Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine

100-3 | 2012

L'émergence des marchés du sport et du loisir dans l'arc alpin

Les premiers rassemblements alpins de vélos tout terrain

Entre sport et économie touristique (1983-1987)

Jean Saint-Martin, Frédéric Savre et Thierry Terret

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/rga/1902>

DOI : 10.4000/rga.1902

ISSN : 1760-7426

Traduction(s) :

Early Alpine mountain bike events - URL : <https://journals.openedition.org/rga/1937> [en]

Éditeur :

Association pour la diffusion de la recherche alpine, UGA Éditions/Université Grenoble Alpes

Référence électronique

Jean Saint-Martin, Frédéric Savre et Thierry Terret, « Les premiers rassemblements alpins de vélos tout terrain », *Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine* [En ligne], 100-3 | 2012, mis en ligne le 12 janvier 2013, consulté le 08 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1902> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rga.1902>

Ce document a été généré automatiquement le 8 décembre 2022.

Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Les premiers rassemblements alpins de vélos tout terrain

Entre sport et économie touristique (1983-1987)

Jean Saint-Martin, Frédéric Savre et Thierry Terret

- 1 Le Vélo Tout Terrain, aussi appelé *mountain bike*, se définit comme « la pratique physique d'un vélo à pneus larges, hors de la route, sur terrains variés, sous forme utilitaire, de loisir ou de compétition » (Savre, 2010a). Inventé, développé et diffusé aux États-Unis durant les années 1970, l'implantation et l'expansion de ce nouveau sport se produit en France et en Europe au début des années 1980. Dès cette période, les premiers adeptes du VTT font des Alpes un territoire privilégié de sa pratique. L'organisation de plusieurs manifestations alpines permet notamment de découvrir cette activité encore peu répandue en France. En quelques années seulement, ces événements contribuent à mettre en scène le caractère doublement novateur du VTT, socialement et technologiquement. Pour les pionniers comme pour les responsables locaux, ce nouvel engin confirme toutes les promesses sportives et touristiques d'un marché émergent. Il s'agit ici de préciser à quelles conditions ces événements ont pu accélérer la rencontre entre une demande naissante et une offre alors quasiment inexistante¹.

La valorisation événementielle d'une innovation sociale et technologique

- 2 Les Français entretiennent une véritable passion pour le cyclisme sur route dont atteste notamment le succès permanent du Tour de France (Vigarello, 1992). Entre 1971 et 1982, les effectifs fédéraux dans les sports de montagne (+87%), les pratiques de cyclisme (+129%) et les activités cyclotouristes (+633%) (Attali, 2007, 69) confirment cependant l'existence d'un terrain propice au développement et à la diffusion d'une nouvelle pratique cycliste venue des États-Unis : le *mountain bike*.

- 3 Sur le sol américain, au début des années 1980, des engins tels le Stumpjumper ou le modèle Alpine Univega renforcent la divulgation du *mountain bike*. Des courses et des rassemblements populaires, relayés par *Fat Tire Flyer*, le seul magazine spécialisé qui se fait l'écho du développement de cette nouvelle activité *outdoor* cycliste, drainent déjà des centaines de passionnés (Savre, Saint-Martin, Terret, 2007). En France, sur fond de réveil écologique, de désir d'évasion et d'aventure corporelle, l'arrivée de cette pratique renouvelle les symboliques dont le vélo était historiquement porteur dans l'imaginaire populaire. Le passeur culturel responsable de cette implantation est Stéphane Hauvette. Depuis 1979, ce chef d'entreprise possède une société d'organisation d'événements sportifs. Il organise des stages et des séjours sportifs et initie ses clients et amis aux nouvelles activités sportives de pleine nature comme le parachutisme, la spéléologie, le deltaplane ou la planche à voile. Conquis par l'esprit de la glisse de l'époque (Loret, 1995) et par les perspectives offertes par la lecture du magazine américain *Outside*, il ambitionne de développer un marché valorisant l'innovation sportive².
- 4 En 1982, Stéphane Hauvette contacte Charles Tantet, une personnalité du monde du cyclisme en France, propriétaire de la revue *Le Cycle*. L'homme se montre « séduit à moitié »³, mais finit par orienter le jeune démarcheur vers un autre partenaire, Alain Baumann, spécialisé dans la distribution de vélos de route Peugeot pour le marché américain. Hauvette promet à Baumann quelques articles dans *Le Cycle* sur le Vélo Tout Terrain, en échange d'une aide à l'organisation d'une épreuve propre à ce nouvel engin. Baumann accepte et met à disposition une vingtaine de vélos Peugeot. Hauvette obtient alors rapidement l'accord de La Plagne pour l'été suivant. La station alpine, en recherche d'événements estivaux pour compléter son offre touristique à un moment où la crise de l'or blanc se confirme (Bessy, 2008), voit là une opportunité de publicité à moindre coût. Une expérience précédente avec des bicross avait d'ailleurs montré à ses responsables l'intérêt stratégique d'une telle rencontre.
- 5 La manifestation a lieu les 6 et 7 août 1983. Hauvette, dont l'objectif avoué est de séduire les journalistes invités pour la circonstance, n'hésite pas à faire venir également quelques personnalités sportives telles que Cyril Neveu, motard professionnel vainqueur du Paris-Dakar, et Sandrine Martin, spécialiste de Moto Tout Terrain. Le samedi débute par une journée de découverte pour la presse (*Libération*, *Le Monde*, *L'Express*, *Le Nouvel Observateur*) avec une randonnée en montagne et un pique-nique. Le lendemain, une formule descendante sous forme de compétition de VTT en slalom, entre Bellescôte et La Plagne, enthousiasme les participants. Ces derniers utilisent les remontées mécaniques pour atteindre le départ du parcours conçu par Hauvette : « Cela m'est apparu à l'époque comme étant le plus proche de ce que j'appelais à l'époque les sports de glisse. [...] Cent personnes ont participé : des journalistes, des gens des stations, des touristes. [...] Là, on est dans la glisse et pas du tout dans l'univers du vélo. On est sport de glisse, montagne en été.⁴ »
- 6 La presse et le public sont séduits par le concept. La station de La Plagne décide même de racheter les vingt VTT Peugeot utilisés pour l'événement. La présence d'un des pionniers américains, Gary Fisher, donne en outre du crédit à cette première expérience : « Et il y avait Gary Fisher, Gary était là ! C'est grâce à Peugeot qu'il est venu : ils m'ont dit : "On a un gars aux États-Unis, qui a l'air d'être l'inventeur. Est-ce que vous voulez le faire venir ? J'ai dit "Bien sûr !" [...] Surtout on parlait de *mountain bike* : c'est la filière Ritchey, Fisher. C'était les noms que j'avais lus dans l'article avec

Clunker et Repack Race. Cela faisait bien d'avoir un Américain ! Il a participé à la course. Il s'est bien amusé mais Cyril Neveu, plus connu des Français, a eu plus d'impact »⁵.

- 7 Gary Fisher et Stéphane Hauvette n'ont ni le même parcours ni le même profil. L'Américain, issu du milieu du cyclisme, est un inventeur de la première heure⁶ qui développe des innovations technologiques, quand le Français, adepte des pratiques de pleine nature, se positionne comme un promoteur et un spécialiste de l'événementiel. Néanmoins, Fisher a bien fait le déplacement en France pour stimuler le développement du VTT sur le vieux continent⁷. Bien qu'il ne termine qu'à la troisième place de l'épreuve, sa seule présence renforce l'image « fun » de l'activité, en l'associant aux autres sports « californiens » comme le *windsurfing*, le skate-board ou le surf.
- 8 Fort des retombées de presse positives et des impressions liées au succès de ce premier rassemblement, Stéphane Hauvette se rend au salon du cycle à Paris, en octobre 1983, où il expose le vélo de Gary Fisher sur le stand Peugeot. La marque française est alors en phase de veille active : elle souhaite évaluer le potentiel du marché pour les stations de montagne, mais craint une baisse rapide de l'engouement initial. Elle charge son équipe de production bicross de développer le VTT, mais de « manière peu volontariste et dans une position d'attente »⁸. Le salon de Paris confirme cependant l'intérêt d'autres industriels et *sponsors*, comme le fabriquant stéphanois de cycles Mécacycles ou encore Gitane. Suffisamment, en tout cas, pour justifier quelques semaines plus tard la création par Hauvette de l'Association Française pour le développement du *Mountain Bike* ou Vélo Tout Terrain (AFMB)⁹ et dynamiser ainsi encore davantage le marché : « Dans le même temps, je commençais à affiner un peu mon raisonnement et progressivement, je me rendais compte que l'on pouvait aussi se balader autour de chez soi. Je sentais qu'il y avait un vrai gros marché en train de se mettre en place et, en face, cela ne suivait pas. »¹⁰
- 9 Stéphane Hauvette prend aussitôt contact avec les membres de l'industrie du cycle. Présentant le *mountain bike* comme un engin tout à la fois facile à utiliser, écologique, économique, amusant, adapté à la demande du public, polyvalent et confortable, il anticipe un triple développement urbain, comme cela se produit alors aux États-Unis, familial et plus sportif, avec une croissance du marché de l'ordre de 10% annuels¹¹. Hauvette envisage d'ailleurs trois catégories d'engins : un Vélo Tout Terrain simplifié pour un usage en ville et en sous-bois, un modèle de qualité possédant des composants solides, « destiné à un usage de randonnée extrême » et des vélos haut de gamme consacrés à la compétition « faits sur mesure ou d'une finition et d'une décoration exceptionnelle. » Les tarifs de vente, de 1800 francs (275 euros) à 6000 francs (914 euros) environ, seraient supérieurs à ceux des cycles classiques, mais justifiés par la dimension novatrice du VTT, créatrice d'attentes fortes à l'instar des planches à voile¹². Pourtant, malgré ces perspectives, l'optimisme de Stéphane Hauvette se heurte aux réticences des industriels.

Des premiers rassemblements confidentiels pour une industrie du cycle attentiste

- 10 Dès 1984, l'AFMB lance un programme stratégique de structuration du VTT qui comprend par exemple la mise en place de contacts avec l'administration pour obtenir des droits de passage dans les forêts domaniales et les parcs nationaux, la création d'un

dossier Vélo Tout Terrain en montagne pour son développement dans les stations d'altitude, la réalisation d'un bulletin d'information destiné au public et aux adhérents, la participation à des expéditions et prospections dans tout le pays en vue de favoriser la création de clubs locaux, ou encore l'organisation de compétitions et de journées grand public. L'idée générale est de jouer sur plusieurs tableaux, celui du loisir comme celui de la compétition, en valorisant des événements, notamment dans les stations de haute et moyenne montagne. Les adhésions des membres ne pouvant cependant suffire à assurer la réalisation d'un tel programme, Hauvette suggère aux industriels du cycle un accord financier par lequel l'AFMB peut délivrer contre rétribution une homologation des engins fabriqués. Quelques partenaires comme les « Ateliers de la rive » à Saint-Chamond, qui développent les tubes Vitus, se montrent intéressés au début de l'année 1984 et sont prêts à verser 5000 francs¹³. Pourtant, malgré une active campagne de promotion, l'industrie du cycle demeure plutôt attentiste. Au mois de mars 1984, Stéphane Hauvette tente alors une autre approche en fédérant les industriels et fabricants du secteur dans un « Pool France Mountain Bike », à l'instar de ce qu'a connu le ski 20 ans plus tôt, et en créant un label censé les protéger de la concurrence étrangère : « Il ne nous est pas possible, le public ne le comprendrait pas, que notre association refuse une homologation à un matériel conforme mais d'origine italienne ou japonaise. L'AFMB ne peut en aucune façon protéger les industriels français contre les importations étrangères. Par contre [...] l'AFMB peut par la constitution d'un pool d'industriel français, aider le développement d'un label 100% français »¹⁴.

- 11 Pour Hauvette, le *pool* a plus particulièrement vocation à devenir l'un des *sponsors* principaux de l'AFMB et, à ce titre, doit participer au développement du VTT en France, par exemple avec l'apport d'un parc promotionnel de 50 à 100 engins au service des randonnées et des compétitions. Avec son aide, l'AFMB prévoit dès 1984 d'organiser un certain nombre de manifestations, des séances d'entraînement régulières en région parisienne, une randonnée Paris-Deauville, le Tour des Alpes, l'ascension du Kilimandjaro, prévue pour novembre et pour laquelle la chaîne de télévision « Antenne 2 » fait connaître son intention d'achat pour l'émission « Les carnets de l'Aventure ». En outre, un challenge d'été regroupant 15 compétitions dans les stations touristiques (bord de mer, montagne, campagne) ou dans les grandes villes, est envisagé entre le 1^{er} juin et le 30 septembre. Parmi les stations d'altitude contactées et intéressées par la création d'une animation permanente *mountain bike* ou par la mise en place d'un parc locatif de VTT pour la randonnée, on compte ainsi La Plagne, les Arcs, La Clusaz, Courchevel, Tignes, Val Morel, Saint Gervais, Les Houches, Val-Cenis, Megève, Les Menuires, Val d'Isère, Les Contamines, Montjoie et Embrun.
- 12 Le coût de ce programme dépasse cependant les prévisions. Le budget annoncé fin 1983 est ainsi multiplié par cinq pour atteindre près de deux millions de francs¹⁵. Or les industriels ne répondent qu'avec une extrême prudence aux différentes propositions. Sans doute aussi sont-ils sceptiques sur la transparence du modèle économique qu'Hauvette met en place. Les relations presse et la recherche de *sponsors* extérieurs sont en effet dissociées de l'AFMB et sont assurées par une agence indépendante, nommée FLASE, dont le président n'est autre qu'Hauvette lui-même¹⁶.
- 13 Devant ces réticences, Stéphane Hauvette contacte le ministère de la Jeunesse et des Sports au printemps 1986, avec l'intention de créer une fédération afin d'être mieux reconnu et d'obtenir davantage de moyens. Mais la politique ministérielle est alors

plutôt favorable à l'intégration des « nouveaux sports » au sein des fédérations historiquement implantées (Lassus, Martin, Villaret, 2007)¹⁷. Hauvette est donc orienté vers les fédérations françaises de cyclisme et de cyclotourisme : « Vers 86, 87, il a fallu que je vende à mes adhérents le fait que l'on allait rejoindre la FFC. Je faisais tout le boulot, je n'avais pas de moyens et le ministère commençait à nous bloquer.¹⁸ »

- ¹⁴ Le dialogue est d'autant plus difficile que l'AFMB ne compte encore que 350 adhérents et cinq clubs affiliés en 1986. Alors que le « vélo », annoncé comme premier choix d'activité chez les hommes (20,36%) et quatrième chez les femmes (14,59%) (Irlinger, Louveau, Métoudi, 1987), semble constituer un vivier de pratiquants quasiment inépuisable, le marché et les constructeurs français attendent la demande plus qu'ils ne la devancent. Le matériel, souvent lourd et peu fiable, s'avère difficile à trouver chez les détaillants traditionnels qui ne connaissent pas encore bien ce produit. Certains n'ont d'autres choix que d'importer et parfois de rapporter leur engin des États-Unis. Quelques rares artisans, tels Raymond Crozet¹⁹, produisent leurs premiers VTT en nombre limité. Peugeot et MBK commencent à s'intéresser à ce secteur, mais l'investissement reste timide. Les ventes sont alors de l'ordre de 1000 unités²⁰.
- ¹⁵ Les premiers événements organisés par l'AFMB peinent d'ailleurs à connaître le succès. Après la « démonstration » relativement réussie de La Plagne, la seconde manifestation à mettre au crédit d'Hauvette est le Paris-Deauville, une épreuve de trois jours sur 210 kilomètres, lancée au printemps 1984. Or bien que la formule inaugure alors l'un des aspects majeurs de la massification future du VTT – la randonnée –, elle ne rassemble qu'une poignée de licenciés de l'AFMB et quatre Suisses. De même, le projet de Championnat de France sur 15 épreuves dans 15 stations différentes, prévu à l'été, avorte rapidement, faute de moyens matériels et financiers. Enfin, certaines stations, telle La Plagne, démarrent timidement avec un parc locatif, mais sans rassemblement ni organisation notoire. Quant à la compétition organisée à Saint-Tropez à l'automne 1984 sous le terme voulu attractif de « Roc d'Azur », elle n'attire que sept participants, qui sont loin de se douter que la manifestation deviendra 15 ans plus tard le plus grand rassemblement mondial de VTT (Savre, 2010b).

Vers un tourisme de masse : les Alpes, l'AFMB et le VTT (1985-1987)

- ¹⁶ Malgré les déboires des premières initiatives, les stations de montagne sentent rapidement qu'un marché se dessine. À l'issue de la saison touristique estivale, l'AFMB s'en félicite sous forme de bilan et estime que les conditions sont désormais réunies pour que les manifestations soient davantage suivies : « Au cours de l'été 1985, plus de 30 stations proposaient au public une activité Vélo Tout Terrain. Ces stations possèdent des parcs de vélo qu'elles peuvent mettre à la disposition de leurs visiteurs. [...] Ce parc d'engins devrait nous permettre de compter sur une fourchette de 50 à 100 participants à chaque épreuve. La forte population de vacanciers présente dans les régions alpines devrait par ailleurs nous assurer une masse de spectateurs non négligeable. Il est à noter que les stations visitées comptent de 5 à 25 000 lits et qu'elles connaissent à cette époque un remplissage de près de 90%. Cette population sera très facilement sensibilisée. Dernier intérêt, les stations d'altitudes sont demandeuses de ce genre de manifestation et mettent à notre disposition une infrastructure idéale.²¹ »

- 17 Dès lors, les saisons 1985 et 1986 voient se développer des initiatives qui laissent présager une diffusion à plus grande échelle du VTT sur le territoire français : le calendrier et la participation aux courses s'étoffent progressivement, de nouveaux types d'épreuves de longue durée apparaissent et le marché se diversifie un peu avec l'arrivée de constructeurs venus du milieu du BMX (Heimbourger, 2006). Les territoires alpins, sans être exclusifs, contribuent puissamment à cette étape, en accueillant plusieurs événements remarquables.
- 18 Ainsi, le « Trophée des Alpes », organisé par l'AFMB en 1986, regroupe dix épreuves dans dix stations des Alpes françaises pendant l'été²². Les vainqueurs de chaque épreuve se voient attribuer des points et le concurrent qui en cumule le plus sur ses six meilleurs résultats est déclaré vainqueur. Un classement par équipe de stations est également mis en place. L'une de ces épreuves devient aussi le support d'une des cinq manches du « Championnat de France National AFMB ». Second événement important de la saison, le championnat de France, dont la finalité est « de renforcer l'implantation du Vélo Tout Terrain dans des régions choisies, d'attirer des sportifs de haut niveau venant du cyclisme sur route, du cyclocross ou du triathlon pour créer rapidement une équipe de haut niveau pouvant concurrencer les équipes américaines, de créer des événements exploitables par les médias et de satisfaire à la demande des pratiquants.
²³ » Les épreuves ont lieu de mai à octobre à Saint-Étienne, en région parisienne et au cours d'une des manches du trophée des Alpes, à Ramatuelle.
- 19 Dans le même temps, le principe de l'itinérance sur plusieurs jours mais cette fois sous forme compétitive voit le jour, en transposant le modèle de référence des courses par étapes du Tour de France ou du Paris-Nice au VTT. La longue durée apparaît aussi lors d'épreuves comme les « 24 heures d'Auvergne » ou « *la Funny Bike* » à la Bourboule. Bientôt, des stations plus modestes du Massif Central, du Jura ou du Vercors se lancent timidement dans le développement de cette activité pour mobiliser les touristes en dehors de la période hivernale. Certaines zones et massifs de moyenne montagne récemment équipés de foyers de ski de fond et souvent déserts à cause du faible enneigement, cherchent à rentabiliser ces lieux durant la période estivale.
- 20 La saison 1985 voit aussi apparaître les premières compétitions de descente. Bien que n'étant pas organisées dans les Alpes mais dans le sud du pays, elles s'inspirent cependant des principes du ski alpin, comme l'admet Georges Edwards, organisateur pionnier des pratiques de descente à propos de la compétition qu'il organise à la Croix des Gardes, près de Cannes : « L'essence de l'activité : c'est l'alpin ! D'ailleurs tout ce qui relève de l'alpin, de la glisse est plus reconnu et plus valorisant. Cela rend le geste sportif plus intelligent que le seul effort.²⁴ » Dans le même temps, Michel Forestier, pionnier et loueur de la première heure essaie, dans le Jura, de faire connaître le sport qu'il pratique depuis un an mais dans une logique plus « nordique » : « Personne ne voulait louer des vélos, donc je l'ai fait. Je l'ai monté dans le même principe que le ski de fond [...]. J'ai commencé avec cinq VTT en 1985 pour de la démonstration et des animations. »²⁵
- 21 Au-delà des désormais classiques Roc d'Azur, Paris-Deauville et autre trophée des Alpes, la saison 1987 confirme ces orientations en étant marquée par plusieurs innovations de pratiques, consacrées par différentes épreuves. D'une part, le championnat de France de l'AFMB est cette fois reconnu par la FFC, dont les licenciés peuvent prendre part aux neuf épreuves du programme²⁶. D'autre part, en août, se déroule le premier « Open International de Mountain Bike », avec un peu plus de 300

participants et dix nations présentes. L'événement, qui se déroule à Villard de Lans, est aussi qualifié de championnat du monde officieux, car ne dépendant d'aucune fédération ou association internationale²⁷. Cette première confrontation internationale en France « crédibilise l'image du sport »²⁸, par la présence de champions professionnels venus des États-Unis avec du matériel performant. La station du Vercors, pour sa part, compte sur cette publicité pour lancer le VTT en parallèle du ski de fond et procède alors à un balisage spécifique de son territoire. Serge Barnel, premier à se lancer dans la location et l'encadrement à grande échelle, y possède d'ailleurs déjà un parc locatif de plus de 100 VTT de marques françaises (Libéria, Peugeot, MBK). La présence à Grenoble du premier magasin spécialisé dans la vente de VTT en France, « Mountain Bike diffusion » qui importe alors des VTT de la marque « Marin » et « Trek », favorise bientôt cette dynamique dans toute la région.

Fabrication, distribution et innovations technologiques

- 22 Dans le cas du VTT, le triptyque vertueux événement-innovation-marché (Andreff, 1985 ; Chantelat, 1992) prend son essor précisément entre 1985 et 1987. Les ventes passent sur cette période de 4000 à 60 000 engins. Les deux premiers détaillants qui se consacrent entièrement au VTT apparaissent à Avignon et à Grenoble²⁹. Sous l'impulsion de Philippe Tomasini, Trekking Bike est le premier importateur de matériel américain ; on y trouve des marques étrangères déjà bien structurées comme Fat Chance, Fisher, Muddy Fox, Salsa, Ritchey ou WTB, ainsi que des grandes marques implantées sur le marché du cycle traditionnel telles Peugeot, MBK, Gitane, Mercier, Raleigh France et Lapierre. Avec l'augmentation de la demande, des artisans tels Mécacycles à Saint-Étienne ou Ferraroli en Suisse, créateur de matériel très sophistiqué, parviennent aussi à s'imposer sur un marché qui reste encore une niche pour l'industrie du cycle. Ferraroli produit par exemple à petite échelle, en 1987, un modèle nommé *California*, pesant moins de 11 kilogrammes, poids presque record à ce moment. Peugeot décline quant à lui son « VTT » en cinq modèles dont un 20 pouces pour enfants, un 24 pouces pour adolescents et, en haut de gamme, le « VTT 4 », élu VTT de l'année par le magazine de l'AFMB. Ce modèle rencontre beaucoup de succès chez les pilotes malgré le panachage de pièces d'origines diverses dont il est fait : cadre Reynolds 501 muni d'une fourche Uni crown et équipé d'un pédalier Stronglight, chaîne Sachs-Sedis, roue libre « Maillard », jantes Rigida, pneus Michelin, moyeux « diablo », freinage Dia Compé à l'avant et « Roller-Came » XC Suntour à l'arrière et dérailleurs et manettes Shimano.
- 23 D'autres constructeurs, issus du monde du BMX cette fois, commencent aussi à se lancer dans la production artisanale de VTT, malgré le scepticisme ambiant. Max Commençal, par exemple, s'attache à transférer les conceptions ludiques et acrobatiques qu'il a développées avec le BMX dans le VTT : « Depuis 1980, je fais des BMX pour la marque Laffite puis je crée "Sunn BMX" en 1982. [...] Je sais que le premier VTT que l'on a fait, c'est un gros BMX. On a gonflé le ratio de 20 à 26 pouces. On a fait quelque chose déjà enclin à sauter, à glisser. Je voulais faire des BMX pour aller dans les chemins. [...] Déjà vers des pratiques descendantes. Je me souviens avoir emmené des gamins sur des pistes de ski voir ce que cela faisait. En France, tout le monde me dit cela ne marchera jamais. [...] C'est quelque chose qui fait partir toute l'industrie du cycle en courant. Mais tous ! Excessivement mous, conservateurs, à la traîne. [...] Moi je m'en

fous. Je fais du *business*. Je fonctionne avec des imaginations et j'essaie d'amener un maximum de personnes dans mon délire. Dans ces années-là, au début, on n'est pas beaucoup. C'est du bricolage, plus que de l'artisanat. Le marché et le besoin, on le ressent »³⁰.

- 24 Au-delà de ces fécondations technologiques issues de produits proches dans une généalogie déjà étudiée (Hillairet, 2005), les nouveaux VTT intègrent très vite les innovations technologiques qui font leur preuve sur le marché américain ou dans les rencontres françaises. Signe des temps, le premier test comparatif grandeur nature de *mountain bikes* est même réalisé en 1985 pour le magazine *Moto Verte*, avec six engins testés par Didier Coste, futur créateur de *Vélo Vert Magazine*³¹.
- 25 Sur le plan matériel, la création de « l'indexation » révolutionne le passage de vitesse qui peut se faire plus précisément et plus rapidement, modifiant à la fois l'efficacité en compétition et la simplicité d'utilisation lors des randonnées pour les non-initiés. L'augmentation du nombre de vitesses à 18 procure un meilleur étagement des développements pour le pratiquant et facilite ainsi l'efficacité lors des montées notamment. Au même moment, l'invention des roulements étanches augmente la durabilité des pièces et réduit d'autant l'entretien. Quant au groupe « Mavic », il développe des jantes en céramique qui améliorent la qualité du freinage. Ce type d'évolution technologique, orienté vers la simplification et le confort, accélère un peu plus l'adoption du VTT par les usagers novices qui apprécient l'efficacité et l'ergonomie des nouveaux matériels.
- 26 L'innovation porte aussi sur les couleurs, en comparaison de celles, plus austères, du cyclisme sur route. Les premiers VTT en circulation sur le territoire français se parent de roses, de verts, de jaunes fluorescents et de violets, autant de couleurs évocatrices de la mouvance psychédélique des années 1970, du *fun* et de la symbolique californienne (Loret, 1996). La tendance touche d'ailleurs aussi les vêtements avec des textiles plus spécifiques issus de la moto, comme la gamme JT Racing aux motifs bariolés et fluorescents ou les vêtements Fox, plus discrets. Ces changements vestimentaires renforcent le phénomène de distinction en cours entre le cycliste traditionnel et le vététiste. La transformation des appareils de protection relève de la même logique. La firme « Bell » produit par exemple le premier casque en série à coque rigide, spécifique à la pratique du VTT et du vélo. John Tomac, la star américaine montante, est rapidement sponsorisée par ce leader mondial qui se lance dans une production orientée vers le marché désormais demandeur du *mountain bike*. Auparavant, les pratiquants désireux de se protéger avaient recours aux casques en cuir, utilisés pour le cyclisme classique, ou à divers couvre-chefs issus d'autres sports, inadaptés, dangereux, et désormais jugés obsolètes.

Conclusion

- 27 Au milieu des années 1980, le VTT se trouve en France en phase de gestation avec des pratiques de moins en moins confidentielles qui se diversifient, une association active bien qu'encore en quête de légitimité et un engin de plus en plus fiable mais toujours relativement peu diffusé. Le temps de la pérennisation semble pourtant proche, car cette pratique possède déjà une viabilité technologique, elle est adoptée et promue par une communauté et, enfin, elle repose désormais sur une organisation spatio-temporelle dont témoigne la multiplication des événements de propagande.

- 28 La seconde partie de l'année 1987 consacre d'ailleurs une étape décisive dans l'implantation du VTT en France. En juillet, comme pour célébrer une nouvelle étape, le mensuel *Jogging International*, qui cible d'ordinaire les populations de joggers actifs, publie un hors série sur le VTT tiré à 20 000 exemplaires. En septembre s'ouvre le premier salon entièrement dédié à cette activité dans le parc floral de Vincennes et le premier magazine spécialisé, *VTT Magazine*, paraît à compter du mois suivant. En quatre années seulement, les conditions sont ainsi réunies pour une diffusion encore plus large du VTT sur le territoire français. Cette rapidité exceptionnelle à l'échelle de l'histoire du sport, mais sans doute moins surprenante à celle de la commercialisation de l'innovation, tient incontestablement à la convergence de trois facteurs. D'une part, l'analyse a montré qu'elle repose sur une demande « révélée » par des passeurs culturels comme Stéphane Hauvette dont le succès tient autant à la passion du plein air qu'aux qualités d'organisateur. D'autre part, elle s'enracine dans la conviction, pour des zones touristiques parfois en crise comme le sont alors de nombreuses stations alpines, que le VTT peut renforcer leur offre de loisir. Enfin, si l'offre en matériel a un temps de retard sur la demande, elle connaît toutefois une phase d'intense innovation technologique qui, par invention, filiation, hybridation ou transfert de connaissances, permet de rattraper la demande en lançant sur le marché des engins confortables, sûrs, efficaces et en phase avec les attentes de la première vague de pratiquants. Si les innovations elles-mêmes sont loin d'avoir toutes été produites dans le contexte très favorable de la filière sport-loisir rhônalpine (Richard, 2007), il n'en est pas moins vrai qu'elles ont largement bénéficié de la visibilité des grandes manifestations, ludiques ou compétitives, accueillies par les stations de ski, renforçant du coup l'importance des territoires alpins comme lieux de pratique du VTT par excellence dans les imaginaires.
-

BIBLIOGRAPHIE

- ANDREFF W., 1985.- « Le muscle et la machine. Le dialogue entre le sport et l'innovation », *Culture Technique*, n°13, pp. 39-61.
- ATTALI M., 2007.- « L'explosion des pratiques sportives : massification, diversification, différenciation (des années 1970 à nos jours) », in P. Tétart (ed.), *Histoire du sport en France*, vol. 2 : De la Libération à nos jours, Paris, Vuibert, pp. 63-106.
- BESSY O., 2008.- *Sport, loisir et développement durable des territoires.*, Voiron, PUS.
- CHANTELAT P., 1992.- « L'innovation sur le marché », *Revue Autrement* : « *Le Corps Surnaturel* », pp. 157-167.
- HEIMBOURGER, Y., 2006.- *Le BMX en France : Organisation, culture, professionnalisation.*, Thèse soutenue en 2006, Université Joseph Fourier-Grenoble 1.
- HILLAIRET D., 2005.- *Sport et innovation. Stratégies, techniques et produits.* Paris, Hermes Science Publications.
- IRLINGER P., LOUVEAU C., MÉTOUDI M., 1987.- *Les pratiques sportives des Français*, Paris, INSEP.
-

LASSUS M., MARTIN J.-L., VILLARET S., 2007.- « Les politiques publiques du sport (1945 à nos jours) », in P. TÉTART (ed.), *Histoire du sport en France*, vol. 2 : De la Libération à nos jours, Paris, Vuibert, pp. 119-154.

LORET, A., 1995.- *Génération glisse : dans l'eau, l'air, la neige, la révolution du sport des années fun*, Paris, Autrement, 1995.

LORET A., 1996. - « L'avènement d'un "sport alternatif" », in P. Ceaux (dir.), *Le sport à l'épreuve*, Paris, Gallimard Jeunesse, pp. 10-19.

RICHARD G., 2007.- « Application du concept de milieu innovateur dans la filière sports-loisirs : étude de cas dans l'industrie de sport rhônalpine », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°5, pp. 831-858.

SAVRE F., 2010a.- « VTT », in M. Attali, J. Saint-Martin (dir.), *Dictionnaire culturel du sport*. Paris, Armand Colin, pp. 138-140.

SAVRE F., 2010b.- « Roc d'Azur », in M. Attali, J. Saint-Martin (dir.), *Dictionnaire culturel du sport*, Paris, Armand Colin, pp. 221-222.

SAVRE F., 2011.- « L'institutionnalisation du Vélo Tout Terrain en France (1983-1990) », *STAPS*, n°92, pp. 61-74.

SAVRE F., SAINT-MARTIN J., TERRET T., 2007.- « Le Vélo Tout Terrain : une invention californienne des années 1970 », in M., Lämmer, E., Mertin, T. Terret (eds), *New Aspects of Sport History*, Sankt Augustin, Academia Verlag, pp. 233-240.

SAVRE F., SAINT-MARTIN J., TERRET T., 2010.- « From Marin County's seventies Clunker to the Durango World Championship 1990. A History of Mountain Biking in the USA », *The International Journal of the History of Sport*, vol. 27, n°11, pp. 1942-1967.

VIGARELLO G., 1992.- « Le Tour de France », in P. Nora (dir.), *Les lieux de mémoire*, tome III. Paris, Gallimard, pp. 885-925.

NOTES

1. Cet article s'appuie notamment sur une série d'entretiens semi directifs menés auprès des principaux acteurs des années 1980, complétée par l'analyse d'archives fédérales et de magazines spécialisés telles *Les Pages Vertes* publiées par la FFC, *VTT Magazine* et *Vélo Vert*.
2. Entretien avec Stéphane Hauvette, Paris, 28 juin 2006.
3. Hauvette (entretien cité) rapporte ainsi les propos de Tantet : « C'est marrant ton truc. Qu'est-ce que c'est que ces brouettes, cela pèse trop lourd, c'est moche ! »
4. Idem.
5. Idem.
6. Fisher est le premier à ajouter un dérailleur avant Suntour-Spirit sur un *clunker*, la tige de selle réglable et aussi la commande sur le cintre appelé *shifter*.
7. Entretien avec Gary Fisher, San Anselmo, 8 mars 2005.
8. Entretien cité avec Stéphane Hauvette.
9. *Journal Officiel de la République Française*, n°274, 26 novembre 1983. Stéphane Hauvette est élu président. Le vice-président, Éric Saint Frison, 26 ans, est attaché de direction ; le trésorier, Étienne Boisrond, 32 ans, est publicitaire, et le secrétaire général, Pierre Étienne Gautier, 35 ans, travaille aussi dans la publicité. Tous sont parisiens ou de la couronne parisienne.
10. Entretien cité avec Stéphane Hauvette. Sur ces aspects, Cf. Savre, 2011.

11. Documents de présentation, décembre 1983, archives privées de Stéphane Hauvette.
 12. *Idem*.
 13. Correspondance entre les « Ateliers de la rive » et l'AFMB, 10 Janvier 1984, Archives de l'AFMB.
 14. Document interne, 8 mars 1984, Archives de l'AFMB.
 15. *Idem*.
 16. Archives de l'AFMB, document interne du 8 mars 1984. La rémunération de cette agence est fixée à 10% des sommes versées par le Pool France Mountain Bike et 15% de celles versées par les autres annonceurs.
 17. L'intégration de la planche à voile se fait par exemple au sein de la Fédération Française de Voile (FFV) alors que l'escalade est rattachée à Fédération Française des sports de Montagne et d'Escalade (FFME).
 18. Entretien cité avec Stéphane Hauvette.
 19. « Œuvre d'un constructeur Stéphanois : Le vélo qui grimpe aux montagnes », *Loire Matin*, 15 Janvier 1984.
 20. « Le VTT sort ses dents et bouffe le marché », *Libération*, 27 août 1990.
 21. Archives de l'AFMB, « Programme d'activité 1986 », p. 2.
 22. Courchevel, La Clusaz, La Plagne, Les Arcs, Les Houches, Megève, Saint Gervais Tignes, Val Cenise, Val Morel.
 23. Archives de l'AFMB, « Rapport d'activité 1986 ».
 24. Entretien avec Georges Edwards, Fréjus, le 6 octobre 2006.
 25. Entretien avec Michel Forestier Les Rousses, 20 octobre 2007. Michel Forestier est moniteur de ski de fond.
 26. Le Vercors accueille la dernière manche estivale entre Villard-de-Lans et Lans en Vercors.
 27. La même année, la NORBA organise en Californie à Mammoth Mountain un autre « World Championship » officiel à l'échelle américaine mais tout aussi officiel sur le plan mondial (Savre, Saint-Martin, Terret, 2010).
 28. Entretien avec Jacques Devi, 24 septembre 2006. Devi est le premier champion de France de VTT en 1987.
 29. Respectivement *Trekking Bike* et *Mountain Bike Diffusion*.
 30. Entretien avec Max Commençal, fabricant de VTT, responsable du team Sunn, Fréjus, le 13 octobre 2007.
 31. Entretien avec Didier Coste, Fréjus, 14 octobre 2007.
-

RÉSUMÉS

Au cours des années 1980, la diffusion en France du *mountain bike* connaît sa première étape dans les territoires de montagne qui découvrent son intérêt socio-économique. Au-delà des aspects structurels et organisationnels, le Vélo Tout Terrain devient par ailleurs un support privilégié d'innovation technologique et sociale.

Il s'agit ici de réfléchir aux différents enjeux sous-tendus par l'implantation sur le territoire alpin d'une nouvelle activité corporelle nécessitant un engin à deux roues et s'inscrivant dans l'esprit et les valeurs des pratiques californiennes déjà existantes. Plus qu'une pratique, le VTT devient au cours de cette décennie un marché. Ces enjeux économiques vont participer de son imminente

institutionnalisation. Parmi les vecteurs de son développement, les premières compétitions et/ou manifestations jouent un rôle essentiel en établissant des relations privilégiées entre sport et économie touristique. Véritable second souffle pour certaines stations de ski alors en pleine crise, le VTT offre ainsi l'opportunité aux différents acteurs (pratiquants, marchands de cycle, responsables politiques et institutionnels) de valoriser une innovation technique et sociale dans les espaces de montagne.

INDEX

Mots-clés : VTT, Vélo Tout Terrain, innovation, événement, station alpine

AUTEURS

JEAN SAINT-MARTIN

Maître de conférences, HDR en STAPS à l'Université Joseph Fourier (UFRAPS)
jean.saint-martin@ujf-grenoble.fr

FRÉDÉRIC SAVRE

Docteur et enseignant en STAPS- Aix-Marseille Université, Sport, Management et Gouvernance
Laboratoire EA4670
frederic.savre@univ-amu.fr

THIERRY TERRET

Professeur, CRIS, Université Lyon 1, Recteur de l'Académie de La Réunion
thierry.terret@univ-lyon1.fr