



Le Regard des Jeunes Reporters sur Le Tour de France

N°1 // 2 et 3 juillet 2011

A LA UNE GÉNÉRATION PRESSE

Ils sont les ambassadeurs privilégiés du Tour de France. Rédacteurs, photographes, cameramen, ils ont conté les exploits de plusieurs générations de champions.

Hugo Coorevits, journaliste chevronné au Het Nieuwsblad, est une référence de la salle de presse. L'amour voué par ce Belge à la petite reine n'a jamais été démenti. Avec le temps, il a vu le cyclisme évoluer. Les moyens de communication aussi... Ainsi a-t-il vu l'arrivée progressive d'Internet en salle de presse avec bienveillance. «La cohabitation entre le papier et Internet est excellente, l'arrivée des premiers ordinateurs a été une révolution.» Malgré tout, ce Flamand au français irréprochable regrette «l'omniprésence des attachés de presse sur le Tour», qu'il accuse de ne «faire circuler que les bonnes nouvelles !»

L'avis est partagé par Claude Droussent, rédacteur en chef de L'Equipe de 2003 à 2008 et présent sur le Tour depuis 1984. «Avant j'allais voir Bernard Hinault dans sa chambre et on discutait cinq minutes. Maintenant ce n'est plus pareil.» La raison ? Elle n'est pas à aller chercher loin, selon Pierre-Henri Men-



théour, cameraman pour Eurosport. «Les coureurs, surtout étrangers, commencent à se comporter comme des footballeurs.»

A l'heure de l'ultra médiatisation, le Tour est l'épicentre du journalisme sportif estival. Plus de 190 pays (la Corée du Sud s'est ajoutée cette année à la liste des diffuseurs) se partagent les images de la Grande Boucle. Une couverture télévisée incomparable avec une époque pas si lointaine durant laquelle Antenne 2 et FR3 se partageaient le monopole.

La salle de presse s'est aussi féminisée. L'émancipation de la gent féminine suit

son cours. Les femmes représentent 15 % des journalistes sur le Tour. Ca reste peu mais il fut un temps où elles étaient tout simplement interdites. Une journaliste fut exclue manu militari, au début des années 80, après s'être introduite dans la salle de presse... déguisée en garçon.

Au vacarme des machines à écrire d'autrefois a succédé la quiétude du doux ronronnement des ordinateurs. Mais l'immense salle de presse ne devrait guère tarder à s'agiter au rythme des premiers coups de pédales.

● Rémi

L'ŒIL DU JOUR avec les opticiens VISION PLUS

3 Le nombre de sprays anti-moustiques que les Jeunes Reporters ont emporté avec eux dans leurs valises. Il paraît qu'en Vendée ils piquent.

24° La température de la piscine couverte du château du Breuil, à Saint-Denis-la-Chevasse. Merci aux propriétaires de nous avoir autorisés à nous baigner un matin à 6h30.

78 Le pourcentage de Français qui déclarent avoir vu au moins une fois dans leur vie le passage du Tour de France.

101 Le numéro de dossard attendu par les Jeunes Reporters parrainés par Vélo 101. Il a été attribué à l'Irlandais Nicolas Roche, leader de l'équipe Ag2r La Mondiale.

15 000 Le nombre de mètres parcourus à vélo par l'équipe des Jeunes Reporters grâce au vélo mis à disposition gratuitement par Les Herbiers.

350 000 Le nombre d'essui-lunettes distribués par la caravane Vision Plus sur l'ensemble du Tour de France.

vision plus
OPTICIENS

LES DIEUX DU CIRQUE

Le rideau se lève sur la scène du Tour 2011. Dans l'enceinte du Puy du Fou, les guerriers défilent sans leurs montures sous les yeux scintillants d'un public venu en masse.

Dans un amphithéâtre archicomble, où salivent d'impatience quelques 7000 spectateurs, le Tour entre dans l'arène. 198 fauves multicolores arborent leurs armes aiguisées à l'aube des premiers affrontements. La foule acclame les bêtes et leur transmet une once d'énergie, précieuse pour la bataille qui va commencer. Danseuses, cracheurs de



feu et dompteurs s'ajoutent au tumulte de la représentation.

Toutes sortes de créatures sont là,

prêtes à en découdre. Les Leopard aguerris entourent leur héros Spartacus à l'imposante carrure. Seuls les plus valeureux ont pu faire partie de la meute

de félins. Chevaux à attelages fusionnent au rythme de la parade. Gallopin et Schär se succèdent dans le cortège.

Soudain la terre se met à trembler. L'assemblée vibre pour le Tour. Le sol s'effondre et voit surgir de ses entrailles Thor, le dieu du tonnerre. Encensé par ses huit braves soldats, l'arc-en-ciel se hisse dans le ciel du Puy du Fou.

Les gladiateurs parachèvent leur haie d'honneur. Dans l'empire de Vendée, les guerriers sont Roy. Avé César, ceux qui vont courir te saluent.

● Théo

L'AVANT TOUR, DÉJÀ UN CLASSIQUE

«Merveilleux, fantastique, très réussi...» Les spectateurs ne tarissent pas d'éloges pour évoquer l'Avant Tour. Cet espace dédié aux principaux partenaires de la Grande Boucle et aux sponsors locaux est érigé pour la première fois sous un grand chapiteau. Mais Avant Tout, qu'est-ce que l'Avant Tour ?

Le principal objectif d'Amaury Sport Organisation est la convivialité et la proximité. Les spectateurs peuvent découvrir gratuitement les différents stands présents sous le chapiteau. «Le stand de Mavic est celui qui m'a le plus intéressé», déclare Olivier, de Saint-Nazaire. Pour Dennis, pur Vendéen, «Europcar est vraiment le meilleur». Les activités pour



les sportifs en herbe sont nombreuses. Les simulateurs de course sont très appréciés des enfants. Ils peuvent se comparer à leurs copains, monter le Ventoux ou se prendre pour Andy Schleck.

L'avis du public est unanime : l'Avant Tour est une grande réussite. Les

adultes sont heureux de revoir leurs anciennes idoles. Hinault, Poulidor et Thévenet se rendent disponibles pour signer des autographes ou prendre des photos. Parents et grands-parents profitent de cet événement pour faire découvrir la Grande Boucle à leurs enfants et petits-enfants. Ceux-ci sont plus atti-

rés par les cadeaux et les jeux, comme en témoignent Enzo, Camille et Arthur. Ces jeunes enfants de l'école de Saint-Sulpice participent au Tour de France grâce au travail du Secours Populaire. Les véhicules de la caravane publicitaire recueillent aussi un franc succès.

Les organisateurs d'A.S.O sont particulièrement fiers de leur premier Avant Tour. Et le directeur du Tour Christian Prudhomme se demande : «mais pourquoi ne l'avons-nous pas fait plus tôt ?» Car l'opération est d'ores et déjà une belle satisfaction. Le premier jour, les spectateurs étaient présents en masse : près de 10 000 personnes. L'Avant Tour a sûrement gagné sa place pour le Grand Départ prochain de la Province de Liège.

● Pol

ALCATEL AUX ABONNÉS PRÉSENTS

Chaque année, de nouveaux sponsors débarquent sur le réseau du Tour de France. En 2011, ce sont sept partenaires qui répondront à l'appel au fil des trois semaines, parmi lesquels Alcatel One Touch.

Alcatel One Touch est une entreprise de téléphonie. Nouvelle sur cette édition, la marque a décidé de prendre un forfait sur le Tour de France. Pour plusieurs raisons : «aller à la rencontre de nos clients et transmettre nos valeurs telles que l'émotion, la convivialité, le partage et la proximité, c'est notre objectif», nous confie texto Ludovic Leray, directeur de la communication et du sponsoring de la société.

La caravane Alcatel est composée de quatre autos... mobiles. Trois voitures et un char distribuent plus de 3000 tours de cou. Pas question de rester sur la touche. Pour faire bonne facture, elle a

décidé de connecter le public qui n'a pas la chance de voir la caravane. Grâce à



leurs smartphones, les caravaniers vont réaliser la radio caravane : «notre volonté est de faire vivre la caravane de l'intérieur sur Facebook et Twitter», poursuit Ludovic Leray.

Maintenant, l'heure a sonné pour l'équipe d'Alcatel One Touch. Les batteries chargées, elle est prête à vibrer sur une nouvelle aventure.

● Dylan

SUR LE TOUR, JE SUIS...VENDEUSE

Sur le Tour, ils sont 63, autant de filles et de garçons, entre 20 et 25 ans. Ils sont vendeurs pour la boutique officielle du Tour de France. Parmi eux Marine et Nicolas, étudiants en école en commerce.

Tee-shirts, maillots, casquettes, stylos, porte-clefs, les deux vendeurs nomades feront tous les jours des centaines d'heureux. «Les spectateurs aiment repartir avec un objet collector et étrangement le jaune est leur couleur fétiche», confirme Marine. Au total, les vendeurs sont répartis sur trois sites : le village-départ, la ligne d'arrivée, et bien sûr toutes les routes du Tour.

Marine et Nicolas ont été recrutés par Amaury Sport Organisation. Après avoir envoyé leur candidature par courrier, ils ont passé une journée de sélection à Paris. Au programme cinq ateliers durant lesquels Marine et Nicolas ont dû montrer leur talent de vendeur mais aussi résoudre une situation de conflit

avec un client... Ils ne sont pas encore vendeurs professionnels mais les deux jeunes ont dû se surpasser pour se faire remarquer.



Nicolas est très heureux de faire partie de l'effectif 2011. Contrairement à Marine, c'est la première fois qu'il participera à cette aventure. «C'est une expérience unique à la fois humaine et professionnelle», confie-t-il.

Pendant trois semaines, ils auront affaire à des clients toujours souriants dans une atmosphère festive et conviviale. Que demander de plus ?

● Perrine

TOP DÉPARTS

Après Rotterdam, Monaco et Londres, la ville des Herbiers a réussi à se hisser dans la cour des grands. Qu'est-ce qui motive les villes à accueillir le Tour de France ?

Pour Marcel Albert, président de la Communauté de Commune des Herbiers et maire de la ville, tout a commencé il y a un an au Grand Départ de Rotterdam, aux Pays-Bas. «J'étais venu m'inspirer de l'organisation, des installations et promouvoir ma région», nous confie

monsieur le maire. L'objectif : mettre tout en œuvre pour que le Grand Départ en Vendée soit une réussite.

Avoir le privilège de lancer le Tour a un prix : 500 000 euros. Mais recevoir l'événement peut générer des retombées économiques dix fois plus importantes pour une ville départ, grâce au tourisme international.

Les années s'enchaînent vite et il faut penser au futur. Le prochain Grand Départ aura lieu en Province de Liège, en Belgique. Quant à 2013, cela n'a pas encore été annoncé mais une dizaine de

candidatures ont été déposées car dans deux ans, c'est bel et bien la centième édition.



La Corse est le dernier département français à n'avoir jamais reçu le Tour de France. L'île de beauté en rêve depuis plusieurs années. Pierre Cangioni, le coordinateur pour la candidature de la Corse, précise : «pendant longtemps, les gens ont cru que nous n'avions pas la capacité d'accueillir la Grande Boucle, aujourd'hui nous y travaillons et nous sommes prêts.»

Rendez-vous après l'été pour connaître le verdict.

● Anne-Laure