnalisation de casques pour pilotes et gentlemen driver.

Transformez l'ordinaire en extraordinaire avec des casques et accessoires personnalisés!

Chaque pilote est différent, son casque représente sa véritable identité, il est primordial pour nous qu'un casque raconte une histoire.

Depuis plus de quinze ans, notre passion nous fait apporter un soin tout particulier à l'élaboration de votre design et de sa mise en peinture.

Pour mieux vous accompagner dans votre projet, nous proposons, par le biais de notre boutique en ligne, ou bien directement par téléphone, les casques et accessoires des marques SCHUBERTH, STILO, ARAI et BELL.



-

06 0701 0751

-

amato-design.fr

-

contact@amato-design.fr

-



Ago ALBERGHINO

« UN MOMENT CLÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT DE HRX »

— **Connu notamment pour la qualité de ses combinaisons, HRX est l'un des fabricants de vêtements de course automobile qui connaît la croissance la plus rapide. Interview de son fondateur, le charismatique Ago Alberghino.**

Ago, pouvez-vous nous présenter votre entreprise HRX ?

J'ai décidé de créer HRX en 2012 après plus de trente ans d'expérience professionnelle dans ce secteur d'activité. L'ADN de la marque, c'est avant tout la passion de la course automobile. J'ai commencé à lire Autosprint (le principal périodique italien consacré au sport automobile NDLR) à douze ans et j'ai couru en compétition de mes vingt ans jusqu'à la création de la marque. Treize ans après, HRX compte une cinquantaine de salariés et nous sommes présents dans le monde entier. Malgré le fait que l'entreprise soit encore jeune, nous parvenons à jouer dans la même cour que de grandes marques créées dans les années 70. HRX arrive désormais à un tournant de son histoire. Nous sommes considérés comme l'un des meilleurs fabricants d'équipements sur mesure, mais il nous faut aussi entrer dans la dimension grand public et poursuivre notre développement technique en proposant de nouveaux produits.

Le paddock bruisse de rumeurs annonçant votre arrivée très prochaine sur le marché du casque, pouvez-vous nous le confirmer ?

Nous travaillons sur ce projet depuis plus de deux ans et notre casque destiné à la pratique du karting a déjà reçu son homologation. Celle du modèle destiné à la course automobile devrait intervenir d'ici la fin de l'année et notre produit arrivera sur le marché courant 2026. Nous opérerons dans ce secteur sous un nouveau nom puisque nous avons créé la marque « iGO ! », qui exprime

la notion de dynamisme et le fait « d'y aller » lorsqu'on tient une idée. C'est aussi une sorte de cadeau de mes collaborateurs puisqu'ils ont imaginé un nom très proche de mon surnom « Ago ». Nous croyons beaucoup à ce projet qui nous plait et qui est stratégique, car le casque est l'équipement le plus personnel, le plus intime pour le pilote et nous souhaitons nous positionner progressivement sur tous les segments de l'équipement du pilote. Nos premiers baquets sont également en cours d'homologation et notre objectif est d'aller toujours plus loin en matière de technologie et de sécurité en augmentant notre périmètre d'action et de compétences techniques.

Vous insistez sur le caractère « personnel » du casque...

Oui, notre client final : c'est le pilote. Et ses attentes se trouvent au centre de tout ce que nous entreprenons. Beaucoup de pilotes portent et apprécient nos combinaisons, mais nous souhaitons aller plus loin dans ce rapport direct que nous tissons avec eux en proposant de nouveaux types d'équipement, et ce pour les pilotes de haut niveau comme pour les pilotes amateurs, qui sont très importants à nos yeux.

HRX fait partie des fabricants les plus reconnus en matière de qualité, quels sont vos atouts principaux ?

Que ce soit les combinaisons, l'habillement ou les chaussures : l'intégralité de nos produits est 100 % made in Italy. C'est quelque chose de fondamental pour nous. Nos usines sont toutes dans la région de Turin, et nous nous appuyons sur un savoir-faire qui fait la synthèse de procédés artisanaux et industriels. Cette maîtrise de notre outil de production nous permet de faire preuve d'énormément de réactivité d'un point de vue commercial, surtout dans notre secteur d'activité du « sur mesure ». C'est aussi une véritable fierté et je suis très attaché à cette

notion de « Made in Italy » même si je pense qu'on pourra parler de « Made in Europe » dans les années à venir.

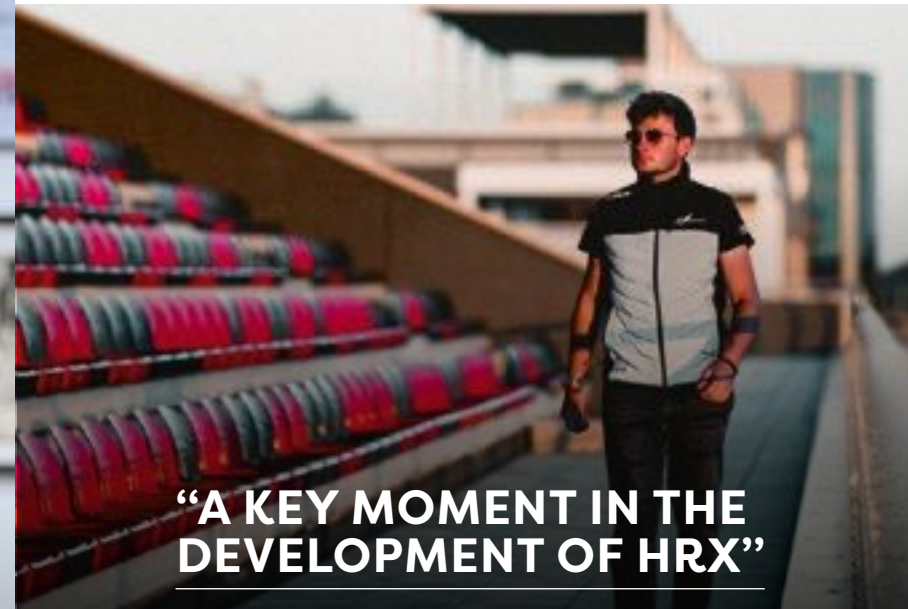
Votre réactivité tient également à la présence de vos équipes sur les circuits ?

Oui, c'est un autre point très important à nos yeux. Lors de la saison 2025, notre équipe a été présente sur l'intégralité de la saison d'ELMS et a couvert de nombreuses courses en FIA WEC, en GTWC Europe, en Ultimate Cup Series ou sur les championnats nationaux italiens. Aux 24 Heures du Mans, nous étions présents de la journée test jusqu'à la course. Cela nous permet d'être au plus proche des problématiques de nos clients et de leur apporter des solutions concrètes immédiatement. Cette proximité et la dimension humaine qu'elle implique sont également primordiales à nos yeux.

Quelles sont les autres perspectives de développement pour HRX ?

L'exigence technique et le niveau de recherche que nous avons développés dans le monde de la course automobile nous a permis de nous lancer il y a deux ans comme équipementier dans le monde du ski. Nous fabriquons notamment des blousons techniques personnalisés à destination des clubs, des combinaisons pour la compétition et différents équipements spécifiques. Le ski et la course automobile ont de nombreuses choses en commun, dont la notion de danger. Nous avons imaginé des produits novateurs comme des sous-vêtements anti-coupures qui permettent de se protéger des carres qui sont parfois très coupantes en compétition. Bien que nous ne soyons présents sur ce marché que depuis deux ans, nous bénéficions déjà d'une certification 5 étoiles (décernée par la Fédération Internationale de Ski) et c'est un univers que nous souhaitons continuer d'explorer.

Plus d'infos sur hrxtech.eu



“A KEY MOMENT IN THE DEVELOPMENT OF HRX”



— Particularly well-known for the quality of its suits, HRX is one of the fastest-growing manufacturers of motor racing clothing. We recently interviewed its founder, the charismatic Ago Alberghino.

Ago, can you tell us about your company, HRX?

I decided to create HRX in 2012 after more than thirty years of professional experience in this sector. The brand's DNA is, above all, made up of a passion for motor racing. I started reading Autosprint (Italy's leading motorsport magazine, editor's note) at the age of twelve and competed in races from the age of twenty until I created the brand. Thirteen years later, HRX has around fifty employees all over the world. Even though the company is still young, we are successfully competing with major brands created in the 1970s. HRX is now at a turning point in its history. We are considered one of the best manufacturers of custom-made equipment, but we also need to break into the consumer market and continue our technical development by offering new products.

There are rumours in the paddock that you will soon be entering the helmet market. Can you confirm this?

We have been working on this project for over two years now, and our karting helmet has already been approved. The model designed for car racing should be approved by the end of the year, and our product will be on the market in 2026. We will be operating in this sector under a new name, as we have created the “iGO!” brand, which expresses the notion of dynamism and “going for it”

when you have an idea. It's also a kind of gift from my colleagues, as they came up with a name that sounds a lot like my nickname, “Ago.” We really believe in this project, which is strategic and a source of passion, because the helmet is the most personal, most intimate piece of equipment for the rider, and we want to gradually position ourselves in all segments of rider equipment. Our first bucket seats are also in the process of being certified, and our goal is to go even further in terms of technology and safety by increasing our scope of action and technical expertise.

You emphasize the “personal” nature of the helmet...

Yes, our end customer is the driver. And their expectations are at the heart of everything we do. Many riders wear and appreciate our suits, but we want to take the direct relationship we have with them even further by offering new types of equipment for both top-level riders and amateur riders, who are very important to us.

HRX is one of the most widely recognized manufacturers in terms of quality. What are your main strengths?

Whether it's suits, clothing, or shoes, all our products are 100% made in Italy. This is fundamental to us. Our factories are all located in the Turin area, and we rely on expertise that combines traditional and industrial processes. This mastery of our production tools allows us to be extremely responsive from a commercial standpoint, especially in our “made-to-measure” sector. It's also a source of real pride, and I'm very attached to this notion of “Made in Italy,” even though

I think we'll be able to talk about “Made in Europe” in the years to come.

Is your responsiveness also due to the presence of your teams on the circuits?

Yes, that's another very important point for us. During the 2025 season, our team was present for the entire ELMS season and covered numerous races in the FIA WEC, GTWC Europe, Ultimate Cup Series, and Italian national championships. At the 24 Hours of Le Mans, we were present from the test day right through to the race. This allows us to be as close as possible to our customers' issues and to provide them with concrete solutions immediately. This proximity and the human dimension it implies are also essential to us.

What are the other development prospects for HRX?

The technical requirements and level of research we have developed in the world of motor racing have enabled us to begin manufacturing skiing equipment. More specifically, we started manufacturing customized technical jackets for clubs, competition suits, and various specific equipment two years ago. Skiing and motor racing have many things in common, including the notion of danger. We have designed innovative products such as cut-resistant underwear that protects against ski edges, which can sometimes be very sharp in competition. Although we only joined the market two years ago, we already have a 5-star certification (awarded by the International Ski Federation) and this is an area we want to continue exploring.

More information at hrstech.eu

LAPLAND ICE DRIVING UNE EXPÉRIENCE UNIQUE



— Au croisement de l'adrénaline et de la précision, avec un niveau d'accueil exclusif, Lapland Ice Driving est le plus grand centre de conduite au monde, une destination à nulle autre pareille. Situé dans la nature sauvage et préservée de la Laponie suédoise, à seulement 100 kilomètres au sud du cercle polaire arctique, ce site unique transforme les étonnantes gelées d'un lac de 1 200 hectares en un terrain de jeu ultime pour les sports mécaniques.

Photos : Felix Macias Morales

Loin d'être « simplement » une expérience de conduite sur glace, Lapland Ice Driving est une plateforme clés en main conçue pour l'activation de marques, l'engagement stratégique des clients et la performance commerciale. Elle combine le frisson viscéral de la conduite haute performance avec le raffinement sophistiqué d'une retraite d'affaires haut de gamme. Ce qui distingue Lapland Ice Driving, ce n'est pas seulement le cadre arctique à couper le souffle, mais aussi l'ampleur et l'ambition du projet. Sur la surface gelée du lac Udjaur, son équipe recrée treize circuits, dont cinq répliques grandeur nature de circuits emblématiques de Formule 1 : Silverstone, Nürburgring, Yas Marina, Paul Ricard et Sepang.

Pas de barrières, pas de murs, pas d'arbres, pas de risques de dommages : la surface gelée, recouverte de neige fraîche, garantit une sécurité maximale tout en permettant aux pilotes de repousser leurs limites. Avec des vitesses pouvant atteindre 200 km/h sur la glace, les participants vivent le frisson du sport automobile dans des conditions qui défient toutes les attentes, tout en restant parfaitement maîtrisées.

DE LA PASSION AU PROFESSIONNALISME

Chaque invité bénéficie d'un coaching personnalisé, dispensé par des professionnels chevronnés ayant participé à des championnats de haut-niveau, notamment le WRC et les courses d'endurance. La méthodologie, perfectionnée depuis 2006, est structurée mais adaptable, ce qui permet aux novices comme aux pilotes expérimentés de progresser rapidement et en toute confiance. La flotte de plus de 30 supercars, spécialement préparées pour les conditions arctiques, comprend les marques les plus prestigieuses du secteur : Porsche, Ferrari, Lamborghini, Alpine et BMW, entre autres. Cette diversité permet à Lapland Ice Driving de créer des programmes de conduite sur mesure, adaptés aux objectifs personnels de ses clients.

UNE HOSPITALITÉ HAUT DE GAMME

La qualité de l'hospitalité est à la hauteur de l'expérience de conduite, conçue pour répondre aux attentes d'une clientèle

internationale exigeante. Les clients sont hébergés dans un hôtel quatre étoiles moderne, à seulement dix minutes des pistes. Un service de conciergerie dédié est disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, afin de garantir que chaque détail, des demandes alimentaires spéciales aux changements d'itinéraire de dernière minute, soit traité avec discrétion et efficacité. Des véhicules de courtoisie haut de gamme sont fournis pour les transferts locaux, tandis que des navettes privées ou des transferts en hélicoptère relient directement les clients à l'aéroport le plus proche. Les soirées sont consacrées à d'élégantes occasions de réseautage et à des débriefings informels, avec des cocktails privés, des dîners gastronomiques et des salons au coin du feu favorisant de véritables relations humaines. Au-delà de la conduite, les clients peuvent explorer la culture authentique de la Laponie à travers des aventures en motoneige, des excursions en traîneau à chiens ou des safaris en renne, créant ainsi des souvenirs complets qui allient adrénaline et découverte. Chaque instant est immortalisé par des photographes professionnels, vous garantissant ainsi de rentrer chez vous avec bien plus que des souvenirs.

Fondée par Eric Gallardo, Lapland Ice Driving s'est forgé une solide réputation depuis plus de deux décennies, accueillant des centaines de participants internationaux, dont des athlètes professionnels de renom et des pilotes de sport automobile de classe mondiale.

La sécurité est au cœur de tout ce que l'entreprise met en place. L'absence de barrières physiques, combinée à un encadrement professionnel et à des véhicules rigoureusement entretenus, crée un environnement où les risques sont minimisés et le plaisir maximisé.

Lapland Ice Driving est bien plus que le simple plaisir du pilotage sur glace. C'est une plateforme inégalée pour inspirer, connecter et engager. Pour les chefs d'entreprise qui souhaitent aller au-delà de l'hospitalité conventionnelle, elle offre un mélange convaincant d'exclusivité, de performance et d'aventure, le tout dans le cadre époustouflant de la Laponie suédoise.

Plus d'infos sur www.lapland-ice-driving.com





LAPLAND ICE DRIVING, LIKE NOWHERE ELSE



— At the crossroads of adrenaline, precision, and exclusive hospitality lies Lapland Ice Driving — the world’s largest driving centre, a destination like no other. Located in the pristine wilderness of Swedish Lapland, just 60 miles south of the Arctic Circle, this unique venue transforms the frozen expanse of a 3,000-acre lake into the ultimate motorsport playground.

Far from being “just” an ice driving experience, Lapland Ice Driving is a turnkey platform designed for brand activations, strategic client engagement and business performance. It combines the visceral thrill of high-performance driving with the polished sophistication of a premium business retreat.

A DRIVING EXPERIENCE ON A GLOBAL SCALE

What sets Lapland Ice Driving apart is not simply the breathtaking Arctic setting, but the scale and ambition of the project. On the frozen surface of Lake Urdjaur, its team recreates thirteen racetracks, including five full-scale replicas of iconic Formula 1 circuits: Silverstone, Nürburgring, Yas Marina, Paul Ricard, and Sepang. No barriers, no walls, no trees, no risks of damage: the frozen surface, lined by fresh snow, ensures maximum safety while allowing drivers to push their limits. With speeds reaching up to 200 km/h on ice, participants experience the thrill of motorsport in conditions that defy expectations, yet remain fully controlled.

FROM PASSION TO PROFESSIONALISM

Every guest benefits from personalized coaching, delivered by seasoned professionals with backgrounds in top-tier championships — including WRC and endurance racing. The methodology, polished since 2006, is structured yet adaptable, ensuring that both complete novices and experienced drivers progress rapidly and confidently. Our fleet of over 30 supercars — prepared specifically for Arctic conditions — includes the most prestigious marques in the industry: Porsche, Ferrari, Lamborghini, Alpine, and BMW among them. This diversity enables us to create bespoke driving programs aligned with your personal objectives.

HOSPITALITY AT THE HIGHEST STANDARD

The quality of driving is matched by exceptional hospitality, designed to meet the expectations of a high-end international clientele. Guests are accommodated in a modern four-star hotel, just ten minutes from the tracks. Dedicated concierge service is available 24/7, ensuring every detail — from special dietary requests to last-minute itinerary changes — is handled with discretion and efficiency.

Premium courtesy vehicles are provided for local transfers, while private shuttles or helicopter transfers connect guests directly from the nearest airport. Evenings are dedicated to elegant networking opportunities and casual debriefings, with private cocktail receptions, gourmet dining, and fireside lounges fostering genuine human connection. Beyond driving, guests may explore the authentic culture of Lapland through snowmobile adventures, dog-sledding excursions, or reindeer safaris, creating well-rounded memories that blend adrenaline with discovery. Every moment is documented by professional photographers ensuring you return home with more than memories.

Lapland Ice Driving, founded by Eric Gallardo, has earned its reputation over more than two decades, welcoming hundreds of international participants, including prominent professional athletes and world-class motorsport drivers.

Safety is at the core of everything we do. The absence of physical barriers, combined with professional coaching and rigorously maintained vehicles, creates an environment where risk is minimized and enjoyment is maximized.

CONCLUSION: LIKE NOWHERE ELSE

Lapland Ice Driving is more than the thrill of speed on ice. It is an unparalleled platform to inspire, connect and engage. For corporate leaders looking to go beyond conventional hospitality, it offers a compelling blend of exclusivity, performance and adventure — wrapped in the breathtaking beauty of the Arctic. By choosing Lapland Ice Driving, you are delivering a story, your clients, partners, and teams will carry with them long after the ice has melted.

More infos on www.lapland-ice-driving.com

DE NOUVEAUX MARCHÉS POUR TECPRO BARRIERS

— **Référence en matière de sécurité, les barrières Tecpro se distinguent également en permettant de limiter les dégâts occasionnés aux voitures en cas de sortie de piste. Un atout qui permet à la société française de poursuivre son développement, notamment sur un nouveau marché très porteur : celui des circuits privés.**

Malgré le franc soleil printanier qui brille sur les Ardennes belges ce 10 mai 2025, l'horizon de l'équipage de la McLaren n° 59 du team United Autosports s'assombrit d'un coup lorsque son pilote français Sébastien Baud est projeté hors de la piste par un contact avec l'Aston Martin d'Eduardo Barichello. Encastrée dans les barrières Tecpro à l'extérieur du virage du karting, la LMGT3 de l'équipe britannique semble promise à l'abandon. C'est sans compter sur l'abnégation et le sang-froid du pilote haut-savoyard qui enclenche la marche arrière, parvient à traverser le bac à graviers à reculons et rejoint la piste avec une voiture quasiment intacte. « La sécurité des pilotes est évidemment notre priorité absolue, mais on s'aperçoit également que les dégâts causés sur les voitures sont aussi bien moindres lorsqu'un crash a lieu avec des barrières Tecpro plutôt qu'avec un mur de pneus », explique Rafael Galiana, pas surpris par cette anecdote qui en dit long sur le niveau de sécurité et performance des produits de la société implantée à Aubagne. « Je me souviens également d'une sortie d'Olivier Pla à Sao Paolo en FIA WEC au même endroit que Gabriel Bortoleto lors du Grand Prix de Formule 1 de cette année. Olivier Pla, lui, avait eu la chance de trouver des Tecpro sur sa route et avait pu rentrer au stand alors que la monoplace du pilote brésilien a été presque totalement détruite », raconte encore le dirigeant pour illustrer l'efficacité de ces ingénieux blocs en polyéthylène, un atout crucial à l'heure où la valeur des voitures de course est en constante augmentation et où la gestion de la casse prend une part toujours plus importante dans l'équation économique du monde de la compétition clients.

Si tous les virages de la saison de Formule 1 ne sont pas encore équipés de barrières Tecpro, une grande partie des circuits de la catégorie reine ont adopté les protections de l'entreprise française. « Las Vegas, c'est 1 500 barrières Tecpro », confie Rafael Galiana à titre d'exemple. « Nous sommes déjà en discussion avec les futurs circuits de Madrid et de Qiddya qui sont en cours de conception », poursuit le dirigeant d'entreprise, ancien pilote de karting et véritable passionné qui apporte son soutien à de nombreux jeunes pilotes en devenir. Si Tecpro Barriers reste à la pointe de l'équipement des circuits au plus haut niveau de la compétition internationale en sport automobile comme en karting, l'équipement et la sécurisation de circuits privés constituent désormais une part importante de son activité et de son chiffre d'affaires. « Nous intervenons dès la conception du circuit et notre rôle comprend également une véritable mission de conseil », détaille Rafael Galiana, dont les équipes ont notamment œuvré à la réalisation du sublime circuit japonais de Magarigawa et devraient s'attaquer au chantier d'un troisième circuit privé aux États-Unis. « C'est un marché très porteur aux USA, il existe actuellement une vingtaine de projets de circuits privés aux États-Unis et nous sommes en discussion avec la majorité d'entre eux », continue l'entrepreneur français, qui se rendra au PRI Show (le salon américain de l'industrie de la course automobile NDLR) à Indianapolis au mois de décembre.

De Macao aux circuits privés japonais ou américains en passant par les 21 sur 24 Grands Prix de Formule 1 « 100% Tecpro », les équipes de l'entreprise fondée par Rafael Galiana sont sur tous les fronts aux quatre coins du monde et les perspectives de développement se révèlent des plus prometteuses, d'autant que l'entreprise équipe aussi les pistes de karting de compétition FIA-CIK et les pistes de location avec plus de 600 structures équipées à travers le monde.

Plus d'infos sur tecprobarriers.com

Photos : D.R. / Foto Studio Colombo



NEW MARKETS FOR TECPRO BARRIERS

— A benchmark when it comes to safety, Tecpro Barriers also stand out by limiting damage to cars in the event of a crash. This advantage has enabled the French company to continue its development, particularly in a promising new market: private circuits.

Despite the bright spring sunshine shining on the Belgian Ardennes on 10 May 2025, the horizon suddenly darkened for the crew of the United Autosports McLaren No. 59 when its French driver Sébastien Baud was thrown off the track after contact with Eduardo Barichello's Aston Martin. Embedded in the Tecpro barriers on the outside of the karting corner, the British team's LMGT3 seemed destined to retire. But thanks to the selflessness and composure of the driver from Haute-Savoie, who put the car in reverse, he managed to back out of the gravel trap and rejoined the track with a virtually undamaged car. 'Driver safety is obviously our top priority, but we also see that the damage to the cars is much less severe when a crash occurs with Tecpro barriers than with a tyre wall,' explains Rafael Galiana, who is not surprised by this anecdote, which speaks volumes about the safety and performance of the products manufactured by the

Aubagne-based company. 'I also remember Olivier Pla crashing out in Sao Paolo in the FIA WEC in the same spot as Gabriel Bortoleto during this year's Formula 1 Grand Prix. Olivier Pla was lucky enough to crash into Tecpro barriers and was able to return to the pits, while the Brazilian driver's car was almost completely destroyed,' says the executive, illustrating the effectiveness of these ingenious polyethylene blocks, a crucial asset at a time when the value of racing cars is constantly increasing and damage management is becoming an ever-growing part of the economic equation in the world of customer competition.

While not all corners of the Formula 1 season are equipped with Tecpro barriers yet, most of the circuits in the premier class have adopted the French company's protective measures. 'Las Vegas has 1,500 Tecpro barriers,' says Rafael Galiana by way of example. 'We are already in talks with the future circuits in Madrid and Qiddya, which are currently being designed,' continues the company director, a former karting driver and true enthusiast who supports many young drivers in the making. While Tecpro Barriers remains at the forefront of circuit equipment at the highest level of international competition in motor racing and karting, the equipment and safety of

private circuits now make up a significant part of its business and turnover. 'We are involved from the design stage of the circuit and our role also includes a genuine advisory mission,' explains Rafael Galiana, whose teams have worked on the construction of the sublime Magarigawa circuit in Japan and are set to tackle the construction of a third private circuit in the United States. 'It's a very promising market in the US. There are currently around 20 private circuit projects in the United States, and we are in talks with most of them,' continues the French entrepreneur, who will be attending the PRI Show (the American motor racing industry trade show, editor's note) in Indianapolis in early December.

From Macau to private circuits in Japan and the United States, not to mention the 21 out of 24 Formula 1 Grand Prix races that are '100% Tecpro', the teams at the company founded by Rafael Galiana are active on all fronts around the world, and the prospects for development are very promising, especially since the company also equips FIA-CIK competition karting tracks and rental tracks, with over 600 facilities equipped worldwide.

More information at tecprobarriers.com



Mathieu
STEIN



Q8Oils « LE SPORT AUTOMOBILE PERMET DE COMMUNIQUER SUR LA PERFORMANCE ET L'INNOVATION »

Photos : JEP - Arthur Chopin

— **Sponsor de Sébastien Baud engagé cette saison en FIA WEC sur la McLaren 720S GT3 n° 59 du team United Autosports, la marque Q8Oils a trouvé dans la course automobile un vecteur de communication pertinent. Mathieu Stein, Business Development Manager MWF du groupe koweïti, nous explique les enjeux de ce partenariat.**

Mathieu, le sport automobile est un environnement de prise de parole naturel pour Q8Oils ?

Il y a évidemment un lien logique entre le secteur des lubrifiants et celui de l'automotive, mais pour Q8Oils, ce n'est qu'une partie de notre activité. Les lubrifiants destinés à l'industrie, à la métallurgie et au secteur de l'énergie constituent une part importante de notre chiffre d'affaires. La course automobile permet de communiquer sur la performance, la fiabilité et l'innovation. Ce sont des valeurs que nous partageons et appliquons au quotidien.

Vous accompagnez Sébastien Baud dans sa progression en sport automobile, c'est une plateforme marketing qui vous permet d'accroître la notoriété de la marque ?

Depuis ses débuts au plus haut niveau du sport automobile en 2021, Sébastien est notre ambassadeur. Être visible sur la voiture est essentiel pour notre image et contribue à faire connaître notre marque. Elle nous permet également d'occuper une place dans une discipline où nos concurrents pétroliers sont historiquement présents. Les réseaux sociaux offrent de nombreuses opportunités pour développer son réseau de relations, ce qui représente un atout majeur pour nous ! Beaucoup de nos partenaires soutiennent des pilotes et des équipes de course au niveau local. Nous nous concentrons sur la dimension mondiale, car nos objectifs de croissance s'étendent à des pays du monde entier. Le fait que Sébastien soit engagé en FIA WEC, avec TF Sport puis United Autosports depuis



deux ans, nous a permis de communiquer sur l'international grâce à notre présence dans plus de 90 pays et sur tous les continents. Le Championnat du Monde nous apporte une notion de prestige et la dimension internationale nous offre un réel plus pour notre marque.

Au-delà de la visibilité, c'est un partenariat intéressant également en termes de networking ?

Notre volonté est de faire de ces courses un véritable lieu de rencontre entre nos équipes et nos clients. Cette année, nous avons mené plusieurs opérations marketing lors des épreuves de São Paulo et de Bahreïn, qui ont généré des retours très positifs. Par ailleurs, l'environnement propre à la course — alliant performance réelle, technologies de pointe et endurance —, combiné à une atmosphère familiale chaleureuse et accueillante, offre un cadre idéal pour recevoir nos clients et prospects. Il permet d'approfondir des relations existantes tout en créant de nouvelles opportunités. La dimension B2B occupe une place importante dans notre démarche et continuera de se développer à l'avenir.

Quels pourraient être les futurs projets de Q8Oils en matière de marketing et de communication autour de la course automobile ?

Nous sommes à l'écoute de toutes nouvelles idées et suggestions. Le côté humain était à l'origine du partenariat avec Sébastien, nous avons aussi accompagné son père Lionel dans ses courses au Dakar. Ce partenariat a évolué ensemble et a permis de le rendre encore plus fort. L'hospitalité et l'accueil des invités sur les courses sont essentiels pour promouvoir la marque Q8Oils. Pourquoi ne pas reproduire la même dynamique sur les salons professionnels où nous sommes très présents et ainsi faire découvrir aux gens l'univers de la course automobile.

Plus d'infos sur q8oils.com



‘MOTORSPORT IS A GREAT WAY TO COMMUNICATE ABOUT PERFORMANCE AND INNOVATION

— As a sponsor of Sébastien Baud, who is competing in this season's FIA WEC in the United Autosports team's McLaren 720S GT3 No. 59, the Q8Oils brand has found motor racing to be an effective communication channel. Mathieu Stein, MWF Business Development Manager for the Kuwaiti group, explains the challenges of this partnership.

Mathieu, is motor racing a natural environment for Q8Oils to make its voice heard?

There is obviously a logical link between the lubricants sector and the automotive sector, but for Q8Oils, this is only part of our business. Lubricants for industry, metallurgy and the energy sector account for a significant portion of our turnover. Motor racing allows us to communicate about performance, reliability and innovation. These are values that we share and apply on a daily basis.

You are supporting Sébastien Baud in his progress in motor racing. Is this a marketing platform that allows you to increase brand awareness?

Since his debut at the highest level of motor racing in 2021, Sébastien has been our ambassador. Having our logo on the car is essential for our image and helps to raise awareness of our brand. It also allows us to occupy a place in a discipline where our oil competitors have historically been present. Social media offers many opportunities to develop our network of relationships, which is a major asset for us! Many of our partners support drivers and racing teams on a local level. We focus on the global dimension, as our growth objectives extend to countries around the world. The fact that Sébastien has been competing in the FIA WEC with TF Sport and then United

Autosports for the past two years has enabled us to communicate internationally thanks to our presence in more than 90 countries and on every continent. The World Championship brings us prestige and the international dimension offers a real bonus for our brand.

Beyond visibility, is it also an interesting partnership in terms of networking?

Our aim is to make these races a real meeting place for our teams and our customers. This year, we carried out several marketing operations during the São Paulo and Bahrain events, with very positive feedback. In addition, the unique environment of racing – combining real performance, cutting-edge technology and endurance – combined with a warm and welcoming family atmosphere, provides an ideal setting for hosting our customers and prospects. It allows us to deepen existing relationships while creating new opportunities. The B2B dimension plays a key role in our approach and will continue to develop in the future.

What could Q8Oils' future projects look like in terms of marketing and communication around motor racing?

We are open to all new ideas and suggestions. The human aspect was at the origin of the partnership with Sébastien, and we also supported his father Lionel in his Dakar races. This partnership has evolved with us and has become even stronger over the years. Hospitality and welcoming guests to races are essential for promoting the Q8Oils brand. Why not replicate the same dynamic at trade shows, where we have a strong presence, and introduce people to the world of motor racing.

More information at q8oils.com





ARTHUR CHOPIN « DEVENIR CRÉATEUR DE CONTENU AUTANT QUE PHOTOGRAPHE »

— Signature remarquée de la nouvelle génération des photographes de course automobile, Arthur Chopin arpente notamment les paddocks d'European Le Mans Series. Nous avons pu échanger avec lui sur les évolutions de ce métier incontournable dans l'industrie du motorsport.

Photos : Arthur Chopin

Arthur, comment devient-on photographe spécialisé dans le sport automobile ? On imagine que c'est avant tout une histoire de passion...

C'est effectivement une histoire de passion, il n'y a pas de chemin tout tracé ou d'école spécifique. De mon côté, je roulais en karting quand j'étais jeune et j'ai découvert la photographie un peu par hasard. J'ai vite compris que cela pouvait être un bon moyen pour pouvoir continuer à rester le plus possible près des pistes. Beaucoup de photographes de sport automobile ont des parcours assez insolites et peu arrivent d'écoles de photographie. Il n'y a pas de bonne manière de faire sa place dans le milieu, il faut évidemment être passionné et cela se fait notamment au gré des rencontres et des hasards de la vie.

Comment l'arrivée des réseaux sociaux a changé le travail des photographes dans notre industrie du motorsport ?

Je ne peux vraiment parler d'un avant et d'un après, car je fais partie de la génération réseaux sociaux et je suis arrivé dans ce métier en même temps qu'eux. Cependant, j'ai vraiment vu les choses évoluer au cours des dernières années. Quand j'ai commencé, le besoin en rendus n'était pas aussi instantané. L'omniprésence d'Instagram et l'émergence des stories nous obligent désormais à être en capacité d'alimenter nos clients en permanence. Dans le cas d'un photographe comme moi, qui travaille essentiellement pour des teams ou des pilotes, on peut estimer que 95 % de nos photos seront utilisées sur les réseaux sociaux, Instagram en tête. Cela a changé notre manière de shooter, de cadrer et de composer les images. Le format portrait s'est ainsi imposé comme la demande majeure au détriment du format paysage et cela a également accru la demande autour de la vidéo, notamment sur des formats très courts.



Les réseaux sociaux offrent une abondance d'images incroyable, cela vous pousse à ajouter une dimension éditoriale à votre travail afin de permettre à vos clients de se démarquer ?

Les réseaux sociaux dégagent des tendances cycliques et on peut rapidement tomber dans l'écueil de les suivre sans vraiment amener des propositions distinctes. De mon côté, je cherche à imprimer ma patte, à cultiver un style qui m'est propre. Il faut pouvoir être force de proposition, imaginer des choses nouvelles et saisir les opportunités de faire des choses différentes qui peuvent parfois se présenter de manière inattendue. Je vais bientôt décoller pour la Malaisie et le premier week-end d'Asian Le Mans Series, mais je pense déjà aux shootings de présaison pour l'ELMS... Cette dimension éditoriale que vous évoquez influe également sur la stratégie commerciale d'un photographe. C'est pour cela que je travaille en règle générale avec un nombre très limité de pilotes ou d'équipes, voire en exclusivité et quitte à augmenter les tarifs. Produire des vidéos de qualité, proposer un travail colorimétrique propre à un client, faire des choses sur-mesure : cela demande du temps et de l'investissement.

Se cantonner au strict domaine de la photographie est-il viable aujourd'hui ou faut-il se diversifier afin de pouvoir disposer d'un business model pérenne ?

Il y a toujours un espace pour les meilleurs photographes afin de ne faire que de la photographie. Mais on voit que notre métier évolue progressivement vers l'exigence de pouvoir être un créateur de contenus au sens large. De mon côté, il m'arrive également de faire du graphisme et c'est une chose que je peux proposer à mes clients. Il faut cependant faire attention : cumuler photographe, vidéaste, community manager et graphiste, cela peut parfois se faire au détriment de la qualité. Ce sont des spécialités qui demandent des compétences propres même si l'on voit que l'intelligence artificielle arrive à grands pas et qu'elle peut booster l'utilisation de nos logiciels et nous permettre de gagner du temps.

Plus d'infos sur www.arthur-chopin.com — [@arthurchopin](#)



‘BECOMING A CONTENT CREATOR AS WELL AS A PHOTOGRAPHER’

— A notable figure among the new generation of motorsport photographers, Arthur Chopin can often be found in the paddocks of the European Le Mans Series. We had the opportunity to talk to him about the evolution a profession which is an integral part of the motorsport industry.

Arthur, how does one become a photographer specialising in motorsport? We imagine it's mostly a question of passion...

It is indeed a question of passion; there is no set path or specific school. Personally, I used to love go-karting when I was young, and I discovered photography quite by chance. I quickly realised that it could be a good way to stay as close to the tracks as possible. Many motorsport photographers have quite unusual backgrounds and few come from photography schools. There's no right way to make your mark in the industry, you obviously have to be passionate about it, and it happens through meetings and chance encounters in life.

How has the advent of social media changed the work of photographers in our motorsport industry?

I can't really talk about a before and after, because I'm from the social media generation and I entered this profession at the same time as social media. However, I have really seen things change over the last few years. When I started out, the need for instant results wasn't as pressing. The ubiquity of Instagram and the emergence of stories now require us to be able to feed our clients constantly. In the case of a photographer like me, who works mainly for teams or drivers, we can estimate that 95% of our photos will be used on social media, with Instagram leading the way. This has changed the way we shoot, frame and compose images. The portrait format has thus become the most popular format, to the detriment of the landscape format, and the demand for video, particularly in very short formats, has skyrocketed.

Social media offers an incredible abundance of images. Does this push you to add an editorial dimension to your work in order to help your clients stand out?

Social media has cyclical trends, and it's easy to fall into the trap of following them without really offering anything distinctive. Personally, I try to make my mark and cultivate my own style. You have to be proactive, come up with new ideas and seize opportunities to do different things that can sometimes arise unexpectedly. I'm about to fly to Malaysia for the first weekend of the Asian Le Mans Series, but I'm already thinking about the pre-season shoots for the ELMS... This editorial dimension you mention also influences a photographer's commercial strategy. That's why I generally work with a very limited number of drivers or teams, sometimes even exclusively, even if it means increasing my rates. Producing high-quality videos, offering colour grading tailored to a client's needs, doing bespoke work: it all takes time and investment.

Is a photography-only approach still viable, or is diversification now essential for long-term sustainability?

There will always be a place for the best photographers who focus solely on photography. But our profession is gradually evolving towards the need to be a content creator in the broadest sense. As for myself, also do some graphic design, which is something I can offer my clients. However, we must be careful: combining the roles of photographer, videographer, community manager and graphic designer can sometimes be detrimental to quality. These are specialities that require specific skills, even though it is clear to see that artificial intelligence is advancing rapidly and can boost the use of our software and save us time.

More information at www.arthur-chopin.com —  [arthurchopin](https://www.instagram.com/arthurchopin)



SIMULATEUR AUTOMOBILE SUR-MESURE
NOUS CONCEVONS, VOUS PILOTEZ.

“LE SIMULATEUR CHOISI ET UTILISÉ PAR
LE PILOTE DE FORMULE 1 ESTEBAN OCON”



WWW.LPSIMU.FR

Shopping



Polo RD Limited
BENSON & CHERRY
www.bensonandcherry.com



Écharpe repliable rembourrée de duvet
MONCLER
www.moncler.com



Eau de parfum Beso en Cayo
CRUEL PANCAKE
www.cruelpancake.com



Boite théorème hippique grand modèle
HERMÈS
www.hermes.com



Savon mains et corps Fico di Amalfi
ACQUA DI PARMA
www.acquadiiparma.com



Bottes Aspen
LORO PIANA
www.loropiana.com



Vélo de route S-Works Tarmac SL8
SPECIALIZED
www.specialized.com



Skis de piste Tout es permis
LA FABRIQUE DU SKI
www.lafabriqueduski.com



Livre Supercars de Serge Bellu
EDITIONS GLENAT
www.glenat.com



Masque de ski Silver & White Goggles
CASABLANCA PARIS
www.casablancaparis.com



Valise cabine Happy Holidays
MONTBLANC
www.montblanc.com



Bracelet sur cordon Le Pavé Moyen
DINH VAN
www.dinhvan.com



Sneaker B27 uptwon basse
DIOR
www.dior.com

Shopping



Bonnet d'aviateur en teddy
MONCLER
www.moncler.com



Porte-clés Pompon
JACQUEMUS
www.jacquemus.com



Table basse Tabletrack
CHAT NOIR
www.chatnoir.design



Sac BW x 24H Le Mans Weekender
BENNETT WINCH
www.bennetwinch.com



Original Double Check Literie Collection – Couette + Housses
HASTENS
www.hastens.com



Sac à dos Fastline
LOUIS VUITTON
www.louisvuitton.com



Bougie parfumée I Love Ski
BAOBAB COLLECTION
www.baobabcollection.com



4MOVE ON ICE

Un centre de pilotage **unique** en Laponie Suédoise
28 voitures de Sport et de Rallye - 18 combinaisons de circuits
Stages, Coaching en français, Privatisation - NOUVEAUTE : Challenge Endurance

SAISON 12

911 GT3 & Classic, 718 GT4 & GT4RS, Escort RS Mk1, M2, M3, Alpine, Mustang V8, 370Z...

4WD: GR Yaris x2, Subaru x2, Mitsubishi Evo x2

A PARTIR DE 3500€ TTC vols inclus

RÉSERVATIONS

Du **10 janvier au 22 mars 2026**

Vols Directs

+33 2 23 61 26 41

www.4move.fr

booking@4move.fr



4movexperience



4move



4move consulting

AMALGAM COLLECTION OF BRISTOL ENGLAND

When it comes to fine motorsport models, Amalgam Collection means business.



Since making their first Formula 1 models for the Jordan and Williams F1 teams in the mid-nineties, Amalgam Collection has taken the art of modelling extreme race and road cars to extraordinary levels of perfection and authenticity.

Driven by a passion for precision and the evolving need to meet the levels of excellence demanded by client organisations dedicated to high engineering and design principles, the team of artisans and engineers at Amalgam have continued to develop techniques and processes setting new standards of accuracy and detail year after year.



Quality and Brand Positioning

Now serving partners and significant customers across motorsport globally, including Ferrari, McLaren, Penske and Formula E, Amalgam's deep knowledge, and their total commitment to quality of service, have gained them unique respect and positioning from the most important leaders in motorsport. From drivers, to race teams, sponsors and designers, Amalgam stands alone, and is the only choice that makes sense in such a rarified context. For leading luxury sports car brands with programmes for gifting models to their top tier customers, Amalgam is the model that owners now expect, and even demand.

Amalgam's core product is their highly detailed race specific 1:8 scale model, impeccably presented on a clean minimal carbon composite base plate. So accurate and refined are these models that they can easily be confused with the real car in high resolution photographs. For sponsorship activation they are the most effective possible way to bring the race partner into an intimate space such as a watch boutique or a fashion brand launch.



Formula 1

Amalgam's long collaboration with Ferrari exemplifies what is possible. Models at 1:8 and 1:5 are utilised in numerous ways by Ferrari themselves for internal display and gifting. Sponsors and partners use them at events and in boutiques to activate their partnership with the Scuderia. Amalgam's models at big and small scales are sold through Ferrari Stores and under license through select channels. The synergies are numerous and the impact of models of this super high quality as an activation catalyst is immense. Amalgam works with many other F1 Teams supplying models for display and beautifully presented miniature sculptures of the team's car for gifting in the Paddock Club.



Models for Gifting



One-Make Race Series Team Livery Service

Once a 1:8 scale model has been developed Amalgam can produce to order, batches or even singles of a race car in a specific Team livery. Amalgam Collection's models of the Dallara INDYCAR in three Penske liveries are on display in the newly re-invigorated Indianapolis Motor Speedway Museum, representing the three Penske cars at the head of the 2024 Indy 500 starting grid.

INDYCAR and FE are just two of the one-make series that Amalgam serves, alongside all of the past and current Ferrari GT race categories since 2005. Models at 1:8 can be ordered by teams, owners and sponsors, tailor-made with the precise livery and race setup. The potent presence of the real car in fine detail at large scale, including every tiny aspect of the race liver, is as near as it is possible to get to having the real car present.



Miniature Sculptures for Gifting

For gifting to VIP Hospitality guests and to bigger groups of customers or stake holders, Amalgam has created a solution that conveys luxury, elegance and high value in a compact heavy weight piece that captures the lines of the car in a sculpture. These very fine pieces are presented in beautiful quality multi-layered packaging, again including a small booklet, designed in collaboration with the client, to convey a carefully nuanced message from the giver to the receiver. These 12cms long miniature sculptures are cast in metal, then polished and plated to a fine finish. Sculptures can also be created at bigger size about 25cms long in small quantities machined from solid aluminium and polished. Each design is created specifically for each project and are being utilised by the leading F1 Teams and luxury car manufacturers.

To find out more contact

kelly.goncalves@amalgam.com (English & Portuguese spoken)

gregory.gaye@amalgam.com (French & English spoken)

Models for Gifting

For very special occasions a 1:8 scale model is an appropriate gift to an important stakeholder or customer. For a group of recipients, a more affordable but still very special gift, is a race livery specific Amalgam Collection model at 1:18 scale. Amalgam's minimum production quantity of 1:18 models is 300 pieces, but that production run can be split into batches of 50 models in a specific Team livery. For gifting to numerous stake holders or team members, this is a super special gift. Amalgam's unique presentation of the model on black glass bases with clear glass dust covers is absolutely stunning, and the finishing touch is the inclusion of a booklet set into the base containing a deep dive into an appropriate story and vital information about the team and car. These pieces are truly treasured by the recipients.

Amalgam
collection

Scan the QR code to see Amalgam's full collection



ALL MODELS

THE WORLD'S FINEST F1 & MOTORSPORT MODELS

ONE-OFFS BESPOKE LIMITED EDITIONS
1:18 1:8 1:5 1:4 FULL SIZE
CLASSIC HISTORIC MODERN



B E N S O N & C H E R R Y

PRÊT-À-PORTER POUR HOMME.

CRÉÉ PAR DES PASSIONNÉS,
POUR LES PASSIONNÉS.

R ROMAIN
LIMITED DUMAS

VAINQUEUR :
24H DU MANS 2010-2013-2016
CHAMPION DU MONDE WEC 2016
12H DE SEBRING 2008
24H DE NÜRBURGRING 2007-2008-2009-2011
5X PIKES PEAK
TOUR DE CORSE HISTORIQUE 2016 ET 2023
...

BENSONANDCHERRY.COM

ALBI - ARRAS - BASTIA - CALAIS - CARCASSONNE - COQUELLES - LA - ROCHELLE - MAYOTTE - SAINT-JEAN-DE-LUZ - TOULOUSE

RICHARD MILLE



RM 33-03

Calibre squeletté à remontage automatique
Réserve de marche de 42 heures ($\pm 10\%$)
Platine et ponts en titane grade 5
Affichage de la date
Rotor monobloc excentré en platine
Boîtier en Carbone TPT® et en or rouge 5N

A Racing Machine On The Wrist