

Tour de force pour les médias

Interview de Jean-Marie Leblanc, directeur du Tour de France



© Société du Tour de France

Tour de

Interview de Jean-Marie Leblanc
Directeur du Tour de France

Le Tour du Centenaire sera l'un des plus importants pour la couverture médiatique.

Le record 2002 avec mille deux cents journalistes, mille techniciens, soixante-quinze chaînes de télévision diffusant à destination de cent soixante-dix pays, soixante-dix radios, nationales et locales, sera sans aucun doute largement dépassé.

En 2002, du départ à l'arrivée, les opérations de l'UER ont diffusé plus de trois heures de transmissions

multilatérales par jour ainsi qu'une demi-heure quotidienne de résumé.

De par le contrat qui lie l'UER à l'ASO/STF (Amaury sport organisation / Société du Tour de France) jusqu'en 2004, l'Union a travaillé pour les radiodiffuseurs de l'UER de Belgique (RTBF et VRT), Suisse (SSR SRG idée suisse), Allemagne (ARD, ZDF), Danemark (DK/DR),

Espagne (RTVE) et Royaume-Uni (Channel 4).

L'an passé, avec des restrictions, TV5, CLT (Luxembourg), RTP (Portugal), TV 7 (Russie), la télévision slovène et la télévision lituanienne (pour la seule dernière étape) ont utilisé les services de l'UER.

France Télévisions a diffusé cent-dix-sept heures de programmes dont soixante-quinze heures de direct sur la course, regardées chaque jour en moyenne par 3,5 millions de téléspectateurs, ce qui représentait 44% de parts de marché, avec un pic à 70% lors des arrivées.



e force

pour les médias



1903 – 2003

2003/28 – DIFFUSION en ligne



Patrick Jaquin : De quand date le passage de la radio vers la télévision pour suivre le Tour ?

Jean-Marie Leblanc : D'abord, il n'y a pas eu de passage de l'un à l'autre. La télévision est arrivée en complément de la radio comme la radio est arrivée à un moment donné en complément de la presse écrite, fondatrice du Tour de France.

C'est Pierre Sabbagh, de l'ORTF, qui introduisit pour la première fois la télévision sur la route du Tour de France, en 1952.

Depuis lors, les retransmissions en direct ont considérablement évolué, le Tour devenant, pour la télévision, un formidable champ d'expérience pour l'amélioration des techniques de diffusion.

Il y a eu pendant de nombreuses années une sorte d'échange entre l'événement, bénéficiant d'une couverture de plus en plus qualitative, et la télévision, qui trouvait là une opportunité de laisser libre cours à l'imagination de ses techniciens pour atteindre une qualité de retransmission transposable sur bien d'autres événements à travers le monde.

Qu'a-t-elle apporté de positif ?

Elle a permis à des milliers de télé-





spectateurs de suivre en image les exploits des coureurs, dont la radio et la presse écrite vantaient seules jusqu'alors les mérites.

Elle a permis au Tour de France de franchir aisément les frontières pour le populariser dans plus de cent-soixante-dix pays aujourd'hui, offrant en marge du spectacle sportif une formidable vitrine de la France et de ses paysages.

À ce sujet, elle a notamment permis d'étendre le nombre des passionnés du Tour, ajoutant à son public sportif un public plus large, féru des décors variés et du patrimoine architectural bordant le parcours.

Elle a aussi, au travers les droits qu'elle verse aujourd'hui aux organisations sportives – et le Tour ne fait pas exception –, contribué à l'épanouissement économique du Tour, représentant à peu près 40% du budget d'une épreuve qui ne perçoit aucune recette de billetterie, le Tour étant et devant demeurer un spectacle gratuit et accessible à tous.

Qu'a-t-elle apporté de négatif ?

Au plan de la narration proprement dite de l'événement, rien.

Au plan de la logistique et de l'organisation sur le terrain, quelques contraintes : aujourd'hui les zones d'arrivée du Tour de France doivent

inclure un périmètre d'un minimum de 3000 m² afin de permettre aux quelque cent cinquante camions de télévision représentant soixante-quinze chaînes de s'installer.

Ces contraintes de place ne doivent évidemment pas influencer sur le choix des arrivées du Tour, notamment lorsqu'il s'agit du mont Ventoux ou de L'Alpe-d'Huez.

L'organisation, en relation permanente avec les équipes de télévision, définit très en amont les règles du jeu et la mise en place des moyens techniques nécessaires à la fabrication d'un signal international de qualité.

Pensez-vous à la télévision lorsque vous préparez le parcours ?

Bien entendu, mais de manière à ne pas nuire à la rigueur sportive qui doit animer tout organisateur.



Nous avons par exemple déterminé les horaires d'arrivée aux alentours de 17h30, qui nous semble être

l'horaire maximal acceptable pour l'ensemble des familles du Tour, au premier plan d'entre elles celle des coureurs, qui une fois la ligne d'arrivée franchie doivent se rendre à l'hôtel pour se reposer, se faire masser et se restaurer.

Si les hôtels sont éloignés (c'est le cas en montagne, notamment) cet horaire devient 16h00, le confort des coureurs devant passer avant toute autre considération.

17h30 est aussi un horaire butoir pour la presse écrite, qui doit relater les exploits des coureurs dans plus de quatre cents publications à destination de centaines de millions de lecteurs.

Enfin, nous avons présent à l'esprit le fait que les jours de repos, par exemple, ne doivent pas se situer un dimanche ou le 14 juillet, jours où le potentiel de spectateurs et télé-spectateurs est le plus important.