

A black and white photograph of two cyclists racing on a road bike. The cyclists are in a low, aerodynamic position, leaning forward. The background is heavily blurred, suggesting high speed. The text "Le Tour de France, une ascension fulgurante" is overlaid in the center of the image.

Le Tour de France, une ascension fulgurante

A l'origine un évènement sportif national, le Tour de France a su s'exporter et séduire aussi à l'étranger



Créé en **1903** par le journal L'Auto, la 1^{ère} édition attire **80 volontaires**

Un format devenu mythique **~3 500 km en 3 semaines et 21 étapes**

Un **nouveau parcours inédit** chaque année, couplé à des **étapes iconiques**

Des **maillots devenus cultes** et qui transcendent la notoriété du Tour

UNE FERVEUR NATIONALE...

...QUI S'EXPORTE À L'ÉTRANGER

17 M

de spectateurs en bord de route en 2024

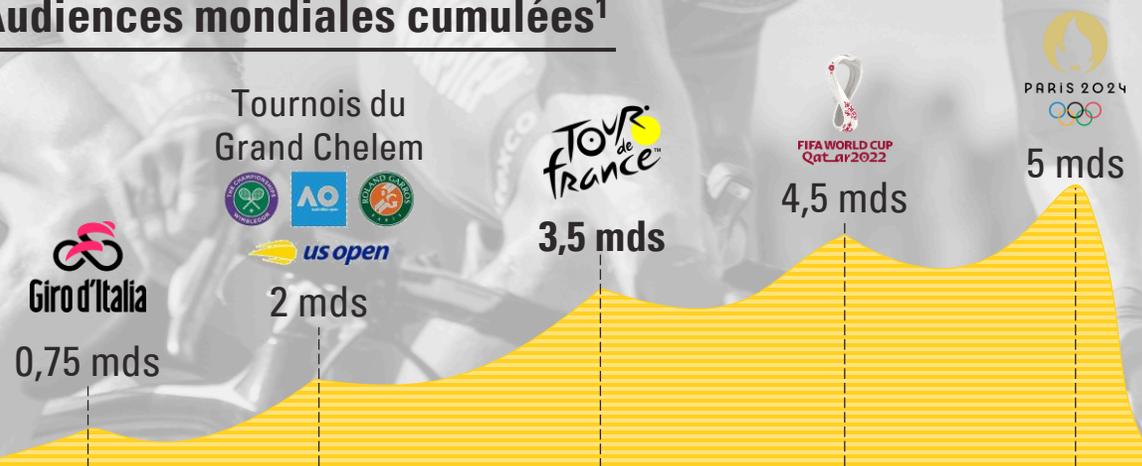
40 M

d'audience cumulée sur France Télévisions

1^{er}

évènement sportif attendu par les Français en 2025

Audiences mondiales cumulées¹

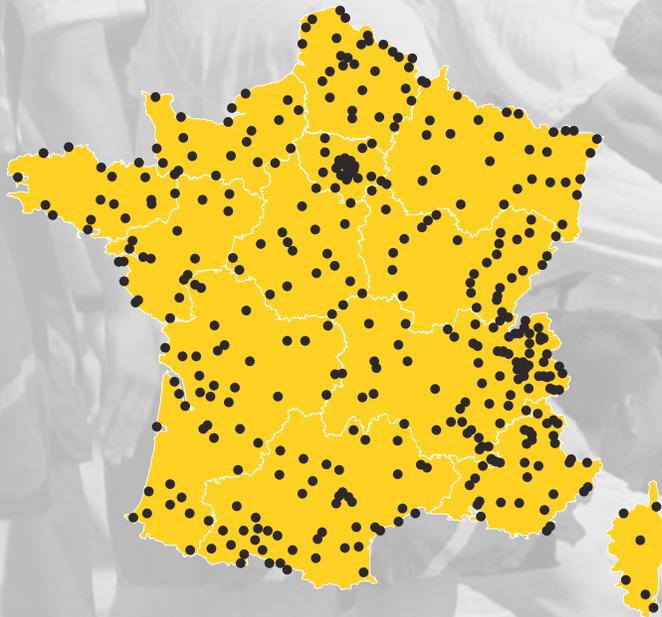


Notes : 1. Données les plus récentes disponibles
Sources : Histoire du Tour de France, Groupe Amaury, sondage Odoxa, Francebleu, Circle Strategy

Plus grand évènement sportif gratuit au monde, sur les routes comme à la télé, le Tour se vit sans payer

AU BORD DES ROUTES

Villes ayant accueilli le Tour en France depuis 1960



GRATUIT

depuis sa création en 1903

PASSIONNEL

Des fans dormant au bord des routes pour une place de choix

OMNIPRESENT

Toute la France est sillonnée par le Tour

DANS LES SALONS



La diffusion en clair du Tour de France est **garantie par la loi** depuis 2004



Sans être garantie, la diffusion en clair est disponible **pour 72% de la population européenne**

Pour devenir une vitrine du patrimoine, le rôle de ville étape s'arrache et même les pays frontaliers s'en mêlent

ENVIRON 90 VILLES, DONT 15 % À L'ÉTRANGER, CANDIDATENT CHAQUE ANNÉE POUR ACCUEILLIR LE TOUR DE FRANCE, SEULE UNE TRENTAINE SONT SÉLECTIONNÉES

Parcours Tour de France 2025

Le Grand Départ

Plusieurs jours d'animation nécessitant des investissements forts – Il peut se faire à l'étranger

La ville d'arrivée n'est pas toujours celle du départ suivant

Ville étape de départ

Ville étape d'arrivée

Lille-Nord De France Grand Départ

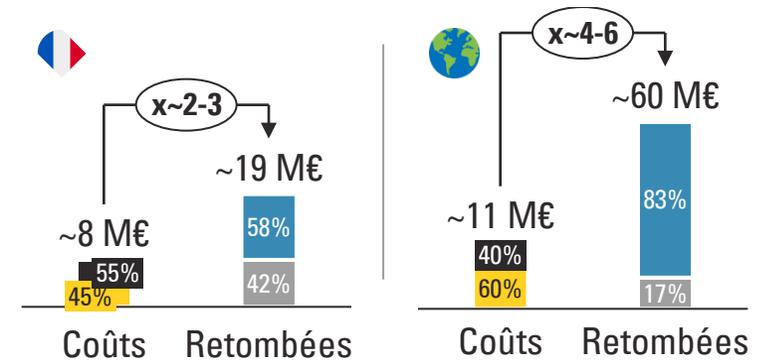


L'Arrivée sur les Champs-Élysées

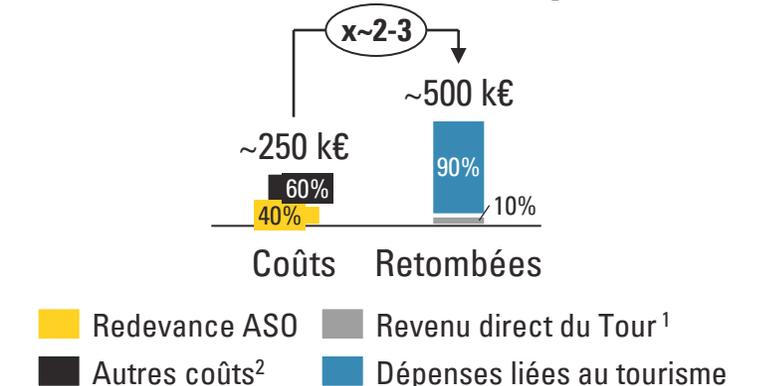
Toujours Paris sauf lors des JO 2024 où elle eut lieu à Nice



Economie du Grand départ



Economie d'une étape



Notes : 1. Retombées économiques produites par les acteurs du Tour (ASO, équipes...) 2. Logistique & sécurité, Communication & promotion, pilotage & coordination Sources : Ikertalde, ADEUPa Brest, CCI du Tarn, Capital, Circle Strategy

Les sponsors, de plus en plus internationaux, sont parties prenantes des rituels populaires du Tour



La « Caravane du Tour », un événement historique pour attirer les sponsors...

1930 marque la première apparition de la Caravane du tour, un convoi de véhicules publicitaires distribuant des cadeaux et précédant le passage des coureurs du Tour de France



... et les spectateurs au bord des routes

47% des spectateurs déclarent venir en priorité sur le Tour de France pour voir la caravane



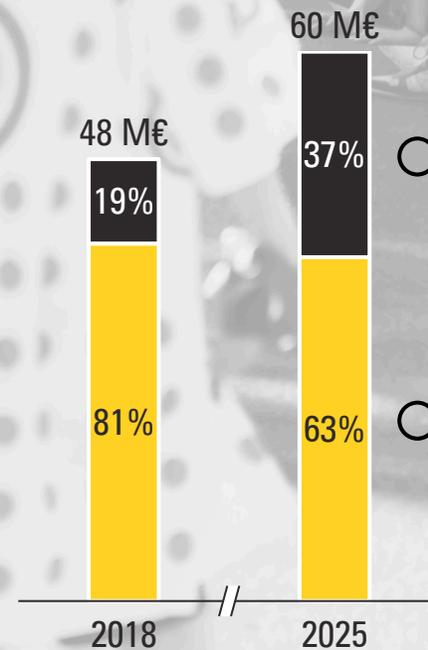
Les sponsors bénéficient d'un marketing expérientiel unique loin du matraquage publicitaire classique

~10 M de cadeaux publicitaires à la valeur symbolique forte sont distribués chaque année



Répartition des revenus du sponsoring par origine

■ Sponsors Français ■ Sponsors étrangers¹



Notes : 1. Tous les sponsors étrangers ont des activités en France
Sources : Tour de France, BFM, RMC, Challenges, Ouest-France, Le Monde, Yougov, Capital, Circle Strategy

Rouage essentiel au déroulement du Tour de France, l'Etat Français en est indirectement le premier sponsor



FORCES DE L'ORDRE

>20 000

Policiers et gendarmes mobilisés

POLICE
NATIONALE



SERVICES DE SECOURS

>6 000

Secouristes au bord des routes



INFRASTRUCTURES

~4 000 km

Routes mises à disposition du Tour



La gendarmerie (70% des forces de l'ordre sur le Tour) et la police ne facture que ~50% du montant réel à ASO

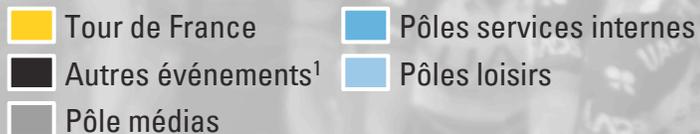
Le coût de la mobilisation des sapeurs pompiers coûte ~15 000€ par étape du Tour pour les départements

3 000 agents départementaux sont mobilisés et les routes sont privatisées par ASO pendant 6 heures par étape

Vitrine du patrimoine et du savoir-faire français, le Tour de France incarne un levier majeur de soft power à l'échelle nationale et internationale justifiant l'engagement fort de l'État et des collectivités

Les revenus du Tour, propriété du Groupe Amaury, ont cru via l'augmentation et l'internationalisation de son audience

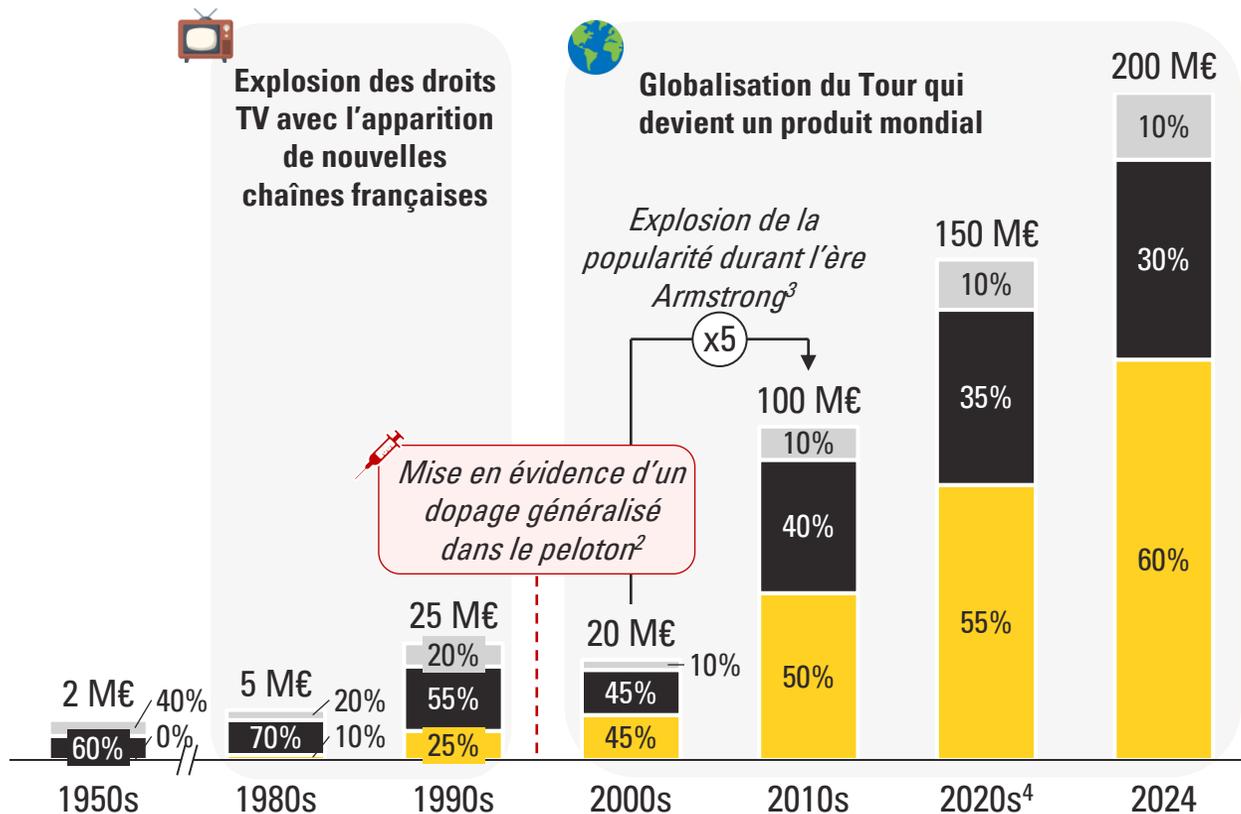
Répartition des revenus du Groupe Amaury



330 M€



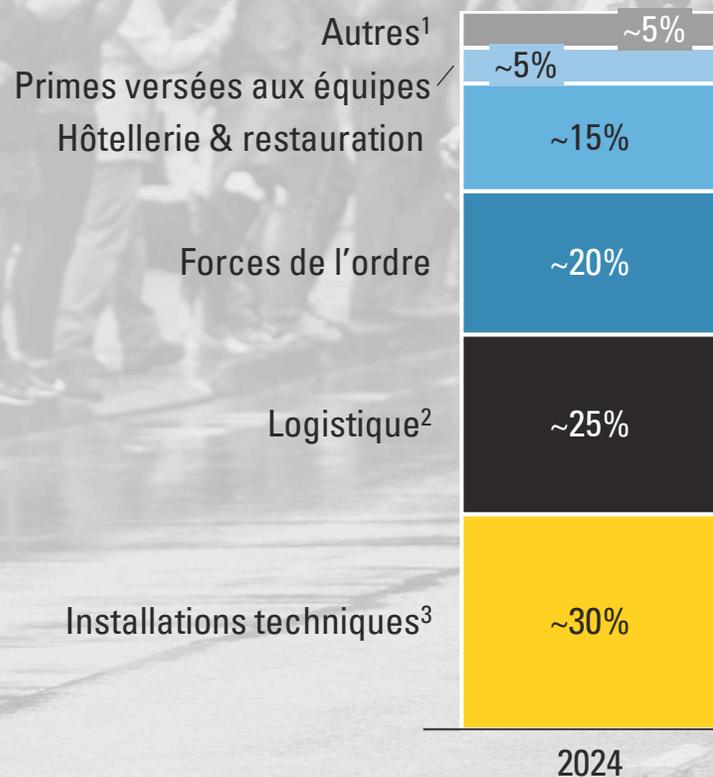
La mécanique des revenus du Tour de France par décennie



Notes : 1. Événementiel grand public (running, marche, triathlon), Sports mécaniques (Paris-Dakar), Golf, Voile 2. L'affaire Festina en 1998 rend le dopage extrêmement médiatisé en révélant au grand public la généralisation du dopage comme une norme du cyclisme moderne de l'époque 3. Les 7 victoires d'affilées de Lance Armstrong (depuis retirées pour dopage) entre 1998 et 2005 ont permis un boost de l'attractivité du Tour à l'international grâce à sa nationalité américaine et son histoire (survivant d'un cancer) 4. Année de référence est 2021 pour cause de COVID en 2020
Sources : Histoire du Tour de France, Groupe Amaury, Société.com, Infonet, les Mines de Paris, Circle Strategy

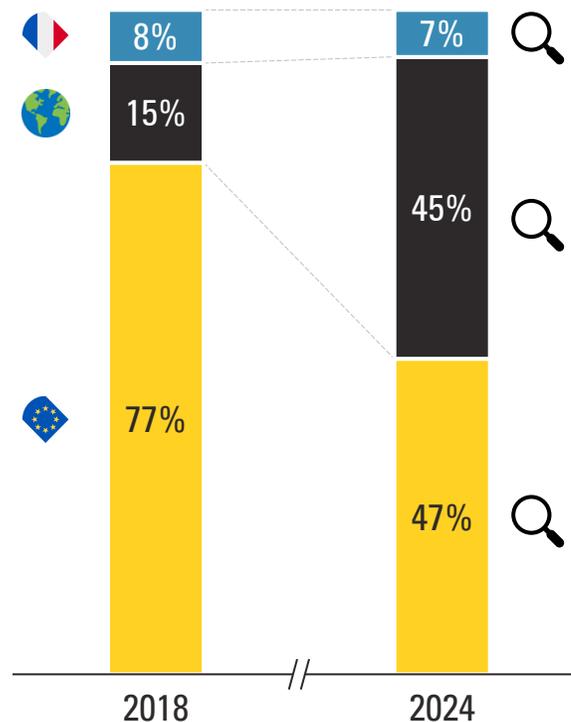
Les primes versées aux équipes du Tour témoignent de son internationalisation croissante hors Europe

Dépenses d'ASO pendant le Tour [Base 100]



Répartition des primes par nationalité des équipes

■ Europe ■ Reste du monde ■ France



Notes : 1. Communication, marketing... 2. Véhicules, transports, carburant, radios, décorations... 3. Zones d'arrivée/départ, barrières, signalétique...
Sources : ASO, RMC sport, Circle Strategy

De vitrine populaire à produit d'exportation premium, le Tour de France s'internationalise au grand bonheur de ASO

Le Tour de France a la côte

L'accessibilité unique du Tour de France séduit au delà des frontières et alimente une audience internationale en forte croissance

Sponsor du Tour, une affaire qui roule

Porté par une visibilité devenue mondiale, le Tour attire de plus en plus de marques étrangères, qui génèrent aujourd'hui ~40% des revenus du sponsoring

ASO, le maillot jaune du business sportif

En misant sur l'internationalisation du Tour, ASO a transformé l'épreuve en machine à cash avec des revenus multipliés par dix depuis les années 2000

Vos contacts chez Circle Strategy



Catherine GOZARD

Marketing & Communication Director



Jean-Marc LIDUENA

CEO, Managing Partner



Kiran HAYWORTH

Principal

A PROPOS DE CIRCLE STRATEGY

Circle Strategy est un cabinet de conseil en stratégie qui puise ses origines dans la culture entrepreneuriale et tire sa singularité du double profil de ses talents, une expérience mixte de conseil et de terrain. Il accompagne des directions générales sur les problématiques de stratégie de croissance, de modèle économique responsable et de transformation digitale et opérationnelle.

Circle Strategy se caractérise par un mélange assumé de pragmatisme et de stratégie, illustré par sa devise “Strat for impact” et sa raison d’être “Nous façonnons des stratégies pour des futurs audacieux et durables.”

Circle Strategy fait partie de Square Management, entreprise certifiée B Corp, et intervient dans le monde entier à partir de ses bureaux en France, en Espagne, en Belgique et au Luxembourg.

www.circle-strategy.com