

Tour de France

ANTUN KATALENIĆ

Pekel Severa Paris-Roubaix (Tour de France, Tour de France)
Azurna obala in St. Tropez (Tour de France, Tour de France)
Alpe in Pireneji (Tour de France, Tour de France)
Zadnja etapa: Elizejske poljane (Tour de France, Tour de France)

Galibier in Tourmalet (Tour de France, Tour de France)
Nad krmilom do vrha (Tour de France, Tour de France)
Pedaliranje v visoki prestavi (Tour de France, Tour de France)
Končni sprint na cilju (Tour de France, Tour de France)

Preluknjana guma na tlakovcih (Tour de France, Tour de France)
Hitro popravljen kolo (Tour de France, Tour de France)
Peloton je ponovno združen (Tour de France, Tour de France)
Tovariši in prijateljstvo (Tour de France, Tour de France)

Pesem *Tour de France* nemške skupine Kraftwerk s svojo repetitivnostjo in preprostim besedilom pooseblja največjo kolesarsko dirko na svetu; na videz dolgočasna tritedenska preizkušnja neprestanega vrtenja pedal, ki razen posameznih ciljev in občasne drame naključnega gledalca le stežka navdahne z razburljivostjo, ki jo ponujajo ostali, kontaktni, bolj dinamični športi. A kljub temu *Tour de France* že več kot stoletje navdušuje množice in velja za športni dogodek z največ gledalci. Tekmovanje, ki poteka po javnih cestah in ulicah, namreč omogoča sleherniku, da zastonj vidi največje zvezde športa od blizu, še milijoni pa dirko vsako poletje spremljajo prek televizije in spleta. Porast zanimanja doživlja *Tour de France* tudi v Sloveniji, seveda primarno zaradi lanskoletne zmage Tadeja Pogačarja in drugega mesta Primoža Rogliča v skupnem seštevku, del zaslug za popularizacijo cestnega kolesarstva pri nas pa imajo nedvomno tudi sodelavci na Radioteleviziji Slovenija, katerih prenosi

dirke po Franciji veljajo za najboljše športne prenose na nacionalni. Z glavnim komentatorjem Tomažem Kovšco smo se pogovarjali le nekaj dni pred začetkom tokratne, 108. edicije (*Tour de France, Tour de France*).

Dirke znotraj dirke

»Kolesarstvo je lahko dolgočasno predvsem za ljudi, ki ga res ne poznajo, torej za ljudi, ki dirke razumejo tako, kot da gre za tekmovanja, kjer od starta do cilja na polno vrtijo pedale, in kdor prvi pride skozi cilj, je zmagovalec. Resnica je bistveno drugačna. Jaz rad rečem, da je cestno kolesarstvo veliko bolj podobno šahovski partiji, toliko je neke taktike, toliko nekih igrice, toliko moraš varčevati z naboji, ki jih nato uporabljaš v pravih trenutkih ... skratka, ko to vse poznaš, je kar naenkrat kolesarstvo skrajno zanimivo, ker v vsaki potezi, v vsakem trenutku lahko začneš brati, kako se pripravlja razplet etape, plus to, da moderni prenosi ne prenašajo samo dogajanja na cesti, ampak tudi razglednice, turistične atrakcije in tako naprej.«

Na dirki po Franciji se glavni boj odvija za rumeno majico, ki jo nosi vodilni v skupnem seštevku, a to še zdaleč ni edina dirka, ki poteka v tem času. Poleg vsakodnevnih bitk za etapno zmago kolesarji tekmujejo za zeleno majico za najboljšega sprinterja, pikčasto majico za najboljšega hribolazca, belo majico za najboljšega mladega kolesarja in rdečo številko za »najbolj borbenega kolesarja«. Vsaka etapa ima vedno tudi vmesne cilje, ki prinašajo točke za razvrstitve v boju za vse te majice. Na obnašanje tekmovalcev poleg športnih motivov na neki način vpliva tudi vse izrazitejša prisotnost kamer. To je še najbolj vidno pri skupinah kolesarjev, ki med etapami poskusijo z begom, kar pomeni, da se ločijo od glavnine (t. i. pelotona) in tako poskusijo pobrati

točke na vmesnih ciljnih ter se boriti za etapno zmago. Da pri tem ni zanemarljiv učinek televizijskega prenosa, pritrjuje tudi Kovšca, saj izstopanje iz množice prinese tudi večjo izpostavljenost imena kolesarja, ekipe in – mogoče še pomembnejše – ekipnih sponzorjev:

»Seveda gre vsak kolesar v beg z mislijo, kaj pa če. Kaj pa če uspe, ker vsake toliko časa pobegi tudi uspejo. Na Touru še najmanj, ker je tako pomembna dirka in je preveč interesov, ampak tudi tam včasih – če je prava kombinacija, ki ustreza vsem – beg uspe. Se pravi, ne greš samo z mislijo, da se boš pokazal, ampak lahko zlasti kakšne manjše ekipe, ki ne morejo računati na etapne zmage, tako dobijo neko določeno izpostavljenost. Predvsem starejši znajo povedati, da je bilo včasih urejeno celo tako, da so bili tekmovalci plačani glede na to, koliko minut so dobili na zaslonu.«

Tehnični izziv

Kolesarski prenosi veljajo za tehnično izjemno zahtevne podvige. Tako kot v tekmovalnem smislu je Tour de France tudi v vseh ostalih aspektih vedno predstavljal avantgardo kolesarskih prenosov. Že leta 1948 so sploh prvič lahko gledalci v televizijskem prenosu spremljali cilj Toura na osrednjem pariškem stadionu, še danes pa ta dirka služi kot vodilo za vse ostale. Moderni prenosi Toura potekajo tako rekoč brez prekinitev slike in zvoka, ki so jih ljubitelji kolesarstva sicer vajeni. Kot pravi Kovšca, so zaradi izjemne kakovosti prenosov Toura gledalci postali bolj razvajeni in ne dojemajo zahtevnosti in vzrokov, zakaj denimo videz vsakoletne kolesarske dirke po Sloveniji preprosto ne more biti produkcijsko brezhiben. Podjetij, ki lahko sama izvedejo prenos tritedenskih kolesarskih dirk, je na svetu zelo malo, v kadrovskem, finančnem in produkcijskem smislu pa so Francozi razred pred vsemi, medtem ko je bila dirka po Sloveniji denimo letos šele tretjič v celoti prenašana v živo.

»Dirka po Sloveniji je koprodukcija med RTV Slovenija in nizozemsko produkcijsko hišo NEP, ki je specializirana za prenose kolesarskih dirk. Televizija Slovenija nima tehnike in se tudi ne bi izplačalo, da bi le za eno samo dirko kupovala tako drago tehniko, ki jo potrebuješ za prenos. Linki na motorju, helikopter z žiroskopsko kamero, letalo z linkom, ki sprejema to sliko, in tako naprej, tega seveda TV Slovenija nima; na dirki po Sloveniji je zato poskrbela samo za fiksne kamere na ciljnih etap in za končno obdelavo signala. Kar je NEP posnel premično med etapo, so torej pošiljali v naš režijski reportažni avto, od koder smo to sliko nato pošiljali naprej v svet.« V domeni RTV Slovenija so bili tako le zadnji kilometri etap, kjer so imeli

fiksne kamere na kabel, kot jih uporabljajo v siceršnjih športnih prenosih s stadionov in iz dvoran. NEP je poleg tehnologije s seboj pripeljal še snemalce, pa tudi voznike motorjev, ki morajo imeti posebne licence za to delo.

»Nekoliko drugače je bilo nekaj tednov pozneje, ko je potekalo državno prvenstvo na obali. RTV Slovenija ni imela nič pri tem, saj sta tam za prenos skrbela Kolesarska zveza Slovenije in Studio B; gre za Blaža Omana, ki je entuziast in šele razvija svojo produkcijo, tako da je šlo za nekoliko nižjo raven prenosa, kar je bilo tudi vidno na televiziji. Tak prenos je bil možen samo zato, ker je šlo za relativno kratek krog, tako da so lahko pokrili traso. Televizijska tehnika ni tako enostavna, kot si ljudje morda predstavljajo.«

»Če samo primerjava dirko po Sloveniji in pa Tour de France; na dirki po Sloveniji so bili trije motorji z linki, en helikopter in eno letalo. Na Touru je na cesti ves čas vsaj pet motorjev z linki plus rezerva, v zraku so v vsakem trenutku trije helikopterji in dva v rezervi na tleh, nato še en helikopter, ki leti malo višje in pobira te linke ter jih šele nato oddaja v letalo, od koder gre signal v reportažne avte, tako da je vmes čim manj ovir. Če prenašaš sliko z linki, mora biti med njimi vzpostavljeno vidno polje, torej vsaka ovira, hrib, most, drevje, vse lahko prekine signal. Zato je tu potrebno letalo na 10.000 metrov višine, tako da vidiš v vsako dolino.«

Čas sprememb

V kakšno smer se bodo razvijali prenosi kolesarskih dirk? Pogled v prihodnost po kapljicah že dobivamo z občasno poskusno rabo dronov, ki bi lahko sčasoma nadomestili helikopterje, pravi Kovšca. »Helikopterji namreč včasih kar motijo kolesarje in gledalce, če se preveč približajo tlom. Organizatorji dirk sicer poskušajo z živimi kamerami na kolesih, ampak to se ni ravno prijelo in jih zelo redko uporabljajo, saj zaradi zornega kota in gneče, ki po navadi vlada, to ni ravno idealno za prenos. Tako da bodo prihodnost droni, ki se bodo lahko tudi bistveno bolj približali pelotonu kot helikopterji zdaj.«

Kolesarstvo med športi izstopa predvsem po dolžini in prostoru, ki ga zaseda v programski shemi. Če za najpri- ljubljenejše ekipne športe velja meja dobrih dveh ur kot še sprejemljiva, da ohranja pozornost gledalca, za kolesarstvo ni takšne zgornje meje. Etapa v celoti lahko traja tudi več kot pet ur, kar kolesarstvo uvršča v kategorijo, kjer so le še športi kot tenis ali kriket. Pri slednjih vodilne organizacije in vodilne osebe v športu poskušajo na inovativne načine skrajšati in narediti dogajanje bolj zanimivo. Pri kolesarstvu

je prostora za reforme manj, ampak zaradi tega ni potisk v tej smeri nič šibkejši.

»Na Vuelti, dirki po Španiji, so prvi začeli s kratkimi etapami in z njihovimi razburljivimi zaključki, ki se namesto klasičnega ravninskega sprinta vse večkrat končajo s kratkim klancem. Ker je bil odziv gledalcev odličen, zdaj temu sledijo praktično vsi, tudi dirka po Sloveniji. Na Touru so v povprečju tudi veliko krajše etape kot včasih, tudi profili so bili v zadnjih letih kar netradicionalni, letos mogoče ne toliko. Včasih so etape trajale tudi po osem ur, ampak sedanje krajše in intenzivnejše trase pomenijo tudi več pritiska za kolesarje. Leta 2018 so na Touru poskušali tudi z ultra kratko etapo v dolžini 65 kilometrov, ko so se celo postavili v vrste na startu kot na motoristični dirki, kakor da bi to kaj spremenilo. Skratka, poskušajo vedno nekaj novega.«

Tako v športnem kot tržnem smislu je ključni del dirke sama trasa, javnosti mogoče slabše znano dejstvo pa je, da obisk kolesarjev, posebej starta in cilja, ni zastoj. Višje ko je rangirana dirka, dražje so gostiteljske pravice, tega pravila pa se držijo tudi organizatorji dirke po Sloveniji, za izvedbo katere skrbi novomeški kolesarski klub Adria Mobil (zato je tudi tradicionalni cilj dirke v Novem mestu). Poizvedovanja in ponudbe za gostovanja etap se lahko zbirajo tudi po več let vnaprej, šele nato pa je na organizatorjih, da vse skupaj spravijo v logično celoto. Prav zaradi nezanimanja lokalnih gorenjskih oblasti na dirki po Sloveniji že od leta 2013 izostaja tradicionalna kraljevska etapa z vzponom na Vršič. Ob vsem tem je treba seveda poudariti, da so zneski v Sloveniji neprimerljivo nižji v primerjavi s tistimi v tujini, kjer za start prve etape (t. i. Grand Départ) mesta in občine organizatorjem Toura nakažejo tudi do deset milijonov evrov.

Letos so slovenski ljubitelji kolesarstva po dolgem času lahko tudi na tej strani meje uživali v obisku Gira d'Italia, organizatorji te druge največje kolesarske dirke na svetu pa tudi sicer veljajo za bolj izvirne, ko pride do trženja etap v tujini. To dejavnost so verjetno pripeljali do maksimuma, ali če hočete maksimalnega absurda, ko so leta 2018 prve tri etape izvedli kar v Izraelu, *Grande Partenza* v boju za roza majico pa se je odvil v Jeruzalemu, zato je pojem *pinkwashing* za vsaj tri dni dobil nov, a nič manj obremenilen pomen.

Turistični in oglaševalski kakor tudi v tem primeru politični potencial globalnega prenosa pomeni, da se trasi dirke aktivno posveča veliko pozornosti pri režiserjih prenosov. Tudi tukaj je Tour de France tako rekoč svet zase, kot pojasni Tomaž Kovšca:

»Jaz pred vsako dirko po Franciji dobim približno 500 strani debelo knjigo, kjer je kilometer po kilometer napisano, skozi katero vas se bodo kolesarji peljali, kateri grad bodo v prenosu pokazali ipd. Z nečim podobnim so začeli tudi z dirko po Sloveniji, ampak ostaja dejstvo, da je za komentatorja morda celo lažje prenašati dirko po Franciji kot dirko po Sloveniji, kjer javnost pričakuje, da poznaš vsak kotichek države.«

Televizijske pravice

Da bi bili vsi kotichek čim bolj prepoznavni tudi globalno, je z zajetno investicijo poskrbela Slovenska turistična organizacija, ki je sklenila pogodbo z Eurosportom, da ta prenaša dirko po Sloveniji v zameno za zakup oglaševalskega prostora, saj v hudi konkurenci dirka po Sloveniji še vedno ni dovolj tržno zanimiva, pojasnjuje Kovšca. Televizijske pravice za dirko imajo v klubu Adria Mobil, pri teh pa Kovšca opozarja na izjemno inflacijo v vrednosti, sploh v primeru Gira d'Italia, zaradi česar se postavlja pod vprašaj zmožnost javne televizije, da bi velike dirke v prihodnje sploh lahko še prenašala.

Nekoliko drugače je s Tourom, pojasnjuje Kovšca, saj »ta načrtno deluje kot ljudska dirka. Organizatorji dirke po Franciji namerno dajejo pravice Evroviziji, torej združenju javnih radiotelevizij, zato imajo te možnost prednostnega odkupa. To je filozofija, da je Tour dostopen vsem – vsi lahko gledamo, vsi lahko uživamo.« ■