

# Comment financer l'ascension la plus chère du monde

Sept alpinistes amateurs suisses s'attaquent au plus haut sommet de l'Antarctique. Ils déploient des trésors d'imagination pour récolter des fonds.

Par **Nicolas Pinguely**  
Photo **Fred Merz/Rezo**

**L**e Mont-Vinson et ses 4897 mètres est moins connu que l'Everest, le plus haut sommet de la planète. Il s'agit pourtant d'une montagne mythique. Au début de l'année, deux clientes de La Poste de Prangins (VD) arborent sur leur veste le logo «Antartica

– Mont-Vinson – Expédition Suisse 2007». Face à elles, le buraliste est intrigué: «Des Suisses montent un projet pour atteindre ce sommet? Vous les connaissez? Pouvez-vous me mettre en contact avec eux?» Le Mont-Vinson constitue le chaînon manquant à ce passionné d'alpinisme pour boucler les célèbres sept points culminants de chaque continent. Le rêve d'une vie.

Les deux clientes sauront l'aiguiller. Daniel Perler contacte les six alpinistes amateurs qui forment l'équipe et, quelques mois avant le départ, rejoint l'expédition. Soupir de soulagement. Ils seront donc sept à s'envoler le 12 décembre pour Punta Arenas, une ville située à l'extrême sud du Chili, en pleine Terre de

Feu. Passage obligé avant le très délicat vol en direction de l'Antarctique, de la base de Patriot Hill plus précisément. «L'avion n'arrive pas toujours à se poser, explique Bernard-Aldo Robyr, membre et préparateur physique de l'équipe. Il doit rebrousser chemin une fois sur trois en raison des conditions climatiques extrêmes.»

Le décor est posé. L'Antarctique est synonyme de froid polaire et de violentes tempêtes. De vents frôlant parfois les 300 km/h. Un paramètre qui explique en partie la cherté de cette expédition. «Il faut compter environ 40 000 francs par personne, précise Alain Blanc, le chef de l'expédition. Il s'agit du sommet le plus cher du monde.» Rien de moins.

Le Mont-Vinson est très difficile d'accès, mais pas

**L'équipe composée de**  
**Bernard-Aldo Robyr,**  
**Alain Blanc,**  
**Florian Salina**  
**(en bas,**  
**de g. à d.),**  
**Pierre-Yves**  
**Bonvin**  
**et Tony**  
**Centofanti**  
**(en haut).**  
**Manquent**  
**Daniel Perler**  
**et Claude Rey.**  
**Pour suivre**  
**leur exploit:**  
**[www.blanc.li](http://www.blanc.li)**

seulement en raison de la dureté du climat. N'y va pas qui veut, le tourisme y est strictement contrôlé. L'Antarctique est soumis à de nombreuses règles destinées à préserver son équilibre écologique. «Une seule société, Adventure Network, est accréditée pour mettre à disposition la logistique nécessaire pour atteindre les contreforts du Mont-Vinson, raconte Florian Salina, responsable du sponsoring de l'expédition. Ils facturent leur prestation 30 000 dollars par personne.» Un tarif susceptible de refroidir les ardeurs de nombreux passionnés. «Un montant difficile à réunir», concède-t-il.

## Imagination et financement

Le financement de ce projet est d'autant plus délicat que les membres de l'expédition n'ont pas de sponsors attitrés, à l'inverse des très médiatiques Jean Trollet ou Mike Horn, qui ont fait de l'aventure un métier. Ces derniers se sont attaqués cet été à quatre sommets himalayens de plus de 8000 mètres, soutenus notamment par le groupe Miauton.

Comment les sept alpinistes amateurs arrivent-→

## EN 3 POINTS

- Une équipe de sept alpinistes suisses va tenter, en décembre, de gravir à skis le Mont-Vinson en Antarctique. Culminant à 4897 m, il fait partie des sept plus hauts sommets du monde.
- Cette expédition est très onéreuse. Les participants devront débourser 40 000 francs chacun et, pour trouver ce financement, écoulent vestes, T-shirts ou encore fromage à raclette. Ils testent aussi du matériel de sport pour différentes marques et réalisent des expériences scientifiques par grand froid.
- A ce jour, seuls un millier d'alpinistes ont gravi ce sommet, atteint pour la première fois en 1966. Ils figureront parmi les premiers à le tenter avec des skis de randonnée aux pieds. Un véritable exploit.

## Comment financer l'ascension la plus chère du monde

ils à financer leur projet? Il a fallu faire preuve d'imagination, aucune piste n'a été écartée: contributions personnelles, recherche de partenaires, organisation d'événements et test de matériel. «Nous nous sommes même mis au merchandising pour nos trois derniers sommets», confie Florian Salina. Cela s'explique aisément. Les escalades en Alaska (Mc Kinley, 6194 m) et au Pakistan (Broad Peak, 8047 m) avaient représenté un coût de 10 000 francs par alpiniste et par sommet. D'où le besoin de trouver un financement adéquat.

Retour sur les vestes dont le logo a attiré le regard de Daniel Perler, l'invité de dernière minute. «Elles nous ont permis d'enregistrer plus de 10 000 francs de bénéfice», calcule Alain

Blanc, qui travaille dans la confection. Leur coût de revient se monte à 100 francs, «au prix d'usine», et elles sont vendues 150 francs pièce. «En magasin, une veste de qualité similaire coûte 250 francs, et même 350 francs si le vêtement porte la griffe d'une grande marque», assure-t-il. L'équipe a réussi à en écouter plus de 200.

Développant des trésors d'imagination, ils ont aussi commercialisé des T-shirts, des linges de bain et même des fromages à raclette pour plusieurs milliers de francs afin de garnir la cagnotte et couvrir une partie du budget total de... 283 000 francs.

Cette expédition a été préparée de longue date. Chacun des membres verse 5000 francs par an depuis

cinq ans dans un fonds commun. Des sponsors répondent présent à hauteur de quelques milliers de francs (Nelson Pub, Belsol, Executive Travel). Des soirées de présentation sur les précédents exploits du groupe, de l'Aconcagua (6962 m) au Kilimandjaro (5895 m) en passant par le Broad Peak, sont organisées. Cette tentative a avorté à 6500 mètres sur fond de météo désastreuse en 2004. «Nous avons beaucoup appris sur l'altitude et la logistique à cette occasion, souligne Alain Blanc. Nous nous sommes épuisés à vouloir porter le matériel nous-mêmes, ce qui n'est probablement pas optimal pour réussir un 8000.»

Se débrouiller seul constitue la véritable marque de fabrique de l'équipe. Une

équipe constituée autour d'un noyau dur de Valaisans, amis d'enfance pour certains. «Nous avons commencé comme ça, sans guides, sans porteurs et sans oxygène», explique Tony Centofanti, le responsable des finances de l'expédition. La manière d'arriver est aussi importante que le but en soi.» Ce sera aussi le cas pour atteindre le Mont-Vinson.

Qu'est-ce qui les anime? Les yeux s'illuminent. Les réponses fusent. Besoin de trouver des repères, de rechercher ses limites, soif d'aventure. «Sans eau, dans le froid, tu apprends à relativiser les soucis du quotidien, estime Florian Salina. Tu sais que paniquer en montagne conduit à la mort, ta capacité de réaction s'aiguisé d'autant.» Ce sont des passionnés.

### Image et sponsors

Tous les détails pratiques sont réglés pour affronter le Mont-Vinson. La météo a été analysée, la topographie est connue et les problèmes de transport de matériel ont été résolus. «Nous nous voyons une fois par mois pour en discuter», évalue Florian Salina. Comme aucun ravitaillement n'est possible en Antarctique, les sept alpinistes emporteront leurs propres réserves de viande séchée et de fromage, ainsi que de la nourriture lyophilisée.

Leurs exploits quasi autarciques commencent à susciter de l'intérêt. Cofondateur du courtier Quaker Securities à Nyon, Benja-

### Une expédition en Asie centrale: de 5000 à 20 000 francs

Horizons Nouveaux à Verbier fait partie des agences qui montent des expéditions sur les plus hauts sommets du monde. «Nous en organisons chaque année une ou deux», précise Nicolas Jaques, patron de l'agence spécialisée dans les voyages culturels et treks en Asie. Le prix d'un sommet? «C'est très variable selon le type d'expédition et le lieu.» Une taxe de 90 000 francs sera notamment demandée pour un groupe de sept grimpeurs qui veut atteindre l'Everest (8848 m) depuis le Népal. «Aucune taxe n'est exigée pour l'Elbrouz (5633 m) en Russie», compare Nicolas Jaques.

L'Everest revient particulièrement cher: les principales agences de voyages anglo-saxonnnes facturent de 65 000 à 130 000 francs. «Ce sont des expéditions commerciales qui se proposent d'amener au sommet des clients, pas toujours alpinistes confirmés, mais voulant se payer ce sommet», constate-t-il. Les alpinistes d'un jour auront ainsi besoin de deux à trois sherpas chacun pour «les tirer, mettre leurs crampons et les nourrir». Tout cela a un prix. Nicolas Jaques n'est pas intéressé par ce type d'exploit. Ses clients sont des sportifs et les coûts sont limités au minimum. «Une ascension du Mont-Elbrouz pour laquelle les guides locaux sont tout à fait compétents revient à environ 5000 francs par alpiniste.» Il vient d'organiser une expédition en Chine, sur le Muztagh Ata (7546 m). «Elle comprenait trois clients, plus un guide suisse.» Les trois passionnés de montagne ont déboursé 9500 francs chacun. «Nous nous occupons de tout, de Genève au sommet: transport aérien et terrestre, hôtels, transport du fret et de la nourriture, tentes, réchauds, cordes. Les alpinistes n'ont pas grand-chose à payer, hormis les bières dans les villes.» Horizons Nouveaux a aussi organisé des périples au Tibet. En 2001, le Shishapangma (8013 m) et le Cho Oyu (8201 m) ont été atteints. «Les sept participants ont payé environ 17 000 francs», se souvient Nicolas Jaques.



# Les sept sommets du business

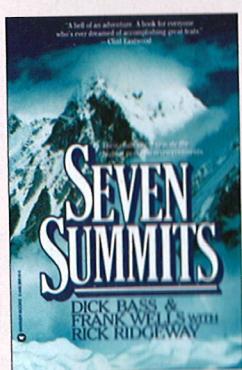
Au sens strict, il y a quatre-vingt-deux sommets de plus de 4000 mètres dans les Alpes, une centaine de montagnes de plus 6000 mètres dans la cordillère des Andes et encore quatorze «8000» dans l'Himalaya. Mais il n'y a qu'un point culminant pour chacun des sept continents. Enfin, sept ou huit, selon qu'on considère que le sommet de l'Océanie est la pyramide de Carstensz (4884 m) dans la partie indonésienne de la Nouvelle-Guinée, ou le mont Kosciuszko (2228 m) au cœur du pays-continent Australie.

Quoi qu'il en soit de cette différence d'interprétation, l'origine du défi consistant à aligner les plus hauts sommets de chaque continent ne fait pas de doute. Etonnamment, elle doit autant à la culture du monde des affaires qu'à celle de l'alpinisme. Le premier homme à avoir réussi à gravir les sept sommets est un pétrolier texan, Dick Bass. Et son compagnon de cordée, Frank Wells, une légende de Hollywood qui restaura les studios Disney au point que le film *Le Roi Lion* lui est dédié. Leur histoire commence à l'été 1981. Dick Bass n'est alors qu'un entrepreneur quinquagénaire avec des intérêts dans le pétrole et le charbon en Alaska et la création d'une station de ski en Utah, Snowbird. Malgré son inexpérience alpine, il venait de gravir le Mont-McKinley (6194 m), le sommet de l'Amérique du Nord, quand un guide le présenta à Frank Wells, alors vice-président des studios Warner. Fort d'une escalade du Kilimandjaro (5895 m), ce dernier proposa l'idée des sept sommets.

Leur livre – *Seven Summits* – raconte leurs difficultés, leurs succès et leurs échecs. Après trois tentatives à l'Everest (8848 m), Frank Wells renonça alors que Dick Bass parvint sur le Toit du Monde en avril 1985 à l'âge de 55 ans. Surtout, il communique ce que les businessmen américains appelle le *drive*, une forme de discipline charismatique qui est au cœur de ce que l'on recherche désormais chez un manager: le leadership.

Peut-être parce que Dick Bass a grillé la politesse à des alpinistes légendaires comme le Canadien Pat Morrow et l'Italien Reinhold Messner pour s'attribuer le premier les sept sommets. Leur aventure est devenue une sorte de mythe dans le monde du business et une porte d'entrée dans celui de la montagne.

Fabrice Delaye



Le Mont-McKinley (6194 m), Amérique du Nord.



L'Aconcagua (6952 m), Argentine.



La Pyramide Carstensz (4884 m), Indonésie.



L'Elbrout (5642 m), Russie.



L'Everest (8848 m), Népal.



Le Kilimandjaro (5895 m), Tanzanie.



Le Mont-Vinson (4897 m), Antarctique.

min Zumstein va mettre la main à la poche pour les soutenir. Un coup de pouce donné de manière personnelle, comme il dit. En parallèle, toutefois, il a décidé d'actionner son réseau pour leur débusquer un gros sponsor, ciblant les communautés financières et horlogères. «C'est un exploit hors du commun, une vraie aventure, très violente, avec des températures qui peuvent atteindre moins 60 degrés en cette saison, s'enthousiasme-t-il. J'aime ces gens de qualité, leur personnalité. Des gens professionnels dans leur boulot, parfois chefs de salle de marché, qui montent des expéditions très pointues.» Le message est clair. Il faut aider ceux qui osent.

La recherche de sponsors devient déterminante. «Jusqu'à aujourd'hui, nous avons plutôt fonctionné avec des mécènes qui nous ont aidés à titre gracieux, notamment certains de nos employeurs», explique Florian Salina. La Banque Picquet a ainsi soutenu de manière privée la précédente expédition. Les firmes ont tout à y gagner. A l'interne, ces soutiens fédèrent les employés autour d'un projet commun. Un peu à l'image de Procter & Gamble qui a inscrit plus de 210 personnes au dernier marathon de Genève et l'a fait savoir. «Certaines sociétés choisissent de communiquer pour soigner leur image auprès du grand public», ajoute-t-il.

Les membres de l'expédition du Mont-Vinson espèrent encore séduire les →

## Comment financer l'ascension la plus chère du monde

entrepreneurs «désireux d'associer leur image aux valeurs positives transmises par un continent vierge en cette Année des pôles». Des contributions plus importantes permettraient de mettre un peu d'huile dans les rouages, en vue des prochaines escalades «en Océanie (Pyramide Carstensz, 4884 m) et sur l'Everest (8848 m)». La quête est difficile. «La recherche de sponsors nous prend une énergie folle», constate Alain Blanc.

Dans l'intervalle, ils vont se muer en testeurs de matériel. Les lunettes TN Sun-glasses, les montres Suunto et les chaussures Kayland

qu'ils porteront durant le périple en Antarctique sont mises à disposition par les marques afin d'être testées dans des conditions extrêmes. Tout comme les skis offerts par la firme Atomic: les aventuriers figureront parmi les premiers sportifs à tenter ce sommet à peaux de phoque. «Nous devrions également réaliser deux expériences scientifiques par grand froid, dont l'une pour le compte de l'EPFL», poursuit Alain Blanc. Les sept alpinistes testeront un four ainsi que des panneaux solaires destinés à charger les batteries des téléphones satellites. «Nous sommes attractifs

pour de petits fabricants qui cherchent à développer de nouveaux matériaux, estime-t-il. Nous sommes nettement moins chers que les stars de l'expédition, car largement moins connus et moins médiatiques.» Le développement de nouveaux matériaux constitue assurément une piste de financement intéressante pour l'avenir.

### Destination Antarctique

Le périple commencera début décembre. Il devrait durer une vingtaine de jours. L'Ilyushin 76 va les déposer en Antarctique. Un second

vol les amènera, ainsi que les luges et le matériel, au camp de base du Mont-Vinson, à 2150 mètres. Ce sera ensuite l'escalade.

Y arriveront-ils? A ce jour, seuls un millier d'alpinistes ont réussi l'ascension du Mont-Vinson, sommet atteint pour la première fois en 1966 par des membres de l'American Alpine Club. S'ils devaient y parvenir, Daniel Perler se souviendra longtemps des deux clientes arborant le logo «Mont-Vinson» sur leur veste quelques mois auparavant à son guichet postal. Une rencontre qui lui a déjà permis de toucher son rêve du doigt. ■

## Radio

## TENDANCES ÉCO



### PROCHAINS INVITÉS

DU 10 AU 14 SEPTEMBRE 2007 (19 h)

**GENEVIEVE MORAND**  
CEO de Rezonance  
Thème: l'innovation

DU 17 AU 21 SEPTEMBRE 2007 (19 h)

**JACQUES PERRIN**  
spécialiste en vins  
Thème: la situation  
de la viticulture suisse

Chaque semaine Bilan et Radio Lac reçoivent un acteur de l'économie ou de la politique pour un lunch au Grand Hotel Kempinski Geneva.

L'émission est diffusée sous forme de feuilleton du lundi au vendredi après le flash info de 19 h.

Retrouvez notre invité qui abordera une nouvelle thématique chaque jour de la semaine sur Radio Lac.

Noms des invités et anciennes émissions sur [www.radiolac.ch](http://www.radiolac.ch) ou [www.bilan.ch](http://www.bilan.ch)

En partenariat avec

**REALTIME FOREX**  
TRADING EN LIGNE DE DEVISES  
[www.realtimeforex.ch](http://www.realtimeforex.ch)



Grand Hotel  
Kempinski  
GENEVA

Une coproduction



**BILAN**