

AVEC LES DÉPARTEMENTS ÇA ROULE



MODE D'EMPLOI
Comment préparer
le Tour de France



departements.fr



Présentation générale

Chaque année, le Tour de France, événement sportif populaire et festif, traverse une trentaine de Départements et attire sur le bord des routes plusieurs millions de spectateurs. La couverture médiatique et la renommée internationale de la Grande boucle constituent une réelle opportunité pour les Départements de valoriser leurs missions et leurs territoires.

La 103^e édition du Tour de France se déroulera du 02 juillet au 24 juillet 2016. Les coureurs s'élanceront du Mont Saint-Michel dans la Manche avant de parcourir les quelques 3.500 km les menant jusqu'aux Champs Elysées. Une épreuve de trois semaines jalonée de difficultés avec 9 étapes de plaine, 1 étape accidentée, 9 étapes de montagne dont 4 arrivées en altitude, et 2 étapes contre la montre en individuel.

L'organisation de cette manifestation mobilise chaque année près de 3.000 agents départementaux et une équipe de permanents ADF présents sur l'ensemble de l'épreuve. L'Assemblée des Départements de France (ADF) assure un rôle de coordinateur dans le cadre d'un partenariat technique et institutionnel. Une convention est signée pour trois ans (2016/2018) avec Amaury Sport Organisation (A.S.O.), organisateur du Tour.

« Une Madame ou un Monsieur Route du Tour » est nommé pour chaque étape. Il est le lien privilégié entre le Tour de France et les services des routes des territoires traversés. Son rôle est essentiel puisqu'il supervise les interventions des équipes techniques tout au long du parcours.

Chaque jour, les agents des Départements préparent les routes de l'itinéraire et s'assurent de la sécurité des cyclistes, des suiveurs et des spectateurs. Ils veillent à l'état des chaussées, mais aussi à tous les éléments dangereux du parcours : giratoires, rétrécissements, angles de maisons saillants, bouches d'égout posées dans le mauvais sens, etc.

L'ADF se mobilise, aux côtés des Départements traversés, pour garantir le bon déroulement de l'étape. Elle place au cœur du dispositif, une équipe de 14 personnes dont 11 agents techniques mis à disposition par les Départements (répartis en trois pôles : patrouille avant, poste de commandement mobile et patrouille arrière) qui assure, le jour J, les dernières interventions avant le passage des coureurs.

Avec 35 départements traversés en 2016, le Tour de France offre une formidable ouverture pour communiquer et promouvoir les politiques départementales dans des domaines aussi variés que :

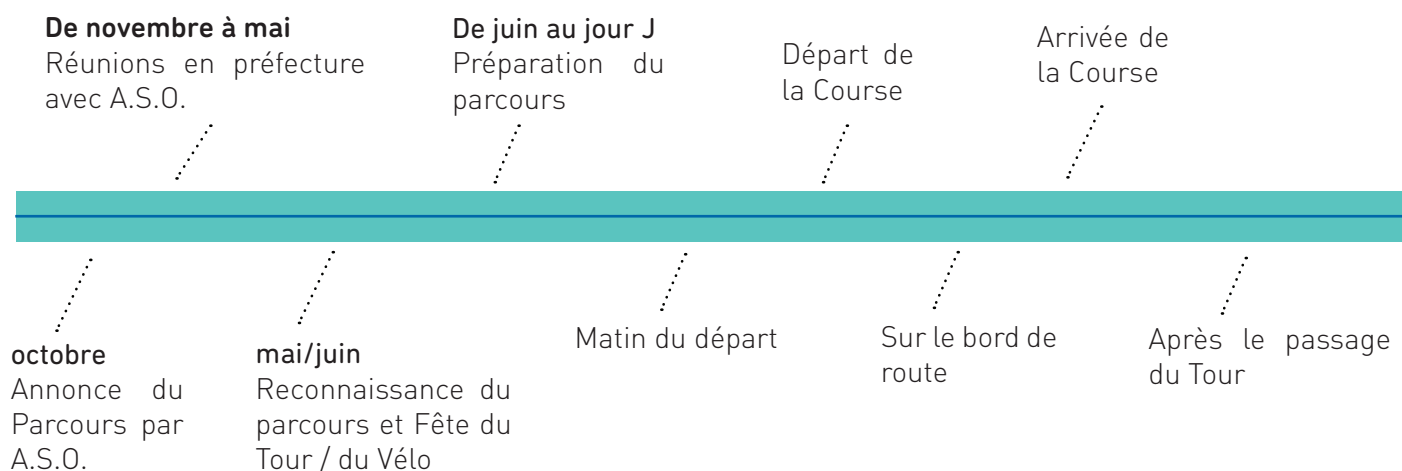
- la gestion et l'entretien de 380 500 km de routes départementales
- les politiques touristiques départementales
- les politiques sportives
- d'autres thèmes répondant aux compétences des Départements : développement durable, culture, jeunesse ...

Le Tour représente également une occasion de travailler sur les relations publiques et les relations avec la presse locale et nationale, un axe que l'ADF souhaite plus particulièrement développer sur les prochaines éditions. L'ADF bénéficie de moyens privilégiés pour développer la couverture médiatique :

- le site Internet de l'ADF et ses réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram) pour valoriser les actions locales mises en place
- un pavillon ADF sur le Village départ et un stand sur l'itinéraire de la course pour créer des événements
- un accès quotidien à la salle de presse afin de relayer l'action de l'équipe ADF sur chaque étape et les conditions de route

Calendrier du Tour

Les grandes étapes du Tour de France,
de l'annonce du parcours au passage de la course.



Sommaire

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

PRÉPARER LE TOUR

En amont du Tour

- a) Après la réunion en préfecture
- b) En mai et juin

Le Jour J

Avant le départ de la course

- a) Le Village du Tour de France
- b) Qui peut investir le stand ADF du village du Tour de France
- c) Les accréditations et les invités sur le Village du Tour de France
- d) Accéder au Village du Tour de France

Sur le parcours

- a) Communiqué sur l'itinéraire de la course
- b) Bonnes pratiques
- + L'Unité mobile de communication

À l'arrivée de l'étape

Après le Tour

RENFORCER LA VISIBILITÉ DES DÉPARTEMENTS SUR LE TOUR

Une identité de communication au service des Départements

- a) Une nouvelle marque «Départements de France»
- b) Une nouvelle campagne de communication
- c) Un bloc marque officiel

Communication de l'ADF et relations avec la presse sur le Tour

- a) Regards de route
- b) Les réseaux sociaux
- c) Les relations presse

CONTACTS



Préparer le Tour

Accueillir une épreuve comme le Tour de France dans son Département nécessite un engagement et une préparation plusieurs mois en amont de la course jusqu'aux heures qui suivent son passage.

Afin de pouvoir se projeter sur les différentes étapes à franchir, qu'elles soient techniques, qu'elles relèvent de la communication, ou qu'elles concernent l'accueil de partenaires et d'élus, l'ADF vous propose un récapitulatif chronologique spécialement adapté pour les Départements.

Ce document est également l'occasion de présenter les différents lieux d'accueil auxquels les Départements peuvent avoir accès sur le Tour de France, ainsi que les modalités d'accréditation les concernant.

EN AMONT DU TOUR DE FRANCE

Chaque année, le parcours de l'édition à venir est dévoilé à la mi-octobre. La réunion en Préfecture vient lancer officiellement l'organisation du Tour au niveau local. Chaque Département reçoit une invitation entre le mois de novembre et le mois de mars pour y assister.

a) Après la réunion en préfecture

Après plusieurs mois de travail, A.S.O. transmet à chaque Département traversé par l'épreuve le parcours avant reconnaissance.

Les Départements sont alors invités à communiquer à A.S.O. toutes les informations nécessaires et les consignes de sécurité et de déviation auprès du public : site internet du Département, bulletin d'information local, etc.

Les Départements peuvent également éditer, en liaison avec A.S.O., un document d'information grand public reprenant les horaires du passage du Tour de France, les conseils pratiques, les plans de délestage, etc. afin d'éviter les embouteillages et favoriser la sécurité des usagers.

b) 4 juin et 5 juin, la Fête du Tour

Une reconnaissance du parcours et un état des lieux de la route sont vivement recommandés pour les « Messieurs Route ». Cette intervention peut être menée à l'occasion de « la Fête du Vélo » le week-end du 4 et 5 juin.

Egalement « Fête du Tour », ces randonnées à vélo organisées dans toute la France empruntent les routes des étapes du Tour de France. L'objectif consiste à ce que le grand public puisse lui aussi « faire le Tour » en un jour, sur l'ensemble du territoire. L'ADF vous encourage vivement à vous rapprocher des villes étapes (pilotes de cette opération) et à communiquer autour de cette grande fête populaire.



LE JOUR J

1) Avant le départ de la course

a) Le « Village départ » du Tour de France

Le Village du Tour est un lieu privilégié de rencontre entre les partenaires du Tour, les invités du jour et les coureurs. Cet espace clos d'environ 4.800 m² est situé dans la commune de départ de chaque étape, généralement en centre-ville et en plein air. Il est installé et démonté par l'organisateur.

Le Village ouvre ses portes le matin environ 3 heures avant le départ de la course, et les ferme une fois le départ officiel donné. Les horaires ne sont pas encore disponibles. Ils sont généralement fixés et communiqués par l'organisateur au début du mois de juin.

L'ADF y dispose d'un pavillon d'environ 24 m² abrité en partie, et équipé de 4 tables avec parasols et de 12 chaises (agencement susceptible d'ajustements au regard de la nouvelle configuration du Village Départ - en cours de finalisation par A.S.O.). Il est repérable par ses couleurs : cylindre bleu en hauteur portant mention « Les Départements, équipiers du Tour de France ».

Le pavillon ADF accueille chaque matin, 15 minutes avant l'ouverture du Village, une réunion technique de coordination de l'étape du jour. A cette occasion, l'équipe ADF, Monsieur route, A.S.O., la gendarmerie et la mission police s'assurent des moyens mis en place pour garantir la sécurité de la Caravane du Tour (véhicules et coureurs).

L'ADF offre l'opportunité aux Départements traversés de communiquer sur son stand : habillage aux couleurs du Département, animations, documentations, objets de communication, etc. pourront être travaillés dès le printemps en étroite collaboration avec l'Assemblée des Départements de France. Une personne de l'ADF est mobilisée le jour J pour accueillir les invités et accompagner le Département dans la valorisation de son territoire.



b) Qui peut investir le stand ADF du « Village du Tour de France »?

Le Département accueillant le Village départ est prioritaire pour investir ce stand. Cependant il est possible de le partager (sous réserve d'accord entre Départements) voire, si le Département prioritaire ne souhaite pas l'utiliser, de le mettre à disposition d'un des Départements traversés par l'étape. Il est préférable d'acter dès les mois d'avril-mai la présence d'un Département sur l'espace Village afin de disposer d'un temps suffisant pour organiser les animations et tout le travail amont.

L'ADF conseille au Département bénéficiaire de l'espace de valoriser ses politiques touristiques ou sportives, de proposer des objets promotionnels, ou une dégustation de produits du terroir (dans une certaine limite de quantité et avec l'autorisation d'A.S.O.).

L'ADF encourage également les Départements à mobiliser les comités départementaux du tourisme (CDT) ou les agences départementales de tourisme (ADT) sur le stand du Village Départ. L'objectif est d'assurer la promotion du tourisme local sur cet espace peu exposé au grand public mais ouvert à des consommateurs potentiels. Ce sont plus de 2.000 personnes qui arpentent chaque jour les allées du Village !

Ce partenariat très efficace permet de valoriser les politiques de développement et de préservation du patrimoine local. Ainsi, à titre d'exemples, la Drôme a pu faire la promotion de ses fruits bio sur le Village du Tour, la Savoie de son fromage, etc.



c) Les accréditations et les invités sur le « Village du Tour de France »

Au titre du partenariat institutionnel et technique entre A.S.O. et l'ADF, cette dernière se voit attribuée des accréditations quotidiennes pour l'accès au Village pendant toute la durée du Tour de France.

Les Départements qui accueillent le départ du Tour sont prioritaires pour l'obtention des accréditations au Village le matin, tandis que ceux qui accueillent une arrivée du Tour sont prioritaires pour la Tribune Henri DESGRANGE (placée sur la ligne d'arrivée).

Afin de faciliter la gestion des accréditations et la venue des invités des Départements, un responsable Village et invités est présent sur le stand ADF à chaque étape. Il est l'interlocuteur privilégié des Départements dans l'élaboration de leur communication sur le stand.

En prévision de votre venue sur le Tour de France, il est donc nécessaire de prendre contact avec cette personne. Dès le mois de mai, elle sera en mesure de confirmer le nombre d'accréditations disponibles par Département, ainsi que de valider l'installation prévue et les objets promotionnels qui seront diffusés.

Les accréditations sont à récupérer le jour J à la tente accueil invités du Village.

d) Accéder au « Village du Tour de France »

Une ville qui accueille une étape du Tour change totalement de physionomie. Le matin de l'étape, les voies d'accès au « Village du Tour » sont intégralement barrées, et tous les véhicules non accrédités sont dérivés vers des parkings souvent éloignés du départ (l'accès se fait alors à pieds). Au titre du partenariat, l'ADF dispose de places de parking, affectées prioritairement aux « Messieurs Route du Tour » et responsables de la communication pour l'approvisionnement du stand.

L'ADF dispose également de 2 badges « Parking visiteur » autorisant les voitures à accéder à des emplacements de stationnement rapprochés. L'accès à ces parkings est indiqué par des panneaux de signalisation gris portant la mention « Parking visiteur ». La circulation étant très perturbée et de nombreuses voies coupées, il convient de suivre ces panneaux, à partir du « PPO » (point de passage obligatoire), matérialisé par un grand panneau rouge, situé en entrée d'agglomération. Un plan vous sera transmis avant le Tour et devra être communiqué à vos invités.

Il est préférable de prévoir une arrivée à la tente accueil 15 minutes avant l'ouverture du Village et de se présenter au contrôle d'accès.

Pour obtenir des places de parking, il faut en faire la demande auprès du responsable Village et invités de l'ADF à partir du mois de mai. En raison du nombre limité de places disponibles, il est préférable d'anticiper au maximum la demande.

2) Sur le parcours

En amont de la course ou le jour J sur le bord du parcours, les Départements peuvent organiser diverses actions ou animations culturelles, sportives, etc. Ces actions à destination du grand public permettent de valoriser leurs politiques ou certaines spécificités territoriales.

a) Communiquer sur l'itinéraire de la course

Les Départements ont la possibilité de mettre en place des espaces de communication et d'animation tout au long du parcours (hors zones de sprint ou de ravitaillement), dans le respect des règles fixées par A.S.O. Ces espaces permettent une communication auprès du grand public et favorisent une identification visuelle du territoire pour une reprise par les médias.

Les Départements peuvent communiquer sur différents thèmes : sécurité routière, conseil de circulation aux spectateurs, information et promotion du tourisme départemental, politiques sportive et culturelle départementales, aménagements cyclables, etc. Ils sont également invités à faire goûter leurs produits du terroir et valoriser la gastronomie locale.

En accord avec A.S.O., chaque Département dispose d'un espace à l'entrée et sortie du Département, d'un emplacement permettant la pose d'une signalétique (avec des normes en largeur et hauteur à respecter) : banderole, arche gonflable (ne devant pas enjamber la route), oriflamme, etc.



Enfin, le Tour de France organise tous les ans avec la FNSEA un concours de fresques champêtres retransmises à la TV. L'ADF encourage les Départements à se rapprocher des FDSEA afin que les fresques puissent mettre en valeur le Département (via l'apposition d'un logo du CD par exemple).

b) Bonnes pratiques

Voici quelques exemples d'initiatives de Départements mises en place les années précédentes :

- Concours « Jeu du Tour » - Créer une œuvre en rapport avec le cyclisme et/ou le Tour de France, avec remise de Prix ;
- Concours photos sur Instagram ou Facebook avec remise d'un maillot dédié par un coureur du peloton natif du Département ;
- « Tous fous du Tour : on fait un tour, on fait le Tour », manifestation sportive, ludique et pédagogique (découvrir les différentes spécialités économiques, touristiques, sportives ou culturelles des collectivités accueillant le Tour)
- « Cyclo-rando » - Randonnée en vélo qui emprunte une partie de l'itinéraire du Tour. Privatisation de la route pour les cyclistes (organisée par le CD, les comités locaux de cyclisme et de cyclotourisme)
- Exposition Tour de France dans un Conseil départemental ;
- Concert gratuit et/ou feux d'artifice ;
- Marché des saveurs de pays ;
- Spectacles de rue, cirque ;
- Animation BMX, VTT trial ;
- Jeux, structures gonflables ;
- Publication d'un ouvrage pour promouvoir une station, un territoire, etc.

c) Routes propres et accessibles

Les Départements peuvent également mettre en place des plans de circulation permettant aux automobilistes de circuler malgré les routes coupées. Afin de faciliter l'accès au parcours du Tour, des navettes s'appuyant sur les dispositifs de transport du Département (réseau de transports, plateforme de covoiturage) peuvent être mises en place.

Enfin, le Tour est l'occasion d'une importante opération dite « Route propre » avec l'installation de 15.000 sacs poubelle tout au long du parcours. Ces sacs sont ensuite ramassés par les agents départementaux, une fois la course terminée.

LE PLUS ADF : L'unité mobile de communication

Afin de renforcer sa visibilité sur la manifestation, l'ADF propose depuis 2012 un dispositif « grand public » de communication et d'animation. Cet espace ouvert à tous est positionné en dehors des zones accréditées, notamment hors du Village départ, en bordure de route ou à l'arrivée d'une étape.

a) Le dispositif en quelques mots

Il s'agit d'un véhicule utilitaire (fourgon) aux couleurs de l'ADF, qui déploie chaque matin un stand habillé aux couleurs des Départements. Accessible à tous, il propose des animations à destination du grand public n'ayant pas accès aux zones accréditées par le Tour de France. A cette occasion, l'ADF, en partenariat avec le Département traversé, communique de manière ludique sur le rôle et les actions des Départements.

Afin de permettre une communication optimisée, l'ADF dispose d'une tente pliante, de tables et de chaises pliantes, de différents objets promotionnels, d'une télévision à écran plat destinée à capter le public qui cherche toujours des informations sur la course, et d'un groupe électrogène pour assurer le courant du poste de télévision.

b) Où s'installe-t-elle et comment l'utiliser ?

L'emplacement de l'unité mobile de communication est défini conjointement avec l'ADF et le Département qui souhaite en bénéficier. Elle se positionne au choix :

- au départ de l'étape à proximité du « Village du Tour » dans la zone d'animation A.S.O. destinée au grand public,
- sur le parcours en bordure de route, dans un lieu permettant de rencontrer un public nombreux,
- dans la zone d'animation A.S.O. destinée au grand public située à proximité de la ligne d'arrivée quand la situation le permet (logistique complexe).

Les Départements qui en bénéficient sont invités à prévoir une animation du stand, des objets promotionnels, un habillage à leurs couleurs (banderoles, oriflammes, etc.). Les années précédentes, certains Départements ont pu organiser des concours, des dégustations (avec un chef étoilé), des jeux, etc.

Pour ce dispositif, la mutualisation des moyens entre Départements ou l'organisation d'une animation fil rouge est envisageable.

Il est impératif de prendre contact au plus tôt avec le responsable de cet espace afin d'en préparer la mise en oeuvre dans les meilleures conditions.



3) A l'arrivée de l'étape

A chaque arrivée d'étape, l'ADF dispose également de places dans la Tribune Henri DESGRANGE pour permettre à ses invités d'assister à l'arrivée de la course et aux animations qui la précèdent. L'ADF tient à préciser que ces places ne sont pas numérotées : le placement dans la tribune est donc libre.

Le Département accueillant l'arrivée de l'étape est prioritaire pour bénéficier de ces places. Cependant, un partage peut être envisagé avec les Départements traversés par l'étape. Le responsable Village et invités de l'ADF se charge de cette répartition. Il est préférable d'anticiper au maximum la demande.

4) Après le Tour

Après le passage du Tour de France, la remise en état des routes revient aux agents des Départements : nettoyage des routes, dépose des panneaux, des bottes de paille, ramassage des sacs poubelle...

• AVEC LES DÉPARTEMENTS •
ÇA
ROULE

Renforcer la visibilité des Départements sur le Tour

Dans le cadre du renouvellement de la convention A.S.O. / ADF pour la période 2016/2018, l'ADF a lancé une marque grand public « Départements de France » et une nouvelle campagne de communication, plus visible et plus évocatrice, dont l'identité graphique festive et populaire cherche à valoriser l'action des Départements sur le Tour de France. La signature « Avec les Départements, ça roule » accentue plus particulièrement la mission d'entretien de la route du Tour, à travers un message clair et appropriable par tous.

Les Départements qui le souhaitent peuvent se saisir de cette campagne et marquer ainsi leur attachement à l'action globale et partagée des Départements œuvrant au bon déroulement de la Grande Boucle.

Les déclinaisons de cette identité et de cette campagne seront téléchargeables à partir du mois de mars-avril sur le site de l'ADF. Chaque Département pourra, s'il le souhaite, s'approprier ces outils et les personnaliser.

Enfin, les relais de l'ADF en direction des médias sur le Tour constituent également un moyen de valoriser l'action des agents départementaux au jour le jour, Département par Département.

1) Une identité de communication au service des Départements

L'ADF a souhaité profiter de la reconduction de son partenariat avec A.S.O. pour créer une nouvelle marque « Départements de France » ainsi qu'une nouvelle campagne de communication pour accompagner les Départements sur les trois prochaines éditions du Tour.

a) Une nouvelle marque « Départements de France »

Plus visible et plus évocatrice du rôle des Départements dans le cadre d'événements grand public, telle était la volonté de l'ADF pour appuyer la conception de sa marque « Départements de France ». Autour d'une lettre D stylisée et des mouvements imbriqués, le logo a l'ambition d'être rassembleur, à l'image de l'ADF au service de ses 102 Départements. Le bleu blanc rouge vient rappeler la vocation de service public de l'organisation. Dans le cadre du Tour de France, ce logo sera décliné sur la borne du kilomètre zéro, l'arche ADF, le pavillon ADF sur le Village départ, les affiches, les goodies, etc.



b) Une nouvelle campagne de communication

Sportive, festive et populaire, la renommée de la Grande Boucle n'est plus à faire. Au-delà de l'exploit sportif, c'est aussi l'ancrage territorial fort du Tour qui garantit à cette grande fête populaire un tel succès médiatique. Tel que l'écrivait le célèbre journaliste et romancier Antoine Blondin, la Grande Boucle « *annexe à sa cause les trésors du patrimoine culturel et les offrandes de la nature, leur confère de nouvelles couleurs* ».

Avec les cyclistes, les routes départementales sont au cœur de la course, elles constituent le terrain d'expression et le décor de la compétition au bord desquelles se rassemblent plus de 10 millions de personnes chaque année. C'est en partie grâce aux Départements que la course est possible, et notamment à leur rôle d'entretien et gestion des 380 500 km de routes départementales.

Dans le cadre de sa nouvelle campagne de communication pour les trois prochaines éditions, l'ADF a voulu mettre l'accent sur ce rôle clé assuré par les Départements, tout en jouant sur le côté festif du Tour. C'est dans cet esprit qu'une accroche simple, évidente et populaire s'est imposée : « Avec les Départements, ça roule » !



c) Un bloc marque officiel

Conformément à la convention liant l'ADF et A.S.O., une charte graphique développée par A.S.O. est mise à disposition des Départements par l'ADF pour valoriser les compétences d'« équipiers du Tour de France » avec une signature dédiée.

Cette charte graphique comprend un logo composite spécifique associant le logo du Tour de France, de l'ADF et du Département. Les Départements ne peuvent pas utiliser le logo du Tour de France autrement que dans cette configuration.

Cependant, les Départements ayant conclu des accords directement avec A.S.O. bénéficient d'une charte graphique qui leur est réservée.



2) Communication de l'ADF et relations avec la presse sur le Tour

Afin de valoriser l'action des Départements auprès des journalistes et du grand public, l'ADF réalise chaque jour plusieurs supports de communication. Ces éléments peuvent bien entendu être relayés par les outils web de chaque Département.

a) « Regards de route »

A destination des journalistes accrédités en salle de presse, ce support papier doit permettre d'identifier l'ADF et les Départements comme les techniciens de la route. Il récapitule les informations techniques du jour en rapport avec la route et les conditions de course (arrosages, balayages, interventions, températures de la route et météo de l'étape). Il met également en évidence les secteurs ou éléments du parcours qui pourraient avoir une incidence sur l'étape du lendemain (état des chaussées, spécificités des revêtements, météo attendue et zones à risques).

b) Un livre de bord sur le site internet de l'ADF

Chaque jour, l'ADF rédige un article sur les coulisses du Tour vues par l'équipe ADF. Depuis la réunion technique du matin, l'accueil des élus sur le Village départ, les interventions de l'équipe technique sur la route, etc., elle permet de faire vivre les étapes du Tour et de valoriser les Départements traversés. Cet article est mis en ligne chaque soir, accompagné de visuels pris sur le vif.

c) Les réseaux sociaux de l'ADF

Pendant les trois semaines de l'épreuve, l'ADF se fait le relais en temps réel de l'action des Départements sur ses réseaux sociaux (Twitter, Facebook et Instagram).

A chaque étape, l'ADF met en avant le passage d'un élu sur le stand, la beauté des paysages traversés et autres lieux d'intérêt touristique, la qualité des animations proposées par les Départements, etc. Pour promouvoir au mieux chaque étape, les Départements sont invités à faire part au responsable Village et réseaux sociaux de l'ADF une liste des sites qu'ils souhaitent valoriser, et ce dès le mois de mai - juin. Ils peuvent également communiquer à l'ADF des photos de points remarquables qui seraient situés aux abords de l'itinéraire du Tour.

La nouvelle campagne de communication s'accompagne de la création du hashtag #CaRoule, message fédérateur que pourront s'approprier les Départements et le grand public sur les réseaux sociaux.

d) Les relations presse

Les relations presse constituent un point essentiel du dispositif que l'ADF souhaite davantage développer en lien avec les Départements, en particulier sur la PQR.

La Direction de la Communication de l'ADF pourra travailler en amont du Tour avec les Départements

traversés afin d'organiser des prises de contacts et d'appréhender les angles et sujets clés qui pourraient être proposés aux journalistes de la presse radio / TV / écrite, en local ou en national. Ce travail est essentiel afin de valoriser le rôle des Départements sur la route du Tour, le travail des agents, et le patrimoine culturel et paysager de chaque étape.

Pendant l'épreuve, le coordinateur général de l'ADF a pour mission d'assurer le relais entre les Départements, l'ADF et les journalistes sur le Tour de France. Il intervient chaque jour pour le compte de l'ADF en direct sur l'antenne de RMC et plus ponctuellement sur d'autres relais médiatiques.

Les Départements sont invités à prendre contact avec les radios et les télévisions locales (France bleu, France 3, etc.) afin d'organiser des reportages et interviews sur l'action de leurs équipes en lien avec le coordinateur général et la directrice de la communication de l'ADF.





Vos Contacts

Assemblée des Départements de France

Partenariat ADF / A.S.O

François GIR

Tél. 01 45 49 60 51 - Courriel : francois.gir@departements.fr

Directrice de la communication

Sophie LE MOUËL

Tél. 01 45 49 60 31 - Courriel : sophie.lemouel@departements.fr

Unité Mobile de communication et d'animation

Anne FAYARD

Tél. : 01 45 49 64 01- Courriel : anne.fayard@departements.fr

Village départ et accréditations, site internet et réseaux sociaux

Karine LASSUS

Tél. : 01 45 49 60 53 - courriel : karine.lassus@departements.fr

Coordination sur le Tour de France, presse, suivi logistique et technique

André BANCALÀ (ADREM CONSEIL)

Tél. : 01 47 28 49 49 - Mobile : 06 60 45 64 36 - Courriel : andre.bancala@free.fr

Amaury Sport Organisation

Relations extérieures et Coordination générale

Cyrille TRICART (Responsable collectivités et validation des projets de communication)

Tél. : 01 41 33 15 16 - Mobile : 06 85 66 63 97 - Courriel : ctricart@aso.fr

Pour plus d'informations

Toutes les informations relatives au Tour de France 2016 sont à retrouver sur : www.letour.fr

Sont disponibles et téléchargeables sur le site ADF - www.departements.fr :

- Le guide technique de recommandation pour les responsables de la gestion de la route ;
- Le dépliant aide-mémoire à destination des agents positionnés sur le parcours – *Guide pratique pour les agents sur le Tour* ;
- Le mode d'emploi – Comment préparer le Tour de France ;
- Les bulletins quotidiens et « Regards de route » qui donnent chaque jour des informations sur l'étape, la route, la météo et les sites touristiques traversés.



DÉPARTEMENTS
DE FRANCE

PARTENAIRE INSTITUTIONNEL