

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Le Tour de France 2019 : Analyse comparative du traitement journalistique dans la presse quotidienne belge néerlandophone et francophone, populaire et de qualité.

Auteur : Dylan Crabbé

Promoteur(s) : Gérard Derèze

Lecteur(s) :

Année académique 2019-2020

Intitulé du master et de la finalité : Master 120 en journalisme, à finalité
spécialisée : Ecole de journalisme de Louvain

Table des matières

Introduction	p.3
Partie I : L'Histoire du Tour de France	p.6
A. Les origines du Tour de France et son évolution	p.6
B. Les dates-clés de l'Histoire du Tour de France	p.11
C. Une marque connue dans le Monde entier	p.13
D. L'invention de la caravane publicitaire	p.16
E. Le maillot jaune, le symbole du Tour de France	p.17
F. Le Tour de France féminin	p.18
Partie II : La Belgique et le Tour de France	p.22
A. L'obtention du Grand Départ 2019 par Bruxelles	p.22
B. Les victoires finales	p.23
C. Les victoires d'étapes	p.24
D. Les Grands Départs	p.24
E. Les villes-étapes	p.25
F. Les maillots jaunes belges	p.25
Partie III : Analyse de contenu	p.26
A. Méthodologie	p.27
a) Choix du corpus	p.27
b) Présentation des quotidiens étudiés	p.28
c) Le système catégoriel	p.32
d) Le codage	p.33
e) La grille d'analyse	p.33
B. Analyse	p.39
a) Les articles	p.39
b) Les images	p.52
Partie IV : Interprétation des données	p.60
Partie V : Conclusion	p.66
Bibliographie	p.69

Remerciements

Je tiens à remercier mon promoteur pour ses conseils et son aide précieuse dans la réalisation de ce mémoire. J'aimerais aussi remercier ma famille pour leur soutien durant ces derniers mois, très longs et pénibles pour tout le monde.

Introduction

En Belgique, le cyclisme est l'un des sports les plus médiatisés par les groupes de média. « *Ainsi, en Belgique francophone, pour des raisons historiques ou plus circonstanciées, le cyclisme, le tennis et même dans une certaine mesure, le tennis de table connaissent de nombreuses productions et de bonnes audiences médiatiques.* »¹ Toutes les classiques printanières, les Tours d'une semaine, les épreuves belges de moindre renommée ainsi que le Tour de France sont retransmis à la télévision publique francophone. Sans compter les résumés d'étapes dans les journaux télévisés. La majorité des classiques printanières se déroule dans notre pays. *De Ronde van Vlaanderen* ainsi que *Liège-Bastogne-Liège* en sont les plus connues.

La renommée de nos coureurs n'est aussi plus à refaire. De Rik Van Steenbergen, en passant par Eddy Merckx, Roger De Vlaeminck, Lucien Van Impe, Freddy Maertens, Michel Pollentier, Johan Museeuw, Tom Boonen, Philippe Gilbert ou encore plus récemment Greg Van Avermaet, ils ont marqué des générations entières grâce à leurs succès. Et nous en oublions beaucoup. De nombreux Belges ont aussi connu leur heure de gloire grâce au Tour.

Au vu de toutes ces considérations, il nous semblait intéressant de faire un mémoire de recherche sur un sujet cycliste. Dans un premier temps, nous avons pensé au traitement journalistique des classiques printanières. Nous avons rapidement écarté cette piste car le corpus de recherche aurait été assez restreint et n'aurait pas permis une analyse approfondie du sujet. Ces courses-

¹ Robert Boure et Valérie Bonnet, *Sport et Médias*, Presses Universitaires du Mirail, 2007.

là ne durent qu'une seule journée. Notre choix s'est alors tourné vers le Tour de France 2019. Événement connu dans le Monde entier, l'épreuve portait justement de Belgique en 2019. Nous avons retenu cette hypothèse assez rapidement. Mais comment traiter un sujet aussi vaste ? Après quelques réflexions méthodologiques et consultation de divers ouvrages sur le sujet, nous avons décidé de procéder à une analyse comparative de deux quotidiens de presse écrite néerlandophones et francophones. La problématique est la suivante : Comment les quotidiens de presse francophones et néerlandophones ont-ils couvert le Tour de France 2019 ? Les quotidiens étudiés sont : *De Standaard* et *Het Nieuwsblad* pour la partie néerlandophone, *La Dernière Heure Les Sports+* et *le Soir* pour la partie francophone du pays.

Avant de procéder à l'analyse, plusieurs parties seront au programme : la première concerne l'histoire du Tour de France. Nous évoquerons les origines de la création de l'épreuve, son évolution dans le temps, les dates-clés de son histoire. Nous reviendrons ensuite sur la manière dont le Tour de France est devenu une marque connue dans le Monde entier et l'invention de la caravane publicitaire, élément indissociable de la marque « Tour de France ». Nous terminerons cette première partie sur l'invention du maillot jaune, maillot qui fête en 2019 son centième anniversaire ainsi que sur le Tour de France féminin. Une course féminine a également lieu en même temps que le Tour de France, mais sur une seule journée. Nous reviendrons sur son évolution dans le temps.

La deuxième partie sera consacrée à l'histoire de la Belgique avec le Tour de France. Cette partie sera plus courte que la précédente et remettra en contexte plusieurs éléments. Nous évoquerons, en premier lieu, l'obtention du Grand Départ de 2019 par Bruxelles. Un parcours semé d'embûches. Ensuite, nous nous focaliserons sur les victoires finales belges, les villes-étapes, les Grands Départs ainsi que les maillots jaunes.

La troisième partie est l'analyse de contenu en tant que telle. Cette méthode a été choisie afin d'analyser au mieux un corpus assez fourni de façon claire et précise. Dans cette partie, nous retrouvons d'abord une partie méthodologique, revenant sur la définition et le choix du corpus, le système

catégoriel ainsi que le choix des quotidiens. Concernant le corpus, il s'étend du 3 au 29 juillet 2019. La course a lieu du 6 au 28 juillet mais il nous a semblé pertinent d'élargir le corpus à 3 jours avant et au lendemain de l'arrivée. Le corpus se répartit en 92 journaux, 23 pour chaque quotidien. Concernant le choix des quotidiens, nous avons choisi deux quotidiens plus à la pointe en matière de sport, *Het Nieuwsblad* et *La Dernière Heure Les Sports+*. Les deux autres titres de presse choisis, que sont *Le Soir* et *De Standaard*, sont eux, plus « spécialisés » dans des domaines comme la politique, ... En prenant deux quotidiens néerlandophones et francophones, nous avons fait le choix d'élargir le plus possible les possibilités de comparaisons intéressantes entre les quotidiens.

Nous avons ensuite réalisé une grille d'analyse complète, reprenant les éléments principaux que nous voulons analyser : en premier lieu : les articles. Nous analyserons entre autres la taille, le nombre ainsi que le type d'articles utilisés. La nationalité des acteurs fera aussi l'objet d'une analyse. Ensuite, les images : les mêmes éléments seront analysés que pour les articles, en y ajoutant les Unes. Les acteurs évoqués sur les images feront aussi l'objet d'une analyse. Nous analyserons également la position d'apparition en Une des actualités du Tour de France.

L'interprétation des données sera une étape importante. Elle permettra de donner du sens aux données récoltées au travers du corpus. En comparaison avec d'autres travaux réalisés auparavant, nous pourrions interpréter au mieux les données et leur donner un sens.

La dernière partie de ce mémoire sera la conclusion, dans laquelle nous reviendrons sur les éléments pertinents de la recherche, les points communs et les différences entre les quotidiens ainsi que le traitement journalistique global du Tour de France. Nous pointerons également certaines limites de cette analyse et proposerons des pistes d'amélioration pour les recherches à venir.

Partie I : L'histoire du Tour de France

A. Les origines du Tour de France et son évolution

Le Tour de France est un sujet éminemment journalistique. Comme le rappelle Jacques Marchand dans le livre de Reporters Sans Frontières, « *Toute l'histoire du Tour (et même du cyclisme en général) est une histoire de journalistes. Ce n'est pas un hasard mais bien une démarche de l'histoire si, depuis sa naissance, donc plus d'un siècle, le Tour de France cycliste est dirigé par un journaliste notoire : Géo Lefèvre (le géniteur et le premier directeur), Henri Desgrange, Jacques Goddet, Félix Lévitan, Jean-Marie Leblanc, et préparer à lui succéder prochainement Christian Prud'Homme. Tous, avec des personnalités très affirmées et très différentes, sont pourtant dans la même lignée.* »² C'est en effet un journal qui, en 1903, sous l'égide de Henri Desgrange, a créé l'événement sportif le plus médiatisé dans le monde chaque année. Henri Desgrange, en difficulté avec les ventes de son journal *l'Auto*, élabore une course qui aura une renommée internationale et qui permettra de concurrencer les autres courses organisées par un autre journal, *Le Vélo*. Le Tour de France est né de cette logique.

Mais sa création ne fut pas un long fleuve tranquille. En 1902. Géo Lefèvre, le vrai inspirateur de l'épreuve, suggéra à Henri Desgrange, le directeur du journal *l'Auto*, de créer une compétition cycliste d'envergure en France. Le 20 décembre 1902, les deux hommes se réunissent au restaurant Zimmer pour parler de la création de cette épreuve. « *Paris-Roubaix, Bordeaux-Paris, c'est vieux jeu, maintenant pour frapper l'imagination du public, il faut aller plus loin et faire, par exemple, un Tour de France.* »³ déclara Géo Lefèvre. Dans son for intérieur, Desgrange est sceptique. Il pense que ce projet « *assassinerait ses coureurs* »⁴. Mais Géo Lefèvre réussit à convaincre Desgrange de se lancer dans ce pari de créer un Tour de France. Le 19 janvier

² Jacques Marchand, *Le Tour de France par les journalistes et photographes qui ont écrit sa légende*, Reporters Sans Frontières.

³ Robert Laffont, *L'Equipe raconte le Tour de France*, Editions Robert Laffont, 2018.

⁴ Ibid.

1903, un premier article sur la création de l'épreuve paraît dans l'Auto. Le 21 février, le journal publie le règlement de l'épreuve, avec un départ le 31 mai et une arrivée le 5 juillet. Mais, le 24 avril 1903, seuls quinze coureurs étaient inscrits à l'épreuve. Henri Desgrange, le directeur de l'Auto, songe à annuler l'épreuve.

Le 6 mai 1903, le départ du Tour de France est reporté au premier juillet, afin de permettre à un certain nombre de coureurs (cinquante au total) de s'y inscrire. Le 13 juin, le nombre de coureurs est atteint. Le premier Tour de France prend de plus en plus forme. Deux jours plus tard, les inscriptions sont clôturées. « *Seulement sept mois après la naissance du projet, dans les bureaux de l'Auto, Henri Desgrange lance officiellement dans ses colonnes le premier Tour de France le premier juillet 1903. Conscient qu'il joue l'honneur et l'avenir de son journal, il place l'exploit sportif des coureurs comme une mission auprès du peuple français et parie déjà sur un destin hors-norme pour cette épreuve cycliste d'un nouveau genre.* »⁵

Le premier juillet 1903 à 15 h 16, Georges Abran donne le départ et les soixante coureurs s'élancent pour un Tour de France de 2428 kilomètres répartis sur seulement six étapes. « *Les six étapes du premier Tour totalisant 2 500 kilomètres font parcourir aux coureurs de L'Auto les trois-quarts de la France, donnant « à des populations entières qui n'en ont jamais vu, le spectacle de la plus belle manifestation du sport cycliste* »⁶. La première étape part de Montgeron le premier juillet pour arriver à Lyon. Une étape de quelque 467 kilomètres. Maurice Garin arrive à Lyon avec sept heures d'avance sur les prévisions des organisateurs.

Après six étapes intenses et dix-neuf jours de course, le premier vainqueur est le Français Maurice Garin, dossard numéro 1 au départ de l'épreuve. Grand favori, il remporte au passage trois des six étapes au programme de ce Tour 1903.

⁵ Ibid.

⁶ Gilles Fumey, *Le Tour de France ou le vélo géographique*, In: Annales de Géographie, pp. 388-408.

Il termine l'épreuve avec trois heures d'avance sur son premier concurrent, Lucien Pothier. Au final, seuls vingt et un courageux rallient l'arrivée à Paris. Le pari de Desgrange est réussi. Des milliers de nouveaux lecteurs se ruent sur le journal l'Auto afin de suivre les performances des concurrents. Le succès commercial est donc au rendez-vous. Il y eut également près d'un million de personnes sur le bord des routes pour apercevoir les coureurs. Géo Lefèvre, directeur de course des deux premières éditions du Tour, en 1903 et 1904, est l'un des hommes les plus importants de la réussite. Mais sa relation avec Desgrange n'est pas au beau fixe. « *En 1905, Henri Desgrange, son patron, préféra l'envoyer à la rubrique automobile du journal* »⁷. Plus tard, il participera à la création du journal l'Équipe, juste après la seconde guerre mondiale.

Le Tour de la France proche de la disparition

Pourtant, en 1904, le Tour de France est proche de disparaître. Le peloton, lors de la deuxième étape, se fait attaquer par des spectateurs à coup de pierre et cela ne s'arrêtera pas là. Le jour suivant, une émeute vient perturber l'étape entre Marseille et Toulouse. Desgrange décide alors de chambouler complètement le fonctionnement de la course. Finis les parcours de nuit ainsi que le classement au temps. A la place, un classement aux points sera établi en fonction de la place à l'arrivée de chaque étape.

Le patron du Tour décide également d'augmenter le nombre d'étapes, passant de six à onze, tout en réduisant le nombre de kilomètres parcourus à chaque fois. La longueur du Tour de France est plus importante mais mieux répartie qu'auparavant. Les étapes ne dépassent plus 350 kilomètres. Lors de cette édition 1905, le premier col est escaladé dans l'histoire du Tour, le Ballon d'Alsace. La fin des années 1900 marque la double victoire de Lucien Petit-Breton en 1907 et 1908, ce qui constitue le premier doublé de l'histoire.

1919, le point de basculement

⁷ Robert Laffont, *L'Équipe raconte le Tour de France*, Editions Robert Laffont, 2018.

Un autre événement marquant, qui sera explicité plus en détails dans la suite de ce mémoire, est l'apparition du maillot jaune en 1919. Créé par Alphonse Baugé, il permettra de distinguer le leader du classement général des autres coureurs. Un coup de génie qui fera, encore maintenant, la renommée du Tour.

Les années 30 vont marquer un tournant majeur et historique dans l'histoire de l'événement. Desgrange, lassé par la domination de l'équipe Alcyon en 1929, décide de faire table rase et prend la décision d'instaurer des équipes nationales plutôt que des équipes de marque. Une idée saluée à l'époque et qui donnera au Tour son aura actuel. Grâce à son coup de génie, les ventes de l'Auto explosent. En 1933, le journal sera tiré à un million d'exemplaires, suite à la victoire de Georges Speicher.

Le Tour de France n'aura pas lieu entre 1940 et 1946, la faute à la seconde guerre mondiale. En 1947⁸, Jacques Goddet, fondateur du journal L'Equipe, qui organise désormais la course, a du mal à faire redémarrer cette épreuve. La guerre a laissé des traces. Mais il y arrivera. Le premier vainqueur de l'après-guerre se nomme Jean Robic et devient le premier vainqueur du Tour de France sans avoir remporté d'étapes. Le système d'équipes nationales perdure jusqu'à la fin des années 60.

1969 : La première d'Eddy Merckx

En 1968, les organisateurs décident de laisser tomber les équipes nationales et reviennent à un Tour plus classique, par équipes de marques. L'année suivante sera marquée par l'arrivée d'Eddy Merckx qui remportera le Tour de France pour sa première participation à « *La Grande Boucle* »⁹. Il enlève également tous les classements annexes, une première dans l'histoire du Tour. Dans les années qui suivent, il gagnera la course encore quatre fois, ce qui en fait encore aujourd'hui l'un des recordmans de victoires finales sur l'épreuve.

⁸ « 34ème Tour de France 1947 ». 28 juin 2018. [memoire-du-cyclisme.eu/eta_tdf/tdf1947.php](http://www.memoire-du-cyclisme.eu/eta_tdf/tdf1947.php), consulté le 31 mai 2020.

⁹ Surnom donné par les observateurs à la course

Mais, les années passent et la colère gronde. Les nombreuses demi-étapes, les transferts entre les villes-étapes ainsi que le réveil à cinq heures du matin fatiguent les coureurs. En 1978, sous l'égide de Bernard Hinault, champion de France, Joseph Bruyère, maillot jaune et Freddy Maertens, maillot vert, les coureurs se mettent en grève¹⁰ lors de l'étape 12 A entre Tarbes et Valence d'Agen. Les coureurs passent la ligne à pied. Cette étape est annulée et marquera l'Histoire de l'épreuve. Une action qui ne sera pas refaite. Les années 1980 verront une internationalisation de la course. Greg Le Mond devient le premier vainqueur américain de la course en 1986. Il gagnera encore en 1989 lors d'un duel avec Laurent Fignon, qui se clôturera par l'écart le plus faible entre les deux premiers du classement général : huit secondes. LeMond remportera également l'édition de 1990.

Le début des années 1990 est indissociable de l'Espagnol Miguel Indurain. De 1991 à 1995, il remporte à chaque fois le Tour de France, ce qui de lui le premier coureur à gagner cinq Tours de France consécutifs. Avec lui, une certaine forme de spécialisation verra le jour.

La fin des années 1990 marquée par le dopage

Lors de l'édition 1998, un grand fléau va faire son apparition : le dopage. L'équipe Festina est alors exclue par l'organisation après la découverte d'un réseau de dopage organisé.¹¹ Une première affaire de dopage qui en amènera d'autres par la suite. Au fil des années, les classements généraux sont bouleversés suite aux révélations de dopage. Lance Armstrong, Floyd Landis en sont des exemples majeurs. Tous deux vainqueurs du Tour de France, ils seront déclassés quelques années plus tard et suspendus. Levi Leipheimer perdra sa troisième place en 2007 suite à l'affaire Armstrong. Bernard Kohl, maillot à pois en 2008 sera disqualifié suite à un contrôle positif.

¹⁰ Pol Loncin, 12 juillet 1978: le peloton du Tour est en grève, RTBF.be/sport, https://www.rtb.be/sport/cyclisme/tourdefrance/detail_12-juillet-1978-le-peloton-du-tour-est-en-greve?id=9657817, consulté le 31 mai 2020.

¹¹ Thierry Tazé-Bernard, Il y a 20 ans, l'affaire Festina révolutionnait la lutte contre le dopage, sport.francetv.info.fr, <https://sport.francetvinfo.fr/tour-de-france/il-y-20-ans-laffaire-festina-revolutionnait-le-sport-mondial>, consulté le 2 juin 2020.

Les années 2010 seront, elles, marquées par un certain retour à la normale. « *La victoire de Cadel Evans en 2011 est la meilleure preuve que la lutte antidopage fonctionne.* »¹² Les années 2010 verront l'émergence d'une équipe dominatrice sur le Tour de France, la Sky. Durant cette décennie, seuls Cadel Evans et Vincenzo Nibali briseront cette domination. Christopher Froome marquera de son empreinte l'épreuve dans le milieu des années 2010. Il termine deuxième en 2012 puis remporte les éditions 2013, 2015, 2016 et 2017. L'édition 2019 se déroule sans lui, victime d'une chute quelques semaines auparavant.

B. Les dates- clés de l'histoire du Tour de France

En résumé, voici les dates-clés, non exhaustives, de l'histoire du Tour du France :

- 1er juillet 1903 : Départ du tout premier Tour de France de l'histoire à Montgeron.
- 9 août 1908 : Premier doublé de l'histoire par Lucien Petit- Breton.
- 19 juillet 1910 : Premier passage dans la haute montagne.
- 19 juillet 1919 : Premier maillot jaune porté par un coureur du Tour de France, Eugène Christophe.
- 25 juillet 1920 : Premier triplé par le Belge Philippe Thys.
- 20 juillet 1924 : Ottavio Bottecchia devient le premier coureur à être en jaune sur toute la durée de l'épreuve.
- 2 juillet 1930 : Première édition du Tour de France par équipes nationales.
- 27 juillet 1934 : Premier contre-la-montre individuel.

¹² Robert Laffont, *L'Équipe raconte le Tour de France*, Editions Robert Laffont, 2018.

- 25 juillet 1948 : La télévision diffuse pour la première fois une étape du Tour de France.
- 3 juillet 1953 : Premier maillot vert (par points) attribué.
- 8 juillet 1954 : Amsterdam accueille le premier départ hors de France.
- 26 juin 1958 : Grand Départ du Tour de France de Bruxelles.
- 14 juillet 1964 : Jacques Anquetil, le premier quintuple vainqueur du Tour de France.
- 27 juin 1975 : Apparition du maillot à pois (de meilleur grimpeur).
- 20 juillet 1975 : Première arrivée du Tour de France sur les Champs-Élysées.
- 12 juillet 1978 : Les coureurs se mettent en grève lors de l'étape 12 A et passent la ligne à pied.
- 30 juin 1981 : Phil Anderson devient le premier porteur non-européen du maillot jaune de leader du Tour de France.
- 5 juillet 1986 : Alex Stieda devient le premier coureur nord-américain à porter le maillot jaune.
- 23 juillet 1995 : Miguel Indurain remporte le Tour de France pour la cinquième fois, ce qui fait de lui le premier quintuple vainqueur successif de l'épreuve.
- 17 juillet 1998 : L'équipe Festina est exclue de la course après la découverte d'un dopage organisé.
- 24 juillet 2005 : Lance Armstrong remporte son septième et dernier Tour de France.
- 24 juillet 2011 : Cadel Evans est le premier Australien à gagner le Tour.
- 22 octobre 2012 : Lance Armstrong est disqualifié et perd ses sept titres.

- 29 juin 2013 : Départ de la centième édition de l'épreuve.
- 4 juillet 2013 : Un Africain, Daryl Impey, porte le maillot de leader du Tour de France pour la première fois de l'histoire de l'épreuve.

C. Une marque connue dans le Monde entier

Le Tour de France est l'événement annuel sportif le plus regardé à travers le Monde. Seuls les Jeux Olympiques et la Coupe du Monde de football recueillent davantage de téléspectateurs. Néanmoins, ces deux événements ne se déroulent que tous les quatre ans. *« Les grands rassemblements sportifs, que ce soit les coupes du monde ou les Jeux Olympiques, mais aussi toutes les compétitions nationales et internationales qui se succèdent dans un calendrier sportif très serré, occupent le terrain médiatique de la planète. »*¹³

Sa place dans le calendrier international explique en partie son succès. Elle occupe le paysage médiatique durant les vacances d'été, une période où de nombreuses personnes sont en vacances. Elles ont alors la possibilité de regarder la course, contrairement au Giro d'Italia par exemple. *« Toutes disciplines confondues, il ne se passe pas un mois sans qu'une « compétition du siècle » n'occupe le devant de la scène médiatique. Parmi ces compétitions, certaines, profitant de leur inscription historique et du succès planétaire de leur sport, se taillent la part du lion. Ainsi, à côté des Jeux olympiques, la Coupe du monde de football et le Championnat d'Europe (EURO) de football sont à la fois des valeurs sûres et de solides pourvoyeurs d'audience ».*¹⁴

L'épreuve cycliste est retransmise dans 190 pays différents à l'aide de 100 chaînes de télévision. *« Si l'on dit qu'il n'y a pas de sports sans médias, c'est parce que le média privilégié qu'est la télévision joue un rôle de promotion et de publicité en faveur du sport, attirant vers ce dernier un public très*

¹³ Jean-Pierre Augustin, *Introduction : Le Sport attracteur d'organisation sociale et intermédiaire de la mondialisation*, Annales de Géographie, 2011/4, p.353 à 360.

¹⁴ Gérard Derèze. *De la médiatisation des grandes compétitions sportives*. Communications, 67, 1998, p. 33-43.

*important. Par ailleurs, la télévision est très importante financièrement pour le sport vers lequel elle attire des sommes considérables ».*¹⁵

En effet, chaque jour, une étape du Tour de France regroupe jusqu'à 12 millions de spectateurs en direct. Au total, plus d'un milliard de téléspectateurs suivent la course durant les trois semaines de course en direct ou en différé. Plus de 500 médias reçoivent également, chaque année, une accréditation pour suivre l'épreuve. Ils sont même 554 en 2019. Un record pour l'épreuve. *« Le sport est réellement, à l'heure actuelle, le seul véritable spectacle de masse, non seulement en tant qu'il touche une masse énorme de gens de toutes catégories et de tous pays, mais aussi en tant qu'il s'adresse directement aux masses qui se sentent concernées par lui, à plus d'un titre, car elles se reconnaissent. »*¹⁶

Le Tour de France a de grands supporters. Les spectateurs, sur le bord de la route, peuvent y être pendant quasiment six heures. Ce public est avant tout un public de passionnés mais, comme cité dans les passages suivants, le Tour de France ne s'adresse pas qu'aux amateurs de cyclisme. En effet, les familles peuvent voir des coureurs passer juste devant leurs portes. *« Le TDF, véritable fête populaire et familiale, s'adresse à tous les publics. Il est devenu un outil de promotion politique, servant aux collectivités pour la promotion de leurs territoires, il est également perçu comme un « cadeau » fait par les élus à la population de leurs communes. »*¹⁷

Un spectacle gratuit

Les épreuves cyclistes sont encore les seules à proposer un spectacle gratuit.

¹⁵ Les valeurs du sport, *Professionnalisation et médiatisation*, lesvaleursdusport.e-monsite.com, <http://lesvaleursdusport.e-monsite.com/pages/professionalisation-et-mediatisation/mediatisation.html>, consulté le 2 juin 2020.

¹⁶ Brohm Jean-Marie, *Sociologie politique du sport*, Presses universitaires de Nancy, 1992.

¹⁷ Édith Fagnoni et Léo Castoldi, « De l'événement sportif au sport business : le Tour de France », Bulletin de l'association de géographes français [En ligne], 95-1 | 2018.

L'organisation doit alors trouver le moyen d'avoir des recettes, via le merchandising par exemple. « *Le Tour de France propose l'un des derniers spectacles gratuits : le défi pour l'organisation est de capitaliser sur un événement gratuit, de le pérenniser et de dégager des recettes. En place dans le calendrier sportif international et dans le calendrier civil français, le Tour de France est un événement rentable, en témoigne le chiffre d'affaires de la société organisatrice de l'évènement A.S. O¹⁸. »¹⁹. Le cyclisme en général, fait aussi partie des sports les plus médiatisés. Entre les classiques, les courses par étapes et les Grands Tours, chaque passionné pourra rester devant sa télévision afin de suivre les exploits des coureurs. Au fil des années, de plus en plus de courses sont retransmises à la télévision. « *Certains sports sont plus convoités que d'autres par la médiatisation. En effet, le tennis, la boxe, la formule 1, le cyclisme et le football par exemple sont plus diffusés que le ski, le basket, le volley, et la natation. »²⁰ « Ces premiers sont plus populaires car ils connaissent des événements importants tels que la Coupe du Monde, Roland Garros, le Tour de France... »²¹ En effet, on assiste à une multiplication des compétitions.**

Une grande longévité

Le Tour de France a fêté ses 116 ans en 2019. Une longévité impressionnante. Dans son article « *Le Tour de France ou le vélo géographique* », Gilles Fumey se pose la question légitime de l'ampleur qu'a pris le Tour de France au fil des années : « *Pour tous les observateurs du sport dans le monde, le Tour de France est une énigme. Comment cette course de 1903, conçue pour concurrencer un journal, a-t-elle pu gagner ses marques de longévité et prendre cette ampleur qui en fait un événement sportif mondial chaque année,*

¹⁸ Amaury Sport Organisation

¹⁹ Édith Fagnoni et Léo Castoldi, « *De l'événement sportif au sport business : le Tour de France* », Bulletin de l'association de géographes français [En ligne], 95-1 | 2018.

²⁰ La médiatisation, le sport business, <http://anevma.e-monsite.com/pages/diverses-motivations-pour-le-sportif/la-mediatisation-le-sport-business/>, consulté le 6 juin 2020.

²¹ Édith Fagnoni et Léo Castoldi, « *De l'événement sportif au sport business : le Tour de France* », Bulletin de l'association de géographes français [En ligne], 95-1 | 2018.

dans la presse européenne comme sur les radios et chaînes de télévision japonaises, américaines, africaines ?»²² L'auteur y apporte quelques réponses : - la première, la géographie idéale de la France. Une autre serait le fait que le Tour de France ne fait plus exactement le Tour de la France. L'internationalisation de la course permet une plus grande reconnaissance par les médias étrangers. La troisième est le fait d'avoir des massifs montagneux connus dans le monde entier. Les deux dernières sont le spectacle organisé par la course en attendant les coureurs (avec la caravane publicitaire entre autres) et l'identité véhiculée par la course (le sport-spectacle).

D. L'invention de la caravane publicitaire

La caravane publicitaire du Tour de France fut créée en 1930 pour pallier l'absence de sponsors de marque. Elle est maintenant l'une des emblèmes du Tour de France. De nombreuses personnes s'amassent sur le bord des routes pour espérer attraper quelque chose. Un objet, un bonbon, ... quelque chose qui leur permettra de se souvenir du passage du Tour. De nombreuses personnes ne viennent même que pour la caravane. L'article « *De l'événement sportif au sport business : le Tour de France* » d'Edith Fagnoni et Léo Castoldi, l'explique encore mieux : « *La Caravane publicitaire rencontre rapidement une forte adhésion des publics. Aujourd'hui composée de plus de 150 véhicules, la Caravane se présente comme une scénographie marchande, elle distribue environ 14 millions d'objets publicitaires durant les trois semaines que dure le Tour. Elle touche un public estimé entre 10 et 12 millions de spectateurs présents sur les bords des routes.* »²³

Être présent sur la caravane du Tour représente un coup marketing majeur pour les marques. Elles peuvent présenter de nouveaux produits et la visibilité du Tour n'a pas d'égal. Compte tenu du nombre de spectateurs présents sur la route, cela représente un boost, même si celles-ci paient une somme

²² Gilles Fumey, *Le Tour de France ou le vélo géographique*, In: Annales de Géographie, t. 115, n°650, 2006. pp. 388-408.

²³ Édith Fagnoni et Léo Castoldi, « *De l'événement sportif au sport business : le Tour de France* », Bulletin de l'association de géographes français [En ligne], 95-1 | 2018

forfaitaire pour se glisser dans la caravane. *« Si les retombées sont intéressantes pour les marques, la présence de celles-ci sur la caravane se négocierait autour des 250 000 € par an pour la période du Tour. La rencontre avec le public, le côté festif de l'événement, la scénographie de la marque et la compétition entre annonceurs sont autant d'éléments qui rapprochent l'événement d'une opération qualifiable de « street marketing ».*²⁴ *« Si le spectacle reste gratuit, la présence sur le Tour représente bel et bien un coût également pour les annonceurs, ainsi que pour les villes étapes, d'arrivée et de départ. Le coût s'élève à 70 000 € pour le départ d'une étape, 90 000 € pour l'arrivée et autour de 150 000 € pour l'arrivée et le départ. »*²⁵

E. Le maillot jaune, le symbole du Tour de France

Le maillot jaune fut inventé en 1919 pour qu'on puisse reconnaître le premier coureur du classement général parmi les autres. C'est Alphonse Baugé qui eut l'idée de choisir la couleur jaune pour ce maillot distinctif. Baugé évoqua l'idée à Desgrange, qui acquiesça et commanda un maillot devant être livré à Marseille. *« Le 10 juillet, également en page 2, la décision avait été annoncée sous le titre « Pour reconnaître le leader » : « Afin de permettre aux sportsmen de reconnaître du premier coup d'œil dans le peloton des Tours de France le leader de notre grande randonnée, notre rédacteur en chef, Henri Desgrange, vient de décider qu'à l'avenir le routier figurant à la première place du classement général sera porteur d'un maillot spécial. Ce maillot est aujourd'hui commandé, il est probable que dès Marseille le leader du Tour en sera détenteur. »*²⁶ Il arrivera à Grenoble quelques jours plus tard et sera remis le 19 juillet 1919 à Eugène Christophe. Néanmoins, *l'Auto* n'en fait pas la promotion sur sa Une. L'extrait suivant le prouve : *« L'information, pourtant, ne fait pas la une des journaux. Pas même celle de L'Auto, le quotidien organisateur. Il faut aller en haut de la première colonne de la page 2 du journal pour lire cette brève de sept lignes, rédigée par Henri Desgrange lui-même : « J'ai remis ce matin au vaillant Christophe un superbe Maillot*

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Béatrice Houchard, *Le Tour de France et la France du Tour*, Calmann-Lévy, 2019.

*jaune. Vous savez déjà que notre directeur a décidé que l'homme de tête du classement général revêtirait un maillot aux couleurs de L'Auto. La lutte va être passionnante pour la possession du maillot ! Alavoine et surtout Lambot voudraient bien le porter. »*²⁷

C'est un coup parfait car ce maillot possède la couleur la plus visible de loin. Pour beaucoup d'observateurs, « *le maillot jaune de Baugé fait entrer le Tour dans un nouveau monde et une nouvelle dimension.* »²⁸. Ce maillot jaune devient le symbole du Tour à travers le Monde. De nos jours, c'est encore le cas. « *Depuis 1919, plus de 4 000 coureurs ont fait le Tour de France : 61 l'ont gagné, et 269 ont porté le maillot au moins une journée, voire une demi-journée quand existaient des demi-étapes.* »²⁹

Mais pourquoi un maillot jaune ?

Le quotidien *L'Auto* est imprimé en jaune et cette couleur se voit bien en toute circonstance. Comme l'explique très bien cet extrait du livre « *Le Tour de France et La France du Tour* » : « *Ce sera donc jaune. Accessoirement, le jaune permet d'être vu de nuit et lorsque les coureurs évoluent dans les territoires ravagés par la guerre : « Dans les gravats, il fallait un astre »*³⁰, explique l'actuel directeur du Tour, Christian Prudhomme. *Les coureurs eux-mêmes sont heureux de pouvoir repérer d'un coup d'œil le premier d'entre eux.* »³¹

F. Le Tour de France au féminin

En 1955, Jean Leuilliot, un journaliste sportif français, décide de créer une course féminine par étape, semblable à leurs collègues masculins. Une course réduite à cinq étapes pour sa première édition. Une édition-test. Mais l'épreuve n'est pas une grande réussite. Leuilliot abandonne l'idée dès la fin

²⁷ Ibid.

²⁸ Robert Laffont, *L'Équipe raconte le Tour de France*, Editions Robert Laffont, 2018.

²⁹ Béatrice Houchard, *Le Tour de France et la France du Tour*, Calmann-Lévy, 2019.

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

de la première édition. « *La première tentative, en 1955, n'est pas un franc succès. Quand l'organisateur, Jean Leulliot, tire le bilan de l'épreuve, il loue l'enthousiasme du peloton, mais déplore qu'il "bavarde tout le temps" et que les coureuses s'usent après l'étape à rester debout pour faire les magasins.* »

32

Un certain sexisme règne alors dans le monde du vélo, comme l'explique Jean-François Mignot : « *Plus que beaucoup d'autres spectacles sportifs, le Tour de France reste un spectacle dans lequel hommes et femmes incarnent des rôles fortement distincts : les hommes sont les héros et les femmes sont réduites à des seconds rôles propres à leur sexe, telles que les hôtesse de course qui embrassent le vainqueur d'étape (rôle de faire-valoir) et les épouses ou mères des coureurs.* »³³ « *Pour comprendre, il faut remonter à la création du Tour, en 1903. A cette époque, la course est pensée comme exclusivement masculine. Pourtant, au début du XXe siècle, les femmes se sont emparées du vélo comme moyen de transport depuis déjà plusieurs décennies. Véritable objet d'émancipation, le vélo leur permet de se déplacer en toute liberté sans être accompagnée d'un mari, d'un père, d'un frère, bref, d'un homme.* »³⁴ En 1984, l'ancêtre d'ASO, la Société du Tour, relance l'idée d'une course féminine. Les coureuses roulent les mêmes étapes que les cyclistes hommes mais quelques heures avant. Une course dont le succès est au rendez-vous. Les médias emboîtent le pas. À la surprise générale, après six éditions, dont trois remportées par la Française Jeannie Longo, la course s'arrête. « *L'organisation du Tour féminin était trop "contraignante sur le plan économique"* »³⁵ déclara Jean-Marie Leblanc, le directeur de la course. De 1990 à 1993, le format et le nom de l'épreuve changent. Fini le Tour de

³² Adeline Malnis, Pourquoi n'y-a-il pas de Tour de France féminin? , Les inrocks.com,

<https://www.lesinrocks.com/2019/07/24/actualite/actualite/pourquoi-ny-a-t-il-pas-de-tour-de-france-feminin/>, consulté le 7 juin 2020.

³³ Jean-François Mignot , *Histoire du Tour de France*, coll. « Repères », Paris, 2014.

³⁴ Ibid.

³⁵ Nawel Lyamini, Archives. Qu'est devenu le Tour de France féminin créé en 1955?, Ouest-France.fr, <https://www.ouest-france.fr/sport/cyclisme/archives-qu-est-devenu-le-tour-de-france-feminin-cree-en-1955-6462779>, consulté le 5 juin 2020.

France féminin, voici le Tour de la CEE féminin. Mais encore une fois, cette épreuve ne durera que trois années. Pierre Boué prend la suite de Jean- Marie Leblanc. Il organise une course qui appellera « Le Tour cycliste féminin » puis « La Grande Boucle Féminine »³⁶ en 1998. Durant dix-sept ans, à l'exception de l'édition 2004 qui fut annulée, l'épreuve se passe sans encombre, malgré la faible médiatisation et les disputes avec ASO³⁷ concernant la nomination de la course. Le terme « Tour » est une marque déposée par ASO, ce qui contraindra Pierre Boué à changer le nom de son épreuve à partir de 1998. Dès 2005, elle est de nouveau raccourcie pour revenir à quatre jours de course. En 2009, c'est l'arrêt définitif après la victoire d'Emma Pooley.

Selon Mignot, les différentes tentatives de Tour de France féminin n'ont pas eu l'effet escompté. « *De même, le Tour de France féminin (1984-1989), le Tour de la CEE féminin (1990-1993), le Tour cycliste féminin (1992-1997) et la Grande Boucle féminine (1998-2009) n'ont jamais connu de véritable succès auprès du grand public.* » ³⁸

Un ultime retour, sous une autre forme

En 2014, une pétition³⁹ signée par 90 000 personnes, dont la Néerlandaise Marianne Vos, triple championne du monde sur route, va faire changer les choses. Les quatre signataires de la pétition demandent que soit de nouveau organisé un Tour de France féminin dès l'année 2014. Ça marche, puisqu'une nouvelle épreuve voit le jour. Une épreuve d'une journée. « *Depuis 2014 est créée en prologue de l'arrivée finale du Tour de France aux Champs-Élysées la « course by le Tour », épreuve professionnelle féminine. En la plaçant avant l'arrivée des athlètes masculins, l'organisateur offre au cyclisme*

³⁶ Pierre Boué, La Grande boucle féminine internationale, T.F.O, Paris, 2003.

³⁷ Amaury Sport Organisation

³⁸ Jean-François Mignot, *Histoire du Tour de France*, coll. « Repères », Paris, 2014.

³⁹ Kathryn Bertine, ASO: Ouvrez le Tour de France aux équipes féminines de cyclisme, [change.org](https://www.change.org/p/aso-amaury-sport-organisation-ouvrez-le-tour-de-france-aux-%C3%A9quipes-f%C3%A9minines-de-cyclisme), <https://www.change.org/p/aso-amaury-sport-organisation-ouvrez-le-tour-de-france-aux-%C3%A9quipes-f%C3%A9minines-de-cyclisme>, consulté le 6 juin 2020.

féminin une mise en valeur, dont elle ne jouit que trop rarement. »⁴⁰ Un propos qui ne fait pas consensus dans le monde du journalisme.

C'est plutôt un manque de considération pour Pierre Carrey, journaliste sportif français. « *Le cyclisme féminin se développe de manière assez considérable ces dernières années et il est complètement incompréhensible que le plus grand organisateur de courses cyclistes au monde, qui est richissime, ne pense pas à accorder aux femmes une épreuve d'importance similaire et leur fasse l'aumône seulement d'une journée* »⁴¹ De 2014 à 2016, il s'agira d'une course en circuit avec départ et arrivée sur l'avenue des Champs-Élysées. Mais les organisateurs vont innover en 2017 avec une épreuve en deux jours : la première étape est une étape de montagne avec une arrivée au sommet du Col de l'Izoard, la deuxième sous forme de contre-la-montre avec les temps déjà enregistrés lors de l'étape précédente. Ce format sera abandonné par en revenir à une classique d'un jour. L'édition 2019⁴², disputée le 19 juillet 2019, sera remportée par la Néerlandaise Marianne Vos.

Un tour de France féminin de retour en 2022 ?

Pour l'avenir, ASO réfléchit à un projet de courses par étape, semblable au Tour de France masculin. « *Nous travaillons sérieusement sur un projet d'une course par étapes féminine. Nous avons la volonté de l'organiser à court terme.* »⁴³ déclare Christian Prud'Homme lors d'une interview en mars 2020. Le *Giro Rosa* reste donc pour l'instant le seul Grand Tour féminin.

⁴⁰ Édith Fagnoni et Léo Castoldi, « *De l'événement sportif au sport business : le Tour de France* », Bulletin de l'association de géographes français, 95-1 |2018.

⁴¹ Adeline Malnis, Pourquoi n'y-a-il pas de Tour de France féminin? , Les inrocks.com,

<https://www.lesinrocks.com/2019/07/24/actualite/actualite/pourquoi-ny-a-t-il-pas-de-tour-de-france-feminin/>, consulté le 7 juin 2020.

⁴² La course by le Tour, Les classements officiels <https://www.lacoursebyletourdefrance.com/fr/classements>, consulté le 8 juin 2020.

⁴³ Le Télégramme, Le Tour de France féminin va renaître de ses cendres, Télégramme.fr, <https://www.letelegramme.fr/dossiers/leconomie-du-velo-feminin/cyclisme-le-tour-de-france-feminin-va-renaitre-de-ses-cendres-03-03-2020-12516246.php>, consulté le 8 juin 2020.

Partie II : La Belgique et Le Tour de France

A. Obtention du Grand Départ 2019 par Bruxelles

Bruxelles a obtenu le Grand Départ du Tour de France 2019 en échange d'un contrat de cinq millions d'euros pour l'achat du plateau du Tour. Mais cela n'aurait pu ne jamais avoir lieu. En effet, le Grand Départ 2019 aurait dû se faire depuis la Vendée. Mais après quelques mois de tractations avec les villes candidates, Bruxelles a finalement obtenu ce qu'elle voulait. Voici un léger retour en arrière pour comprendre comment la ville de Bruxelles a gagné le droit d'accueillir le Grand Départ.

Tout semblait réuni pour que Bruxelles puisse obtenir le départ du Tour. Mais quelques obstacles surgissent : La Vendée devait normalement obtenir le Grand Départ du Tour 2019. Il faut donc les convaincre de renoncer à cette candidature. Le deuxième obstacle est la candidature de Copenhague pour ce départ 2019. Pour gagner cette bataille, la ville et ses responsables politiques ne devront pas convaincre une mais deux villes de leur laisser la chance d'organiser le Grand Départ depuis Bruxelles . Tout commence en 2016 avec un déjeuner entre Alain Courtois, l'échevin MR en charge des Sports à la ville, Yvan Mayeur, le bourgmestre de l'époque de Bruxelles et Christian Prud'Homme, le directeur du Tour de France. A ces trois personnes s'ajoute Eddy Merckx, pour apporter plus de poids à la candidature. *« Eddy Merckx propose d'avoir une étape symbolique à Bruxelles, mais on ne parle pas encore du Grand Départ. »*⁴⁴ La ville, le bourgmestre et l'échevin des Sports pensent eux au Grand Départ. Pour les dirigeants, en plus de l'aspect sportif, c'est un moyen de redorer le blason de la ville. En effet, le 22 mars de la même année, Bruxelles est touché par des attentats terroristes.

⁴⁴ Véronique Lamquin. Dalton, Courtois, Mayeur: comment Bruxelles a obtenu le Grand Départ. lesoir.be. https://plus.lesoir.be/art/d-20190701-3UUC7D?referer=%2Farchives%2F Recherche%3Fdatefilter%3Dlastyear%26sort%3Ddate%2Bdesc%26start%3D60%26word%3Ddalton&_ga=2.129705484.1445282256.1591704051-472088107.1591444747, consulté le 9 juin 2020.

La ville pense pouvoir redonner un boost économique à la région avec la visibilité du Tour de France. De nombreux arguments penchent de plus en faveur d'un Grand Départ de Bruxelles : le centenaire du maillot jaune (maillot qu'Eddy Merckx a porté le grand nombre de fois dans l'histoire du Tour) ainsi que le cinquantième anniversaire de la première victoire finale de ce même Eddy Merckx. Le soutien de la maire de Paris, Anne Hidalgo, sera un élément de poids pour faire pencher la balance du côté de Bruxelles. Comme le déclara Yvan Mayeur, bourgmestre à l'époque, « *J'avais réussi à obtenir un fort soutien d'Anne Hidalgo, la maire de Paris. Nous recherchions ensemble un événement positif qui puisse relier nos villes, toutes deux touchées un peu plus tôt par ces événements dramatiques.* »⁴⁵ La Vendée accepte de laisser Bruxelles organiser le départ 2019. En contrepartie, ils veulent la garantie pour pouvoir réorganiser le départ du Tour de France dans le futur. La ville de Copenhague accepte aussi en échange du Grand Départ 2021, ce qu'ils ont obtenu. Après de longues négociations, la ville de Bruxelles a donc obtenu le Grand Départ 2019.

B. Les victoires finales belges

Intéressons-nous à l'Histoire de la Belgique avec le Tour et précisément aux victoires finales belges. Elles sont au nombre de dix-huit. La Belgique est la deuxième nation dans ce classement derrière la France. La dernière remonte cependant à 1976 et la victoire de Lucien Van Impe. Avant cela, dix-sept éditions avaient été remportées par un Belge :

- 1912 : Odile Defraye
- 1913, 1914, 1920 : Philippe Thys
- 1919, 1922 : Firmin Lambot
- 1921 : Léon Scieur
- 1926 : Lucien Buysse

⁴⁵ Ibid.

- 1929 : Maurice De Waele
- 1935 : Romain Maes
- 1936, 1939 : Sylvère Maes
- 1969, 1970, 1971, 1972 et 1974 : Eddy Merckx
- 1976 : Lucien Van Impe

Depuis la victoire de 1976, seul un Belge a obtenu un podium sur le Tour de France : il s'agit de Jurgen Van den Broeck en 2010, après le déclassement d'Alberto Contador, le vainqueur initial pour dopage.

C . Les victoires d'étapes

La Belgique est aussi le deuxième pays à avoir remporté le plus grand nombre de victoires d'étapes. Avec 475 victoires, la Belgique est encore loin de la France, qui compte 706 victoires mais largement devant l'Italie, avec 270. Eddy Merckx est le coureur à avoir remporté le plus d'étapes sur le Tour de France. Trente-quatre victoires au total. Il devance Mark Cavendish, qui lui n'a décroché que trente victoires sur la Grande Boucle. Parmi les coureurs belges présents sur le Tour de France 2019, Greg Van Avermaet est celui qui a remporté le plus grand nombre de victoires sur l'épreuve. Ses victoires sont au nombre de deux. Parmi les coureurs engagés sur le Tour 2019, seul Thomas De Gendt avait déjà remporté une étape sur le Tour de France, hormis Greg Van Avermaet.

D. Les Grands Départs

C'est la cinquième fois que la Belgique accueille le Grand Départ du Tour de France. La première fois fut en 1958, déjà à Bruxelles, à l'occasion de l'exposition universel de 1958. Dix-sept ans plus tard, c'est à Charleroi, dans la province du Hainaut, que le Tour posa ses valises.

Au vingt et unième siècle, la province de Liège accueillit le Grand Départ du Tour en 2004 ainsi qu'en 2012.

En 2019, le départ de Bruxelles constitue le troisième Grand Départ en moins de quinze ans. Ce qui fait de la Belgique le pays qui a accueilli le plus souvent le départ du Tour, après la France bien évidemment. La Flandre n'a, quant à elle, encore jamais organisé le Grand Départ de l'épreuve.

E. Les villes-étapes

Binche accueillera pour la première fois le passage du Tour de France en 2019. Avant elle, le Tour avait fait étape en Belgique à 117 reprises. La première fois que la Belgique a accueilli une étape du Tour, c'est en 1947 avec une arrivée à Bruxelles lors de la deuxième étape. De 1947 à 1982, le Tour de France a fait escale au moins un jour dans notre pays lors de chaque édition. Exception faite de 1972.

Bruxelles accueille, lui, pour la seizième et dix-septième fois le départ ou l'arrivée d'une étape du Tour de France. La Belgique est donc le pays le plus visité par la Grande Boucle, après la France.

F. Les maillots jaunes belges

56 coureurs belges ont porté le maillot jaune. Le premier fut Firmin Lambot en 1919, année de création de cette même tunique. Il en fut même le premier vainqueur final. De Firmin Lambot en 1919 jusqu'au dernier maillot jaune de Greg Van Avermaet en 2018, de nombreux champions belges ont pu se vêtir de ce maillot. En premier lieu Eddy Merckx et ses 111 maillots jaunes. S'en suivent d'autres champions comme Sylvère Maes avec ses 41 maillots ou encore Rik Van Steenbergen, jamais vainqueur du Tour mais triple champion du monde. Durant les années 1970, pas moins de six coureurs différents auront l'honneur de porter la tunique. Merckx bien évidemment, mais aussi Joseph Bruyère, Willy Teirlinck, Patrick Sercu, Georges Vandenberghe, Freddy Maertens, double champion du monde et triple vainqueur du maillot vert et pour finir le dernier vainqueur en date pour la Belgique, Lucien Van Impe. Plus récemment, Tom Boonen l'a porté en 2006, remplaçant temporairement son maillot de champion du monde par le maillot jaune. Philippe Gilbert a eu le privilège de le porter également, une seule

journée, lors du Tour 2011. Jan Bakelants revêtra deux fois le maillot jaune en 2013 après sa victoire à Ajaccio. Enfin, le dernier est Greg Van Avermaet, qui porta pendant onze jours, lors de deux Tours différents, ceux de 2016 et 2018, le maillot.

Partie III : Analyse de contenu

Après avoir consulté des livres et des articles scientifiques sur le sujet, notre choix pour la méthode d'analyse des quotidiens choisis s'est porté sur l'analyse de contenu. Elle est pour nous la meilleure manière de faire des comparaisons du traitement journalistique entre les quotidiens choisis. Les trois définitions suivantes vont nous aider à mieux comprendre ce qu'est précisément une analyse de contenu.

a) Définitions :

Selon Jean de Bonville, « *L'analyste cherche à rendre compte de régularités, de tendances, de patrons observés dans les messages. Il ne lui suffit pas de conclure que des messages sont différents ou semblables ; encore faut-il préciser en quoi et jusqu'à quel point.* »⁴⁶

Selon Berelson, « *l'analyse de contenu est une technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications* ».⁴⁷

Selon Laurence Bardin, « *l'analyse de contenu est un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages, à obtenir des indicateurs (quantitatifs ou non) permettant l'inférence des connaissances relatives aux conditions de production/réception (variables inférées)* ».⁴⁸

⁴⁶ Jean de Bonville, *L'analyse de contenu des médias*, Culture et Communications, 2006.

⁴⁷ Bernard Berelson, *Content analysis in communication research*, 1952

⁴⁸ Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, Presses Universitaires de France, 1977.

En effet, l'analyse de contenu est la méthode la plus utilisée dans le domaine des sciences sociales. Elle permet de faire ressortir des éléments significatifs de corpus d'étude parfois importants avec des procédures systématiques. C'est également ce que nous avons décidé de faire dans le cadre de cette recherche.

A. Méthodologie

a) Choix du corpus :

Le corpus se compose de tous les articles parlant du Tour de France 2019 dans les journaux de presse écrite des quotidiens suivants :

- *De Standaard*,
- *Le Soir*,
- *Het Nieuwsblad*,
- *La Dernière Heure Les Sports* +

La période d'analyse est uniquement celle du Tour de France 2019. Nous nous intéressons à la façon de traiter la course cycliste « Le Tour de France » par les journaux précités. Nous avons choisi de prendre un corpus assez large : du 3 au 29 juillet 2019. La course se déroule du 6 au 28 juillet 2019 mais nous avons décidé de l'élargir à 3 jours avant le départ du Tour et une journée après. Les quotidiens étudiés ne commencent à évoquer le sujet qu'à partir du 3 juillet. Aucun article sur le sujet n'est paru avant cette date. Il nous semblait intéressant d'élargir aussi au lendemain de la fin de la course car les résultats du week-end du 27 et 28 juillet ne paraîtront que le lundi dans les quotidiens. Nous n'avons pas pu aller plus loin dans la semaine car les journaux analysés n'y ont plus fait référence par la suite. Nous pensions que le surlendemain (le mardi 30 juillet) serait très intéressant à analyser mais nous n'en avons pas eu l'occasion.

L'idée était également de prendre deux quotidiens de chaque région du pays. Cela permet des comparaisons plus enrichissantes qu'avec un quotidien, par

exemple. Nous pourrions voir des différences ou des points communs plus significatifs et accéder peut-être à des éléments de contenu importants, que nous n'aurions pas pu voir avec un seul quotidien néerlandophone et francophone. Avec ce choix, nous aurons une bonne représentation du traitement médiatique du Tour de France dans les quotidiens du Nord et du Sud du pays.

Concernant le choix des quotidiens de presse écrite étudiés, nous avons opté pour deux quotidiens plus spécialisés dans les informations sportives, que sont la *Dernière Heure les Sports +* et *Het Nieuwsblad*. En dehors de l'événement mondial qu'est le Tour de France, ces deux journaux axent beaucoup leur contenu sur le sport, que ce soit le cyclisme, le tennis ou encore le football. Il nous semblait donc intéressant de pouvoir les comparer. Ce sont également deux quotidiens dits « populaires ».

Ensuite, notre choix s'est porté sur deux quotidiens moins pointus sur le sport. En effet, le journal *Le Soir* est connu pour être un quotidien de qualité, mais plutôt sur les informations de société ou encore de politique. Le sport occupe moins d'espace dans la conception de son journal que les autres thèmes cités. Le parallèle est le même pour *De Standaard*, l'autre quotidien néerlandophone analysé. Ce dernier est aussi un quotidien à forte idéologie catholique, mais dont l'influence a diminué au cours du temps. Les deux derniers titres de presse sont « rangés » dans la catégorie dans la presse de qualité et de référence.

En exécutant ces choix, nous pourrions dégager des tendances en fonction du lectorat de chaque titre de presse.

b) Présentation des quotidiens étudiés :

Nous avons choisi de prendre quatre quotidiens pour réaliser une analyse approfondie du sujet. Afin de mieux comprendre les spécificités qu'aura chaque titre de presse, nous allons proposer une présentation détaillée des quotidiens, en commençant par les journaux francophones.

1. La Dernière Heure Les Sports +

Le journal *La Dernière Heure Les Sports+* a été fondé en 1906. A l'origine, *la DH* était un journal bruxellois assez proche du parti libéral. Sa ligne éditoriale restera toujours assez à droite mais elle n'est plus, aujourd'hui, liée à un parti politique spécifique. Le quotidien est connu, à ses débuts, pour avoir lutté contre l'extrême-droite.

Au cours des années 70, *La Dernière Heure* va racheter le journal *Les Sports*, un quotidien sportif indépendant, et les deux vont fusionner. *Les Sports* faisaient une concurrence au journal *La Dernière Heure*. Ils paraissaient tous les jours et ne parlaient que de sujets sportifs. Le marché belge étant très petit, c'était compliqué pour les deux quotidiens de garder leur ligne éditoriale. Après la fusion, son nom devient dès lors *La Dernière Heure Les Sports*. Ce rachat a permis au journal d'ajouter un public-cible à celui attiré de base par les informations populaires.

Il possède un format tabloïd entre 1997 et 2008 avant de passer au mini-tab donc un format encore plus petit. *La Dernière Heure les Sports +* a une présentation en Une qui ressemble fortement à celle du groupe SudPresse. Les illustrations sont beaucoup plus présentes que les textes. Le journal est accompagné d'un site web et d'une série de suppléments. Du côté web, *La Dernière Heure les Sports* offre une série d'articles sur des sports différents, montrant un choix en ligne pour essayer de trouver des lecteurs intéressés par des contenus sportifs spécifiques. Depuis novembre 2019, le site de *La Dernière Heure* a ajouté la mention « *Les Sports +* ». De ce fait, le journal papier a lui aussi rajouté le petit « + » à son nom. Selon l'enquête de la CIM⁴⁹ sur l'année 2019, le journal compte 404 700 lecteurs⁵⁰ pour la version papier et digitale. Un chiffre en augmentation par rapport à l'année 2018.

La part des abonnés digitaux s'est beaucoup accrue durant la dernière année.

⁴⁹ Centre d'Informations sur les Médias

⁵⁰ CIM, Press Audience, cim.be, https://www.cim.be/fr/cim/download/press_audience?file=public/2018-2019_DH-Les_Sports_67_UnivNat.pdf, consulté le 18 juin 2020.

Le site internet compte 1 370 000 vues chaque jour ⁵¹.

2. Le Soir

Le journal *Le Soir* est considéré comme le journal de référence pour la Belgique francophone. C'est un journal de qualité où le contenu prime avant tout. Il a été fondé en 1887 et était à l'origine bruxellois, édité par Emile Rossel. Cherchant à se démarquer des autres, le journal va proposer des feuillets en bas de page. Ce feuillet était un roman découpé en morceaux qui paraissait chaque jour.

Le journal de l'époque était un journal gratuit, à l'exception des immeubles à étages où, puisqu'il fallait monter, il fallait payer. De plus, il était légèrement financé par la publicité et, en grande partie, par les petites annonces. Ce journal va très vite devenir indispensable à la vie quotidienne bruxelloise. Un jour, Rossel a donc décidé de faire payer son journal puisque, comme il était devenu indispensable, les lecteurs étaient prêts à payer pour l'avoir. Durant la seconde guerre mondiale, les Allemands vont répandre le journal pour faire de la propagande. Cependant, des résistants vont publier un « Faux Soir », intitulé « Le Soir volé » en 1943 avec un discours qui va dans le sens de la résistance. Ceux qui sont encore abonnés au Soir volé reçoivent alors le faux Soir, qui rend compte de la réalité de la guerre, occultée par les occupants. Les participants du faux Soir sont retrouvés et quasiment tous exécutés pour leur acte de résistance.

Depuis les années 2000, le format rétrécit, les articles prennent des couleurs et la Une contient une majorité de texte dont un éditorial, chose que l'on ne retrouve pas dans les autres quotidiens. *Le Soir* possède un format berlinois, c'est-à-dire un grand format. Un autre point important du journal est qu'il propose plusieurs fois par semaine, des suppléments : culture, lifestyle, immobilier, weekend, etc. Concernant son lectorat, le journal compte 460 700

⁵¹ IPM group, DH Les Sports, <https://www.ipmgroup.be/marque/la-derniere-heure-les-sports/>, consulté le 18 juin 2020.

acheteurs⁵² de son journal en version papier et digital, selon la dernière étude du Centre d'Information sur les Médias en 2019.

Passons maintenant aux quotidiens néerlandophones.

3. De Standaard

Fondé en 1914, le journal anversois *De Standaard* ne paraît pour la première fois que le 4 décembre 1918⁵³ en raison de la première guerre mondiale. Ce quotidien est à forte tendance catholique et affichait fièrement l'acronyme *AVVVVK* (*Alles Voor Vlanderen, Vlaanderen Voor Kristus*) sur sa Une. Cet acronyme se retrouvait également sur la tour de l'Yser bâtie en 1918 pour célébrer les Flamands morts pendant la guerre à cause d'ordres donnés en français pendant la guerre. Le journal est donc un journal catholique mais également un journal qui défend la cause flamande. Il appartient au groupe Corelio, qui est détenu par Mediahuis, groupe de média très important au Nord du pays. Il possède notamment *De Standaard*, *De Gazet van Antwerpen*, *Het Belang van Limburg* ainsi que *Het Nieuwsblad*.

Ce journal est souvent présenté comme l'alter-ego du journal *Le Soir*. À la différence que *Le Soir* n'a pas été considéré comme un journal catholique. Il possède un format tabloïd, le format traditionnel des journaux de presse.

En 2019, le journal possède 489 900 lecteurs payants dans sa version papier et digitale.⁵⁴

4. Het Nieuwsblad

Fondé en 1932, *Het Nieuwsblad* est un quotidien populaire du Nord du Pays. Faisant partie du groupe Corelio, filiale de Mediahuis, il fut le deuxième

⁵² CIM, *Press Audience « Le Soir »*, cim.be, https://www.cim.be/fr/cim/download/press_audience?file=public/2018-2019_Soir_196_UnivNat.pdf, consulté le 19 juin 2020.

⁵³ De Standaard, *Geschiedenis De Standaard*, Mediahuis.be <https://www.mediahuis.be/fr/lentreprise/histoire/>, consulté le 19 juin 2020.

⁵⁴ CIM, *Press Audience « De Standaard »*, cim.be https://www.cim.be/fr/cim/download/press_audience?file=public/2018-2019_Standaard_200_UnivNat.pdf, consulté le 19 juin 2020.

quotidien à être lancé par le groupe de média après *De Standaard*. Le journal acquiert rapidement une certaine notoriété. En 1939, il reprend le journal *Sportwereld*, journal exclusivement sportif. En 1959, *Het Nieuwsblad* va reprendre *De Gentenaar*, ainsi que leur imprimerie. Het Nieuwsblad est un journal populaire à tendance catholique, comme la plupart des quotidiens néerlandophones. Il est imprimé sous format tabloïd, comme les autres journaux du groupe Corelio. Le journal est à l'heure actuelle sponsor principal de la course *Omloop Het Nieuwsblad* ⁵⁵. Anciennement appelé *Het Volk*, le nom du journal créateur de la course, il s'intègre dans *Het Nieuwsblad* en 2009.

Selon l'étude du CIM, en 2019, le journal compte 1 130 700 de lecteurs en version papier et digitale⁵⁶, ce qui en fait le journal le plus lu de Belgique.

c) Le système catégoriel

L'analyse de contenu exige une certaine rigueur et de l'ordre afin de mener sa recherche sur la bonne voie. Le système catégoriel semble être le plus adéquat pour la recherche qui nous occupe. En effet, c'est le système le plus facile et transmissible à n'importe quel codeur. « *La catégorisation est une opération de classification d'éléments constitutifs d'un ensemble par différenciation puis regroupement par genre (analogie) d'après des critères préalablement définis.* »⁵⁷

Gérard Derèze élabore une définition encore plus claire. « *La catégorisation est une manière de réduire le « foisonnement » des thèmes, des mots, des expressions qui composent le corpus. Elle consiste à élaborer un système de*

⁵⁵ Wielergeschiedenis, *Omloop Het Nieuwsblad*, wielergeschiedenis.be, <http://wielergeschiedenis.be/wedstrijd/omloop-het-nieuwsblad>, consulté le 25 juin 2020.

⁵⁶ CIM, Press Audience « Het Nieuwsblad+Gentenaar », cim.be https://www.cim.be/fr/cim/download/press_audience?file=public/2018-2019_Nieuwsblad+Gentenaar_707_UnivNat.pdf, consulté le 19 juin 2020.

⁵⁷ Jean De Bonville, *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*. De Boeck, 2009, p.150

*catégories qui soit capable de respecter la richesse du matériau de départ tout en l'ordonnant, le structurant, en le subsumant. »*⁵⁸

La catégorisation doit permettre une classification des éléments qui composent le corpus, un regroupement des éléments qui ont les mêmes propriétés. Les catégories doivent également former un système et les six critères d'élaboration de celles-ci doivent être respectés. Les six critères sont la pertinence, l'objectivité, l'exclusion mutuelle, l'homogénéité, l'exhaustivité et la productivité.

d) Le codage

Avant d'entamer l'analyse des articles et des images dans les quotidiens étudiés, il convient de trouver un moyen d'enregistrer les données de manière efficace. C'est ce que l'on appelle le codage. *« Le codage est le processus par lequel les données brutes sont transformées systématiquement et agrégées dans des unités qui permettent une description précise des caractéristiques pertinente du contenu. »*⁵⁹ Faire du codage nous sera très utile pour pouvoir organiser, filtrer et analyser les données rentrées dans la grille. Il faut suivre certaines règles pour coder de la meilleure manière possible. Il faut se mettre d'accord sur les catégories et la signification des chiffres éventuellement attribués pour celles-ci. Les règles doivent être énoncées clairement aux lecteurs et permettre de réaliser le même codage.

e) La grille d'analyse

Au vu de l'ampleur de la recherche, l'usage d'une grille d'analyse est très important. Via cette grille, nous pourrions analyser l'ensemble du corpus déterminé. Nous nous intéresserons en premier lieu au nombre d'articles que les titres de presse choisis dédient chaque jour au Tour de France. En effet, une grande différence existe entre consacrer deux ou dix articles sur le sujet. Le nombre d'apparitions et la position en Une du journal sera aussi

⁵⁸ Gérard Derèze, *Méthodes empiriques de recherche en communication*, De Boeck, 2009, p.179.

⁵⁹ Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, Presses Universitaires de France, 1977, p.134.

intéressante à analyser. Elle permet de savoir quels types d'informations sont privilégiés par le titre de presse analysé. Nous pourrions nous rendre compte facilement si le journal accorde de l'importance au Tour de France.

En deuxième lieu, le sexe de l'auteur ainsi que le type et la taille des articles seront analysés. Quel type d'articles privilégie tel ou tel journal ? Des chroniques, des résultats ou encore des interviews ? Les journaux recourent-ils de façon égale aux éditoriaux, aux archives ou aux portraits ? Ce sont les informations qui rendront plus facile une comparaison entre les quotidiens. La taille des articles nous semblait être un élément intéressant à analyser. Les articles sont-ils en majorité de petite ou de grande taille ? La taille des articles sera calculée avec l'image, car les deux éléments sont indissociables l'un de l'autre.

Ensuite, vient la nationalité de la/ des personne(s) citée(s) dans l'article. Nous voulons montrer, grâce à cette catégorie, si les quotidiens privilégient plutôt les coureurs/membres nationaux ou internationaux. Cependant, de nombreux articles seront ambigus à ce niveau-là. Comment classer un article qui parle du Belge Jasper Philipsen alors que plusieurs lignes évoquent la stratégie d'équipe de son équipe émirati *UAE Team Emirates*. Dans ce cas de figure, nous regarderons de quel coureur l'article parle. La priorité sera donnée au coureur par rapport à son équipe. Cependant, si l'article évoque de façon plus ou moins similaire une personne de nationalité belge et étrangère, nous la classerons dans « Mixte ».

Une grande partie de l'analyse s'intéressera aux images et infographies. Tout d'abord, nous nous intéresserons au nombre d'illustrations. Lors de la phase de pré-test, nous avons pu constater que le nombre varie beaucoup en fonction des jours. La différence est-elle importante entre les quotidiens ? Nous tenterons de révéler les différences entre les quatre titres de presse. Ensuite, quels types d'images sont privilégiés par les rédactions ? Des images de coureurs en échappée, en peloton, sur le podium, lors d'une victoire, ... Les types d'images différents sont conséquents. Comment sont répartis les types d'images dans les quatre journaux étudiés ?

Nous continuerons l'analyse des images par la taille de celles-ci. En fonction des indicateurs choisis, nous pourrions déterminer si la majorité sont plutôt des images de plus d'une page ou plutôt de moins d'un quart de page. Cette variable est aussi dépendante du format général du journal. Le Soir propose par exemple un format plus grand que De Standaard, ce qui pourrait jouer sur la taille. Enfin, quelle est la nationalité des personnes présentes sur l'image ? Les rédactions privilégient-elles les images de coureurs belges ou plutôt étrangers ? Nous pourrions, grâce à toutes les catégories suivantes, faire une analyse très complète et précise des images. Les images de journalistes qui écrivent des éditoriaux ne sont pas comptabilisées et ne seront dès lors pas analysées. Il en va de même avec les dessins de presse et les infographies car ils feront l'objet d'une analyse durant la partie des articles. Les analyser deux fois ne seraient pas très pertinents.

Pour finir, nous évaluerons la surface évoquée par les actualités du Tour de France. Pour y arriver, nous compterons le nombre de pages consacré au Tour de France, le nombre de pages sportives de l'édition ainsi que le nombre de pages de l'édition.

En résumé, notre analyse se fera via une classification précise, répartie comme suit :

- Le nom du quotidien
- La date de parution de l'article
- Le nombre d'articles publiés
- Le titre de l'article
- La position en Une :
 - Bandeau : Le titre est situé le plus en haut de la page. Il se situe généralement en haut de la manchette.
 - Manchette : Le titre est également situé en haut de la page. On y trouve généralement le nom du journal, son logo, la date de publication, ...

- Oreille : le titre se situe soit à gauche soit à droite de la manchette. C'est généralement un texte très court.
 - Tribune : Elle est placée sous la manchette et constitue généralement l'information principale du journal.
 - Sous-tribune : Elle peut être placée de part et d'autre de la tribune ou sous celle-ci. Les informations présentes à cet endroit seront développées plus longuement dans le journal.
 - Ventre : C'est la partie centrale de la Une. Le titre se situe généralement entre la tribune et le pied de page.
 - Pied de page : C'est l'élément le plus en bas de la Une. Il se situe sous le ventre.
- Le nombre de pages consacrées au Tour de France du jour
 - Le nombre de pages sportives du jour
 - Le nombre de pages du jour
 - La taille de l'article :
 - 1= Plus de 2 pages
 - 2= Entre une page et demi et 2 pages
 - 3= Entre une page et une page et demi
 - 4= Entre une demi-page et une page
 - 5= Entre un quart de page et une demi-page
 - 6 = Moins d'un quart de page
 - Le type d'articles :
 - Interview questions-réponses : une interview dans laquelle l'auteur de l'article n'intervient pas *a posteriori*. Il s'agit d'une simple interview questions-réponses.
 - Interview : L'article est une interview ou une réaction d'un coureur, sans questions. Elle prend la forme d'un texte continu.
 - Déroulement de l'étape : un article qui revient sur l'étape de la veille et en particulier sur son déroulement.

- Portrait : l'article fait le portrait d'un cycliste en particulier.
 - Analyse : l'article éclaire la performance d'un/de coureur(s) en y apportant des arguments, des faits précis, des éléments antérieurs (sans être un portrait).
 - Chronique : Un article exposant la position d'un consultant sur un sujet du Tour de France.
 - Éditorial : un article journalier reflétant la position du journal sur un sujet spécifique au Tour de France.
 - Préface : L'article préface le Tour de France, la course aux maillots distinctifs, une étape particulière, ...
 - Archives : l'article revient sur un événement particulier des éditions précédentes de la course.
 - Résultats et Classements : un article dans lequel les différents classements sont présentés (résultats de l'étape ainsi que les classements annexes).
 - Infographie : l'article présente une infographie, telle qu'elle soit (carte du jour, graphique, profil de l'étape, liste des coureurs, itinéraire, ...)
 - Titre : un simple titre sans texte supplémentaire, souvent en Une du journal.
 - Dessin de presse : un dessin servant à évoquer l'actualité du jour, à travers l'humour, la satire, sur un ton décalé.
 - Brève : Un texte court de deux-trois phrases au maximum.
 - Autres : L'article est inclassable dans une autre catégorie.
- La nationalité de la personne citée dans l'article :
- Nationale : la/les personne(s) citée(s) dans l'article est/sont d'origine nationale.
 - Internationale : la/les personne(s) citée(s) dans l'article sont d'origine internationale.
 - Mixte : les personnes citées sont d'origine nationale(s) et internationale.
- **Les images :**

- La présence d'une image :
 - Présence
 - Absence
- Le nombre d'images :
- Le type d'images :
 - Peloton : le(s) coureur(s) présent(s) sur l'image se trouve(nt) dans le peloton durant la course.
 - Échappée : Le(s) coureur(s) se trouve(nt) dans l'échappée (le groupe de tête) durant la course.
 - Seul : l'image montre un coureur seul pendant la course, en excluant les contre-la-montre (qui auront une catégorie spécifique), durant le Tour de France.
 - Départ : l'image montre le coureur avant le départ de l'étape.
 - Arrivée : l'image montre un coureur après la ligne d'arrivée de l'étape.
 - Podium : Le(s) coureur(s) se trouve(nt) sur le podium protocolaire.
 - Présentation des équipes : l'image montre une/des personne(s) lors de la présentation des équipes.
 - Contre-la-montre : une image montrant un coureur lors d'un contre-la-montre.
 - Interview : une image où la personne est interviewée (après l'étape, en conférence de presse, lors de la journée de repos ...).
 - Victoire : une image où la personne montre un signe de victoire (bras ou poings levés, cris de joie, ...).
 - Chute : Une image où un/de(s) coureur(s) est/sont au sol ou à l'hôpital après une chute.
 - Accolade : une image où les acteurs se font une accolade.
 - Famille : une image où le coureur se trouve avec sa famille.
 - Public : une image du public sur le bord de la route.
 - Centenaire du maillot jaune : l'image fait référence au centième anniversaire du maillot jaune.

- Archives : l'image a été prise lors d'une autre course, antérieure au Tour de France 2019.
 - Autres : une image inclassable dans les autres catégories.
- La taille de l'image :
- 1= Plus d'une page
 - 2= Entre une demi-page et une page
 - 3= Entre un quart de page et une demi-page
 - 4= Entre un huitième de page et un quart de page
 - 5 = Entre un seizième de page et un huitième de page
 - 6= Moins d'un seizième de page
- La nationalité de la/des personne(s) sur l'image :
- Nationale : l'image montre une personne de nationalité belge.
 - Internationale : l'image montre une/des personne(s) de nationalité étrangère.
 - Mixte : l'image montre une/des personne(s) de nationalité belge et étrangère.

B. Analyse

a) *Les articles*

- Le nombre d'articles

Le nombre d'articles traitant du Tour de France est au nombre de 1038.

Figure n°1 : Le nombre total d'articles sur le Tour de France ainsi que le nombre d'articles par jour, par quotidien.

Quotidien	Nombre d'articles sur le Tour de France	Ratio nombre d'articles/jour
DS	96	4,2
HN	320	13,9
LS	174	7,6

DH	448	19,5
Total	1038	45,2

En analysant de plus près, *La Dernière Heure Les Sports* + arrive en première position avec pas moins de 448 articles consacrés au Tour de France, ce qui équivaut à 19, 5 articles en moyenne chaque jour. Cela représente 43,2% du corpus total. Sans grande surprise, *Het Nieuwsblad* arrive en seconde position avec 320 articles sur le Tour de France.

A contrario, le journal *De Standaard* n'a réalisé que 96 articles, soit 4,5 fois moins que *la Dernière Heure Les Sports* +. Le nombre moyen d'articles par jour n'est là que de 4,2.

En moyenne, 45,2 articles ont été écrits par jour pour les quatre quotidiens confondus.

- La surface des articles

La surface des articles permet de mesurer l'importance du sujet par rapport à l'ensemble des autres actualités du journal.

Surface relative des articles Tour de France par rapport à l'ensemble du quotidien

Tout d'abord, nous avons examiné le nombre de pages consacré au Tour de France en comparaison avec le nombre de pages publié par le quotidien, sur la même période.

Figure n°2 : Surface relative des articles consacrés au Tour de France par rapport au nombre de pages sportives, par quotidien.

Quotidien	Nombre de pages sur le Tour de France	Nombre de pages publiées par le quotidien	Surface relative
DS	55,5	1211	4,6%

HN	230	1038	22,2%
LS	62	718	8,6%
DH	234	1200	19,5 %
Total	579,5	4167	13,9%

Le quotidien *Het Nieuwsblad* occupe la première place après analyse de ce tableau. Elle consacre 22,2% de sa surface totale au Tour de France. *La Dernière Heure Les Sports +* arrive en deuxième, devant *Le Soir* et *De Standaard*.

La différence est manifeste entre les deux quotidiens « spécialisés », *La Dernière Heure Les Sports +* et *Het Nieuwsblad*, qui consacrent au minimum 19,5 % de leurs pages au Tour de France, avec les deux autres quotidiens. La surface varie du simple au quintuple entre *Het Nieuwsblad* et *De Standaard*. *De Standaard* n'accorde que 4,6% de ses articles au Tour de France contre 22,2 % à *Het Nieuwsblad*.

La moyenne est, quant à elle, de 13,9 %, ce qui représente environ une page sur sept qui traite du Tour de France.

Surface relative des articles du Tour de France par rapport aux pages sportives

Dans un deuxième temps, nous avons comparé le nombre de pages sur le Tour de France par rapport au nombre de pages sportives estampillées « sportives » dans les quotidiens étudiés.

Figure n°3 : Surface relative des articles consacrés au Tour de France par rapport au nombre de pages sportives, par quotidien.

Quotidien	Nombre de pages sur le Tour de France	Nombre de pages sportives du quotidien	Surface relative
DS	55,5	100	55,5%
HN	230	480	47,9 %
LS	62	146	42,5%
DH	234	564	41,5 %
Total	579,5	1290	44,9 %

En surface relative, nous pouvons voir que les quatre quotidiens analysés ont au moins consacré 41,5 % de leurs pages sportives au Tour de France 2019. Cependant, les résultats peuvent paraître surprenants quand nous les comparons avec le tableau précédent concernant la surface relative entre le nombre de pages sur le Tour de France et le nombre de pages total publié par les quotidiens. Le journal néerlandophone *De Standaard* passe de la dernière à la première position avec 55,5%.

En moyenne, la surface relative par rapport aux pages sportives représente 44,9 %. Nous pouvons donc constater qu'environ quatre pages et demies sur dix concernant des actualités sportives sont consacrées aux Tour de France 2019.

- Les apparitions en Une

Les apparitions en Une permettent de mesurer l'importance des actualités sur le Tour de France pour chaque quotidien étudié.

Figure n°4 : Le nombre d'apparitions en Une des actualités sur Le Tour de France, par quotidien.

Quotidien	Nombre d'apparitions en Une
DS	9
HN	23
LS	18
DH	23
Total	73

Nous pouvons dresser quelques constats à la vue des résultats. Les deux quotidiens les plus à la pointe en sport, *La Dernière Heure Les Sports +* et *Het Nieuwsblad* arrivent en tête, sans surprise. Ils ont publié chaque jour du corpus un titre ou une image en Une parlant du Tour de France. Peu importe le nom du vainqueur ou sa nationalité, ils ont placé une information sur la course en Une du journal.

A contrario, le quotidien *De Standaard* a, lui, choisi de le faire qu'à neuf reprises sur les vingt-trois parutions analysées pour chaque média.

- La position d'apparition en Une

Pour avoir une vue plus précise, nous avons analysé la place exacte en Une des actualités sur le Tour de France.

Figure n°5 : Répartition des articles sur la Tour de France en fonction de la position de l'article en Une, en valeur absolue, par quotidien.

Quoti dien	Trib une	Sous- tribu ne	Band eau	Manc hette	Oreill e	Ventr e	Pied	Total
DS	4	1	0	0	3	0	1	9
HN	4	7	8	2	1	0	1	23

Le Soir	2	7	2	0	4	0	3	18
DH	6	5	5	3	2	2	0	23
Total	16	20	15	5	10	2	5	73

Nous pouvons dresser un constat général : la partie « Ventre » de la Une n'a été utilisée qu'à deux reprises par un seul et unique quotidien. Les trois autres ont préféré placer les informations sur le Tour de France à d'autres endroits.

La tribune, la sous-tribune ainsi que le bandeau arrivent largement devant les autres catégories, en ce qui concerne la position d'apparition sur la Une. La sous-tribune est utilisée en moyenne dans 27,4% des cas, contre 21,9% pour la tribune et 20,5% pour le bandeau.

L'explication est simple : les trois positions sont les endroits où l'information est mise en avant par les quotidiens.

Le quotidien *Het Nieuwsblad* a montré sa préférence pour la manchette. C'est un endroit stratégique pour les informations sportives. Après quelques recherches supplémentaires, nous avons pu constater que cet endroit était privilégié pour les informations sportives par le quotidien néerlandophone. Les quotidiens *De Standaard* et *La Dernière Heure les Sports+* ont, eux, privilégié la position « Tribune ».

- La taille des articles

La taille des articles est un élément important pour montrer l'importance du sujet. Dans ce premier tableau, nous évoquerons les résultats bruts. L'échelle de taille se situe entre plus de deux pages jusqu'à moins d'un quart de page.

Figure n°6 : Répartition des articles consacrés au Tour de France en fonction de la taille, en valeur absolue, par quotidien.

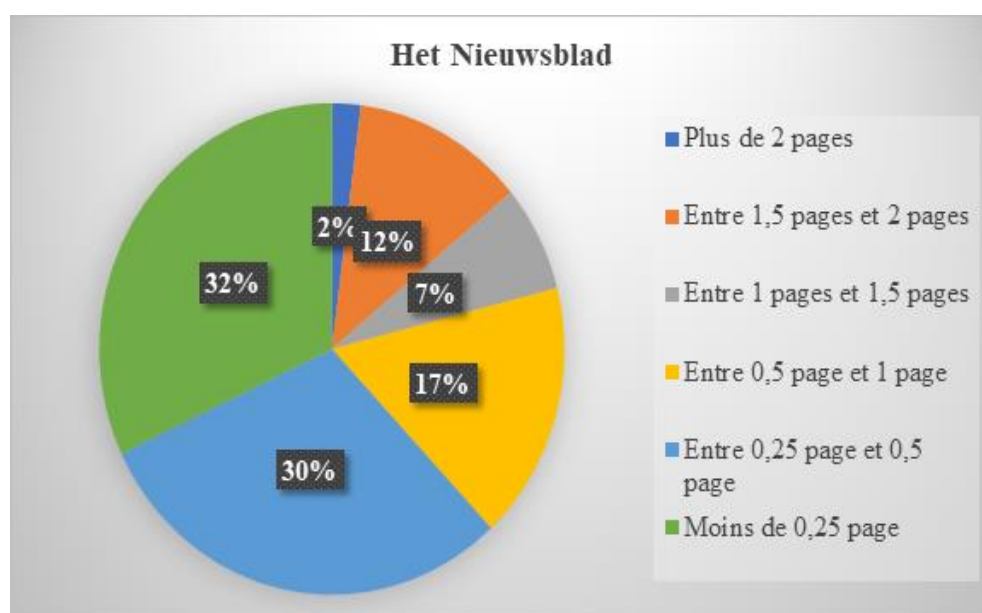
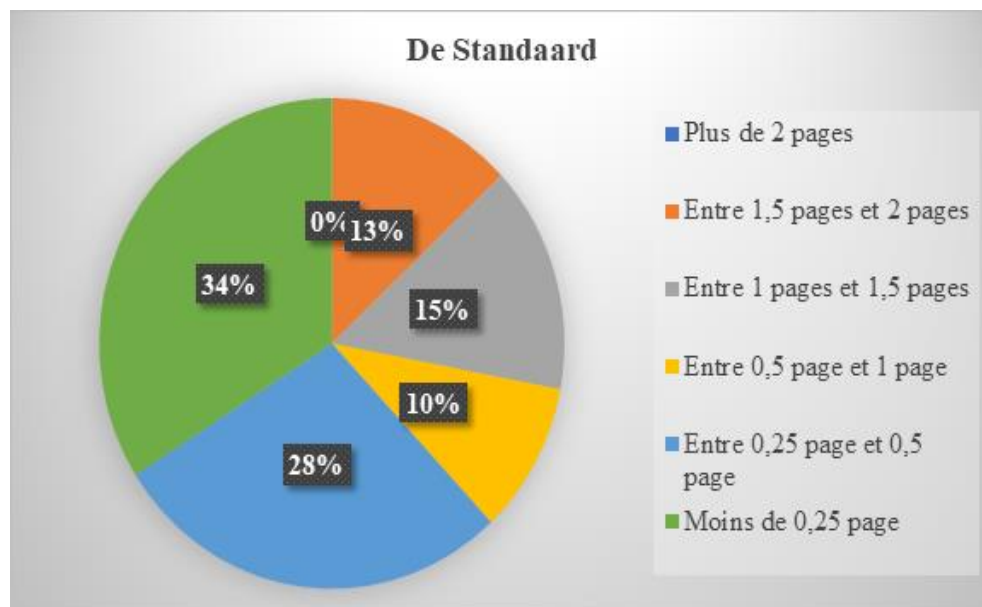
Quoti dien	Plus de 2 page s	Entre 1,5 pages et 2 pages	Entre 1 page et 1,5 pages	Entre ½ page et 1 page	Entre ¼ de page et ½ page	Moins d'¼ page	Total
DS	0	12	14	10	27	33	96
HN	6	39	22	53	96	104	320
LS	0	3	8	29	62	72	174
DH	2	16	34	92	125	179	448
Total	8	70	78	174	320	388	1038

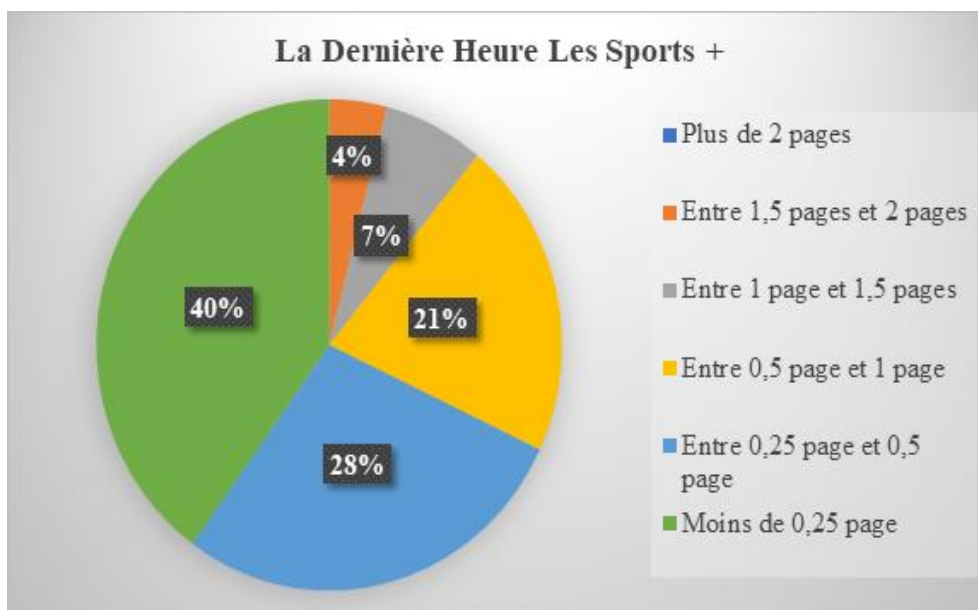
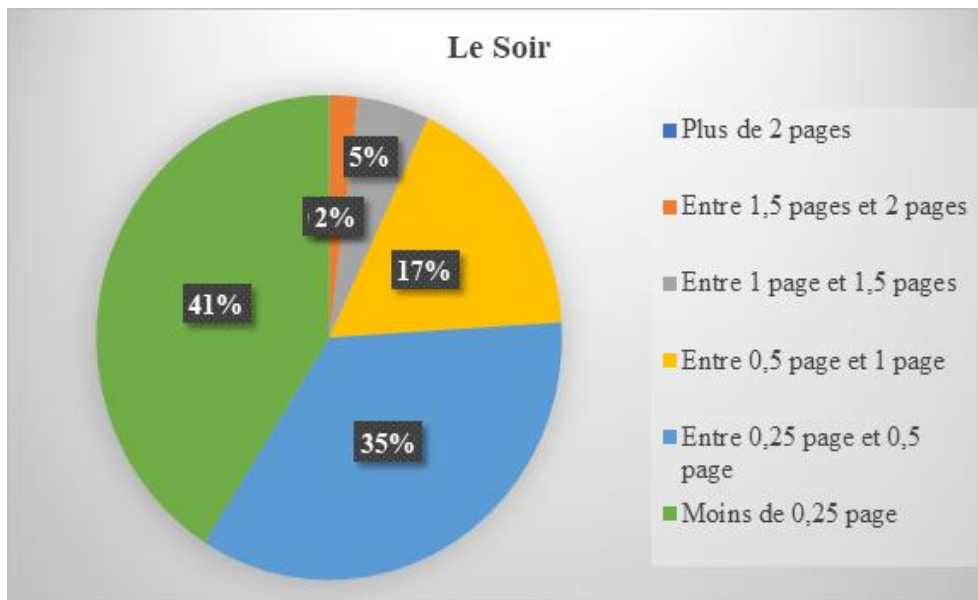
Figure n°7 : Répartition des articles consacrés au Tour de France en fonction de la taille, en valeur relative, par quotidien.

Quoti dien	Plus de 2 pages	Entre 1,5 pages et 2 pages	Entre 1 page et 1,5 pages	Entre ½ page et 1 page	Entre ¼ page et ½ page	Moins d'¼ page	Total
DS	0%	12,5%	14,6%	10,4%	28,1%	34,4%	100%
HN	1,9%	12,2%	6,8%	16,6%	30%	32,5%	100%
LS	0%	1,7%	4,6%	16,7%	35,6%	41,4%	100%
DH	0,4%	3,6%	7,6%	20,5%	27,9%	40%	100%
Total	0,7%	6,7%	7,5%	16,8%	30,9%	37,4%	100%

Afin de visualiser la portée de ces chiffres, nous avons décidé de réaliser un graphe pour chaque quotidien.

Graphe n°1 : Représentation de la répartition des articles en fonction de la taille, en valeur relative, par quotidien.





La tendance globale va vers des articles de moins d'une demi-page. En moyenne, 69,2% des articles font moins d'une demi-page. La proportion monte même à plus de 75% pour le journal *Le Soir*. Cette tendance est commune à tous les titres de presse étudiés.

A contrario, les articles de plus d'une page ne sont pas privilégiés par les quotidiens. Seulement 14,4% font plus d'une page, soit seulement un article sur sept. Néanmoins, pour *De Standaard*, cette proportion est beaucoup plus élevée par rapport aux autres quotidiens. 27,1% des articles ont plus d'une

page. *Le Soir*, quant à lui, délaisse beaucoup plus cette catégorie d'articles. Seulement 6,3% des articles ont plus d'une page.

La proportion d'articles de plus de deux pages s'élève à moins d'un pourcent sur le corpus total, soit huit articles sur 1038. Les six articles de plus de deux pages du journal *Het Nieuwsblad* évoquent les cent ans du maillot jaune. L'un des deux articles de *la Dernière Heure les Sports* + de plus de deux pages parlait lui du centième anniversaire de la première victoire d'un Wallon sur le Tour, Firmin Lambot. Le deuxième évoquait les meilleurs endroits pour voir passer les coureurs lors des deux premières étapes.

- La nationalité des personnes citées dans les articles

Nous avons voulu examiner si les quotidiens favorisent plutôt les coureurs nationaux ou internationaux dans leurs articles. Nous aborderons en premier lieu les résultats bruts.

Figure n° 8 : Répartition des articles consacrés au Tour de France en fonction de la nationalité des « acteurs », en valeur absolue, par quotidien.

Quotidien	National	International	Mixte	Total
DS	23	53	20	96
HN	115	149	56	320
LS	51	100	23	174
DH	177	202	69	448
Total	366	504	168	1038

Figure n°9 : Répartition des articles consacrés au Tour de France en fonction de la nationalité des « acteurs », en valeur relative, par quotidien.

Quotidien	National	International	Mixte	Total
DS	24%	55,2%	20,8%	100%

HN	35,9%	46,6%	17,5%	100%
LS	29,3%	57,8%	12,9%	100%
DH	39,5%	45,1%	15,4%	100%
Total	35,3%	48,6%	16,1%	100%

En analysant ces tableaux, un constat se dégage : les articles concernant des personnes internationales sont les plus nombreux. Ils représentent en moyenne 48,6%, soit près d'un article sur deux.

Des différences entre les quotidiens apparaissent également. Le journal *Le Soir* et *De Standaard* évoquent de manière plus prononcée des acteurs internationaux. 55,2% pour le quotidien néerlandophone et 57,8% pour le quotidien francophone. La prévalence de coureurs internationaux présents sur l'épreuve peut être une des explications.

Nous pouvons également constater que les articles mixtes sont principalement consacrés aux classements ainsi qu'à la liste des équipes. Ces articles ont été automatiquement répertoriés dans « Mixte » comme expliqué plus haut ⁶⁰ dans la partie « Grille d'analyse ». Ils représentent une petite partie du corpus, avec seulement 16,1%.

- Le type d'articles

Quel type d'articles chaque quotidien privilégie-t-il ? Sont-ce plutôt des résultats, des infographies, des interviews ? En effet, il y a différentes manières de présenter les informations. Analysons de plus près ce que les quotidiens ont privilégié.

Figure n°10 : Répartition des articles en fonction de leur type, en valeur absolue, par quotidien.

Type d'articles	DS	HN	LS	DH	Total
-----------------	----	----	----	----	-------

⁶⁰ Ceci est détaillé dans la partie « Méthodologie », dans le chapitre « Grille d'analyse ».

Interview Questions-réponses	5	6	12	16	39
Interview	6	44	8	98	157
Déroulement étape	19	25	19	39	105
Portrait	2	18	4	13	37
Analyse	8	14	21	16	59
Chronique	0	21	20	69	110
Editorial	0	20	3	23	46
Préface	3	16	14	30	63
Archives	1	22	2	19	44
Résultats et Classements	19	19	19	19	76
Infographie	20	41	19	43	123
Titre	9	23	18	23	72
Dessin de presse	0	23	1	1	25
Brève	4	21	8	24	57
Autres	0	7	6	15	29
Total	96	320	174	448	1038

Figure n°11 : Répartition des articles en fonction de leur type, en valeur relative, par quotidien.

Type d'articles	DS	HN	LS	DH	Total
Interview Questions-réponses	5,2%	1,9%	6,9%	3,6%	3,8%
Interview	6,3%	13,7%	4,6%	21,9%	15,1%
Déroulement	19,8%	7,8%	10,9%	8,7%	10,1%

étape					
Portrait	2,1%	5,7%	2,3%	2,9%	3,6%
Analyse	8,3%	4,4%	12,1%	3,6%	5,6%
Chronique	0%	6,6%	11,5%	15,4%	10,5%
Editorial	0%	6,3%	1,7%	5,1%	4,4%
Préface	3,1%	5,1%	8%	6,7%	6,1%
Archives	1%	6,9%	1,1%	4,2%	4,3%
Résultats et Classements	19,8%	5,9%	10,9%	4,2%	7,3%
Infographie	20,8%	12,7%	10,9%	9,6%	11,7%
Titre	9,4%	7,2%	10,3%	5,1%	6,9%
Dessin	0%	7,2%	0,6%	0,3%	2,4%
Brève	4,2%	6,6%	4,6%	5,4%	5,4%
Autres	0%	2,2%	3,2%	3,3%	2,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Plusieurs constats peuvent être dressés. En premier lieu, les journaux *La Dernière Heure Les Sports +* et *Het Nieuwsblad* ont recours le plus régulièrement aux « interviews », défini dans la méthodologie ⁶¹ comme « *une interview ou une réaction d'un coureur, sans questions. Elle prend la forme d'un texte continu.* » Pour les quatre quotidiens confondus, les interviews représentent 18,9%, en y ajoutant les « interviews questions-réponses » (3,8%). Pour les deux autres titres de presse, ce type d'articles est très marginal.

Pour *De Standaard*, ce sont les articles dits « infographies » qui sont les plus utilisés. Ils devancent légèrement les « classements » et les « déroulements de l'étape ».

⁶¹ Ceci est développé dans la partie « Grille d'analyse ».

Le journal *Le Soir*, lui, privilégie les articles d'analyse par rapport aux autres. Ils devancent les chroniques et les infographies.

En deuxième lieu, nous pouvons constater que tous quotidiens confondus, les « interviews » sont les plus utilisés. Ils devancent les infographies et les chroniques. Nous mentionnerons également que le journal *Het Nieuwsblad* a fait usage chaque jour de dessins de presse, contrairement aux autres quotidiens qui ne l'ont utilisé qu'une fois, pour *Le Soir* et *La Dernière Heure les Sports+*, ou n'en ont pas eu recours (pour *De Standaard*). En moyenne, les interviews sont en première position avec 15,1% et devancent les infographies avec 11,7% et les chroniques avec 10,5 %. La proportion monte même jusqu'à 19,9%, en incluant les interviews questions-réponses.

b) Les images

L'analyse des images est tout aussi importante que celle des articles. Les images ont un rôle crucial dans les actualités sportives. Dans notre étude, elles permettent de reconnaître les « acteurs » présentés dans les articles.

- Le nombre d'images

Commençons l'étude des images par le nombre d'images diffusées par les quotidiens.

Figure n°11 : Le nombre d'images consacrées au Tour de France, en valeur absolue, par quotidien.

Quotidien	Nombre d'images
DS	73
HN	440
LS	208
DH	492
Total	1213

Le nombre d'images est plus élevé que le nombre d'articles. 1213 images contre 1038 articles (sans compter les images des journalistes des quotidiens,

qui ne font pas partie de l'analyse). Le quotidien *Het Nieuwsblad* a publié 120 images supplémentaires par rapport au nombre d'articles écrits.

En conclusion, comme pour les indicateurs précédents, les quotidiens *La Dernière Heure Les Sports+* et *Het Nieuwsblad* se détachent. Ils ont utilisé au minimum deux fois plus d'images que *Le Soir* et sept fois plus que le quotidien *De Standaard*.

- La taille des images

Pour mesurer la taille de chaque image, nous les avons classés en six catégories différentes, de plus d'une page à moins d'un seizième de page. Nous évoquerons dans un premier temps les résultats bruts.

Figure n°12 : Répartition des images consacrées au Tour de France en fonction de la taille, en valeur absolue, par quotidien.

Quotidien	Plus d'une page	De ½ à une page	De ¼ à ½ page	De ⅛ à ¼ de page	De 1/16 à ⅛ de page	Moins de 1/16 de page	Total
DS	0	15	9	25	16	8	73
HN	9	50	64	76	99	142	440
LS	0	14	32	42	46	74	208
DH	1	37	46	101	133	174	492
Total	10	116	151	244	294	398	1213

Figure n°13 : Répartition des images consacrées au Tour de France en fonction de la taille, en valeur relative, par quotidien.

Quotidien	Plus d'une page	De ½ à une page	De ¼ à ½ page	De ⅛ à ¼ de page	De 1/16 à ⅛ de page	Moins de 1/16 de page	Total

DS	0%	20,5%	12,3%	34,2%	22%	11%	100%
HN	2%	11,4%	14,5%	17,3%	22,5%	32,3%	100%
LS	0%	6,7%	15,4%	20,2%	22,1%	35,6%	100%
DH	0,2%	7,5%	9,4%	20,5%	27%	35,4%	100%
Total	0,8%	9,6%	12,5%	20,1%	24,2%	32,8%	100%

Après analyse, nous constatons que les images de moins d'un seizième de page sont les plus nombreuses. Elles représentent environ $\frac{1}{3}$ du corpus, soit 32,8%.

De façon générale, plus la taille de l'image diminue, plus le nombre d'images est important. A contrario, pour *De Standaard*, la catégorie de taille entre $\frac{1}{8}$ et $\frac{1}{4}$ de page est la mieux représentée. Elle représente 34,2% alors que les images de moins d'un seizième de page ne sont, eux, présentes que onze pourcents du temps.

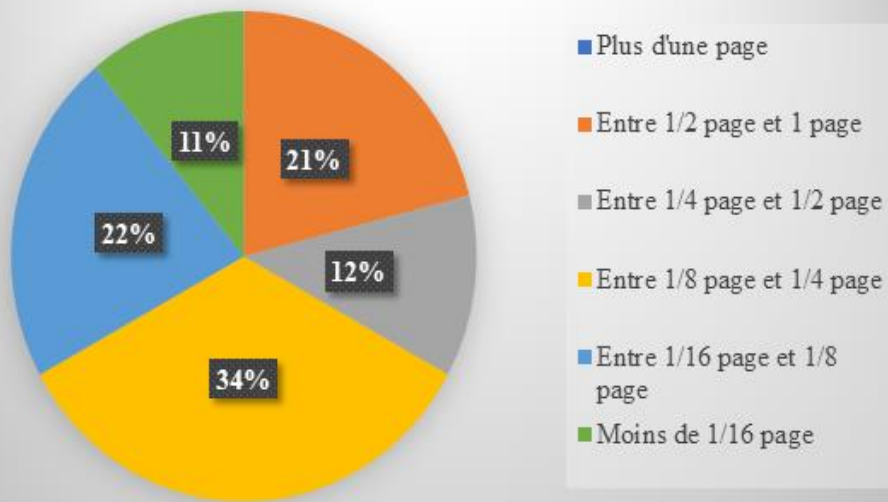
Si nous élargissons un peu, les images de moins d' $\frac{1}{8}$ de page représentant plus de la moitié (57%) des images publiées par les quotidiens. Il y a donc une claire tendance à des images cyclistes de petite taille.

En outre, les images de plus d'une page sont assez rares. Elles ne sont que dix sur 1208, soit 0,8%.

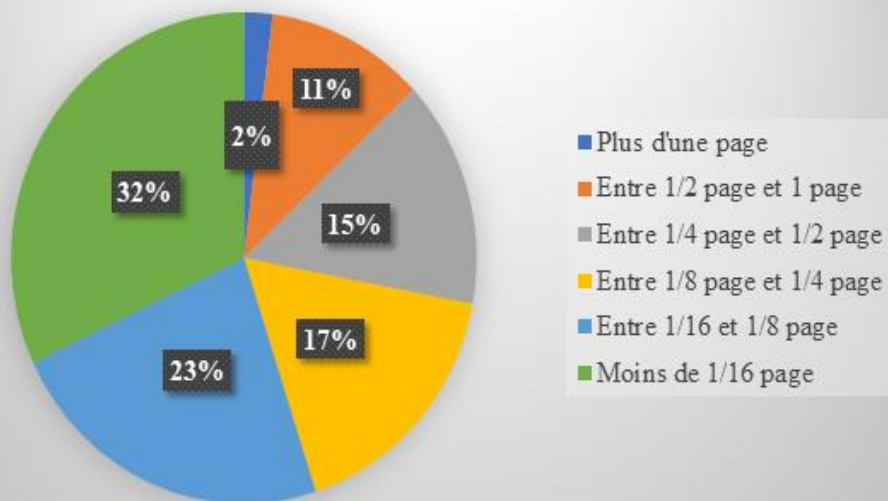
Graphe n°2 : Représentation de la répartition des images en fonction de la taille, en valeur relative, par quotidien.

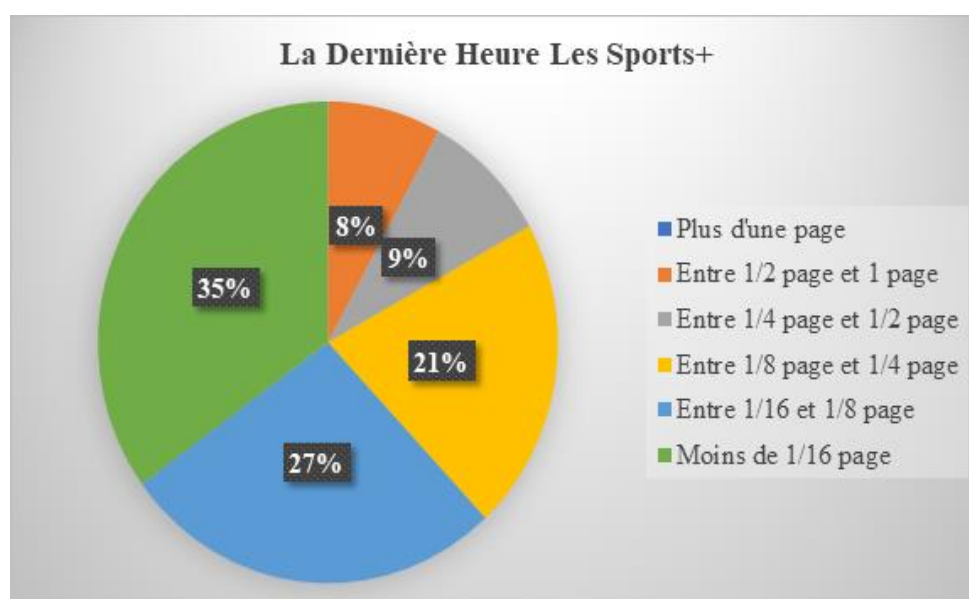
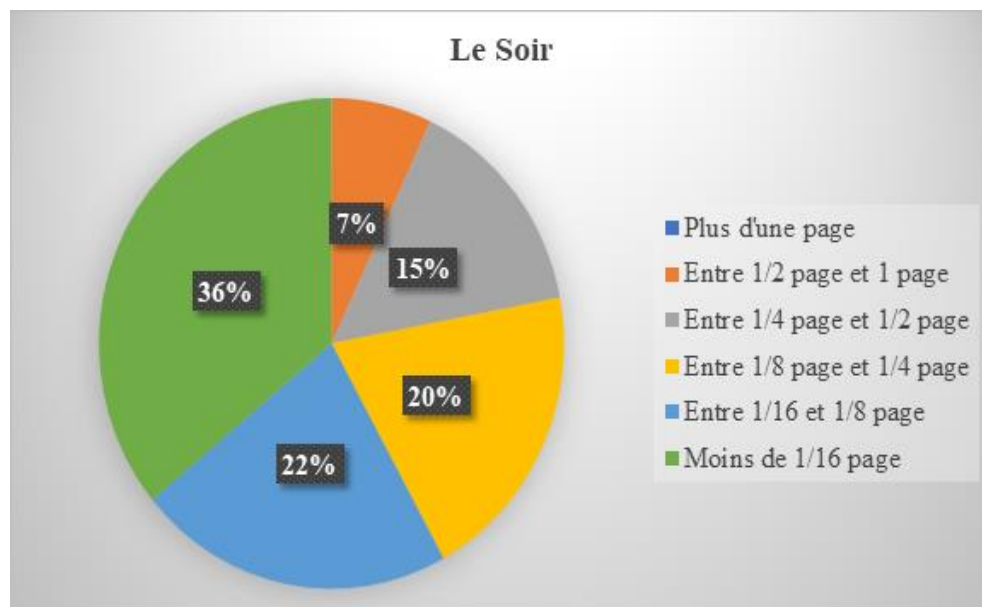
Comme pour les articles, nous avons réalisé un graphe pour chaque quotidien.

De Standaard



Het Nieuwsblad





- Les acteurs des images

Comme pour les articles, nous nous intéressons aux acteurs des images. Il nous semblait donc judicieux d'approfondir cela. Nous montrerons d'abord les résultats bruts.

Figure n°14 : Répartition des images consacrés au Tour de France en fonction de la nationalité des « acteurs », en valeur absolue, par quotidien.

Quotidien	National	International	Mixte	Total
-----------	----------	---------------	-------	-------

DS	21	46	6	73
HN	218	191	31	440
LS	63	140	5	208
DH	196	269	27	492
Total	498	646	69	1213

Ce qui ressort de l'analyse des acteurs des images, c'est que les acteurs internationaux sont majoritaires dans les images diffusées par les quotidiens francophones ainsi que *De Standaard*. Le journal *Het Nieuwsblad* apparaît plus paritaire en ce qui concerne la nationalité des acteurs des images. Ils privilégient même légèrement plus les images d'acteurs nationaux (49,5%) que celles d'internationaux (43,4%).

Les images dites « mixtes » sont marginales dans l'analyse réalisée. Elles ne représentent que 5,7% du corpus analysé. Il s'agit principalement d'images avec des membres de l'équipe ou dans le peloton.

En moyenne, 53,2% des articles évoquent des acteurs internationaux, 41,1% des acteurs nationaux et 5,7% sont mixtes. Une des explications pourrait être le nombre important de vainqueurs d'étapes internationaux. Ils sont au nombre de dix-huit contre trois pour les Belges. La lutte pour le classement général a également généré plus d'images les derniers jours du corpus. Etant donné qu'aucun coureur national n'était concerné, le nombre d'images de coureurs internationaux a fortement augmenté à ce moment-là.

- Le type d'images

De la même manière que nous avons examinée les types d'articles, nous nous sommes intéressés aux types d'images utilisés. Les quotidiens favorisent-ils des images de podium, de victoires ou du peloton ?

Comme précédemment, nous examinerons d'abord les résultats bruts.

Figure n°15 : Répartition des images consacrées au Tour de France en fonction de leur type, en valeur absolue, par quotidien.

Types d'images	DS	HN	LS	DH	Total
Peloton	7	12	23	34	76
Echappée	9	10	13	31	63
Seul	0	32	6	32	70
Départ	3	20	6	25	54
Arrivée	7	20	13	25	65
Podium	4	51	30	59	144
Présentati on des équipes	6	19	13	41	79
Contre-la- montre	4	12	7	26	49
Interview	2	30	29	29	90
Victoire	16	61	16	44	137
Chute	4	12	3	11	30
Accolade	0	19	3	16	38
Famille	0	10	1	11	22
Public	2	4	9	38	53
Centenaire maillot jaune	3	79	3	19	104
Archives	4	21	24	22	71
Autres	2	28	8	29	67
Total	73	440	208	492	1213

Figure n°16 : Répartition des images consacrées au Tour de France en fonction de leur type, en valeur relative, par quotidien.

Types d'images	DS	HN	LS	DH	Total
Peloton	9,6%	2,7%	11,1%	6,9%	6,3%

Echappée	12,3%	2,4%	6,3%	6,3%	5,2%
Seul	0%	7,3%	2,9%	6,5%	5,8%
Départ	4,2%	4,5%	2,9%	5,1%	4,5%
Arrivée	9,6%	4,5%	6,3%	5,1%	5,4%
Podium	5,5%	11,5%	14,4%	12%	11,9%
Présentation des équipes	8,2%	4,3%	6,3%	8,3%	6,5%
Contre-la-montre	5,5%	2,7%	3,4%	5,3%	4%
Interview	2,7%	6,7%	13,9%	5,9%	7,4%
Victoire	21,9%	13,9%	7,7%	8,9%	11,3%
Chute	5,5%	2,7%	1,4%	2,3%	2,5%
Accolade	0%	4,3%	1,4%	3,2%	3,1%
Famille	0%	2,4%	0,4%	2,3%	1,8%
Public	2,7%	0,9%	4,3%	7,7%	4,4%
Centenaire maillot jaune	4,1%	17,8%	1,4%	3,9%	8,6%
Archives	5,5%	4,9%	11,6 %	4,4%	5,8%
Autres	2,7%	6,5%	3,9%	5,9%	5,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Un premier constat général peut être conclu après l'analyse de ce tableau : les quatre quotidiens ont privilégié des types d'images différents.

Les images concernant le centenaire du maillot jaune sont particulièrement prisées par le quotidien *Het Nieuwsblad*. 17,8 % en sont, soit environ une image sur six. Une explication serait que, durant les trois semaines de course, ils ont consacré des articles évoquant les cent ans du maillot jaune. Les images y étaient souvent nombreuses, comme le 16 et 17 juillet. Ces deux jours-là, le quotidien a publié des images sur les maillots jaunes pendant un jour et celles-ci étaient près de 50.

La Dernière Heure les Sports+ favorise les images de podium avec 12%, devant les images de victoire avec 8,9%. Après cela, les catégories sont plus homogènes. La majorité des catégories oscille entre 4 et 7%.

Le constat est le même pour le journal *Le Soir*. Les images de podium sont les plus utilisées par le quotidien francophone avec 14,4%. Elles devancent légèrement les images d'interview avec 13,9 % et d'archives avec 11,6%.

A contrario, *De Standaard* insère à plus de 20% (21,9% pour être précis) des images de victoire, contre seulement 5,5 % pour des images de podium (la catégorie la mieux représentée dans le corpus).

D'un point de vue général, les images de podium sont les plus utilisées. Elles constituent 11,9 % du corpus et devancent les images de victoire avec 11,3 % et les images concernant le centenaire du maillot jaune avec 8,6 %. Les images de famille sont dernières avec seulement 1,8%.

Partie IV : Interprétation des données

Après une récolte de données et une analyse complète et précise, nous pouvons tirer quelques enseignements concernant notre objet de recherche. Le premier enseignement à tirer est simple. Le Tour de France fut l'événement sportif du mois de juillet 2019. En effet, 44,9% des pages sportives furent consacrés au Tour de France. Cette proportion monte même à 55% pour le quotidien *De Standaard*. Le Tour de France est le troisième événement sportif mondial le plus suivi à travers le Monde et même le premier en format annuel.

Ces résultats sont semblables à ce que Leticia Dawidowicz avait montré lors de ses recherches dans le cadre de son mémoire sur le traitement

journalistique des Jeux Olympiques de Rio 2016 ⁶² . Comme c'était le cas pour les JO, cette actualité avait monopolisé les journaux de presse durant le mois d'août 2016. En effet, aucun autre événement d'envergure n'avait eu lieu à ce moment-là. Le parallèle peut aisément être fait avec notre recherche. Aucune compétition internationale n'a eu lieu en juillet 2019, mis à part le Tour de France. Nous pouvons conclure que le Tour de France est aussi un sujet qui passionne les rédactions des quotidiens de presse étudiés. C'est également confirmé par cet extrait : « *Ainsi, en Belgique francophone, pour des raisons historiques ou plus circonstanciées, le cyclisme, le tennis et même dans une certaine mesure, le tennis de table, connaissent de nombreuses productions et de bonnes audiences médiatiques.* » ⁶³ Le cyclisme jouit d'une notoriété importante en Belgique. Comme nous l'avons déjà expliqué dans l'introduction, la Belgique est une terre de cyclisme. Il nous semble donc normal que le Tour de France, l'événement cycliste par excellence soit médiatisé à ce point en Belgique. Le Grand Départ depuis Bruxelles a également joué un rôle de la grande médiatisation du Tour de France. Des pages supplémentaires ont été consacrées au Grand Départ, en ce qui concerne les préparatifs, la présentation des équipes et les itinéraires des premières étapes. Le Tour de France a toujours été un événement important, qui attirait les lecteurs à acheter le journal. C'est pourquoi les rédactions ont toujours proposé énormément de contenus journalistiques. « *Le Tour de France était une compétition sportive qui allait devenir, le feuilleton le plus attendu de l'été.* » ⁶⁴

En deuxième lieu, les deux journaux spécialisés dans le sport, *La Dernière Heure Les Sports* + et *Het Nieuwsblad*, sont ceux qui ont publiés le plus d'articles et d'images. Ils ont proposé respectivement 448 et 320 articles à

⁶² Leticia Dawidowicz . *Le traitement journalistique des Jeux olympiques de Rio 2016 dans la presse belge : analyse comparative dans la presse quotidienne francophone et néerlandophone, populaire et de qualité*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2017.

⁶³ Robert Boure, Valérie Bonnet, *Sports et médias*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, 2007.

⁶⁴ Fabien Wille, *Le Tour de France, un modèle médiatique*, Presses Universitaires Septentrion, Paris, 2003.

l'occasion du Tour de France 2019. 768 à eux deux. Il n'est pas étonnant de voir que ces deux quotidiens écrivent plus d'articles que les deux autres quotidiens. Notre surprise a été de constater l'écart important avec *Le Soir* et *De Standaard* sur une période de recherche assez limitée. Seulement 174 pour *Le Soir* et 96 pour *De Standaard*. Un écart allant jusqu'à cinq fois avec *La Dernière Heure Les Sports+*. L'écart est encore plus grand entre *De Standaard* et les autres en ce qui concerne les images. 73 images ont été publiées par le quotidien contre 492 à *La Dernière Heure Les Sports+*. L'écart va du simple au septuple. Un constat qu'avait également fait Julie De Wilde dans son mémoire sur les tournois 2011 du Grand Chelem en tennis. Elle avait comparé le traitement journalistique de quotidiens francophones et avait remarqué que le Soir publiait moins d'articles et d'images que la *Dernière Heure*.⁶⁵

En troisième lieu, la tendance générale renvoie vers des articles de petite taille. Nous avons constaté que 68,3% des articles avaient une taille de moins d'une demi-page. Cette proportion monte même à 77% pour le journal *Le Soir*. Julie De Wilde, dans son mémoire sur les tournois du Grand Chelem de l'année 2011 en tennis⁶⁶, ainsi que Leticia Dawidowicz sur les Jeux Olympiques de Rio 2016⁶⁷ ont tiré une conclusion identique sur le sujet. Les articles avaient aussi tendance à être de petite taille. Le fait que les articles soient majoritairement accompagnés d'images de petite taille explique en partie ce constat.

⁶⁵ Julie de Wilde, *La couverture médiatique des quatre tournois du Grand Chelem de tennis sur la saison 2011 dans la presse écrite francophone : analyse des Grands Chelems dans Le Soir, La Dernière Heure/Les Sports et dans les quotidiens belges des groupes SudPresse et L'Avenir*, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2012.

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Leticia Dawidowicz . *Le traitement journalistique des Jeux olympiques de Rio 2016 dans la presse belge : analyse comparative dans la presse quotidienne francophone et néerlandophone, populaire et de qualité*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2017.

En quatrième lieu, la différence est marquée entre les quotidiens de référence et les autres, pour ce qui est du type d'articles. Les quotidiens spécialisés dans le sport ont une préférence à utiliser l'interview comme type d'articles. Même si l'écart n'est pas très élevé par rapport aux infographies, environ un article sur quatre est une interview dans le quotidien *La Dernière Heure Les Sports+* (25,5%) et un sur six dans *Het Nieuwsblad* (15,6%). Il nous semble que ce type d'articles soit en effet le plus indiqué pour ce genre d'événements. Recueillir la réaction de tel ou tel coureur après une étape semble être la norme pour les quotidiens spécialisés dans le sport. Les interviews permettent de remettre en contexte les choix de certains coureurs, leur déception, ... Ils aident à mieux comprendre ce qu'il se passe réellement durant une étape (les stratégies, ...). Donner la parole aux personnes qui font vivre la course semble donc être un choix éditorial des deux quotidiens.

Les deux quotidiens moins à la pointe en sport, et surtout *De Standaard*, utilisent nettement moins ce genre d'articles. Il privilégie les articles d'infographies et les analyses. Pour le quotidien *De Standaard*, la raison est simple : il publie en général un grand article, focalisé sur le déroulement de l'étape de la veille, ensuite un plus petit article sur un événement particulier (un Belge dans l'échappée, ...), et enfin deux articles évoquant les résultats et les infographies (la carte de l'étape du jour). Ce genre de choix éditoriaux laisse peu de place à l'interview. *Le Soir*, lui, ne privilégie pas vraiment un type d'articles par rapport aux autres. Plusieurs types d'articles sont pratiquement à égalité. Les articles « Analyse », « Résultats », « Classements » et « Infographies » représentent environ 10% chacun. Aucun ne se détache. Par rapport aux autres quotidiens, il y a une claire volonté de se distinguer à ce niveau-là. Nous pouvons conclure, au regard de l'analyse minutieuse réalisée, que ce quotidien est le plus homogène au niveau du type d'articles.

Ensuite, les quotidiens moins spécialisés ont une préférence pour les acteurs internationaux, en ce qui concerne les articles. 55,2% pour *De Standaard* et 57,8% pour *Le Soir*. Un choix éditorial sûrement marqué par les nombreuses victoires d'acteurs internationaux. Cependant, les résultats sont divergents de ceux de l'étude de Gérard Derèze et Thierry Zintz sur le hockey. Ils expliquaient : « *L'importance de la couverture de ces diverses compétitions*

variera en fonction de la présence d'enfants du pays ». ⁶⁸ Même si cette étude concerne le hockey, elle montre que le Tour de France est un événement à part pour les quotidiens francophones et néerlandophones. Une différence importante se marque fortement entre les quotidiens. En comparaison, les quotidiens à la pointe sur le sport, *Het Nieuwsblad* et *La Dernière Heure Les Sports+*, ne consacrent que 45,1% et 46,6% de leurs articles aux acteurs internationaux. Ils laissent davantage de place aux acteurs nationaux du Tour de France.

En sixième lieu, nous nous intéresserons plus précisément aux images. Le quotidien *La Dernière Heure Les Sports+* est celui qui le contenu en matière d'images le plus homogène. La majorité des catégories d'images oscille entre 5 et 8% du corpus total. Aucune catégorie n' « écrase » toutes les autres. Seulement un type d'images dépasse légèrement les 10%, les images de podium. A contrario, les deux quotidiens néerlandophones offrent un contenu moins diversifié en terme d'images. D'abord, le journal *De Standaard* n'a pas recours à l'ensemble des catégories définies dans notre catégorisation, contrairement aux trois autres quotidiens étudiés. Il se distingue en ne proposant aucune image des catégories « accolades » ou encore « membres de leur famille ». D'autres types d'images comme les interviews ou le public sont très marginaux dans le corpus. Les images de podium, d'échappée et de victoire représentent plus de 40% à elles trois. Pour ce qui est du journal *Het Nieuwsblad*, trois types d'images représentent 43,1 % du corpus. Les images concernant le centenaire du maillot jaune, à elles seules, équivalent à environ une image sur six.

Ensuite, les images cyclistes ont tendance à être de petite taille. Même si la tendance est moins importante en ce qui concerne les images, les quotidiens montrent une préférence pour les images de petite taille. La majorité de celles-ci font moins d'un huitième de page. En moyenne, 57% des images ont moins de cette taille. Les explications sont nombreuses : premièrement, les images de petite taille sont utilisées pour introduire une interview ou une réaction

⁶⁸ Fabien Wille, *Le Tour de France, un modèle médiatique*, Presses Universitaires Septentrion, Paris, 2003.

d'un cycliste. Les quotidiens, n'ayant pas une place infinie dans leurs éditions, préfèrent quand même mettre une image, même si celle-ci est très petite voire, dans certains cas, minuscule.

De Standaard, lui, n'a publié que 33% d'images de moins d'un huitième de page. Une volonté éditoriale évidente. Les images d'articles parlant du Tour de France des années précédentes le démontrent aisément. Il privilégie les images plus grandes. Il publie aussi moins d'articles que les autres quotidiens, et peut dès lors placer des images plus imposantes. En effet, 55,5% des pages sportives du journal *De Standaard* sont consacrées au Tour de France, dans le corpus étudié. 55,5 pages pour 96 articles, ça laisse suffisamment de place à une image de plus grande taille. Seuls dix images sur 1203 publiées font plus d'une page, soit 0,8%. Neuf d'entre elles viennent du quotidien *Het Nieuwsblad*.

Enfin, les images évoquent le plus souvent des acteurs internationaux. 53,2% montrent des acteurs internationaux, contre 41,1% pour les acteurs nationaux. *Le Soir* va même jusqu'à 67,3% d'images avec des acteurs internationaux. Ces résultats confirment les conclusions tirées par Christophe de Boose⁶⁹ pour son mémoire sur le Tour de France 2009. Il avait également remarqué que le quotidien *Le Soir* était celui qui traitait davantage d'acteurs internationaux que les autres quotidiens francophones. Dans notre étude, la différence est marquée entre *Le Soir* et *La Dernière Heure Les Sports+*. 12,6% d'articles supplémentaires sur des acteurs internationaux pour *Le Soir*, en comparaison avec son homologue francophone.

⁶⁹ Christophe De Boose, *La place des cyclistes belges face aux favoris du peloton et des médias : analyse comparative du tour de France 2009 dans trois quotidiens de la presse francophone belge*, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2010.

Partie V : Conclusion

Tout au long de ce mémoire de recherche, nous avons essayé d'analyser le traitement journalistique du Tour de France cycliste 2019 au travers de quatre quotidiens de presse écrite et de répondre à la problématique suivante : Comment les quotidiens de presse francophones et néerlandophones ont-ils couvert le Tour de France 2019 ?

Ce mémoire s'est structuré autour de quatre parties principales : nous avons commencé en revenant sur les origines du Tour de France. Nous nous sommes quelque peu attardés sur la conception de la course, un passage indispensable pour comprendre l'événement mondial qu'est le Tour de France. Ensuite, nous avons évoqué les spécificités du Tour de France : sa caravane publicitaire connue dans le Monde entier, son maillot jaune (dont nous fêtions le centenaire en 2019). Pour terminer, nous avons abordé le sujet du Tour de France féminin, sujet qui est revenu sur le devant de la scène en 2020.

En deuxième partie, nous avons évoqué l'histoire étroite qu'entretient le Tour de France avec la Belgique, en commençant par l'obtention du Grand Départ 2019 par Bruxelles. Ensuite, nous nous sommes intéressés, de manière rapide, aux victoires finales, d'étapes, ainsi qu'aux villes-étapes. Cette étape nous semblait importante pour cerner le traitement médiatique du Tour par les quotidiens belges.

Nous avons ensuite réalisé une analyse de contenu minutieuse. Nous avons d'abord défini une méthodologie précise, afin d'avoir les résultats les plus clairs possibles. Ensuite, grâce à une grille de codage, nous avons pu montrer les différences et les points communs entre les quatre quotidiens étudiés. Nous avons analysé les articles ainsi que les images, au travers de la nationalité des acteurs, la taille ainsi que le type d'articles.

En quatrième partie, nous avons interprété les données, grâce à l'analyse réalisée, dans la partie précédente. Nous avons pu tirer quelques conclusions de cette étude. De manière générale, les journaux *La Dernière Heure Les Sports +* et *Het Nieuwsblad* se détachent en ce qui concerne le traitement du

Tour de France. Les deux quotidiens ont publié le plus grand nombre d'articles et d'images.

Ensuite, le Tour de France a constitué l'événement sportif majeur du mois de juillet 2019, pour les quotidiens de presse écrite. Le nombre de pages consacré à l'événement le prouve. 44,9% des pages sportives furent consacrées au Tour. Cependant, le fait d'avoir le Grand Départ en Belgique a légèrement influencé le nombre de pages les premiers jours. Certains quotidiens sont montés jusqu'à 20 pages par jour au moment du départ.

Le nombre d'articles a aussi été très important. 1038 articles ont été publiés sur un corpus total de 92 quotidiens, soit une moyenne de 11,3 articles par quotidien. Un chiffre important qu'il faut quand même nuancer. Tous les quotidiens n'ont pas traité le Tour de France de la même manière. Les quotidiens populaires, *Het Nieuwsblad* et *La Dernière Heure Les Sports+*, ont publié respectivement 13,9 et 19,5 articles par jour. Le nombre d'images a aussi été très impressionnant. Encore une fois, la différence entre les quotidiens de référence et les autres est flagrante. 492 pour *La Dernière Heure Les Sports+* contre 73 à *De Standaard*.

Les types d'articles écrits sont très différents d'un quotidien à l'autre. L'analyse a permis de faire remarquer, de manière globale, que les articles « interviews » sont les plus utilisés devant les « infographies » et les « chroniques ». Des résultats qui nous ont parus extrêmement censés, du fait de la spécificité de la course. Relater les propos des coureurs est un moyen de mieux comprendre les événements.

Les types d'images choisis par les rédactions nous semblent également logiques. Les images de podium et de victoire arrivent logiquement en tête. A contrario, la troisième place nous a quelque peu surpris. Les images concernant le centenaire du maillot jaune représentent 8,9%, ce qui semble important à première vue. L'explication principale est le nombre d'images publiées par le quotidien *Het Nieuwsblad* sur cet événement. Ils ont consacré vingt articles exclusivement sur les cent ans du maillot jaune avec de nombreuses images.

Pour ce qui est de la taille des images, nous avons pu démontrer qu'elles étaient globalement de petite taille. 57% d'entre elles mesuraient moins d'un huitième de page. Le constat est le même pour la taille des articles. 68,3% des articles font moins d'une demi-page dont 37,4% sont inférieurs à un quart de page, soit plus d'un article sur trois.

Nous sommes également conscients que cette étude comporte quelques manquements. Concernant les limites de la recherche, il est évident que l'étude aurait pu être encore améliorée. En effet, nous pensons qu'il aurait sans doute fallu séparer le corpus de semaine en semaine (de la même façon que la course) pour dégager des tendances plus significatives. Cela aurait apporté une autre vision de la manière dont les rédactions ont travaillé le sujet.

Nous pensons également qu'une classification par acteur aurait été très censée. Nous aurions pu montrer quel coureur revenait le plus sur les images et dans les articles. Cependant, cela aurait été rendu difficile par le nombre d'acteurs différents sur les images. Sur les images d'un peloton, il est parfois très difficile de reconnaître les coureurs. C'est la raison principale qui nous a poussée à éviter cela.

Il est évident également que les résultats auraient été tout autres si nous nous étions intéressés aux deux autres Grands Tours, que sont le Giro et la Vuelta. Dans la culture francophone, le Tour de France est l'événement cycliste par excellence. Le Giro et la Vuelta sont davantage mis au second plan par les quotidiens que le Tour de France ne l'est.

Pour finir, il nous paraît donc pertinent de faire, à l'avenir, une étude comparative entre les trois Grands Tours du calendrier cycliste sur une année complète. Nous pourrions dès lors avoir une vue plus importante du traitement journalistique du cyclisme. Malheureusement, nous n'en avons pas eu l'occasion dans le cadre de cette étude car nous avons mis notre focus sur le Tour de France 2019.

Bibliographie

Livres/Ouvrages :

- Béatrice Houchard, *Le Tour de France et la France du Tour*, Calmann-Lévy, Paris, 2009.
- Benoit Grevisse, *Écritures Journalistiques : Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2004.
- Claude Droussent, *Maillots jaunes : le Tour de France par ceux qui ont écrit sa légende : 1919-2019, un siècle de victoires*, Grund, Paris, 2017.
- Fabien Wille , *Le Tour de France : Un modèle médiatique*, Presses Univ. Septentrion, 2003.
- François Dépaulteau, *La démarche d'une recherche en sciences humaines. De la question de départ à la communication des résultats*, De Boeck, Bruxelles, 2000.
- Gérard Derèze, *Méthodes empiriques de recherche en communication*, De Boeck Université, Bruxelles, 2009.
- Jean de Bonville, *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, De Boeck Université, Bruxelles, 2006.
- Jean-François Mignot, *Histoire du Tour de France*, La Découverte, coll. « Repères », Paris, 2014.
- Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, Presses Universitaires de France, Paris, 1977.
- Reporters Sans Frontières, *Le Tour de France par les journalistes et photographes qui ont écrit sa légende*, Reporters Sans Frontières, Paris, 2005.
- Robert Laffont, *L'Equipe raconte le Tour de France*, Editions Robert Laffont, S.A.S, Paris, 2018.

Articles scientifiques :

- Bernard Berelson, *Content analysis in communication research*, Free Press, 1952.
- Christian Dorvillé, « *Ethique sportive, éthique journalistique : une mise en question* », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002, p. 18-31.
- Édith Fagnoni et Léo Castoldi, « *De l'événement sportif au sport business : le Tour de France* », Bulletin de l'association de géographes français [En ligne], 95-1 | 2018, mis en ligne le 25 juin 2019.
- Gérard Derèze, *De la médiatisation des grandes compétitions sportives*. Communications, Le spectacle du sport, sous la direction de Leconte B. et Vigarello G., 1998, p. 33-43.
- Gilles Fumey, *Le Tour de France ou le vélo géographique*. In : Annales de Géographie, t. 115, n°650, 2006. pp. 388-408.
- Jacques Gleyse et « Brohm Jean-Marie. "*Sociologie politique du sport* », *Corps et culture* [En ligne], Numéro 1 | 1995, mis en ligne le 11 mai 2007.
- Jacques Marchand, « *Journalisme de sport : conception (ou exception) française* », Les Cahiers du Journalisme n°11, Décembre 2002, p. 164-172.
- Jean-Pierre Augustin, *Introduction : Le Sport attracteur d'organisation sociale et intermédiaire de la mondialisation*, Annales de Géographie, 2011/4, p.353-360.
- Karim Souanef, « *Journalisme sportif ou journalisme de sport ? Pour une compréhension historique de l'identité* », Les Cahiers du Journalisme n°25, Printemps/Été 2013, p. 20-32.

Webographie :

- Adeline Malnis (24 juillet 2019). Pourquoi n'y-a-t-il pas de Tour de France féminin ? Les Inrocks.com. Consulté le 7 juin 2020, URL :

<https://www.lesinrocks.com/2019/07/24/actualite/actualite/pourquoi-ny-a-t-il-pas-de-tour-de-france-feminin/>

- AFP. (25 octobre 2018). Tour de France 2019 : Le centenaire du maillot jaune va atteindre les sommets. Ouest-France.fr. Consulté le 5 juin 2020. URL : <https://www.ouest-france.fr/tour-de-france/tour-de-france-2019-le-centenaire-du-maillot-jaune-va-atteindre-les-sommets-6036768>
- CIM. Press audience 2018-2019. Cim.be. Consulté le 18 juin 2020. URL : <https://www.cim.be/fr/presse/press-audience>
- Courrier International. Le Soir. Courrierinternational.com. Consulté le 19 juin 2020. URL : <https://www.courrierinternational.com/notule-source/le-soir>
- De Standaard. Verwacht het onverwachte. Mediahuis.be. Consulté le 19 juin 2020. URL : <https://www.mediahuis.be/merken/de-standaard/>
- Emma Pooley, Kathryn Bertine, Marianne Vos, Chrissie Wellington. (Janvier 2014). ASO (Amaury Sport Organisation) : Ouvrez le Tour de France aux équipes féminines de cyclisme. www.change.org. Consulté le 6 juin 2020. URL : <https://www.change.org/p/aso-amaury-sport-organisation-ouvrez-le-tour-de-france-aux-%C3%A9quipes-f%C3%A9minines-de-cyclisme>
- Het Nieuwsblad. « Omloop Het Nieuwsblad: historiek » . FlandersClassics.be. Consulté le 19 juin 2020. URL : <https://www.omloophetnieuwsblad.be/nl/ohn/elite-mannen/historiek>
- IPM Group. DH Les Sports. Ipmgroup.be. Consulté le 18 juin 2020. URL : <https://www.ipmgroup.be/marque/la-derniere-heure-les-sports/>
- La course by le Tour (19 juillet 2019). Classements 2019. La course by le Tour de France. Consulté le 8 juin 2020. URL : <https://www.lacoursebyletourdefrance.com/fr/classements>

- Laurent Defrancq. (7 juillet 2019). Le Tour de France Féminin de 1984 : Marianne Martin. Femmes et cyclistes.com. Consulté le 8 juin 2020. URL : <https://femme-et-cycliste.com/le-tour-de-france-feminin-de-1984-marianne-martin> .
- Le Télégramme. (4 mars 2020). Le Tour de France féminin va renaître de ses cendres. Le Télégramme.fr. Consulté le 8 juin 2020. URL : <https://www.letelegramme.fr/dossiers/leconomie-du-velo-feminin/cyclisme-le-tour-de-france-feminin-va-renaitre-de-ses-cendres-03-03-2020-12516246.php>
- Mediahuis. Geschiedenis. Mediahuis.be. Consulté le 19 juin 2020. URL : <https://www.mediahuis.be/fr/lentreprise/histoire/>
- Nawal Lyamini. (29 juillet 2019). Archives : Qu'est devenu le Tour de France féminin créé en 1955 ? Ouest-France.fr. Consulté le 8 juin 2020. URL : <https://www.ouest-france.fr/sport/cyclisme/archives-qu-est-devenu-le-tour-de-france-feminin-cree-en-1955-6462779>
- Pierre Godon (12 juillet 2015). Le Tour de France féminin va-t-il décoller un jour ? Francetv.info. Consulté le 8 juin 2020, URL : https://www.francetvinfo.fr/sports/tour-de-france/le-tour-de-france-feminin-va-t-il-decoller-un-jour_989395.html
- Pol Loncin (12 juillet 2017). 12 juillet 1978 : Le peloton du Tour part en grève. RTBF.be/sport. Consulté le 31 mai 2020. URL : https://www.rtbf.be/sport/cyclisme/tourdefrance/detail_12-juillet-1978-le-peloton-du-tour-est-en-greve?id=9657817.
- Sport-center/RCA. (4 mars 2020). Vers un Tour de France au féminin. Le matin.ch. Consulté le 8 juin 2020. URL : <https://www.lematin.ch/sports/cyclisme/tour-france-feminin/story/22195891>.
- Thierry Tazé-Bertrand (8 juillet 2018). Il y a 20 ans, l'affaire Festina révolutionnait la lutte contre le dopage. Sport.franceinfo.tv. Consulté le 2 juin

2020. URL : <https://sport.francetvinfo.fr/tour-de-france/il-y-20-ans-laffaire-festina-revolutionnait-le-sport-mondial>

- Véronique Lamquin. (3 juillet 2019). Dalton, Courtois, Mayeur : comment Bruxelles a obtenu le Grand Départ du Tour. Lesoir.be. Consulté le 9 juin 2020. URL: https://plus.lesoir.be/art/d-201907013UUC7D?referer=%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3D1asty%26sort%3Ddate%2Bdesc%26start%3D60%26word%3Ddalton&_ga=2.129705484.1445282256.1591704051-472088107.1591444747

Mémoires :

- Christophe De Boose, *La place des cyclistes belges face aux favoris du peloton et des médias : analyse comparative du tour de France 2009 dans trois quotidiens de la presse francophone belge*, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2010.

- Julie de Wilde, *La couverture médiatique des quatre tournois du Grand Chelem de tennis sur la saison 2011 dans la presse écrite francophone : analyse des Grands Chelems dans Le Soir, La Dernière Heure/Les Sports et dans les quotidiens belges des groupes SudPresse et L'Avenir*, Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université Catholique de Louvain, 2012.

- Leticia Dawidowicz, *Le traitement journalistique des Jeux olympiques de Rio 2016 dans la presse belge : analyse comparative dans la presse quotidienne francophone et néerlandophone, populaire et de qualité*. Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication, Université catholique de Louvain, 2017.

Résumé :

Ce mémoire compare le traitement journalistique du Tour de France 2019 dans la presse quotidienne belge au travers de quatre quotidiens : De Standaard et Het Nieuwsblad pour la partie néerlandophone, La Dernière Heure Les Sports + et Le Soir pour la partie francophone. Grâce à une grille d'analyse très précise, nous avons comparé le traitement journalistique de l'épreuve cycliste, au travers de différents critères tels que la taille ou le type d'images et d'articles.