Journal des anthropologues

Association française des anthropologues

120-121 | 2010

Les cultures sportives au regard de la globalisation

Race Across America Une redéfinition de la culture cycliste moderne sur un mode amateur aventureux

Race Across America: A Redefinition of Modern Cycling Culture in an Adventurous Amateur Mode

Jérôme Pruneau

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/jda/4311>

DOI : 10.4000/jda.4311

ISSN : 2114-2203

Éditeur

Association française des anthropologues

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2010

ISSN : 1156-0428

Référence électronique

Jérôme Pruneau, « Race Across America Une redéfinition de la culture cycliste moderne sur un mode amateur aventureux », *Journal des anthropologues* [En ligne], 120-121 | 2010, mis en ligne le 12 août 2014, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/jda/4311> ; DOI : 10.4000/jda.4311

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

Journal des anthropologues

Race Across AmericaUne redéfinition de la culture cycliste moderne sur un mode amateur aventureux

Race Across America: A Redefinition of Modern Cycling Culture in an Adventurous Amateur Mode

Jérôme Pruneau

- 1 Les cultures sportives (Pociello, 1995) peuvent être envisagées sous le regard anthropologique parce qu'elles permettent de comprendre les manières de faire et de penser des sportifs, c'est-à-dire leur manière de participer à une pratique physique selon un sentiment d'appartenance commun à un groupe. En cela, les propriétés des pratiques sportives, leur logique interne, concentrent un système de valeurs communes élaboré autour d'une architecture globale qui singularise une manière d'être, d'agir et de penser intelligible aux sportifs par-delà l'histoire. En filigrane, l'identité collective se distingue, ils se reconnaissent à travers le cadre structural de la pratique et de ses marges. La notion de culture transparaît, bien qu'elle ne soit pas une essence figée une fois pour toute, elle est une ressource, forgée et réinventée en permanence. C'est en cela que l'histoire y dépose les sédiments des différentes époques sans pour autant en changer la constitution de base : la performance, la victoire, l'effort, un lieu approprié en sont les ingrédients, les principes qui témoignent de cette organisation.
- 2 Le cyclisme, en tant que tel, peut être considéré comme un élément de la culture sportive et concentre des subcultures en son sein par les différentes modalités de pratique qu'il propose : on se sent « de la piste » ou « vététiste », du « BMX » ou « de la route », compétiteur ou cyclotouriste, parfois des deux, en fonction des affinités qu'on développe au sein de la discipline.
- 3 Cette activité fait partie des premiers sports modernes qui ont marqué de leur empreinte le monde du sport dans sa conception globale. Née en Europe, cette pratique physique

s'est organisée selon le modèle « classique » de développement des sports au XX^e siècle, à travers les clubs, les ligues et les fédérations. De la draisienne de 1817 inventée par Karl Drais Von Sauerbronn au vélocipède de Michaux en 1861 qui imagine des pédales dénommées pédivelles, à son développement aux USA sous le nom de *bicycle*, au succès populaire du *penny farthing* alias l'*ordinary* conçu en Angleterre en 1872 et rapporté sous le nom de *gran-bi*, à la « bicyclette de sécurité » construite outre-manche par Starley en 1884 jusqu'à finalement le vélo tel qu'on le connaît aujourd'hui, l'histoire du cyclisme a suivi les étapes de son propre développement technique (Chany, 1995). L'engouement pour cet engin est rapide dès les années 1860, mais c'est en cette fin de siècle que la discipline se structure réellement en France, la première fédération, l'Union vélocipédique de France, apparaissant en 1881¹ pour faire face au foisonnement des compétitions qui fleurissent un peu partout sur le territoire (Ollivier, 2003 ; Dodge, 1996). Si la première course a lieu en 1868 à Saint-Cloud sur une courte distance de 1 200 mètres, les épreuves deviennent rapidement des courses de ville à ville² et deux des plus fameuses apparaissent la même année, en 1891 : Paris-Bordeaux et ses 580 km et Brest-Paris-Brest longue de 1 200 km. Comme tous les sports de masse en France, le développement de la discipline s'appuie sur une structuration pyramidale dont le sommet est constitué de l'élite internationale. Avec ses deux fédérations, celle de compétition et celle de cyclotourisme, le monde du vélo compte dans l'hexagone 221 100 adhérents pour un ensemble de 5 676 clubs, soit le 13^e rang en termes de licenciés toutes pratiques confondues³. D'un côté le sport, de l'autre l'utilisation commune du vélo, banalisée par sa fabrication industrielle à la toute fin des années 1890, porte d'accès à la pratique pour la classe ouvrière. Le glissement d'un usage de la bicyclette comme moyen d'évasion et de découverte dans un espace proche à un usage de dépassement de soi et compétitif était né, provoquant la scission rapide entre cyclisme de compétition et cyclotourisme.

- 4 Nul doute que le Tour de France a participé à ce cloisonnement, car sa création en 1903 fait de cet événement une compétition sportive de l'extrême dont les coureurs de l'époque n'ont rien à envier à ceux d'aujourd'hui. Six étapes pour 2 428 kilomètres de parcours⁴ dans des conditions bien plus difficiles⁵ relevaient d'un exploit physique hors norme qui a contribué à forger le mythe. La Grande Boucle est sans aucun doute responsable du mythe du héros sportif dont l'identification procède à la création du champion sportif (Pruneau & Pigeassou, 2004). La souffrance, l'abnégation, la résistance, le courage en sont les valeurs indissociables, relayées par le professionnalisme qui les inclut dans son cadre, marchand celui-ci. Les sponsors l'ont compris en parrainant les équipes professionnelles. Un champion rapporte de l'argent, plusieurs champions rapportent encore plus. Les quelques légendes du Tour⁶, décédées ou vivantes, en marquent la représentation significative sans laquelle l'histoire de cette épreuve ne pourrait avoir de consistance. Depuis, par sa spectacularisation et sa médiatisation, le Tour s'inscrit parmi les plus grands événements sportifs de la planète en participant largement à la diffusion mondiale de cette culture sportive populaire du vélo (Gaboriau, 1995) dont les pratiquants occasionnels se comptent par centaines de milliers en France, plus d'un milliard et demi dans le monde. Cette épreuve réunit à elle seule tous les ingrédients spécifiques propres à définir la réussite actuelle d'une discipline sportive : couverture médiatique sans précédent depuis 1929⁷, droits TV dont on sait aujourd'hui qu'ils participent étroitement au financement des fédérations et clubs au point d'en détenir le pouvoir décisionnel (Moles et al., 2001), et engouement populaire. Ce dernier est une clé culturelle dans le Tour de France, car il construit l'identification aux cham-

pions de façon locale par un régionalisme sans cesse réitéré lors des étapes, d'une part dans les commentaires des journalistes⁸, d'autre part dans les appartenances locales de certains coureurs français en vue pour le gain d'une étape spécifique⁹, enfin dans les tractations et autres *lobbyings* par les municipalités des « villes étapes » pour l'obtention d'un « départ d'étape » ou d'une « arrivée » (Pigeassou et al., 2003). Au final, l'ensemble de ces éléments a taraudé, année après année, « la mystique du Tour » (Pruneau & Pigeassou, *op. cit.*) et a véhiculé, par la globalisation, une vision sportive du cyclisme moderne à l'image de ce Tour. C'est pour ces aspects et ces caractéristiques que le Tour de France servira dans cet article comme un élément de comparaison incontournable.

- 5 Outre-atlantique, aux USA, l'histoire du cyclisme s'est développée dans le même temps qu'en Europe. Dès 1880 naissait l'American League of Wheelmen, future League of American Bicyclists, fondée à Newport par Kirk Munroe et Charles Pratt et qui comptait dans ses rangs 108 000 membres dès 1898¹⁰. D'un point de vue industriel, le vélo aux USA se développe dans les usines d'Albert Pape qui crée, dès 1877, la Pape Manufacturing Company qui se transforme en American Bicycle Company en 1885 lorsque celui-ci rachète 75 autres fabricants de cycles (*ibid.*). L'explosion de cette activité est sans précédent, et le cyclisme devient le sport le plus populaire des États-Unis, les compétitions étant rapportées par toute la presse américaine, surclassant n'importe quel événement sportif de l'époque, ligue nationale de baseball comprise (Nye, 1989). Période faste particulièrement dans les années 1920, le cyclisme tombe cependant en désuétude ensuite, jusqu'à n'intéresser que les spécialistes de la discipline elle-même, le sport automobile créant un nouvel enthousiasme. Après la Seconde Guerre mondiale, ce sport ne rencontre pas ou peu de succès en Amérique du Nord puisqu'il faut attendre Greg Lemond en 1986, 73^e édition du Tour de France, pour voir un Américain s'imposer une première fois sur la Grande Boucle, puis les années 2000 avec l'outrecuidance sportive de Lance Armstrong pour lui redorer un blason depuis longtemps terni.
- 6 Étonnement cependant, les États-Unis possèdent eux-aussi une course cycliste digne du Tour dans ce qu'il véhicule d'extrême, puisque la RAAM (Race Across America) est considérée en 1993, selon le journal sportif d'aventure *Outside Magazine*, comme la course la plus difficile de la planète. Mais qui connaît cette épreuve ? Qui s'intéresse à cet événement dont le but est de traverser en vélo les USA (4 900 kilomètres) ? Qui a déjà entendu parler de cette compétition qui existe depuis 1982 ? Quel auteur, journaliste, scientifique a essayé de saisir les différents sens et symboles de cette traversée spectaculaire quand des dizaines d'ouvrages existent sur le Tour de France et que seulement deux livres édités en langue anglaise et réalisés par des participants eux-mêmes sont publiés aux USA ? Si la globalisation, véhiculée par les médias globaux, a participé à la culture de masse dans l'appropriation du cyclisme à la fois comme sport de compétition (dont le Tour de France en est le témoin et s'impose ainsi comme le meilleur élément de comparaison), à la fois comme pratique populaire, qu'en est-il de cette épreuve américaine qui, sous une forme confidentielle mais structurée, convoque une autre forme de cyclisme extrême ?

L'ultra-cyclisme : de l'exploit sportif à l'ultime exploit

- 7 Sans doute l'ultra-cyclisme est-il historiquement né depuis des événements comme Paris-Brest-Paris. Mais la popularité dont jouit ce dernier l'associe davantage à une épreuve de cyclotourisme. De façon communément admise par les spécialistes,

l'ultra-cyclisme trouve véritablement ses lettres de noblesse dans l'invention de cette course cycliste d'endurance américaine : la Race Across America. Il faut revenir plus d'un siècle en arrière pour s'apercevoir que la conquête de ce vaste territoire que sont les États-Unis, après s'être réalisée à cheval, en chariots, en diligence puis en train entre les années 1790 et les années 1890, connaît un épisode original : la première traversée cycliste du pays. C'est un journaliste du nom de George Nellis qui, en 1887, en suivant les rails du train selon son récent tracé¹¹, a accompli cette prouesse sur un « grand-bi » en un peu moins de 80 jours. Si ce record pouvait être battu décennie par décennie avec le développement technique du vélo, personne ne s'y intéresse pour autant jusque dans les années 1970. Un passionné de vélo, John Marino, décide de tenter l'aventure trois années de suite, en 1978, 1979 et 1980 pour établir le record mondial d'une traversée transcontinentale. Il réussit son pari dès 1978, puis il bat son propre record en 1980, dont l'exploit participera comme élément fondateur à la création du mythe que véhicule aujourd'hui la Race Across America auprès des coureurs.

- 8 Associé à Mickael Shermer, Marino crée cette même année l'UMCA (Ultra Marathon Cycling Association) pour répertorier et reconnaître les records de cyclisme longue distance aux États-Unis. En 1982, quatre jeunes hommes¹² dont Marino lui-même décident de se mesurer en tête-à-tête sur la grande traversée, en partant de Santa Monica (Californie) côte Ouest, jusqu'à New-York, côte Est. L'intérêt de cette aventure réside dans le fait qu'à la différence de toute autre course de vélo « classique » qui s'inscrit sur plusieurs jours, celle-ci ne se réalise qu'en une seule étape. Autrement dit, seul le premier arrivé compte, peu importent le temps qu'il prend et l'endroit où il s'arrête pour manger ou pour dormir, pourvu qu'il arrive. Et à ce jeu, bien sûr, celui qui dort le moins et qui pédale le plus a des chances de victoire. Le vainqueur de l'époque est Lon Haldeman qui boucle le parcours de 4 775,5 kilomètres en 9 jours, 20 heures et 2 minutes, soit à une moyenne de 20,2 km/h. Son secret s'inscrit dans sa capacité à pédaler de jour comme de nuit, encore et toujours, simplement en essayant d'être plus fort et plus résistant que les autres : « My strategy was basically "go as hard as you can and see how sick everyone gets" and then see how I could recover compared to everyone else¹³ ». L'ultra-cyclisme prend corps, cette épreuve étant désormais la plus longue compétition cycliste d'endurance au monde.
- 9 À partir de l'édition de 1983, elle devient officiellement « The Race Across America » (RAAM). Dès cette même année, ils sont déjà 12 coureurs à tenter l'aventure, la moitié d'entre eux parvenant à finir l'épreuve, puis 23 l'année suivante dont 7 arrivants, alors qu'ils ne sont que 4 à terminer la course sur 22 au départ en 1985. Huit d'entre eux finiront tout de même, mais hors délais. Cette notion de délais est ce qui ajoute à la dramaturgie de cette épreuve, puisqu'un temps « limite » éliminatoire pour terminer la course est défini non seulement pour la durée totale de la traversée (12 jours), mais également sur trois points précis du parcours. Dénommés *cut-off times*, ces points de contrôle éliminatoires scandent le temps de la compétition. Si les coureurs ne passent pas ces points de contrôle dans les temps prédéfinis, ils sont considérés comme hors course, partant du principe qu'ils sont trop lents pour pouvoir finir le trajet en 12 jours. De 1984 à 1988, l'épreuve connaît un succès croissant auprès des amateurs atteignant, en 1988, le nombre de 39 participants qui se présentent sur la ligne de départ dont 3 femmes¹⁴. Pour autant, ils ne seront que 14 à franchir la ligne d'arrivée. La catégorie¹⁵ des *solo riders* (solo homme) tient lieu d'épreuve phare et convoque comme critère essentiel la performance ultime. Considérée comme la vitrine de la RAAM, cette catégorie requiert dès 1983 la

nécessité de se qualifier pour participer. Un événement est créé en Californie juste à cet effet de qualification. Dénommé John Marino Open, il consistait à réaliser 1 287 kilomètres non-stop en-dessous d'un temps de référence. Puis, d'année en année, il s'est multiplié et déplacé à travers toute l'Amérique : RAAM Open West, RAAM Open Midwest, RAAM Open Ohio, RAAM Open Texas étaient autant d'événements consacrés à cette qualification. Aujourd'hui, cette qualification peut s'obtenir en participant à des compétitions dans tout le pays¹⁶, voire dans d'autres pays comme en France (Brest-Paris-Brest – Raid Provence Extrême), en Italie (1.001 Miglia), en Slovénie (Race Around Slovenia), en Suisse (Swiss Radmarathon), ou au Brésil (Brazil 800), la possibilité de qualification ayant franchi les barrières des USA en 1990 lors de l'organisation de la première RAAM Open Europe. Lors de leur édition, toutes ces courses affichent ostentatoirement sur leur slogan publicitaire la formule « RAAM Qualifier » au vu de la notoriété atteinte par la RAAM et de la mythification qui s'est construite dans les discours et dans les faits au cours du temps vis-à-vis de l'extrême difficulté qu'elle représente. Réaliser la course la plus difficile au monde participe de ces nouvelles catégories sportives du « hors-limite », de « l'ultra », ou de « l'ultime », plus encore que « l'exploit » ou le « dépassement de soi » qui, par leur utilisation récurrente dans les discours médiatiques, sont relégués au rang des compétitions plus ordinaires où la seule performance sportive devient exploit et forge le culte (Ehrenberg, 1991). La multiplication des événements procède de leur banalisation ; le professionnalisme les standardise. L'exploit physique hors norme, ultime, se décale d'autant qu'il s'éloigne de ces manifestations standardisées. L'usage social banalisé du mot « exploit » et de ce à quoi il fait référence est alors réapproprié par une frange liée au « rarissime », « surhumain » et se réinscrit à nouveau comme un filtre qui démarque. Le jeu avec la mort en est indéniablement le ressort, celui de l'extrême limite au sens du « pile ou face », du « ça passe ou ça casse », recréant une catégorie qui se dissocie de la simple performance sportive en marquant un espace de réalisation différent, celui du *going the distance*. La conquête du territoire y participe dans la grandeur qu'elle exprime, inconnue, inlassable. En cela, la qualification à la RAAM devient le rite de passage qui autorise le coureur à entrer dans le cercle très fermé des *solo riders*, les faiseurs de l'ultime exploit. Lorsqu'un coureur finit la RAAM dans les délais, sa réussite lui ouvre les portes de l'épreuve à vie, sorte d'accès au panthéon des « surhommes »¹⁷. A *contrario* d'un système basé sur le champion professionnel qui disparaît lorsqu'il n'est plus « rentable » du fait d'une baisse de ses performances, le mérite du seul individu capable de se qualifier prédomine ici à la RAAM. La dévotion de soi caractérise la seule possibilité de participation par la performance réalisée, à la différence d'un système professionnel basé sur la performance régulière de haut niveau, synonyme de gain financier. Un déplacement s'opère dans l'appropriation des valeurs physiques du cyclisme au regard d'un monde sportif professionnel. La valeur économique produite par les qualités d'un coureur cycliste professionnel s'efface devant la valeur morale de l'abnégation, mais aussi du « tout est possible » à celui qui le désire. Se réaliser soi-même est à la portée de n'importe qui s'en donne les moyens, concept toujours porteur du rêve américain aux USA. Le vélo en devient le vecteur possible, au-delà de la représentation culturelle de ce qu'il véhicule en Europe. Ici, il est l'objet par lequel le projet individuel se réalise.

La RAAM : le rêve d'une vie

- 10 En effet, sous la focale de cet événement culturel local, il s'agit de voir comment la globalisation d'une culture sportive comme celle du cyclisme est revisitée en tant que ressource symbolique permettant une redéfinition du cyclisme moderne en aventure extrême, mieux encore, en projet de vie. Participer à la RAAM, au-delà de la course elle-même, est un défi à plusieurs niveaux. Un défi physique tout d'abord, par les qualités que requiert cette épreuve et par la qualification qu'il faut décrocher. Sur ce point, seules les capacités et la motivation du coureur sont à même de satisfaire l'entrée ou non dans le cercle des « ultra-cyclistes ». Il faut s'y préparer. Une préparation qui s'échelonne sur plusieurs mois et dont on est souvent le seul à garantir l'envie, le sérieux et la rigueur nécessaires à la réussite. C'est affaire de motivation intrinsèque. Si quelques-uns ont le privilège de pouvoir s'adonner à temps plein à leur préparation dans le cadre de leur métier¹⁸, la majorité sont des amateurs qui ne dépendent que d'eux-mêmes. Certes, ils n'en sont pas à leur première compétition, ils ont déjà tous un vécu de sportif important. Mais pour ceux qui réussissent cette étape qualificative, celle-ci n'est en fait qu'un échelon qu'il faut gravir avant de s'aligner sur la ligne de départ. Pédaler n'est que l'ultime étape, sorte de *Graal* qui récompense la persévérance d'avoir accompli ce qui précède en construisant sa propre réalité : monter le projet que certains estiment comme le « rêve de leur vie ».
- 11 Patrick Autissier fait partie de ces hommes rêveurs. Ce Français de 46 ans vit à Boston depuis 2001. Le sport de compétition est son domaine depuis longtemps. Il participe à des *Ironman*, épreuve reine du triathlon qui en forge aussi son mythe au regard du caractère surhumain que propose ce type de triathlon : 3,8 km de natation, 180 km de vélo, puis un marathon (42,195 km). Sportif accompli, ce n'est cependant qu'en juillet 2000 qu'un événement anodin va changer les envies de Patrick et lui définir un nouveau rêve. Un article dans le journal sportif *l'Équipe Magazine* parle d'une épreuve cycliste hors du commun : la Race Across America. Le côté inhumain le marque, il se souvient encore : « Je me souviens que le journaliste parlait d'un coureur qui avait tellement chaud qu'il était entré dans une banque pour être à la climatisation afin de pouvoir se rafraîchir ! »¹⁹ Cet article l'accroche, une pensée lui traverse l'esprit : « Je rêverais de faire cette épreuve ». En 2004, son choix est fait, un objectif fixé : se qualifier pour la RAAM. Le parcours est long et difficile, il le sait. Quatre brevets doivent être enchaînés successivement (200, 300, 400 et 600 km) en mai (2), juin (1), et juillet (1) pour être autorisé à courir la BMB (Boston-Montréal-Boston, 1 200 km), course qualificative qu'il devra effectuer en moins de 65 heures.
- 12 Le samedi 21 août 2004, le Français rejoint Boston en ayant parcouru les 1 200 km en 64h40. Il est qualifié, une étape est franchie. Un autre défi se profile, d'une nature bien différente. En effet, se qualifier pour la RAAM est une chose, monter un tel projet en est une autre. On n'est plus sur le vélo. Comme le souligne Patrick : « C'est avec cette "qualif" que les problèmes ont commencé parce que tout était nouveau ». Indubitablement, la question de départ est toujours la même : par où commencer ? Le bostonien a une idée qui fait recette aux USA : monter un *fundraising* (une levée de fonds). Le système culturel américain porte en lui des valeurs réelles d'entraide, ce qui va souvent à l'inverse d'une vision européenne erronée. « Aide-toi toi-même » est sans nul doute le fer de lance d'une politique individuelle et d'entreprise largement cultivée, sur laquelle les Européens ont

tendance à poser un jugement général. Or, l'aide à son prochain à travers le volontariat ou le bénévolat est une valeur répandue outre-atlantique au point qu'elle intègre les écoles américaines²⁰. À la différence d'une société basée sur une intervention forte de l'État, le système américain oblige, par sa politique inverse, à un altruisme patriotique développé. L'aspect collectif dépasse alors l'intérêt individuel. Ainsi, par exemple, il est courant de voir dans les universités des bâtiments qui sont le fruit du contre-don individuel d'un ancien étudiant de l'université qui a prospéré et qui rend à l'institution ce qu'elle lui a permis d'acquérir : sa formation. Dans le même ordre d'idée, des levées de fonds sont facilement organisées par des proches pour aider un membre de la famille qui a besoin d'une opération chirurgicale onéreuse (le système de santé étant limité et cher). Le côté exceptionnel d'un *fundraising* est porteur. Ce qui n'a rien de novateur ou de rare n'attire guère la solidarité financière. Il faut marquer les esprits, donner à ce pourquoi on lève des fonds une dimension de challenge dans la difficulté, il faut que ce soit socialement acceptable et partagé. Une participation à la RAAM en tant qu'épreuve invraisemblable pour lutter contre le SIDA semble bien cadrer avec cette notion.

- 13 En effet, en travaillant au laboratoire d'Harvard Medical School, c'est tout naturellement que le Français décide de mettre en place un *fundraising* pour la lutte contre le SIDA, priorité de recherche de son institution. En parallèle, il devra trouver des partenaires financiers pour monter son budget de course estimé à 15 000 dollars. En septembre 2004, pratiquement un an avant sa participation à la course, une première étape de séduction politique commence. Il faut plaire, intéresser, convaincre. Si l'homme n'est pas un politique dans l'âme, la passion qu'il véhicule compense les mots choisis des campagnes de relations publiques. Ses premières recherches le mènent dans le monde francophone de Boston comme l'association Boston Accueil, la chambre de commerce, TV5 Monde ou le consulat de France. Les relations se multiplient, les contacts aussi. Finalement, il reçoit un courriel du directeur de TV5 Monde qui décide en janvier, d'attribuer 3 000 dollars d'aide à Patrick, devenant son premier sponsor. Dans la foulée, il rencontre le directeur de Décathlon de Boston : l'enseigne française prendra en charge tout le matériel (vélos, casques, chaussures, maillots, etc.). En février 2005, Patrick crée avec l'aide d'un ami son propre site Internet²¹ dans l'idée de parler du projet et de mettre en place un système de donation via la toile pour son *fundraising*. Pour lui, c'est « indispensable à la réussite du projet », à la fois pour suivre sa course et pour les dons. Lors de la course, une mise à jour quotidienne sera effectuée, des *newsletters* seront postées pour donner des informations en « live » sur les expériences du coureur, son vécu heure par heure. L'image et la communication sont prépondérantes, elles guident notre façon de vivre, de consommer, de juger les autres, d'appartenir à une société du paraître. Il faut être vu et reconnu. Et lorsque la vie sociale réelle ne le permet pas, on existe dans la vie « d'à-côté ». Internet prend le relais dans l'espace virtuel : on « blogue », on « facebook », on « twitter » sa vie pour démultiplier son réseau social et avoir l'impression d'être davantage au monde. Ici, lors de la RAAM, le succès dépend aussi de cette capacité à faire vivre la course de l'intérieur à ceux qui la regardent et s'y passionnent, à ceux qui la paient aussi. Les partenaires financiers sont friands de l'événement et de sa représentation. Pour eux aussi, il s'agit d'être vu. À ce titre, Patrick décide d'organiser en mars une soirée de bienfaisance. La soirée est un succès, 4 000 dollars sont levés le soir même. Sous le charme de cette réussite, la multinationale Axel Johnson devient le deuxième sponsor financier du projet à hauteur de 5 000 dollars. Début avril, Patrick réalise que tout devient possible, d'autant qu'un Français directeur commercial de Solidworks, filiale de Dassault, basé à

Boston et présent à la soirée, octroie 3 000 dollars au projet de Patrick, alors que Boston Accueil, lui accorde 1 000 dollars également. Le budget est bouclé *in extremis* puisque Patrick règle encore quelques détails financiers à l'aéroport de Los Angeles, quelques jours avant le départ de la course en juin.

- 14 En parallèle du montage de son budget, Patrick engage des démarches pour que le *fundraising* ne reste pas au point mort suite au succès de la soirée de mars. Il fait des présentations dans des salons de cyclisme ou dans les universités. Avec son vélo, un poste de télévision pour montrer des DVD de la course et quelques posters, il essaye ainsi de récolter quelques fonds. À chacune de ces présentations, seulement 10 à 15 personnes sont présentes. Peu de gens s'intéressent aux courses de vélo, encore moins à celle-ci qu'ils ne connaissent pas. Mais qu'importe, l'effort est fait par honnêteté envers tous ceux qui le soutiennent. C'est une manière pour lui d'être intègre et surtout de défendre une idéologie qui va à l'encontre de toute « triche ». La RAAM est aussi dans cet état d'esprit, il faut la préserver. Si le vélo professionnel est un monde recouvert d'une chape de suspicion liée au dopage, il est primordial que ce type d'épreuve en soit épargné, ce qui est le cas. Cette course s'inscrit davantage dans la lignée de l'abnégation que dans celle d'une compétition médiatisée à outrance où l'argent sert les intérêts de quelques-uns, souvent sans scrupule, coureurs compris. Ici, rien de tout cela, l'amateurisme prévaut. Au moment de la course, Patrick a réussi son pari à échelles multiples, son rêve devient sa réalité. Il a levé un budget propre de 15 000 dollars, auquel s'ajoute une levée de fonds de 17 000 dollars pour la lutte contre le SIDA. La dimension de la réussite individuelle colle à la représentation de cette course où le coureur est seul à pouvoir trouver les ressources pour terminer ce qu'il a commencé. Le contrecoup est malheureusement radical. Fatigué d'avoir tout réalisé seul, stressé par l'incertitude qui, jusqu'au bout, aura plané sur son projet, Patrick est épuisé physiquement et moralement avant même de prendre le départ. Le temps imparti à son projet a grevé de nombreuses séances d'entraînement. Sa préparation en a souffert. L'édition 2005 de la RAAM à laquelle il participe sera un échec. Il abandonne à mi-parcours, après 2 500 km, épuisé physiquement et anéanti moralement par le décès de Bob Breedlove, un concurrent fauché par un camion alors qu'il s'était endormi à son guidon. À la tragédie de l'accident s'ajoute une réalité palpable dont chacun est dépositaire. Tel un miroir, la mort d'un autre rappelle la probabilité qu'un jour, ce puisse être la vôtre. Là où, dans le Tour de France, les concurrents continuent parce qu'ils sont payés et professionnels, le monde des amateurs de la RAAM ne s'arrête pas non plus. À la motivation et l'obligation financière se substitue le jusqu'au boutisme du caractère aventureux : réussir à tout prix la réalisation de soi, au risque d'y laisser sa vie. En 2006, Patrick se relance dans l'aventure mais par équipe de 4 avec trois autres coureurs américains. Ils finissent deuxième. En 2007, sa motivation est intacte, il reproduit le même schéma qu'en 2005 pour réaliser à nouveau son projet, en solo, mais avec l'expérience des années précédentes. Son site Internet est déjà en ligne. À nouveau, il boucle son budget de 16 000 dollars. La facilité et la rapidité relatives avec laquelle il renouvelle l'opération lui permettent d'accorder plus de temps à sa préparation physique.
- 15 En effet, un élément du défi à relever dans la préparation de la course et devant lequel tous les coureurs sont égaux, c'est la préparation physique qu'il faut effectuer dans la constance, la durée et la fréquence, en parallèle du montage de projet : s'entraîner sur le vélo. Dès le mois d'août 2006, suite à sa participation à la RAAM par équipe, Patrick reprend l'entraînement en solo. Son plan de préparation est établi en fonction de ses horaires de travail, ainsi que de sa vie de famille. En semaine, il réalise trois sorties de

vélo en extérieur, entre 4 heures et 6 heures du matin. À l'inverse, il ne sort jamais le soir, préférant privilégier sa vie familiale. À ces trois sorties s'ajoute un aller et retour quotidien d'une heure pour se rendre à son laboratoire, ce qu'il fait en vélo par tous les temps, excepté les jours de tempête de neige. C'est aussi le prix à payer. Enfin, le week-end, 2 sorties longues (entre 6 et 8 heures) sont programmées samedi et dimanche et cela durant de longs mois, d'août à juin. Durant les vacances de Noël, il part en Floride chercher la chaleur, ce qui lui permet de rouler quotidiennement 4 à 6 heures, temps non négligeable d'entraînement. En revanche, à son retour dans le froid de la Nouvelle-Angleterre, il s'organise des séries quotidiennes de 2 heures sur un tapis roulant dans son garage, appareil domestique indispensable quand on vit sur la côte nord-est des USA et que l'on prépare ce genre de défi. Au printemps 2007, il complète sa préparation avec des brevets de randonnée qui s'échelonnent entre 100 et 300 km. Sa foi et sa motivation inébranlables à vouloir réussir cette course font le reste, elles l'animent. À ce sujet, Patrick a une idée précise de ce pourquoi il veut participer à cette aventure, vision proche des motivations intrinsèques de chacun des coureurs. Si le discours varie dans les mots, le fond est sensiblement le même, en filigrane d'un sens partagé, de la culture de l'ultra-cyclisme. La recherche de l'exploit individuel est conditionnée par la recherche et la conquête de soi. Ici, pas d'équipiers comme c'est le cas durant le Tour de France. Se comprendre, s'écouter, se définir, aller chercher au fond de soi, trouver ses limites, les repousser, ce sont autant de sentiments qui prévalent à la réussite finale, considérant tous les sacrifices à consentir. Pour le Français, « la vie est une succession d'épreuves, toujours plus dures, une escalade vers le haut »²². La RAAM y répond en miroir, épreuve parfaite pour essayer de trouver ses propres limites, avant même de les repousser. Et Patrick de l'avouer : « Je ne les ai pas trouvées dans les différents *Ironman* auxquels j'ai pu participer, il fallait que j'aille au-delà. » Ne pas avoir peur de soi, ne pas avoir peur de se mettre au défi, d'aller « dans » et « vers » l'inconnu, prendre des risques, tels sont ses maîtres mots. Si l'aventure semble personnelle, le don de soi ne semble pas exister sans devoir impliquer un contre-don. Alors pour qui, pourquoi ? Sans détour, Patrick reconnaît qu'il s'agit aussi de « prouver aux gens qu'on peut faire des choses pour lesquelles on n'est pas prêt au départ ». Le « possible » est sa traduction du rêve américain. Si le sens premier d'une telle épopée paraît égocentrique, égoïste, la présence des autres est essentielle : elle constitue un contre-don dans la mesure où « on peut leur donner quelque chose, être altruiste ». À travers soi et l'exploit qu'on atteint, on partage avec

les autres un peu de son rêve au point de pouvoir « faire plus que réaliser son rêve ». *Pushing the limits* est la clé, aller là où jamais on n'est allé, pour finalement, en bout de course, se réaliser et devenir soi, enfin. En s'installant huit ans auparavant aux USA et en participant à la RAAM, l'aventure cycliste de Patrick s'inscrit profondément sur le mythe américain qui a fondé les valeurs du pays et forgé son histoire, entre grands espaces et conquête, réussite individuelle et esprit d'entreprise. La possibilité de croire en soi est ici à l'égal de l'immensité des terres à parcourir. À l'inverse d'un système cycliste professionnel réglé par la médiatisation, structuré sur les performances connues et reconnues des champions, organisé selon un modèle compétitif normé, la valeur du défi prend ici un sens autre, tourné vers soi. L'inconnu est partagé dans un cercle confidentiel distinct d'une spectacularisation porteuse d'une visibilité globale. Le mode aventureux y contribue, sa médiatisation spécifique lui concède une forme culturelle locale qui participe cependant au mouvement global. En 2007, Patrick finit « sa » RAAM dans les délais.

La RAAM : le mode aventureux de l'événement non-commercial

- 16 La RAAM a longtemps été organisée par les pionniers qui, après avoir déposé leur vélo, se sont consacrés à perpétuer la course et à la développer. John Marino, Mickael Shermer et Lon Haldeman furent de ceux-là en prenant en main la direction de la course, le premier de 1986 à 1992, le deuxième de 1993 à 1999, le troisième de 2000 à 2002. Les quatre éditions suivantes ont été confiées à Jim Pitre, un ancien compétiteur solo. En 2007, la main a encore changé puisque c'est une nouvelle équipe qui a racheté les droits de l'événement pour la modique somme de 40 000 dollars, pour la signalétique, les droits intellectuels, le logo et le site Internet. Sans budget comparable au Tour de France, sans une forte spectacularisation non plus, la RAAM navigue entre amateurisme et événement non-commercial mais constitue, par son organisation, une véritable entreprise avec ses dirigeants, ses règles, son budget, ses partenaires, ses médias, et toute la rigueur qui fait la réussite d'un événement efficace à l'américaine. Elle propose la diffusion planétaire d'un modèle sportif extrême sur le mode aventureux qui supporte et focalise une appartenance et des manières de faire différentes du professionnalisme cycliste classique. La gestion de l'image de l'événement dans toutes ses dimensions en est une clé de compréhension.
- 17 La RAAM fait partie de ces événements qui sont suivis via Internet. Associée à un marketing spécifique²³, l'image de la RAAM est sa seule carte de visite, dont dépend sa crédibilité. Le label déposé à travers le logo de la course est présenté comme une caution. Omniprésent, c'est par le truchement de ce logo que l'image s'exhibe à l'extérieur et complète, conforte et renforce la visibilité de ce que la course doit être : une compétition hors du commun. Une équipe de sept spécialistes en image ou en communication assure cette lisibilité médiatique, du photographe officiel au caméraman, du monteur vidéo au journaliste. Ce sont ces seules personnes qui ont en charge la mise en ligne de toutes les informations liées à la RAAM et diffusées par le site Internet, pierre angulaire de cet événement et seul média pour suivre la totalité de la course. Certains sont sur le terrain, d'autres sont au quartier général à l'arrivée. Seulement deux voitures sont à leur disposition durant l'ensemble du parcours. Floquées Film/Media Crew (équipe média), elles sillonnent la course à la recherche d'images, d'interviews des coureurs enregistrées sur le vif, de jour comme de nuit, afin de proposer au public qui suit la course en direct sur le Net, les dernières informations dans les rubriques créées à cet effet. Par exemple, *the Chew's Views* est une *newsletter* rédigée par Danny Chew, ancien vainqueur de l'épreuve, qui propose une analyse d'expert au regard des événements de course. Les dernières vidéo (une par jour) sont aussi disponibles. La *newsletter* officielle, à laquelle on peut s'abonner gratuitement pour suivre la compétition, fournit quant à elle les informations de dernière minute aux équipes en course qui peuvent de façon interactive se connecter régulièrement sur le parcours via des connections sans fil gratuites disponibles régulièrement aux États-Unis dans de nombreuses stations-service, afin de connaître la position de leurs adversaires. Dans une société hyper interactive en termes de consommation d'images, les dirigeants de cette course se sont positionnés dans un créneau qui allie image, modernité et technologie et qui correspond aux attentes de son public. Avec un marketing adapté à ses moyens et en phase avec le « e-commerce » qui finance une partie de son budget, l'organisation assure aussi la promotion visuelle de la

course tout en restant maître de ses droits. Indéniablement, la structure médiatique de la RAAM est organisée de sorte qu'une visibilité extérieure propose une lecture globale et mondiale d'un événement local et confidentiel.

- 18 Ce choix est lié au mode aventureux de la course qui ne correspond pas aux normes du système télévisuel d'aujourd'hui. Mais à cause des droits TV dispendieux, la RAAM n'est pas un événement médiatique aux USA, et très peu d'Américains rencontrés ou interrogés sur le parcours connaissent l'épreuve, exceptés ceux qui, d'année en année, voient passer la course dans leur ville. Seuls les passionnés de cyclisme, les amateurs d'ultra-cyclisme ou les familles et amis des coureurs semblent faire partie des *aficionados*. Ce manque d'engouement médiatique de la part des chaînes de télévision vis-à-vis de la RAAM peut trouver une explication conjointe dans la « non-statisation » de la course et dans son manque d'attrait financier en termes de gain. À titre d'exemple pour 2007, aucune somme n'a été versée, pas même au vainqueur. La direction de la course, ayant racheté les droits, n'a pu offrir la somme reversée les années précédentes au gagnant de l'épreuve, 10 000 dollars, ce qui pour un événement d'une telle performance était tout de même très loin des gains faramineux proposés aux professionnels du Tour de France²⁴. Nul doute d'ailleurs que l'amateurisme ou du moins le manque de personnalité de renom, participe pour beaucoup à cette pauvreté médiatique. Les 2 ou 3 premiers de l'épreuve sont souvent des coureurs parrainés à l'année et pouvant être considérés comme professionnels parce que connus et reconnus dans le monde de l'ultra-cyclisme²⁵. Les autres sont tous amateurs. Ils viennent chercher autre chose. En cela, la RAAM est une compétition qui a développé une notoriété certaine dans son propre milieu sans pour autant, malgré ses 25 ans d'existence, chercher une médiatisation extrême auprès des circuits usités des médias américains. Elle prône une image différente, une ambiance différente aussi, puisque la « meute » médiatique n'étant pas présente, chacun est accessible, les « grands » coureurs comme les « petits », et toutes les équipes se côtoient amicalement. Comme l'a affirmé Mickael Shermer dans son ouvrage: « the cyclists who race RAAM do not do so for celebrity status or attention from the cameras. They do it because they love it. It is as simple as that²⁶ » (Shermer, 1993: 8).
- 19 Cet amateurisme est relayé par un autre élément explicatif qui rend le contexte médiatique différent: la quotidienneté de l'événement et son itinérance. La traversée suppose un déplacement constant des coureurs qui, de plus, ne vont pas à la même vitesse. Dès le deuxième jour, ils sont dispersés sur plusieurs dizaines de kilomètres, ce qui rend le suivi de leur progression compliqué et nécessiterait des moyens logistiques de grande envergure pour des chaînes de télévision. Si le Tour de France évoque les mêmes difficultés quotidiennes par son déplacement, le « peloton » est quasiment toujours groupé, sauf lors d'une échappée, rarement très éloignée, et repart surtout chaque jour à nouveau groupé. Ici, sur la RAAM, il peut y avoir des écarts de plusieurs jours entre le premier et le dernier. Seul le pointage des coureurs permet de connaître la position de chaque concurrent, ce qui assure également une actualisation de leur rang via le site Internet. Celui-ci propose une rubrique où il est possible de repérer sur une carte des USA le déplacement de son favori, matérialisé par un petit point de couleur se décalant invariablement vers la droite, vers l'est, de façon simultanée aux autres participants. Cette animation informatique est bien appréciée des supporters qui ne manquent pas de se connecter régulièrement pour suivre la progression de chacun. Ainsi, l'équipe média de la RAAM arrive à faire vivre cette course par les moyens techniques et technologiques dont elle dispose, ce qui lui assure par ailleurs un statut particulier: c'est un

non-événement commercial dont chacun s'approprie l'actualité, le suivi, les images et les informations dispensées sur la toile en fonction de son rapport individuel à l'épreuve et de son propre engouement. Face à la culture du vélo professionnel en Europe et à sa diffusion par le média TV, l'épreuve américaine se démarque en redessinant les contours de la culture cycliste : l'aventure extrême s'inscrit dans des valeurs qui se dissocient de celles convoquées en Europe. Loin de la médiatisation, de la spectacularisation et des mannes financières, la course à travers l'Amérique traduit une appartenance à une volonté indéfectible de réussir dans un projet de vie qui convoque l'abnégation, la victoire sur soi, la souffrance et la conquête.

- 20 Au final, si la globalisation a participé à la diffusion d'un modèle sportif précis auquel le cyclisme professionnel tel que véhiculé sur les routes d'Europe s'accorde, l'événement américain étudié ici convoque une redéfinition du cycliste moderne en aventure extrême, et sur des modes de diffusion distincts. Comme le soulignait Christian Bromberger dès 1995, certaines pratiques « ont modifié l'esprit ou les règles du jeu – et plus souvent à l'heure de la mondialisation – elles ont affecté le style des pratiques » (1995 : 4). Par le biais de l'enquête ethnographique, en suivant les pas de Patrick Autissier, premier Français à tenter cette aventure en 2005, puis à la terminer en 2007, on s'aperçoit combien cette épreuve américaine participe à donner une autre dimension du vélo dans son caractère extrême. Si les valeurs glissent sur un registre de l'amateurisme et sur un mode de diffusion et de spectacle différents sans rien envier au professionnalisme dans la réalisation de la course, elles concentrent aussi les principes fondamentaux de la culture cycliste. Également diffusée aux quatre coins du monde, la communauté des ultra-cyclistes qui participe à la RAAM ne s'inscrit pas en résistance à la globalisation du modèle de cyclisme extrême. Elle en évoque davantage une réappropriation qui se réfère au système culturel global américain, dont les caractéristiques prônent des valeurs différenciées : la conquête du territoire dans ses extrêmes, l'abnégation dans la réussite individuelle, la possibilité de croire en soi que l'on soit connu ou inconnu, tels sont quelques éléments significatifs véhiculés par cette « course à travers l'Amérique ».

BIBLIOGRAPHIE

- BROMBERGER C., 1995. « De quoi parlent les sports ? », *Terrain*, (25) : 5-12.
- CHANY P., 1995. *La Fabuleuse histoire du cyclisme*. Paris, Éd. de La Martinière.
- DODGE P., 1996. *La grande histoire du vélo*. Paris, Flammarion.
- EHRENBURG A., 1991. *Le culte de la performance*. Paris, Calmann-Lévy.
- GABORIAU P., 1995. *Le Tour de France et le vélo. Histoire sociale d'une épopée contemporaine*. Paris, L'Harmattan.
- KRAUSS G., 1969. *High Road to Promontory Building the Central Pacific (now the Southern Pacific Across the High Sierra)*. Palo Alto, American West Publishing Company.

LAMMING C., BLANCHOIN F., CERISIER P. & GERNIGON A., 2005. *Larousse des trains et des chemins de fer*. Paris, Larousse.

MOLES J.-B., PRUNEAU J. & PIGEASSOU C., 2001. « L'implication des nouvelles technologies dans le "sport-télé" : l'apprentissage de l'éthique, l'opprobre pour l'injuste », *Society and Leisure*, 24(1) : 223-244.

NYE P., 1989. *Hearts of Lions: The Story of American Bicycle Racing*. Norton, W. W. & Company, Inc.

OLLIVIER J.-P., 2003. *Histoire du cyclisme*. Paris, Flammarion.

PIGEASSOU C., TREUTLEIN G. & PRUNEAU J., 2003. « The Different Meanings of Sport Event Attractiveness: The Case of Cities Housing the Tour de France ». Stockholm, EASM Congres, 11-13 septembre.

POCIELLO, C., 1995. *Les cultures sportives, pratiques, représentations et mythes sportifs*. Paris, PUF.

PRUNEAU J., PIGEASSOU C., 2004. « Du héros mythique au champion en titre : évolution et transformation du processus d'identification dans l'histoire des joutes languedociennes », in DELAPLACE J. M., VILLARET S. & CHAMEYRAT W. (dir.), *Sport et Nature dans l'histoire – Sport and Nature in History – Sport und Natur im historischen*. St Augustin bei Bonn, Academia Verlag : 33-43.

PRUNEAU J., DUMONT J. & CÉLIMÈNE N., 2006. « Voiles traditionnelles aux Antilles françaises : "sportivisation" et "patrimonialisation" ». *Ethnologie française*, XXXVI, 3: 519-530.

SHERMER M., 1993. « *Race Across America, the Agonies and Glories of the World's Longest and Cruellest Bicycle Race* ». Waco (Texas), WRS publishing.

WEST H. R., 1962. *The Great Iron Trail. The Story of the First Transcontinental Railroad*. New-York, Bonanza Books.

NOTES

1. Elle deviendra la Fédération française du cyclisme en 1940.
2. Paris-Rouen fut la première en 1869, elle vit la victoire de James Moore en 10h25 pour couvrir 123 km.
3. Chiffres de la Fédération française de cyclisme et de la Fédération française de cyclotourisme.
4. 404 km par étape en moyenne contre 166 km de moyenne dans les étapes du Tour 2009.
5. Les routes de montagnes n'étaient pas goudronnées, les vélos étaient plus lourds et il n'y avait pas d'assistance durant les étapes.
6. Lapize, Faber, Garrigou, Coppi, Bobet, Anquetil, Merckx, Hinault, Indurain, Armstrong font partie des légendes qui ont égrainé l'histoire du Tour.
7. Les premiers directs radio ont lieu en 1929, à la télévision en 1948, la couverture totale de l'événement dès 1959 !
8. Jean-Paul Ollivier est journaliste du Tour, sa mission est de commenter tout au long des parcours l'histoire régionale.
9. Le coureur qui est né dans la région où se court l'étape est communément appelé le « régional de l'étape ».
10. NBHAA (National Bicycle History Archives of America).
11. La jonction du Transcontinental a lieu le 10 mai 1869 dans l'Utah à Promontory point. Elle s'effectue entre la Central Pacific partie de Sacramento (Californie) dans l'ouest, et l'Union Pacific partie de Omaha (Iowa) dans l'est. À ce sujet, voir West H. R., 1962 ; Krauss G., 1969 ; Lamming C., Blanchoin F., Cerisier P. & Gernigon A., 2005.

12. Lon Haldeman (Harvard), John Howard (Houston), Michael Shermer (Tustin), John Marino (Irvine).
13. « Ma stratégie était simplement d'aller le plus fort possible et de voir qui allait exploser, puis voir comment je pouvais récupérer de cet effort par rapport aux autres ». Entretien avec Lon Haldeman, juin 2005.
14. La catégorie des femmes apparaît dès 1984.
15. À partir de 1989, la catégorisation au sein de la course fait son apparition. Aujourd'hui, 12 catégories existent selon 4 critères : le nombre de coureurs par équipe (2, 4 ou 8), l'âge, le sexe (H, F ou mixte) et le type de vélo (classique, tandem, couché).
16. De nombreux États américains proposent leurs épreuves, appelées aussi « brevets », qui sont qualificatives pour la RAAM. Citons par exemple The Race Across Oregon, Heart of the South (504 miles), Adirondack (540 miles) ou encore 400 miles Trans-Alaska Bike Race.
17. Certains coureurs ont inscrit leur nom sur les tablettes officielles de l'épreuve de nombreuses fois : Lon Haldeman (6 fois), Rob Fourney (6 fois), Wolfgang Fasching (8 fois), Danny Chew (8 fois), Fabio Biasiolo (11 fois), et Rob Kish, détenteur du record des participations (21 fois) avec un cumul de 85 277 kilomètres à son actif !
18. Deux ou trois coureurs sont dans ce cas. On pense notamment à Juré Robic, triple vainqueur de l'épreuve. Soldat de l'armée slovène, il passe son temps de travail à s'entraîner pour les courses auxquelles il participe. Si son statut n'est pas officiellement « professionnel de l'ultra-cyclisme », il s'en approche fortement.
19. Entretien avec Patrick Autissier, juin 2009.
20. 40 heures de volontariat par élève dans une association sont obligatoires dès la classe de seconde.
21. <http://www.patrickautissier.org>. Tous les coureurs ont un site et partagent leur expérience sur Internet.
22. Entretien avec Patrick Autissier, juin 2007.
23. Le *merchandising* est développé sur le site officiel – on peut acheter en ligne toute une gamme de produits dédiée à la compétition (casquettes, tee-shirts, blousons, bidons de cycliste, DVD des éditions antérieures, poster officiel, etc.) – et sur les stands mis en place à l'occasion du départ et de l'arrivée.
24. À titre de comparaison, Lance Armstrong a gagné 14,5 millions de dollars en 2005. Chez les coureurs français connus, citons Christophe Moreau, Sylvain Chavanel ou Thomas Voekler qui ont gagné en 2005 respectivement 600 000 euro, 625 000 euro et 330 000 euro.
25. Un coureur comme Wolfgang Fasching, autrichien plusieurs fois vainqueur de la RAAM, fait figure de « star » dans l'ultra-cyclisme par ses résultats, mais n'est pas pour autant connu du grand public. Pourtant, il y a quelques années, il concourait dans des courses cyclistes avec un certain Lance Armstrong et le battait régulièrement.
26. « Les cyclistes qui courent la RAAM ne le font pas pour la célébrité ou pour l'attention des caméras. Ils la font parce qu'ils aiment ça. C'est aussi simple que ça ».

RÉSUMÉS

Le Tour de France cycliste, par sa spectacularisation et sa médiatisation, s'inscrit parmi les plus grands événements sportifs de la planète, tout en participant largement à la diffusion mondiale

de la culture sportive populaire du vélo. Paradoxalement, il ne rencontre pas ou peu de succès en Amérique du Nord jusque dans les années 2000 avec l'outrecuidance sportive de Lance Armstrong. Mais les États-Unis possèdent eux aussi une course cycliste extrême, puisque la RAAM (Race Across America) est considérée en 1993, selon le journal sportif d'aventure *Outside Magazine* comme la course la plus difficile de la planète.

Sous la focale d'un événement culturel local, il s'agit de voir par le biais de l'enquête ethnographique, comment la globalisation d'une culture sportive comme celle du cyclisme est réappropriée et redéfinie en tant que ressource symbolique permettant les productions d'une identité propre et d'une participation à son identité globale.

The cycling Tour de France, by its spectacularisation and its media coverage, registers among the biggest sports events of the planet, while contributing broadly to the spreading of the popular sports culture of the bike worldwide. Paradoxically, it met with little or no success in North America until the sporting impertinence of Lance Armstrong in the 2000s. Amazingly, the United States have an extreme cycle race too, since The RAAM (Race Across America) has been considered since 1993, according to the adventure sports newspaper *Outside magazine*, to be the most difficult race on the planet.

By focusing on a local cultural event, we can see, by means of ethnographic inquiry, how the globalization of a sports culture such as that of cycling is re-appropriated and redefined as a symbolic resource allowing the production of both a distinct identity and a contribution to its global identity.

INDEX

Keywords : cycling, sports culture, globalisation, United States of America, Race Across America.

Mots-clés : cyclisme, culture sportive, globalisation, États-Unis, Race Across America.

AUTEUR

JÉRÔME PRUNEAU

UFR STAPS - Université des Antilles et de la Guyane

Pruneau.j@orange.fr