

CUPRINS

Introducere	009
Prolog	013
<hr/>	
PARTEA I. Ascensiunea și decăderea unui „ticălos”: Turul Franței în era presei tipărite	
1	Război 023
2	Libertate 036
3	Revenire 052
4	Rivalitate 079
5	Revoluție 087
6	Moarte 100
<hr/>	
PARTEA II. Exploatând LeMond: Turul Franței în era televiziunii	
7	Sucesiune 109
8	Scandal 130
9	Amenințare 150
10	Franța 168
11	Știre-bombă 188
12	Moștenitori 201
<hr/>	
PARTEA III. Pe urmele evadaților: Turul Franței în era internetului	
13	Oportunitate 211
14	Confruntare finală 231

15	Protecționism	254
16	Revoltă	272
17	Capitulare	295
<hr/>		
	Epilog	311
	Mulțumiri	319
	Note	321
	Bibliografie	331

Pentru Silvia, Madalena și Carlota - și *el Monte Abantos*,
care m-au atras în lumea ciclismului.

Introducere



În fiecare an, o văduvă în vârstă de 80 de ani și cei doi copii ai ei, trecuți de 40 de ani, se întâlnesc într-un birou din Paris pentru a semna documentele contabile ale Turului Franței și ale altor câtorva evenimente sportive de proporții mai mici. Întâlnirea are loc de fiecare dată în luna iunie și reprezintă doar o formalitate. Nu e ca și cum nu ar discuta între ei aproape zilnic.

După ce cad de acord asupra dividendelor pe care le vor încasa, adesea în valoare de zeci de milioane de euro, cei trei pleacă fiecare cu treburile lui. Întâlnirea nu durează mai mult de o oră și așa mai trece un an. Cei trei părăsesc clădirea și se pierd în mulțimea de pe stradă, fără a fi recunoscuți de cineva.

Cu toate acestea, cursa de ciclism care se încheie apoteotic pe Champs Élysées se află în proprietatea acestui triumvirat strâns unit.

Împreună, cei trei stabilesc traseul, invită anumite echipe la start, vând drepturile de televizare, decid sumele oferite ca premii în bani și încasează profiturile.

Timp de mai multe decenii, familia a rămas departe de atenția publicului. Membrii ei sunt feriți de privirile indiscrete de către un grup restrâns de directori executivi, asemenea unui scut de oțel care le protejează intimitatea. Tradițional, patroana apare în fața angajaților ei o dată pe an, de Anul Nou, pentru a ciocni un pahar cu șampanie. Fiul ei vine cu un discurs de cinci minute în fiecare toamnă, la prezentarea traseului pe care îl va parcurge cursa în anul următor. Cuvintele lui sunt cele clasice, ceremoniale, și sunt concepute pentru a nu ieși în evidență.

În cea mai mare parte a secolului trecut, sportul nu a reprezentat cine știe ce mare afacere, iar Turul Franței a

fost un vector de marketing prin care se pierdeau bani și care era destinat să promoveze portofoliul de ziare aflate în proprietatea familiei. În prezent, imperiul media devine din ce în ce mai firav, în timp ce cursa de ciclism s-a transformat în cea mai importantă mașinărie de produs bani. Pentru a-și proteja moștenirea, familia se străduiește din răzputeri să-și consolideze și mai mult legătura cu statul. În ciclismul profesionist, ca sport, poate că singura persoană cu o putere mai mare decât cea a patroanei și a copiilor ei este doar președintele Republicii Franceze.

010 Difuzată la televiziunea publică franceză, cursa zăbovește îndelung pe imaginile luate din elicopter ale unor castele, ale terenurilor agricole bine îngrijite și ale piscurilor de munte acoperite de zăpadă, imagini care valorează zeci de milioane de euro ca publicitate pentru industria franceză a turismului. Ca un gest bine calculat de diplomație, familia închiriază în fiecare an un avion pe care îl are mereu la îndemână, pentru a transporta la etapele montane oficialități publice, cum ar fi primarul Parisului și miniștrii Guvernului, laolaltă cu directorii executivi ai sponsorilor cursei.

Păstrarea unor bune relații cu statul, dar și cu firmele private, este importantă fiindcă ministrul de Interne este cel care emite an de an o hotărâre prin care închide temporar circulația pe 3.700 de kilometri de șosele străbătute de traseul cursei, închiriază suita de motociclete a președintelui țării pentru asigurarea pazei și, în general, înlesnește cât mai mult cu putință organizarea logistică a circuitului ambulant.

Începând cu anii '70, sportul, fie el tenis, fotbal sau sporturi cu motor, s-a transformat din întreprinderi ale unor amatori în adevărați giganți călăuziți de scopuri comerciale. Vânzarea drepturilor de televizare a făcut ca anumite sporturi să devină afaceri profitabile, în care sportivii și echipele își împart mare parte din câștiguri. Ciclismul, pe de altă parte, a rămas fidel unui model de afacere feudal, implementat cu un secol în

urmă și controlat de mai bine de jumătate de secol de aceeași familie pariziană.

Echipele care concurează în Turul Franței au căutat de mai mult timp modalități de modernizare. Asemenea unui grup de cicliști dintr-un Mare Tur - cele mai prestigioase trei curse pe etape din ciclismul profesionist pe șosea - echipele au avut o tentativă de evadare, pentru a obține controlul asupra cursei.

Pentru a-și apăra prețioasa avere, familia se bazează pe stat și pe neîncrederea galică în intervenția străinilor. Până în prezent, și asta datorându-se nu în mică măsură conservatorismului familiei, modelul de afacere din ciclismul profesionist este departe de cel al Circuitului masculin de tenis ATP, al Ligii Campionilor UEFA sau al Campionatului Mondial FIA al Formulei 1.

În ultimii ani, pe măsură ce fondurile private de investiții au început să cumpere pachete majoritare de acțiuni în sport, familia a respins orice încercare de achiziție, fie ea venită din partea celui mai bogat om din China sau din partea amicilor lui Lance Armstrong de pe Wall Street și din Silicon Valley, înaintea spectaculoasei căderi în dizgrație a americanului.

Au apărut zeci de cărți care prezintă istoria bogată a Turului Franței. Cartea de față propune o abordare diferită. Ea analizează relația mereu în transformare cu banii sau cu sumele în numerar - *le fric** - din era presei tipărite, a televiziunii și a Internetului. Dar, mai mult decât orice altceva, este prima carte care dezvăluie modul în care, de-a lungul ultimilor 75 de ani, o familie din Paris a intrat în posesie și a păstrat controlul asupra celei mai cunoscute curse de ciclism din lume.

* În franceză, „le fric” este varianta colocvială pentru „bani” - banenote, monezi, sau orice alt obiect utilizat ca valoare de schimb. Echivalentul englezesc ar fi „dough”. Dat fiind că variantele în limba română (mălai, cașcaval, biștari) au o conotație mult mai pronunțată colocvială (ceea ce nu reflectă intenția autorului) am păstrat termenul original sau am folosit varianta neutră de „bani” (n.l.)

Prolog

Marie-Odile Amaury i-a întâlnit uneori la evenimente particulare. Cu modul ei simplu de a se comporta și fără a ieși în evidență, dar purtând haine la modă, a întreținut conversații amicale cu aceștia despre vreme, prețurile caselor și destinații de vacanță. Cu coafura sa blondă și privindu-și interlocutorii de vârsta a doua din Belgia, Italia, Spania, Marea Britanie și Statele Unite cu ochii săi albaștri și pătrunzători, a fost mereu politicoasă și a vorbit într-o engleză cât se poate de onorabilă cu cei care nu cunosc limba franceză. Proprietara Turului Franței și-a păstrat un profil public într-atât de discret, încât mulți dintre ei nici măcar nu au recunoscut-o.

013

În timp ce bea ceai din cești de porțelan pe terasa reședinței regelui Belgiei din apropiere de Bruxelles, în ajunul unui recent Mare Start al Turului Franței, ea a discutat amical cu unul dintre ei, timp de mai multe minute, despre minunatele locuri înconjurătoare. Au glumit despre casele lor de vacanță, despre cum acestea au un decor asemănător, coloane de marmură și candelabre, dar și o grădină cu propriul teren de golf. Omul și-a imaginat că doamna care nu ieșea prin nimic în evidență făcea parte din anturajul familiei regale belgiene sau că era chiar o angajată care se ocupa de organizarea evenimentului. Doar când aceasta s-a prezentat, și-a dat seama că discutase cu o femeie mai bogată decât gazda lor, regele Philippe.

Directorii de echipe din Turul Franței care o recunoșteau pe Marie-Odile Amaury duceau adesea discuția către afacerea din ciclism. Aflați față în față cu patroana care controla baierele pungii cu bani, ei i-au reamintit că primesc doar 51.234 de euro

ca sume compensatorii pentru a participa în Turul Franței, plus câteva camere de hotel gratuite. Acei bani abia dacă le acopereau cheltuielile cu carburantul pentru autobuzele și mașinile echipei în cele trei săptămâni de cursă. În sistemul feudal instituit sub conducerea doamnei Amaury, echipele se pot folosi de celebritatea cursei pe care ea o organizează, pentru a-și mări propriile venituri prin sponsorizări particulare, dar nu beneficiază în niciun fel de repartizarea drepturilor de televizare și a banilor din sponsorizările oficiale, care se zvonește că s-ar apropia de 100 de milioane de dolari pe an. Aceasta era o situație cât se poate de neobișnuită în sportul din zilele noastre și îi făcea pe directorii de echipe să se zbârlească în momentul în care o întâlneau în persoană.

014 Doleanțele lor răceau imediat atmosfera. Prima dată, Madame Amaury, cu un surâs subțire, îi trimitea cu jalba la directorii ei executivi, pentru discuții suplimentare. Dar, dacă aceștia insistau cu solicitările, ea era capabilă să devină și incisivă. Îndreptându-se către ea cu un scop vădit, unul dintre ei a făcut schimb de săruturi pe obraji, conform uzanțelor franceze, apoi a intrat direct în subiect și a întrebat-o fără menajamente dacă n-ar putea rezolva câteva dintre neînțelegeri, față în față, pe loc. Fără să se piardă cu firea, ea i-a replicat: „Un An Nou fericit!” - totul se întâmpla la jumătatea lunii iulie - și a trecut mai departe.

La începutul secolului al XXI-lea, două treimi din companiile franceze listate la bursă au rămas în mare parte în proprietatea familiilor, conform datelor oferite de economistul Thomas Philippon. Asta comparativ cu mai puțin de un sfert din cele care activează în Statele Unite și Marea Britanie¹. Averile celor mai bogate dintre aceste dinastii franceze, începând cu familia Bettencourt, deținătoarea L'Oréal, până la familia Arnault, proprietara Louis Vuitton, se află în constant în vizorul jurnaliștilor. Poate că niciunul dintre aceste clanuri nu este mai ascuns decât familia Mulliez, deținătoarea drepturilor

de proprietate asupra rețelei Decathlon, de supermarketuri pentru produse sportive. Statutul societății pe acțiuni precizează că singurii acționari admiși sunt membrii arborelui genealogic al familiei, ale căror rădăcini pot fi urmărite până la patronul unei lânării, născut în 1877.

Liderii celor mai multe companii aflate în proprietatea unor familii au tendința de a evita riscurile. Ei sunt mai conștienți de amenințările care le-ar putea slăbi „moștenirea” pe care intenționează s-o lase cu mare grijă generației următoare. Printre aceștia se numără și Marie-Odile Amaury. Ea și familia sa își datorează averea din Turul Franței unui imperiu media ale cărui baze au fost puse în 1944. În acest context istoric, directorii echipelor de ciclism care i-au cerut explicații s-au lovit nu doar de voința de fier a unei pensionare orgolioase, ci și de senzația dată de forța inamovibilă a modului francez de a proceda. Uneori, ei au simțit că toată energia pe care o folosiseră pentru a obține schimbarea în sport era asemănătoare unei tentative de trecere printr-un zid.

015

Numai că într-o zi de la începutul lui 2011 a apărut un complot. Opt dintre ei s-au aliniat în holul unei clădiri grandioase din City-ul londonez pentru a discuta modalitățile de renunțare la modelul antic de afacere. Clădirea băncii Rothschild&Co, aflată la doi pași de Banca Angliei, era atât de importantă în districtul financiar al Londrei, încât patrona St Swithin's Lane, strada îngustă pe care este amplasată. Chiar în acest loc, ducele de Wellington îl angajase în 1814 pe fondatorul acestei familii dinastice să finanțeze uriașul efort britanic de război contra Franței. Prin obținerea secretă a unor mari cantități de aur prin rețeaua sa de curieri, comercianți, intermediari și bancheri, banca a afirmat că a oferit forța financiară necesară salvării armatei britanice de la „o înfrângere aproape sigură” în fața lui Napoleon.

Sediul Rothschild&Co din prezent seamănă mai degrabă cu un muzeu decât cu o instituție bancară. Are tablouri pictate

în ulei pe pereți, o bibliotecă și un ornament prea puțin obișnuit - un seif din anii '60 cu patru miliarde de combinații diferite. Într-una din încăperi, până de curând, cinci bancheri cu fețe suferinde, reprezentanți ai caselor de tranzacții cu aur din cartierul financiar, stabileau prețul aurului la ora 10:30, zi de zi. În cadrul unui ritual vechi de un secol, fiecare dintre ei afișa câte un minidrapel britanic pe propriul birou când cădeau de acord asupra prețului de deschidere din acea zi. Toată această tradiție istorică avea darul de a-i lua oarecum prin surprindere pe directorii echipelor de ciclism învățați să-și țină întâlnirile în hoteluri obișnuite, aparținând marilor lanțuri francezești, care ofereau în plus față de cazare doar wi-fi gratuit și un mic dejun de tip bufet suedez. Erau mai degrabă obișnuiți cu mecanismele de funcționare a componentelor bicicletelor decât cu lumea finanțelor superioare. În timp ce se obișnuiau cu locul, erau curioși să vadă ce avea să urmeze. Cu două zile înainte, primiseră prin poșta electronică o prezentare de douăsprezece pagini conținând planul de afaceri pentru un nou campionat - World Series Cycling - Circuitul Mondial de Ciclism.

Într-o încăpere cu pereții tapetați cu furnir, Jonathan Price, englezul care prezida întâlnirea, își eliberase fruntea de părul negru și buclat, ușor grizonant, în timp ce cureaua în continuă expansiune, specifică vârstei a doua, îi cam strângea cămașa bine netezită. Trecut de 40 de ani, era palid, cu ochi căprui și nu își încheiase primii doi nasturi de la cămașă; semăna foarte bine cu un impresar de muzică pop ajuns la vârsta a doua. Vorbea lent, fiindcă erau multe amănunte de asimilat; le-a explicat cine este și a trecut la detaliile din prezentare. În realitate, asemenea majorității britanicilor, nu știa mai nimic despre ciclismul profesionist. Era un om de fotbal. Cu un deceniu înainte fusese unul dintre tinerii directori executivi care o transformase pe Manchester United într-o superputere comercială după listarea clubului la Bursa din Londra. Price fusese desemnat să înlocuiască

reclamele regionale, de genul agențiilor locale de turism și al concesionarilor de autoturisme cu mărci globale, pe stadionul Old Trafford. Acum, le-a spus el bărbaților care îl priveau cu atenție, era o ocazie extraordinară de modernizare a ciclismului.

Cu Turul Franței și alte curse majore în componentă, Price a spus că World Series Cycling avea să includă și evenimente organizate pe coastele de est și vest ale Statelor Unite, dar și în Asia. Dar cea mai bună dintre vești era că echipele urmau să intre în posesia a 64% dintre acțiuni. În prezent, acestea nu aveau nicio acțiune. Pentru a realiza acest nou și interesant campionat, toate echipele trebuiau să acționeze la unison. Până când toată lumea urma să urce la bord, proiectul trebuia să rămână secret. Nici nu se punea problema de a merge la Madame Amaury și de a-i solicita să renunțe la poziția pe care o avea familia sa. „Pepsi n-ar merge la Coca-Cola pentru a-și împărtăși planurile de acțiune“, i-ar fi spus Price pe un ton conspiraționist unuia dintre confidenți.

017

Pe locul de lângă Price se afla un asiatic cu o barbă îngrijită cu mare atenție. Era Majid Ishaq, directorul Departamentului Clienți, Retail și Vacanțe de la Rothschild&Co. Deținător de abonament pentru întreg sezonul la meciurile lui Manchester United, el intermediase cu cinci ani înainte preluarea de către familia Glazer a clubului al cărui suporter era. La momentul respectiv, Rothschild devenise o țintă pentru fanii infuriați că americanii încărcău clubul cu datorii. La un moment dat, aceștia i-au închis rețeaua de computere și au intrat în forță în birourile sale. Ishaq și-a păstrat sângele rece și a garantat înțelegerea timp de 45 de minute, când, din cauza unei erori a unui funcționar, fondurile familiei nu au ajuns la timp la destinație. Familia Glazer a fost într-atât de impresionată, încât i-a oferit postul de director executiv al lui United².

Ishaq era cel care schițase modelul financiar al Circuitul Mondial de Ciclism. Dacă el ar fi contribuit la finalizarea cu

bine a proiectului, Rothschild&Co urmau să primească o parte din venituri. Conform modelelor matematice ale băncii, el prevăzuse că Seria ar fi urmat să beneficieze de un profit brut anual de 39 de milioane de euro după primii trei ani de existență. Asta le-ar fi oferit echipelor 25 de milioane de euro pe care să și-i împartă între ele, iar acesta ar fi fost doar începutul; veniturile ar fi urmat să crească exponențial dacă Seria ar fi fost capabilă să se poziționeze eficient ca marcă pe piață, asemenea, să spunem, Ligii Campionilor UEFA. Desigur, ciclismul era departe de a se bucura de popularitatea turneului de fotbal a cărui valoare era estimată la un miliard de dolari, dar existau mai multe direcții potențiale rămase neabordate.

018 În timp ce grupul gălăgios de directori de echipe se pregătea să plece din centrul Londrei pentru a se îndrepta către aeroport, aceștia au privit încă o dată alesele împrejurimi. Concluzia era, și ei o știau prea bine, că World Series Cycling ar fi trebuit să includă Turul Franței pentru a se bucura de succes. Price putea organiza oricât de multe curse în premieră. Adevărul era că întrecerea din Franța oferea echipelor până la 80% din expunerea media în cele nouă luni de sezon. Acea expunere valora zeci de milioane de euro echivalent din publicitate pentru sponsori, precum compania americană de produse electronice de înaltă tehnologie Garmin, pentru compania spaniolă de telefonie Movistar și pentru producătorul belgian de pardoseli Quick Step. Cei mai mulți dintre șefii echipelor aveau nevoie disperată de a se afla la linia de start a Turului Franței pentru a obține aceste mari contracte de sponsorizare. Și tot ei mai știau că Madame Amaury, care n-ar fi acceptat să discute cu ei decât pe tema vremii de afară, n-ar fi fost de acord să renunțe la niciun cent din patrimoniul familiei.

Ar fi fost un gest asemănător capitulării lui Napoleon în fața ducelui de Wellington.

Price avea un răspuns la această necunoscută. În 1973 - le-a explicat el - principalii jucători de tenis au transformat

sportul prin preluarea controlului de la organizatorii turneului de la Wimbledon*. Turneul pe iarbă era, în tenis, echivalentul Turului Franței. Era evenimentul principal a ceea ce pe atunci era un circuit fragmentat, compus din turnee organizate pe durata unui an. Avându-și sediul într-o clădire a unui club cu pereții exteriori acoperiți cu iederă și dotat cu optsprezece terenuri de tenis cu iarbă de la periferia Londrei, campionatul era organizat de Clubul All-England Lawn Tennis and Croquet, un club exclusivist al cărui membru puteai deveni doar dacă erai invitat și care se considera a fi gardianul jocului. Eticheta prevedea că jucătorii trebuiau să se încline, iar jucătoarele să facă o reverență dacă printre spectatori se afla și un membru al familiei regale britanice. Din când în când, regina Elisabeta a II-a își făcea apariția în lojă. Printre regulile casei era și aceea că jucătorii trebuiau să îmbrace echipamente de joc albe, fără nicio siglă a vreunui sponsor.

Cel care asigura respectarea acestor reguli era un fost căpitan de armată, pe nume Gibson, arbitrul-șef al turneului. În vara lui 1972, el intrase pe terenul principal îmbrăcat în costumul său de lână închisă la culoare și ordonase unei jucătoare californiene de 24 de ani să meargă la vestiar ca să-și schimbe rochia de joc, deoarece aceasta conținea sigla purpurie a unui producător de țigarete. În anul următor, comitetul de organizare de la Wimbledon i-a interzis prezența pe tabloul de concurs unui jucător iugoslav înalt de 1,83 m, după ce acesta renunțase să-și reprezinte țara în Cupa Davis, în favoarea unui

019

* În mai 1973, Nikola Pilic, cel mai bun jucător din Iugoslavia, a fost suspendat de federația națională pe o perioadă de 9 luni, după ce acesta a refuzat să participe la o întâlnire de Cupa Davis a țării sale contra reprezentativei Noii Zeelande. Pilic a preferat, în schimb, să onoreze o obligație contractuală cu unul dintre promotorii recent înființatului circuit ATP, jucând într-un turneu de dublu la Montreal. Suspendarea a fost apoi redusă la o lună, dar tot se suprapunea peste turneul de la Wimbledon. În semn de protest pentru neadmiterea lui Pilic, 81 de jucători afiliați ATP, în frunte cu Stan Smith, campionul en titre, au boicotat respectiva ediție. Alți 3 însă, între care și Ilie Năstase, au ignorat boicotul, fiind ulterior amendați de comisia de disciplină a ATP. (Notă Luminița Paul)

câștig mai mare în bani provenit din participarea la un nou turneu, cel de la Montréal.

Sătulă de toate aceste tracasări, Asociația Jucătorilor Profesioniști de Tenis ATP, un grup recent apărut și condus de americani care aveau prea puțin respect pentru tradiție, a anunțat o decizie uluitoare - un boicot al turneului de la Wimbledon. Deținătorul trofeului, Stan Smith, se afla printre cei 80 de jucători care s-au retras de la start. În locul unor vedete precum John Newcombe și Rod Laver, tabloul masculin de concurs a fost completat de jucători aflați în josul ierarhiei, de care auzise prea puțină lume. Titlul a fost câștigat de un ceh practic necunoscut, care a recunoscut că nu îi prea plăcea să joace pe iarbă. În câteva săptămâni, boicotul a dat roade. Autoritățile tenisului le-au dat dreptul jucătorilor să evolueze în orice turneu își doreau. Era un moment de cotitură, unul în care sportivii preluau puterea, și care avea să ducă la obținerea de venituri din televizare și sponsorizări, mare parte din acestea urmând să le intre chiar lor în conturi sub forma premiilor în bani.

În City-ul londonez, directorilor de echipe din ciclism li s-a spus că, dacă va fi cazul, ar putea organiza și ei același gen de lovitură împotriva doamnei Amaury. Aceasta ar fi lovit dur în imperiul financiar pe care socrul ei îl întemeiase cu mai bine de șase decenii înainte, în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, cu ajutorul domnilor aflați la doi pași, la Banca Angliei.

PARTEA I

**Ascensiunea și decăderea
unui „ticălos”: Turul Franței
în era presei tipărite**

1

Război

Rue du Bac, Paris, 1944



Într-o dimineață de vară, un biciclist singuratic se deplasa pe rue du Bac, trăgând după el un pachet într-o remorcă de lemn. Pachetul conținea 27 de milioane de franci (echivalentul de atunci a circa jumătate de milion de dolari), bine strânși în teancuri de bancnote. Omul a trecut de magazinele cu storurile trase. Doar câțiva negustori din această zonă a Parisului își păstraseră magazinele deschise, dar nici aceștia nu mai aveau ce oferi după patru ani îndelungați de ocupație germană; în decurs de doar o oră de la deschidere, brutarul local vânduse toată pâinea pe care reușise s-o coacă apelând la mica provizie de lemne cu care își încinsese cuptorul. În apropiere, un restaurant de pe aceeași stradă încercase să încalce regulile de raționalizare a hranei, dar era acum închis, după ce o inspecție guvernamentală arătase că în acel loc chelnerii serviseră carne de vită aprovizionată de pe piața neagră.

Cum petrolul fusese rechiziționat de germani pentru a-și sprijini efortul de război, numărul bicicletelor era mai mare decât al autovehiculelor pe bulevardele din Parisul aflat sub ocupație. Aerul era mai curat decât înainte de război și chiar puteai auzi păsări ciripind. Lumea apela la biciclete pentru a transporta lemne de foc, saci de cărbune sau chiar copii mici și părinți mai vârstnici. Uneori, biciclistul căra ziare în remorca sa, dar de această dată el transporta bani în numerar prin orașul