

# • • Le Tour de France a 100 ans



Vente anticipée le 28 juin 2003  
à Paris, Montgeron (Essonne), Lyon (Rhône), Marseille  
(Bouches-du-Rhône), Toulouse (Haute-Garonne),  
Bordeaux (Gironde) et Nantes (Loire-Atlantique)

Vente générale  
dans tous les bureaux de poste  
le 30 juin 2003



Les Timbres-Poste de France



# • Le Tour de France a 100 ans

Bloc de format horizontal 210 x 143 comprenant 10 timbres hexagonaux de 17 mm de côté sur un support carré de 40 x 40

Conçu par Frédéric Ruyant

d'après photos : pour le timbre Maurice Garin : © Presse Sports / La vie au grand air & Collection Lionel Laget – pour le second timbre et fond de la mini feuille : © Presse Sports

/ L'Équipe / Papon, Fel, Deschamps, Boutroux, Clément  
Imprimé en héliogravure

Que serait le sport cycliste sans le Tour de France? L'année 2003 marque le centenaire d'une course cycliste qui est devenue l'un des événements les plus médiatisés du monde. Henri Desgrange et Géo Lefèvre, qui en furent les concepteurs, avant de lancer l'aventure le 1<sup>er</sup> juillet 1903 devant le "Réveil-Matin" à Montgeron (là même d'où partira le Tour 2003) ne l'imaginaient sûrement pas, mais par une préoccupation beaucoup plus prosaïque: terrasser un journal (*Le Vélo*) et son directeur (Giffard) concurrents du leur (*L'Auto*).

Victoire fut obtenue grâce aux exploits de Maurice Garin, premier vainqueur, et des valeureux pionniers qui suivirent, Trousselier, Petit-Breton, Lapize, Faber...

En 1930, Henri Desgrange imposa les équipes nationales et inventa la caravane publicitaire, deux nouveautés qui allaient déclencher les passions pour le Tour. Ce furent les belles années de l'équipe de France et les victoires de champions extrêmement populaires tels André Leducq, Antonin Magne, Georges Speicher...

L'interruption due à la Seconde Guerre mondiale obligea les organisateurs (les journaux *L'Équipe*, successeur de *L'Auto* et *Le Parisien libéré*) à repartir avec de petits moyens, en 1947. Mais la victoire de Jean Robic, caricature du Breton teigneux et courageux, n'ayant pas peur des "grands" ouvrit une nouvelle ère de popularité pour le Tour et l'équipe de France avec notamment trois victoires consécutives pour Louison Bobet, précédant l'avènement de Jacques Anquetil, dont les duels avec Raymond Poulidor enflammèrent le public français.

Le retour définitif aux équipes de marques, l'arrivée des sponsors dans le cyclisme et son internationalisation ont ouvert la période moderne marquée par les dominations successives d'Eddy Merckx qui, avec cinq victoires, rejoignit Anquetil au palmarès des records, comme allaient encore le faire ce combattant à panache que fut Bernard Hinault et l'Espagnol Miguel Indurain.

Jacques Goddet et Félix Lévitan, ses directeurs, furent les authentiques restaurateurs de la "Grande Boucle", dont la croissance et le rayonnement sont à leur apogée. De même que l'équilibre de la course avec ses 3 500 kilomètres, sa vingtaine de grands cols (dont les mythiques Galibier, Izoard, Ventoux, Alpe-d'Huez, Aubisque, Tourmalet) et ses 200 concurrents, dont les équipes s'attachent la sélection.

Grâce à la couverture de haute qualité par la télévision, le Tour de France n'est plus seulement un spectacle sportif, familial et gratuit, qu'on regarde passer sur le bord de la route ou sur le petit écran. Il est devenu un véritable fait de société avec quelques sombres aspects (le dopage en 1998), mais aussi avec ses valeurs intrinsèques – le courage, quand ce n'est pas l'héroïsme de ses champions –, son décor (les paysages de la France) auquel aucun autre sport ne peut prétendre, sans oublier les répercussions médiatiques, économiques et culturelles, au fil des régions traversées par ce feuilleton de l'été.

Jean-Marie Leblanc