

Automobile, sport et tourisme

Le Grand Prix de la Marne dans le calendrier européen (1925-1939)

Auteur-e-s:

[Sébastien MOREAU](#) [1]

Résumé

Depuis le début du xx^e siècle, notamment à l'occasion des coupes Gordon-Bennett (1900), c'est sous les projecteurs d'une presse cocardière, complice et friande de modernité technique que les constructeurs automobiles présentent, sur la scène européenne, les performances de leurs bolides. Au lendemain de la Première Guerre mondiale, alors que le parc automobile et les flux touristiques croissent de façon vertigineuse, les courses automobiles se multiplient. Un championnat d'Europe est organisé en 1925 par la Commission sportive internationale de l'Association internationale des automobile-clubs reconnus (AIACR) qui s'appuie sur des initiatives locales. Pour les organisateurs locaux de courses, inscrire son circuit dans le calendrier du championnat d'Europe devient un enjeu majeur. Soutenus par les commerçants, industriels et édiles politiques locaux, les organisateurs saisissent l'occasion de la course pour faire de la publicité et stimuler l'économie.

Partout en Europe, des acteurs locaux se mobilisent en ce sens pour tirer profit et prestige des circulations plurielles qu'engendre le sport automobile européen. Le cas du Grand Prix de la Marne illustre parfaitement l'enchevêtrement des échelles qui caractérise, du local à l'international, l'émergence d'une scène et d'un public européens pour les spectacles sportifs automobiles.

Article

Attirer les touristes et dynamiser l'économie locale sont deux des objectifs majeurs que se fixent les organisateurs de courses automobiles dès les années 1920. Ces objectifs sont inscrits dans les statuts des automobile-clubs qui organisent directement ou indirectement les courses. Développement touristique régional et promotion de l'économie locale sont avancés auprès des autorités publiques pour obtenir des subventions. L'Automobile-club de Champagne se donne ainsi comme but « le développement de l'automobilisme dans les départements de l'Aube et de la Marne, et tous buts touristiques et sportifs ». L'AIACR, fédération internationale fondée en 1904, poursuit le même objectif : la *Revue internationale de l'automobile*, son organe officiel, ainsi que les brochures et almanachs qu'elle publie, proposent des itinéraires touristiques, des cartes routières, de bonnes adresses et toutes sortes de conseils pour les touristes automobiles. Il en est de même pour les publications des automobile-clubs nationaux et régionaux. À toutes les échelles des institutions encadrant l'automobile, des organisateurs locaux aux dirigeants européens, l'essor du tourisme est pensé conjointement avec celui du sport, les deux se confondant dans la notion d'automobilisme. Les pilotes et les touristes sont tous membres de ces automobile-clubs, qui sont à la fois des cercles de notables, des groupes de pression, des associations de consommateurs et des organisateurs de spectacles.

Ces objectifs sportifs et touristiques sont portés par la rapide augmentation, dans toute l'Europe, du nombre de propriétaires d'automobiles durant l'entre-deux-guerres. Entre 1922 et 1930, leur nombre triple en Italie, en Grande-Bretagne et en France, il quadruple en Suisse, en Belgique et en Suède et

quintuple en Espagne, en Allemagne et aux Pays-Bas. 3,78 millions de voitures de tourisme sont en circulation en Europe en 1931. Le réseau routier s'étend partout et la première autoroute est inaugurée en 1924 entre Milan et Varèse, en même temps que les principaux autodromes (circuits fermés) européens : après celui de Brooklands au Royaume-Uni (1907), l'Avus près de Berlin, Monza au nord de Milan et Montlhéry au sud de Paris sont créés entre 1921 et 1924. De la Finlande à l'Espagne, et particulièrement dans l'espace rhénan du nord de l'Italie aux Pays-Bas, apparaissent dans un deuxième temps des autodromes secondaires. Selon des modalités singulières, ces projets défendus par les constructeurs et automobile-clubs sont subventionnés par l'État, les enjeux patriotiques et industriels faisant concurrence aux considérations commerciales et sportives. Le nationalisme est un moteur de cette émulation européenne.

Que ce soit sur route ou sur circuit fermé, des centaines de courses ont ainsi lieu chaque année dans l'Europe entière et attirent des foules de spectateurs. Les écuries s'érigent en véritables entreprises dont les pilotes deviennent des vedettes internationales. Ce sont cinquante-cinq courses dans quinze pays qui figurent au calendrier du championnat d'Europe en 1928 ; leur nombre passe à quatre-vingt-deux dans dix-huit pays en 1936. Malgré les graves difficultés que connaît l'industrie automobile au début des années 1930, la croissance est continue. Pour rentabiliser l'événement, attirer les meilleurs pilotes, la presse internationale, et toucher un public le plus vaste, les directeurs de course rivalisent sur le gigantisme des infrastructures et le volume des récompenses attribuées aux vainqueurs des épreuves. Au Grand Prix de la Marne, le nombre de visiteurs passe de 17 000 en 1926 à 48 000 en 1929, puis atteint 60 000 visiteurs en 1938 lorsque le circuit est sélectionné pour l'organisation du Grand Prix de France, la course française la plus prestigieuse, patronnée par l'automobile-club national. Entre temps, son circuit (à Gueux, près de Reims) a été doté de gradins pouvant accueillir 7 000 spectateurs payants, d'un promenoir de huit kilomètres, de huit postes télégraphiques et de vingt-six stands en ciment. La valeur en francs constants des prix distribués est multipliée par cinq dans le même temps. Au Grand Prix d'Allemagne de 1935, on estime à 250 000 le nombre de spectateurs, dont une minorité croissante se rend sur place en voiture.

Chaque course devient ainsi un événement plus ou moins prestigieux dans le calendrier européen et mobilise, outre des pilotes, constructeurs, journalistes et spectateurs de toute l'Europe, les acteurs économiques locaux. Les infrastructures sont construites par les entrepreneurs, architectes et ouvriers de la région. Comme ailleurs, plusieurs dizaines d'hôtels et restaurants de Reims sont partenaires du Grand Prix de la Marne. Les imprimeurs et publicitaires remplissent leurs carnets de commande ; les cinémas qui diffusent le film de la course font salle comble. La quasi-totalité des garages et des magasins de cycles et d'accessoires sportifs louent des espaces publicitaires pour attirer les touristes entre les épreuves, la course principale n'étant qu'une des séquences d'un événement culturel qui s'étend sur deux jours. Bien que le bilan financier des Grands Prix soit presque toujours déficitaire, ces manifestations constituent une aubaine pour les acteurs économiques et commerciaux locaux qui en deviennent dépendants. Les quelques jours qui précèdent ce dimanche particulier de l'année, le spectacle se déploie dans toute la ville : les commerces tournent à plein régime, des réjouissances annexes sont organisées dans les quartiers urbains (bals, kermesses, visites), les voitures sont exposées devant le siège du journal qui patronne l'événement. Les touristes étrangers se mêlent à la population locale qui cherche à apercevoir les pilotes, ces vedettes internationales dont les visages et exploits deviennent familiers grâce aux récits et photographies publiés dans la presse. Puis la foule se disperse, les touristes rentrent ou continuent leur route et les pilotes préparent la prochaine échéance du championnat d'Europe. À la fin de chaque saison, les points sont comptabilisés et une écurie est sacrée championne d'Europe. Pour la première fois en 1935, un pilote français obtient cette distinction. Le sport automobile, ses circuits, son vedettariat et son public deviennent alors européens.

Bibliographie:

Flonneau, Mathieu, *Les cultures du volant. Essais sur les mondes de l'automobilisme*, Paris, Autrement, 2008.

Merki, Christoph Maria, *Der holprige Siegeszug des Automobils 1895-1930 : zur Motorisierung des Strassenverkehrs in Frankreich, Deutschland und der Schweiz*, Vienne, Böhlau, 2002.

Moreau, Sébastien, « Gagner sa vie au volant au risque de la perdre. Les pilotes automobiles européens (années 1920-1930) », *Le Mouvement social*, janvier-mars 2016, p. 31-45.

URL source:

<https://ehne.fr/article/civilisation-materielle/circulations-sportives-europeennes/automobile-sport-et-tourisme>

Liens

[1] <https://ehne.fr/node/1729>