

Tour de France : Michel-Édouard Leclerc visite la zone technique d'Orange à Malaucène



Michel-Édouard Leclerc, PDG du groupe de distribution éponyme a tenu à visiter la zone technique d'Orange ce mercredi 7 juillet, dans le cadre de l'étape Sorgue-Malaucène.

Le PDG du mastodonte de la grande distribution est captivé par tous ces fils électriques qui s'entremêlent au sein du car-régie, véritable tour de contrôle du Tour de France. Chaque câble qui serpente a son importance capitale dans la retransmission des images en plein cœur de votre salon. A la manœuvre de la visite ? [Henri Terreaux](#), directeur technique [Orange events](#) depuis 20 ans et éternel passionné.

L'homme présente les différents dispositifs, les écrans de contrôle permettant de superviser les points de connexion et les caméras de surveillance, la grue de 60m de haut captant les images des motos, le

Écrit par Linda Mansouri le 8 juillet 2021

camion Globecast diffusant ensuite par satellite... Motos, grue, cars, hélicoptères, les moyens sont monumentaux pour vous permettre de suivre le peloton à la maison. 12 tonnes de matériel et des kilomètres de fibre à perte de vue sont installés chaque jour sur un site différent, un parcours herculéen.



©Linda Mansouri

« Je vous avoue que je ne m’y connais absolument pas », confesse le chef d’entreprise. Ce dernier questionne chacun des techniciens sur place, s’intéresse aux différents branchements, s’approche pour scruter les détails, prend des photos, s’interroge sur certaines prouesses techniques. Au total, 37 marques, hors médias et institutionnels, s’affichent comme partenaires officiels du Tour de France 2021, dont cinq sont partenaires majeurs : E.Leclerc, LCL, Skoda, Continental et Krys.

C’est en 2019 que l’enseigne de distribution E.Leclerc annonce son partenariat officiel avec le Tour de France. Notamment en sponsorisant le maillot à pois, remis au meilleur grimpeur. Pour la première fois de son histoire, E.Leclerc était sur la ligne de départ du Tour de France. “E.Leclerc s’associe

Écrit par Linda Mansouri le 8 juillet 2021

naturellement à la plus grande course cycliste au monde”, annonçait ainsi le réseau.



©Linda Mansouri

Avec sa marque emblématique ‘Bio village de marque repère’, présente sur les lignes départ et arrivée ainsi que dans la caravane publicitaire, l’enseigne régale l’ensemble du public du Tour de France. L’événement est aussi une véritable célébration des régions françaises. E.Leclerc y prend part en proposant de découvrir et déguster des produits du terroir avec sa marque ‘Nos régions ont du talent’ ainsi que des productions locales avec les alliances locales E.Leclerc.

Écrit par Linda Mansouri le 8 juillet 2021



Emblématique maillot à pois. Photo: DR