

Le Tour à la télé c'est plus qu'une image...

Pour rendre la course plus "pédagogique", ASO agrège l'image diffusée d'informations appréciée par le public. La nouveauté, cette année, c'est le « pixel tracking », développé par une société doubiennne, Norvotech. Un travail diffusé dans 190 pays.

Le « Pixel tracking », littéralement « le suivi des coureurs sur l'image » est LA grande nouveauté technologique de cette Grande Boucle. Les téléspectateurs ont pu la savourer sur les premières étapes, dans l'emballage final, lorsqu'un petit rond jaune étiqueté de l'identité du concurrent ciblé défile sur le petit écran. Idéal pour identifier les forces en présence.

Eh bien, cette prouesse technique est développée par un ingénieur informatique d'une société doubiennne, pour répondre à la volonté d'Amaury Sport Organisation (ASO) « d'être plus pédagogique à l'antenne

avec ce type de data tout en conservant le côté course et beauté des paysages », explique Guillaume Kleszcz, le responsable de la production et du service aux diffuseurs. « Notre intention est d'éditorialiser le signal à l'antenne en fournissant la bonne info au bon moment et que cela reste fluide pour la personne qui regarde la télé. »

« Une balise envoie chaque seconde leur position »

C'est-à-dire apporter à l'image traditionnelle un complément à base de précieuses données qui renseignent le téléspectateur sur l'écart entre l'échappée et le peloton, la vitesse instantanée, les noms des monuments du patrimoine, les animations 3D ou le dernier-né, le « pixel tracking », une idée lumineuse traduite en langage informatique (le « C# » pour les initiés), par la société à laquelle ont donné vie les frères Bourgon (Jean-Louis et Laurent) : Norvotech, en référence aux « roches de Norvaux », dans la côte qui sépare



Laurent Bourgon (Norvotech) et Jacques Dutron (Euromédia). Photo ER/Éric BARBIER

Cléron et Fertans, que tous les cyclistes locaux connaissent.

« Tous les coureurs du Tour de France sont équipés d'une balise, située sous leur selle qui envoie chaque seconde leur position. L'objectif est d'exploiter toutes ces données fournies par ces GPS pour en faire un signal

enrichi qu'ASO peut proposer à ses diffuseurs », développe Laurent Bourgon, qui a en fait transposé au vélo une technique qu'il utilisait en astronomie, sa passion, au moment de traquer les étoiles. Ces informations incrustées à l'écran ont rapidement trouvé leur public.

Et d'autres, encore top secrètes, sont déjà en gestation dans l'esprit de ces orfèvres de la production télévisuelle dont le travail en direct est observé par des millions de fans du Tour de France, diffusé dans 190 pays et sur une centaine de chaînes.

Éric BARBIER