

Le Troi3

DÉCRYPTER
LE NORD FRANCHE-COMTÉ

HORS-SÉRIE

n° 16

L'ESPRIT VÉLO



32 pages sur le Tour de France à Belfort et différentes facettes du vélo dans la région

MAGAZINE HORS-SÉRIE • N°16 • JUILLET 2026 • 7,50€

CHEFS D'ENTREPRISES / EXPERTS COMPTABLES / AVOCATS



PUBLIEZ VOS ANNONCES LÉGALES

Soutenez un média
local et **indépendant**

Connectez vous à
<https://annonces.letrois.info/>

NOS FORCES

Facile, rapide et au meilleur coût

Logos et rectificatifs gratuits

Habilitation dans le Territoire de Belfort et le Doubs

Legal  **digital**

ANNONCES - FORMALITES - CONFORMITE

Terre de vélo

Jean Bidot (1931), Alphonse Schepers (1932), Joseph Mauclair (1933, 1936), Romain Gijssels (1934), Louis Hardiquet (1935), Jules Coelaert (1937), Albert Hendrickx (1938), Edward Vissers (1939) : ces noms (et ces années) évoquent-ils quelque chose dans la mémoire des Belfortains et au-delà, dans l'univers du cyclisme ?

Ce sont les noms de vainqueurs, non pas du Tour de France, mais d'une course qui a connu neuf éditions avant la seconde Guerre mondiale, il y a presque un siècle : la course Paris-Belfort, sur une journée. Eh oui ! Il y a eu une course cycliste Paris-Belfort ! L'intérêt des Terrifortains pour la « Petite Reine » ne date donc pas d'hier.

En restant dans le registre de l'histoire, ce hors-série s'attache à un personnage marquant pour le cyclisme, mais aussi pour le Territoire de Belfort : René Pottier, vainqueur du Tour de France en 1906, mais aussi premier concurrent du Tour à avoir franchi en tête le sommet du Ballon d'Alsace. C'était lors de l'édition de 1905, pendant la deuxième étape, longue de presque 300 kilomètres !

L'étape du Tour de France qui arrivera à Belfort ce 17 juillet en fera 205. Ce sera la seule étape de plus de 200 kilomètres de cette édition 2026. Et les cyclistes, venus de Dole, passeront à nouveau par le Ballon d'Alsace. De là-haut, ils fileront ensuite à Belfort, pour une arrivée prévue à un jet de pierre de la Maison du peuple, place de la Résistance, au niveau du 15 boulevard du Maréchal-Joffre.

Ce hors-série du site d'informations en ligne de Belfort-Montbéliard-Héricourt (LeTrois.info) est consacré non seulement à cette arrivée à Belfort, mais aussi à des exemples de ce qui fait le lien entre les habitants de la région et le vélo : la TransTerritoire à VTT organisée par la Compagnie Belfort Loisirs (CBL), les vélos électriques du réseau Optymo, la jeune entreprise Parco, qui fabrique des vélos à assistance électrique, Le Maillon Solidaire, qui rend la réparation de son vélo accessible à tous, ou encore le CC Etupes, club formateur de futurs champions.

Bonne lecture de ce hors-série et à bientôt sur www.letrois.info.

Pierre-Yves Ratti 



Le Trois - hors-série est un magazine édité
par la société indépendante de publication (SIP)

1, rue du Docteur-Fréry | 90000 Belfort

Mail : redaction@letrois.info

Prix unitaire : 7,50 € TTC

La SIP édite le site Internet www.letrois.info

N° CPPAP du site : 1129 Y 93534

Directeur de la publication

Pierre-Yves Ratti

Rédacteur en chef

Thibault Quartier

Textes et photos

Thibault Quartier, Pierre-Yves Ratti

Conception graphique

Cédric Chevrolet - Glaztown

Design graphique, publicité & communication
www.glaztown.com

Photographie de couverture

Dans la montée du Ballon d'Alsace

©Conseil Départemental du Territoire de Belfort -

Jean-François Lami

Développement commercial

Karine Wieder

Tél. : 06 02 95 47 43

commercial@letrois.info

Impression

Imprimé par Estimprim

Z.A. La Craye - 25100 Autechaux

Dépôt légal

Juillet 2025

ISSN de la revue imprimée : 2824-379X

ISSN de la revue en ligne : 2742-8818

Remerciements

Nous tenons à remercier
les différents annonceurs
qui nous ont fait confiance et ont rendu
possible cette réalisation.

Sommaire

-03-

ÉDITO

INTERVIEW

Damien Meslot

« Le Tour de France
est une des pierres angulaires
de notre stratégie de communication »

-06-

-10-

INFOGRAPHIE

Les chiffres du cyclotourisme

-12-

Le tour de Pottier

au sommet du Ballon d'Alsace

-16-

INFOGRAPHIE

Pour sa treizième étape,
le Tour de France est de retour à Belfort

-19-

Belfort, L'assistance électrique
dope le vélo en libre-service

-22-

Quand l'entretien du vélo
se veut solidaire

-24-

Le CC Etupes,
pouponnière à champions

-26-

Parco, le fabricant belfortain
de vélos, remonte la pente

-29-

La TransTerritoire, l'événement vélo
familial de l'automne



Damien Meslot, maire de Belfort et président du Grand Belfort – ©Pierre-Yves Ratti

DAMIEN MESLOT

« **Le Tour de France** **est une des pierres angulaires** de notre stratégie de communication »

Le Tour de France est de retour dans la cité du Lion, le vendredi 17 juillet. Belfort est la ville d'arrivée de la 13^e étape. Depuis 2019, c'est la 3^e fois que le Tour de France passe par Belfort. Une stratégie d'attractivité assumée par le maire Les Républicains de Belfort, **Damien Meslot.**

Vous avez indiqué qu'une arrivée du Tour de France coûte 140 000 euros. C'est la somme que la Ville paie aux organisateurs. Quels sont les autres dépenses engagées par la Ville pour accueillir l'arrivée de l'étape Dôle-Belfort, le 17 juillet ?

Le coût que l'on paye à ASO, c'est 140 000 euros HT, soit 168 000 euros TTC. Un départ, c'est 90 000 euros. Une arrivée, c'est 140 000 euros. C'est la somme que paient toutes les villes. Ils ont un catalogue et ils ne font pas de surenchère d'une ville à l'autre. Mais à côté de ça, nous, on prend en charge de la logistique. On fait évidemment de la communication, de la décoration. Ce qui fait que ça nous revient à 436 000 euros TTC. On a 100 000 euros de logistique, 60 000 de communication, la décoration, l'animation, la sécurité, les produits promotionnels, l'alimentation, les fournitures.

En termes de retombées pour Belfort, qu'espérez-vous ?

En retombées pécuniaires, c'est à peu près de 3 à 4 euros pour un euro investi de retombées immédiates. Par ailleurs, dès qu'on a le Tour de France, on voit une forte augmentation des touristes dans l'année qui suit. Et ça nous fait une campagne de pub qu'on n'aurait jamais les moyens de se payer. Ce sont des centaines de millions de téléspectateurs qui vont voir des images de Belfort. Donc pour nous, c'est fantastique ! Sachant que le Tour de France, c'est le deuxième événement le plus suivi après la Coupe du Monde de foot. Cela permet de faire parler de Belfort. D'ailleurs, quand le Tour vient à Belfort, j'ai plein de copains de toute la France, même des copains à l'étranger, qui me disent : « Eh bien, il y avait le Tour de France à Belfort, il est venu chez toi ! » Et si le petit Paul Sexas, qui a 19 ans, avait la bonne idée de faire une bonne performance à Belfort, ce serait...

Au-delà de l'image, qu'espérez-vous comme retombées ?

Nous avons une politique de développement de l'attractivité de Belfort. J'ai pris la parole au Salon du Commerce à Paris [Cette interview a été réalisée au lendemain du déplacement du maire de Belfort à ce salon, en juin 2026, NDLR], et j'ai parlé de notre SEM [société d'économie mixte, NDLR], Semaville, qui

a beaucoup intéressé, parce que beaucoup de collègues d'autres villes sont venus voir comment ça fonctionnait, nous ont demandé si on pouvait les recevoir pour développer ça. J'ai parlé aussi des Nouvelles Galeries et du casino, qui intéressent beaucoup. Tout le monde comprend bien l'attractivité que ça peut avoir. Et le Tour de France, ça fait partie de cette attractivité. Ce n'est pas une stratégie à un coup. Ça fait trois

fois qu'on reçoit le Tour de France ces dix dernières années, ce qui est plutôt bien. Et ça, ça fait partie d'une image. Il y a des gens qui ont vu Belfort, qui vont venir, qui vont prendre l'habitude de venir.

Il y a aussi tous les cyclistes, les cyclotouristes, qui refont un peu le parcours du Tour de France. Donc ça nous amène de la notoriété, ça nous amène du business, ça nous amène des choses. Nous sommes dans une période où Alstom, General Electric, Arabelle Solutions vont chercher des cadres internationaux. Ehtbien typiquement, les cadres internationaux, le Fimu, les Eurockéennes, le Tour de France, la Fnac, tout ça, ce sont des choses qui font partie de l'attractivité et qui aident les gens à s'installer. Évidemment, je pourrais parler aussi de l'aéroport de Bâle-Mulhouse et du TGV qui sont des points importants. Mais notre objectif, c'est de développer l'attractivité de la ville. Et le Tour de France, c'est un point fondamental ; c'est une des pierres angulaires de notre stratégie de communication.

