

Cochonou LES CHOUCHOUS DU TOUR

Deudeuches, bob vichy, saucisson et bonne humeur... Dans la caravane du Tour de France, qui précède joyeusement la course pendant trois semaines, c'est à Cochonou que le public accorde sa faveur

PAR HUBERT ANGLEYS, ENVOYÉ SPÉCIAL SUR LES ROUTES DU TOUR

Bronzés, parfois fatigués par des journées à rallonge qui s'étirent pendant trois semaines, mais toujours souriants, les caravaniers de Cochonou se mêlent à leurs pairs chaque matin pour la chorégraphie qui précède le grand départ de l'étape. Au son des classiques de la variété ou des tubes de l'été crachés par la sono, le dérouillage rassemble tous ceux qui vont grimper sur les chars bigarrés pour distribuer des cadeaux aux couleurs des marques promues tout au long du parcours du Tour, deux heures avant la course.

Débardeur ou chemisette à carreaux, leur tenue est reconnaissable entre toutes, et leur statut aussi envié que le bob qui fait l'objet d'une lutte acharnée au bord des routes. Une fois le défilé lancé, les Cochonou, qui incarnent la convivialité française, jouissent d'une popularité particulière. Damien, depuis vingt ans au volant de la mythique limousine 2CV Cochonou, l'un des cinq exemplaires existant dans le monde, le clame : « On est vraiment la caravane préférée du public depuis des années ! » Sans fanfaronner, c'est attesté par des études commandées par ASO, l'organisateur

du Tour de France. Damien y voit une raison très simple, « le capital sympathie » du saucisson, pilier de l'apéro, dont le moment idéal se situe... à toute heure, insiste-t-il.

Depuis vingt-sept ans, Cochonou le promeut depuis les fameuses deux chevaux qui se mettent à l'unisson du saucisson. Marier ces deux symboles de la culture populaire était une idée aussi simple que géniale, dont Patrick Bompert, responsable marketing chez Cochonou, se félicite aujourd'hui : « Dès la première année, on a mis en place les 2CV. Je remercie chaque jour celui qui en a eu l'idée en 1997 ! C'est un partenariat qui a du sens : le Tour de France est populaire, typiquement français, c'est un emblème de la France, et la marque Cochonou, c'est exactement la même chose ! » Au point que Fabien Roussel, secrétaire national du PCF, s'est attiré les moqueries de Sophia Chikirou, députée LFI, pour une photo sur laquelle il salue le passage de Cochonou dans sa commune de Saint-Amand-les-Eaux, dans le Nord.

LES 2CV À BON PORC

Loin de cette polémique qui ne ridiculise que celle qui l'a lancée, 500 000 sachets de mini-bouchées de Croc'sec, déclinées en trois saveurs, dont les inédites noisette ou brie, sont distribués sur les routes de France. La marque n'oublie pas de

limiter son impact environnemental, à travers l'utilisation d'emballages recyclables pour ses produits, la distribution de goodies non emballés, et un partenariat pour la quatrième année avec l'entreprise EcoTree, qui participe à la reforestation, avec plus de 1 000 arbres plantés et entretenus dans cinq forêts françaises.

Au-delà de l'impact d'image, l'engagement sur la Grande Boucle coïncide avec le pic des ventes : « On réalise sur la période estivale un peu plus de 25 % de notre chiffre d'affaires annuel », confie Patrick Bompert. Le Tour représente la moitié de ses investissements annuels en communication : un énorme levier de notoriété pour la marque, qui rejoignit en 1991, vingt ans après sa création, le groupe Aoste, qui possède aussi Justin Bridou. Intégrée aujourd'hui au groupe espagnol Campofrio, Cochonou, qui vend huit millions de saucissons par an, emploie 1 350 salariés, répartis entre Saint-Symphorien-sur-Coise, Maclas, Lescure-d'Albigeois et Aoste.



“DÈS LA PREMIÈRE ANNÉE, ON A MIS EN PLACE LES 2CV. JE REMERCIE CHAQUE JOUR CELUI QUI EN A EU L'IDÉE !”



A.S.O./ROMAIN LAURENT

Et les sept deudeuches à la robe vichy, comment vivent-elles l'aventure ? « *Ce sont des grandes demoiselles, on en prend soin et on ne les conduit pas n'importe comment, il y a une petite formation* », explique le chauffeur Damien. Entièrement d'origine, les mythiques voitures sont choyées par « le mécano qui est avec nous sur le Tour. Il les bichonne toute l'année, au garage Vintage Car Club de Saint-Vincent-de-Tyrosse ». Elles bénéficient d'une place privilégiée dans la caravane, explique Patrick Bompard : « *On se met plutôt dans le deuxième tiers pour ne pas avoir à trop accélérer ou ralentir, car la force de nos véhicules, ce n'est pas l'accélération ou le freinage, c'est la constance...* » Dans les cols gravés en première, les spectateurs viennent volontiers en renfort pour les pousser. « *On passe partout avec... à condition de ne pas s'arrêter quand c'est trop raide, c'est difficile de redémarrer* », sourit Damien, qui se souvient d'un arrêt forcé qui avait requis l'aide d'un public frénétique, dans la rude côte menant à

Notre-Dame de la Garde en 2017, là où Romain Bardet s'était lui-même retrouvé quasiment à l'arrêt, alors qu'il était en lice pour le podium final – sauvé d'un cheveu... Ouf ! « *Toutes nos deuches ont toujours fini le Tour de France, mais pas sans péripétie, se souvient Patrick Bompard. En cas de pépin, on a tous les clubs 2CV de France qui nous aident avec grand plaisir entre deux étapes pour réparer au plus vite.* »

GARE AUX CRAMPES... À LA MÂCHOIRE !

Il est aussi difficile de résister à la tentation du petit saucisson qu'à l'envie de remplir chaque année, pour Damien, 20 Tours au compteur. « *Dès qu'on a fini un Tour, on pense déjà au suivant* », avoue-t-il, malgré les 6 000 km dans les pattes – dont près de 3 500 sur le parcours de la course. Les places sont donc chères pour intégrer l'équipe fidèle au poste – 25 personnes en comptant le soutien logistique : « *Cette année, il y a quatre nouveaux, un chauffeur et trois*

hôtesses. » Ils sont étudiants, profs, mais viennent aussi d'autres horizons, comme Damien, qui travaille au conseil départemental de Dordogne et sanctuarise trois semaines de vacances en juillet. Comment les heureux élus se dégagent-ils des 500 candidatures reçues ? « *On privilégie l'état d'esprit. On choisit des ambassadeurs de la marque, il faut qu'ils lui ressemblent, qu'ils soient sympathiques, populaires, accessibles, qu'ils aient l'esprit d'équipe, qu'ils véhiculent de la bonne humeur* », répondent-ils d'une seule voix.

Avec un programme chargé, la fête est réservée aux veilles de jours de repos, deux fois dans la course. Et les galères ? La pluie, la chaleur, le froid, la fatigue... « *On les oublie ! Ou bien on en rigole après !* » tranche Damien. Sachez-le, si les courbatures du poignet sont endiguées par une simple permutation – un jour à gauche du convoi, le lendemain à droite –, les véritables risques du métier sont les crampes à la mâchoire... à force de sourire ! ■

MYTHIQUE
Notamment grâce à la caravane du Tour de France, la marque Cochonou est devenue culte.