

Tour de France ton histoire –
En 1931, naît officiellement la célèbre caravane

1931

Une grande innovation au même titre que

- la *gigantesque randonnée de juillet* démarre en 1903,
- le Tourmalet, un col de plus de 2000 m, est escaladé en 1910
- et que le premier maillot jaune apparaît sur le torse d'Eugène Christophe en 1919.

Ce n'est pas l'année précédente qu'elle a vu le jour comme de nombreux pseudo-historiens le rabâchent en boucle mais au départ de la 25^e édition, le 30 juin 1931. Pendant la décennie 1920-1930, des voitures réclames en petit nombre accompagnaient bien le peloton sans que l'organisateur, Henri Desgrange, ait joué un rôle quelconque dans cette présence.



La caravane publicitaire : un barnum bruyant et coloré, attractif depuis 1931 pour une grande partie des spectateurs qui se déplacent en famille

POST-IT

Alors que les principaux postulants au podium, tels que Egan Bernal, Chris Froome, Thibaut Pinot, Geraint Thomas..., se projettent sur la 107^e édition qui prendra son envol le 27 juin 2020 à Nice, nous – preuves à l'appui – redressons une erreur répétée en boucle sur la création de la deuxième attraction du Tour (bien sûr après le peloton) : la caravane publicitaire qui officiellement fêtera en 2020 ses 89 ans.

La preuve par 4 que la caravane publicitaire est née officiellement le 30 juin 1931

1. Article de *Sport et Vie* de juin 1963 (supplément au n° 85) – Interview de Paul Thévenin responsable publicitaire des chocolats Menier qui dit qu'au printemps 1931, Robert Desmarets – le chef de la publicité à *L'Auto* – réunit une vingtaine de sociétés pour organiser la caravane publicitaire du prochain Tour.

2. *L'Auto* du 23 juin 1931 : organisation du cortège du départ : « A la porte Maillot, les voitures publicitaires suivant le Tour de France prendront place à la suite dans le cortège. A l'arrivée au Pecq [Ndla : lieu du départ réel], les voitures publicitaires partiront de suite pour précéder la course. »



LE 25^e TOUR DE FRANCE

Organisé par l'Auto
du 30 juin au 30 juillet 1931

L'équipe belge est très supérieure à celle de l'an dernier

(Suite de notre article de 1^{re} page.)

Nous n'avons prescrit qu'une règle à Steyaert : ne pas reprendre ceux des coureurs ayant déjà participé au Tour de France et y ayant contracté des habitudes ne pouvant leur faire bon ménage avec notre formule nouvelle. Nous ne songions pas à nous en occuper, et notre Directeur, qui entreprenait, à grands frais, au prix supplémentaire d'efforts considérables, l'est souvent expliqué tel de ses intentions. À cette prescription venant de notre part, Steyaert en ajoutait de lui-même une autre : l'obligation de prendre au moins deux Wallons.

Joly n'étant pas disponible, pour des raisons qui se renouvelent cette année, Steyaert, pur Flamand, craignant d'être taxé de partialité par ses propres compatriotes, choisissait Mertens et Tavernier, ou ne se dissimulant pas leur faiblesse. Enfin, notre sélectionneur, dont on apprécie depuis toujours l'excellent esprit sportif et le jugement sûr, nous déclarait avant le départ :

« Du moment que Demayère est incorporé à l'équipe, le restant n'est plus que secondaire... »

« Aucune objection » avant », « Pendant », « est le début », « Après », c'est une dégelée de critiques, certaines s'adressant au sélectionneur, — qui a fait tout son devoir, — la plupart nous étant destinées.

Nous voici en 1931. Forts de notre magnifique expérience, nous avons commencé par déclarer à Steyaert : « Prenez qui bon vous semble... », et Steyaert a ajouté : « Je ne ferai plus une règle des questions de races. Si je ne puis avoir Joly, il n'y aura pas de Wallon dans l'équipe. »

Sur quoi il déclara encore : « Mon premier soin va être de nantir l'équipe de un ou deux hommes très vites au sprint. Car la plupart des étapes se termineront en groupe, et les équipes qui ne possèdent pas de sprinteurs ne gagnent jamais et ramassent « bernique » d'argent ! Pas de gros sous, pas de moral. C'est toute l'histoire du Tour 1930. »

Et il nous envoya l'engagement du très rapide Hamerlinck, qui sera épaulé dans cette spécialité par Van Rysselberghe, intelligemment sorti d'un périlleux tirage au sort. Schepers, ayant démontré à l'arrivée son championnat de Belgique qu'il possède au propre les mêmes facultés, Hamerlinck passait pour un fin « emballer ». L'équipe est ainsi pourvue des chercheurs d'or indispensables au moral de ces notables professionnels.

On ne peut dire que Steyaert ait pris

les sportifs de Belgique pour lesquels Steyaert vient de composer une grande équipe. — J. G.

L'organisation

XX

Le cortège du départ

Voici comment les choses se passeront. Nous demandons instamment au public d'être excessivement raisonnable pour ne pas venir troubler les dispositions ci-après, sans quoi il nous serait impossible de lui offrir autre chose qu'une débandade sans intérêt. A 7 heures précises, le mardi 30 juin, les portes de notre maison, 10, rue de Faubourg-Montmartre, s'ouvriront pour laisser passer à intervalles réguliers les équipes dans l'ordre que voici :

- Les 8 As belges.
- Les 8 As italiens.
- Les 8 As austro-allemands.
- Les 8 As allemands.
- Les 8 As français.
- L'Espagnol Copeda.
- Les 40 Touristes-Routiers.

Chacune de ces équipes sera encadrée sur toutes ses faces par une de nos sociétés cyclistes préalablement requise. Nous demanderons à ces Sociétés de bien informer leur équipe sur ses quatre faces et aux divers cinémas de ne rien faire pour détruire ce dispositif, seul capable de conserver à notre cortège une tenue et une formation convenables. C'est l'introduction, parfois pénible, des opérateurs et des voitures de

Derrière les coureurs, dans l'ordre :
La voiture Hotchkiss de notre directeur et des commissaires.

La voiture Hotchkiss de notre rédacteur en chef et des commissaires.

Les voitures des confrères de la presse suivant la course, et qui voudront bien s'joindre à nous.

Les cinq camions Latil, pneus Dunlop, de la course.

A la porte Maillot, les voitures publiques suivant le Tour de France prendront place à la suite dans le cortège.

A l'arrivée au Ecoq, les voitures publiques partiront de suite pour précéder la course.

Les trois voitures de l'Auto se rangeront sur les bas-côtés.

Les autres voitures seront dirigées vers une allée latérale au bout de laquelle (400 mètres après l'arrivée) elles retrouveront le parcours de la course.

Appel des coureurs, puis départ.



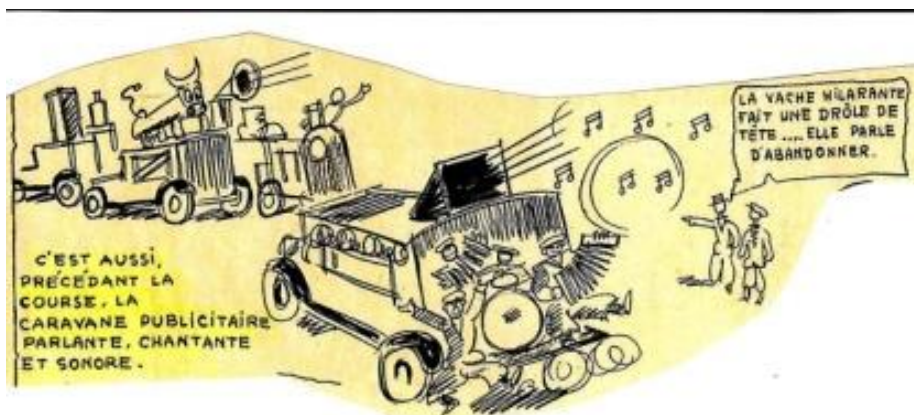
32^e ANNEE -- N^o 1147 -- QUOTIDIEN

Mardi 23 Juin 1931

L'Auto

AUTOMOBILE, AÉRONAUTIQUE, CYCLISME, BOXE, ATHLETISME & TOUS LES SPORTS

3. Le Miroir des Sports du 14 juillet 1931. Red, le célèbre dessinateur, illustre les différents acteurs du Tour de France. Pour la première fois, on a droit à des dessins sur la caravane publicitaire.



Dessin de Red paru dans *Le Miroir des Sports* 1931, n° 605, 14 juillet, p 55

4. Source Perrier (quart Perrier) : « Dispensatrice du pétillant liquide, la camionnette aux couleurs jaune et vert que chacun voit à proximité de la ligne d'arrivée, a pour chef de voiture M. Chevalier, l'un des plus anciens caravaniers de l'épreuve. N'en est-il point à son 14^e Tour de France. » [L'Equipe, 10.07.1953]

Le Tour 1953 en est à sa 35^e édition. Moins 14 = 25^e édition, soit le Tour 1931.

Deux hommes ont joué un rôle majeur dans cette innovation :

- **Paul Thévenin**, le responsable publicitaire des chocolats Menier qui en a eu l'idée
- **Bob Desmarests**, le chef de la publicité à *L'Auto* qui l'a mise sur la route le 30 juin

TOUR DE FRANCE

La véritable histoire de la naissance officielle de la caravane publicitaire débute en 1931

Dans tous les documents publiés depuis 1950 par *L'Equipe* et, plus récemment, par ASO, on a droit à une naissance du "peloton des Auto-réclames" en 1930.

C'est faux ! La preuve par les documents et les témoins de cette époque. Par exemple, dans le livre officiel du centenaire du Tour organisé en 2003, dans le chapitre « L'Album du Tour » signé Jean-Paul Brouchon et Denis Descamps, on trouve page 99, la sempiternelle genèse du barnum des réclames sur quatre roues créé lors du Tour 1930.

Les témoignages et documents « La preuve par 4 » (présentés au début de ce texte) confirment que c'était l'année suivante en 1931.



Tour de France 2003. Livre officiel du centenaire. – L'album du Tour par Jean-Paul Brouchon et Denis Descamps. – Paris, éd. Solar, 2003. – 119 p (p 99)

Bob Desmarets : le chef de la publicité à *L'Auto* mais aussi le père de la comédienne Sophie Desmarets. Cette dernière en témoigne dans un livre de souvenirs :



Bob Desmarets, journaliste et chef de la publicité à *L'Auto*



Fils de colonel, mon père descendait d'une famille de militaires. Né à Falaise, ville de garnison, et après avoir fait ses études et passé son bac à Nancy, il monte à Paris pour se lancer dans le journalisme.

Il est très vite adopté par Henri Desgranges, fondateur du Tour de France et directeur du journal *L'Auto*, et par les frères Goddet qui en sont les propriétaires. Desgranges apprécie le style alerte de sa jeune recrue. Bob Desmarets gravit rapidement les échelons qui le conduisent à la réussite. Sa personnalité, ses idées novatrices, son sens de la communication, ont définitivement séduit son patron dont il devient un inséparable, et qui lui confie, outre la direction de la publicité du journal, celle du vélodrome d'Hiver.

C'est mon père qui crée la course des Six Jours de Paris. Il lance aussi la caravane publicitaire qui accompagne le Tour de France.

[Ndlà : le S final de Desgrange est en trop]

Sophie Desmarets. – Les mémoires de Sophie. – Paris, éd. de Fallois, 2002. - 282 p (p 29)

Paul Thévenin : responsable de la publicité des chocolats Menier



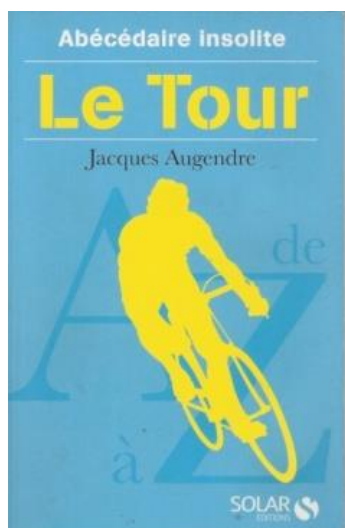
Sport et Vie, 1963, sup. au n° 85, juin, pp 56-58

Caravane publicitaire

Quelques complices du mythe
(en réalité, ils sont très nombreux)

Jacques Augendre

Proclamé par ses potes « *La mémoire du Tour de France* ». Entré à *L'Equipe* en 1946, a suivi 55 Grandes Boucles. A la lecture de ses écrits, on constate qu'il a souvent colporté des erreurs, volontairement ou pas. Par exemple, la date de création de la caravane publicitaire et le nom de son inspireur.



Jacques Augendre. – Le Tour. – Paris, éd. Solar, 2011. – 427 p (pp 95-96)

CARAVANE PUBLICITAIRE

Henri Desgrange a souvent exploité les idées de ses proches collaborateurs, en particulier celles de Géo Lefèvre et d'Alphonse Steines; mais la caravane publicitaire, c'est son œuvre personnelle, le fruit de son imagination créatrice. Personne ne lui a suggéré cette forme de pub itinérante absolument révolutionnaire. Un trait de génie.

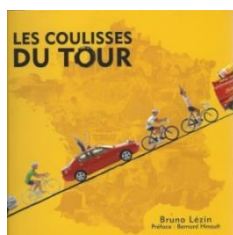
Le patron du Tour créa la caravane en 1930 pour financer le nouveau système des équipes nationales. Les premiers annonceurs s'appelaient La Vache qui rit (le fromage), Delft (les biscottes), Esders et Noveltex (les chemisiers), Byrrh et Pernod (les apéritifs). Au fil du temps, ce grand magasin en marche n'a fait que croître et embellir. Aujourd'hui, la caravane offre à l'avant de la course un spectacle de quarante-cinq minutes. Elle se compose de 200 véhicules, mobilise plus de 400 personnes et distribue 14 millions de gadgets aux 15 millions de spectateurs présents sur le parcours.

La caravane publicitaire du Tour a ses « Molière ». Un concours récompense la firme la plus représentative. C'est Fernand Albarret, grand reporter à *L'Équipe*, qui avait lancé « le maillot jaune de la publicité ».

Bibliographie. *La Caravane du Tour de France.*

Bruno Lézin (service de la voierie à St-Nazaire et passionné du Tour de France)

Il ne suffit pas d'être captivé par la Grande Boucle pour ne pas écrire d'âneries sur le sujet.



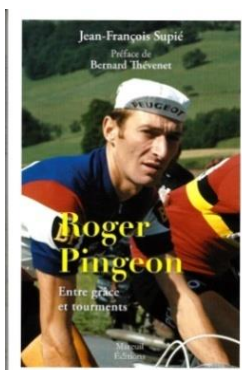
Les premiers véhicules publicitaires ont fait leur apparition en 1930. Avant cette date, les équipes étaient financées par des marques qui prenaient en charge les dépenses pour l'épreuve. Désormais, un nouveau règlement est mis en place. Les équipes deviennent nationales et c'est l'organisation qui prend à son compte leurs dépenses et fournit les vélos aux concurrents. Le projet est coûteux et il faut trouver un moyen pour amener de l'argent. Henri Desgrange a eu l'idée de la caravane publicitaire. Au début, il y avait peu de véhicules mais avec les années, les entreprises ont vite compris les possibilités d'accroître leur notoriété et l'on peut voir aujourd'hui le résultat et l'engouement du public pour cette parade qui s'étend sur vingt kilomètres avec 600 caravaniers, 200 véhicules décorés et animés enthousiasment les spectateurs pendant 45 minutes.

Bruno Lézin. – Les coulisses du Tour. – éd. St-Nazaire Association, 2011. – 124 p (p 50)

Jean-François Supié (correspondant pour *Le Progrès*)

« Outre l'introduction des équipes nationales, le Tour 1930 a aussi été marqué par le lancement de la caravane publicitaire. Son idée originale est attribuée à Marc Thévenin, directeur de la promotion des chocolats Menier, qui avait déjà mis sur la route un véhicule de réclame en 1928. » (p 90)

Supié, lui aussi, n'a pas fait de recherches sérieuses sur la question et surtout n'a pas lus les commentaires de Paul Thévenin sur la création de la caravane publicitaire parus dans *Sport et Vie* de juin 1963, supplément au n° 85, pp 56-58



Jean-François Supié – Roger Pingeon entre grâce et tourments. – Paris, éd. Mareuil, 2018. – 205 p (p 90)

