

# Actualité en France

N° 17 – juin 2014

## Le Tour de France, une affaire qui roule...

**La Grande Boucle est une belle affaire pour son organisateur, les médias, les villes-étapes, les sponsors et les marques présentes dans la caravane publicitaire...**

Le Tour de France assure de confortables retombées économiques pour les municipalités et les entreprises qui participent au troisième événement sportif le plus suivi de la planète après les Jeux-Olympiques et la Coupe du Monde de football. Le succès populaire de cette course cycliste sans égal ne se dément pas d'année en année. Le Tour est diffusé dans plus de 190 pays et rassemble en moyenne chaque année 3,5 milliards de téléspectateurs. Au bord des routes, près de 12 millions de spectateurs font le déplacement pour voir le peloton ne serait-ce que pendant quelques secondes. En 2007, le départ à Londres avait battu tous les records d'affluence avec près de 3 millions de personnes dans les rues. On comprend mieux pourquoi les villes et les entreprises se pressent pour participer à cette compétition unique en son genre.

Le Tour de France rapporte en premier lieu à ASO (Amaury Sport Organisation) depuis 1947. La Grande Boucle permettrait en effet à la société familiale française, qui possède également les quotidiens *L'Équipe* et *Le Parisien*, d'enregistrer un chiffre d'affaires proche de 150 millions d'euros. France Télévision lui verse, à elle seule, 24 millions d'euros chaque année pour diffuser les images de la course. Les villes qui accueillent une étape doivent également rétribuer ASO. Le forfait pour accueillir un départ est d'environ 100.000 euros. Une municipalité qui reçoit la fin d'une étape doit, quant à elle, s'acquitter de 60.000 euros. Ces montants peuvent paraître élevés mais chaque année près de 200 municipalités se bousculent pour participer au Tour. Les retombées économiques pour les villes qui ont la «chance» d'être sélectionnées sont, il est vrai, conséquentes.



### De nombreuses retombées

Le maire de Porto-Vecchio, en Corse, et le maire de Gap, dans les Alpes, ont estimé que le passage du peloton avait rapporté plusieurs millions d'euros à leur commune. L'agglomération de Metz a été encore plus loin en confiant à un cabinet spécialiste du secteur une enquête sur les retombées économiques liées à la présence de la caravane du Tour le 6

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES  
ET DU DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL

juillet dernier. Les résultats de cette étude sont clairs : grâce à cette étape, les hôteliers, les restaurateurs et les prestataires de services de la ville ont bénéficié de plus de 670.000 euros de recettes supplémentaires. Deux tiers des touristes qui venaient pour l'arrivée de la Grande Boucle ont déclaré que cet événement les avait incités à prolonger leur séjour et 77 % ont reconnu qu'il avait influencé le choix de leur destination. 30 % des professionnels de la commune ont, quant à eux, ressenti un impact positif lors de cette journée particulière. 38%



des hôteliers de la ville ont même enregistré une hausse de 25% de leur taux de fréquentation grâce notamment à la présence des 2 300 journalistes qui suivent la course cycliste.

Les sponsors des équipes n'ont également aucun mal à rembourser leurs investissements. Le taux de notoriété d'AG2R-La Mondiale, qui était de 30 % des personnes interrogées lors de son arrivée dans le cyclisme en 1997, est depuis passé à 75 %. L'assureur estime ainsi que son

engagement, qui atteint environ 8,3 millions d'euros chaque saison, lui apporte l'équivalent de près de 60 millions d'euros d'achat d'espaces publicitaires aux différents médias (TV, radios, presse écrite, Internet). Les sociétés aux moyens plus limités peuvent aussi profiter de la manne du Tour en participant à la caravane publicitaire.

Pour figurer parmi les 37 marques qui font circuler, quelques heures avant le passage du peloton, les 180 véhicules promotionnels qui divertissent les petits et les grands le long des routes, deux options existent. Les partenaires officiels du Tour comme LCL, PMU, Skoda ou encore Vittel peuvent gratuitement participer à la caravane comme le stipule leur contrat de sponsoring. Et les autres sociétés doivent verser 37.000 euros à ASO pour pouvoir faire rouler quatre véhicules dans ce défilé publicitaire pas comme les autres. Les annonceurs doivent également prévoir des quantités astronomiques de petits cadeaux à offrir au public. Bic distribue ainsi par exemple 400.000 objets aux spectateurs et la biscuiterie St-Michel, offre 3 millions de madeleines pendant le Tour de France.

Marco Rangi

*Quelques chiffres :*

- . 3,5 milliards de téléspectateurs dans 190 pays*
- . 150 millions de chiffre d'affaires*

N.B : Les propos et opinions exprimés dans le présent article, qui vise à informer sur les réalités de la France contemporaine, ne revêtent aucun caractère officiel.