

Hors de la talenquère

« La Cazérienne », le magazine de la Fédération, a fait sa révolution

SYLVAIN LAPIQUE
dax@sudouest.fr

Comme souvent en Gascogne, tout a commencé par un bon repas. C'était il y a un peu plus d'un an. Autour de la table, une vingtaine de convives, rassemblés par le président de la Fédération française de la course landaise, Franck Serve. Ce petit monde ne se connaît pas vraiment mais est réuni autour d'un objectif commun : succéder à Bruno Cazalis, qui portait depuis trente ans à bout de bras le titre référent de la course landaise, « La Cazérienne ». « Lors de ce repas, chacun a fait part de ses idées, de ses envies, de ses souhaits », raconte Patrice Larrosa, le nouveau rédacteur en chef. Il y avait des gens très différents : quelques jeunes, un tiers de femmes environ, tous les milieux socioprofessionnels et des centres d'intérêt très divers. « Il y a des personnes proches de la Fédération et d'autres qui n'en sont ni membres ni proches, ni même forcément coursayres assidus, renchérit Fabrice Lafourcade, l'un des contributeurs les plus prolifiques. Ce groupe d'éléments extérieurs amène un regard nouveau et de nouveaux angles sur la discipline. »

Visibilité

Pour preuve, un an plus tard, le magazine a totalement changé : des reportages dans les coulisses, des portraits des vedettes, mais aussi des discrets « hommes en blanc », des mères d'écarteurs, des chefs d'harmonie, des arbitres, des éleveurs, des articles historiques et même une rubrique en gascon dans le texte. Le tout agrémenté de nombreuses photos de Cyrille Vidal, Jean-Claude Dupouy ou Mélanie Bréthous, et mis en page de main de maître par Thierry Dupéré, déjà aux manettes de « Landes Basket magazine ».

En un an, l'austère « Cazérienne » a fait sa mue pour devenir un véritable magazine culturel autour de la taumachie landaise. « Le but était d'ouvrir le titre, et donc la discipline, à un nouveau public, de dépassionner et de démystifier, en par-



Patrice Larrosa, Francis Poustis et Fabrice Lafourcade sont les fers de lance de la nouvelle formule du magazine « La Cazérienne ». PHOTO PHILIPPE SALVAT

lant plus d'émotion que de compétition, et surtout de faire œuvre de pédagogie vis-à-vis des gens qui ont des a priori », poursuit le Saint-Séverin Francis Poustis, lui aussi nouveau contributeur.

Car la refonte de « La Cazérienne » intervient à un moment charnière pour la course landaise, qui se trouve à la croisée des chemins. « Elle vit dans l'ombre de la corrida et nous voulons lui redonner la place qu'elle mérite, car c'est une grande et vraie taumachie, pas assez reconnue, insiste Patrice Larrosa. Il y a trop de méconnaissance et d'amalgames. » Pour tordre le cou aux idées reçues, l'équipe de « La Cazérienne » entend éditer des flyers pédagogiques pour le public des

arènes, sur la côte comme à l'intérieur des terres, mais aussi rédiger des dossiers pour la presse et les décideurs politiques, qui ont souvent tendance à mettre toutes les taumachies dans le même sac.

Retours positifs

L'équipe éditoriale a également lancé une page Facebook, animée par David Laplace, qui a attiré près d'un millier d'abonnés en quelques mois. « Dans un supplément paru l'été dernier, "L'Équipe magazine" a consacré huit pages magnifiques au recorte (discipline d'écart et de sauts en pleine ascension en Espagne). Ce n'est pas normal qu'ils délaissent la course landaise qui est antérieure, tout aussi spectaculaire et très populaire, avec près de 250 000 spectateurs cumulés chaque année », poursuit Francis Poustis, qui pointe également un potentiel économique selon lui inexploité. « La course landaise porte les valeurs humaines de notre région : le courage, le pana-

che, l'esprit de la fête. Des valeurs qui se marieraient très bien avec des marques. Or, sans doute par manque de communication, le monde de l'entreprise n'a pas encore saisi cette opportunité. « La Cazérienne » doit aussi porter ce message. »

Le titre, jusqu'alors distribué uniquement par abonnement, a fait son entrée dans les kiosques au mois de février, aussi bien dans les Landes que les Pyrénées-Atlantiques. Il tire à 3 400 exemplaires tous les deux mois et se vend 6 euros. « Les retours des lecteurs quant à la nouvelle formule sont très positifs, apprécie Patrice Larrosa. Y compris de la part des anciens, qu'on avait un peu peur de brusquer en changeant leurs habitudes. » Une vraie satisfaction pour le cercle de journalistes amateurs et, de surcroît, bénévoles. « On se paye en sympathie et en amitié », sourit Patrice Larrosa. Et aussi en bons repas.