

ET MOI...

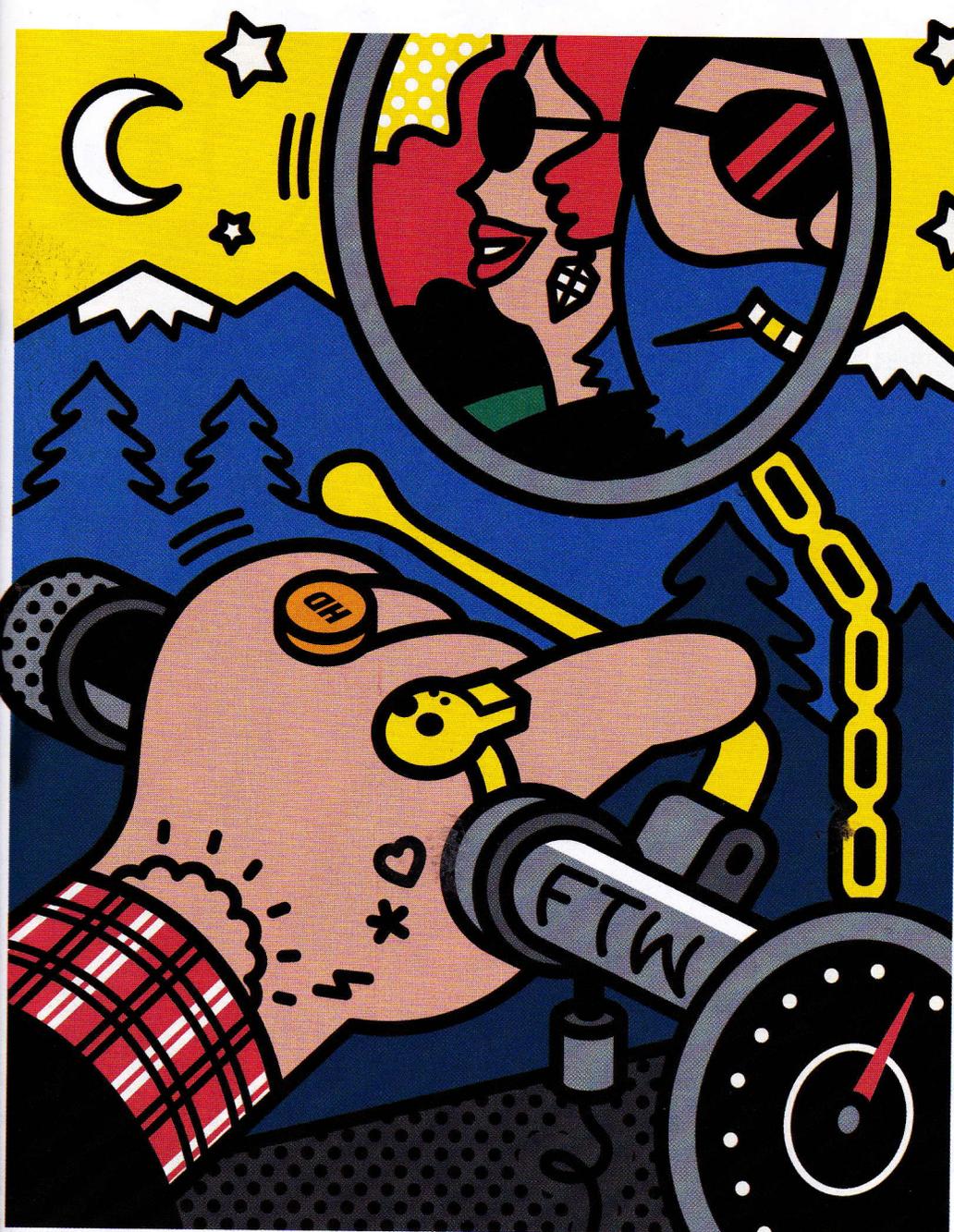
22 AVRIL 2016



Par Eric Delon

Illustrations: Rami Niemi

Le week-end prochain, à Grimaud dans le Var, près de 15 000 fans vont se retrouver pour fêter ces motos de légende. Une passion qui gagne les cadres supérieurs et la génération des quadras.



Début mars, un vendredi matin ensoleillé, sur le parking de la concession Harley-Davidson de Ballainvilliers dans l'Essonne, au sud de Paris. Un bruit pétaradant annonce Gérard Staedelin, 50 ans. Le directeur général France de la marque se gare, descend de son impressionnant engin, enlève son casque et sourit, fier de son « joujou ». *« J'en ai cinq autres dans mon garage dont trois Harley. J'utilise celle qui me parle le plus en fonction de là où la route doit me mener »*, déclare-t-il, lyrique. Entré chez Harley Davidson en 1998 avec pour mission de développer la marque en Europe et au Proche-Orient, ce mordu de grosses cylindrées a pris les rênes de la filiale française en 2008. *« Harley Davidson France n'a été créée qu'en 1996. À l'époque, nous ne vendions que 1500 modèles par an dans l'Hexagone. Aujourd'hui, nous en vendons entre 8 000 et 8 500. Sur le segment des plus de 601 cm³, nous étions quatrième en 2015 avec 10,3% du marché et la France est le cinquième marché mondial pour la marque »*, souligne-t-il fièrement.

Derrière les chiffres, cependant, il y a plus que la seule compétence du manager ! La « folie » Harley a gagné un nombre toujours croissant d'aficionados. Historiquement incarné en France par Johnny Halliday, fan depuis des décennies, puis par les chanteurs Renaud et Florent Pagny, la marque mythique a, ces vingt dernières années, conquis de nouveaux pilotes dans le monde des affaires, du cinéma, des médias... Le comédien Philippe Lellouche, le journaliste Samuel Etienne (nouvel animateur de « Questions pour un champion »), Frédéric Anton, le chef multi-étoilé du prestigieux *Pré Catelan* à Paris, ou encore Jean-Paul Chifflet, l'ancien directeur général du Crédit Agricole, n'hésitent pas à afficher leur amour immodéré pour cette marque plus que centenaire, née en 1903 dans une cabine en bois de Milwaukee. Deux camarades d'université, William Harley (21 ans) et Arthur Davidson (20 ans), lassés de peiner à vélo sur les routes du très rural État du Wisconsin, y avaient conçu sans le savoir un engin qui allait bouleverser



LES GRANDS RASSEMBLEMENTS

États-Unis

Le Sturgis Motorcycle Rally (août)
à Sturgis (Dakota du Sud) depuis 1938 :
500 000 participants.

Le Daytona Beach Bike Week (de fin février
à début mars) à Daytona Beach (Floride) :
500 000 participants.

Autriche

Le European Bike Week (septembre)
à Faaker See (Autriche) : 100 000 participants.

France

Le Harley Davidson Euro Festival (mai)
à Grimaud (Var) : 15 000 participants.

Le Ride To Live (septembre) à Evreux (Eure) :
8 000 participants.

L'Opale Shore Ride (septembre) à Hardelot-Plage
(Pas-de-Calais) : 5 000 participants.

le mode de vie de plusieurs générations. Ironie de l'histoire, alors que les jeunes inventeurs souhaitaient créer la moto la moins bruyante possible, c'est le son reconnaissable entre tous de son moteur que vénèrent aujourd'hui entre les amoureux de la marque. Le V-Twin, ainsi nommé en raison de sa forme en V ouvert à 45°, a en effet contribué au succès planétaire de Harley-Davidson.

Vice-président de la SSII Atos International, en charge du développement de la stratégie et du business, François de Guyenro, 52 ans, s'est offert sa première Harley en 2001, après avoir auparavant plébiscité des modèles japonais et anglais. Il y a deux ans, avec son épouse, il a sillonné la mythique route 66, de Chicago à Los Angeles, sur une HD Electra Glide Ultra, considérée par les experts comme la quintessence de la « routière » de luxe : Saint Louis, Oklahoma City, Santa Fe, le Grand Canyon, Las Vegas... « *L'aventure a duré quinze jours, ce fut fantastique. Nous avons délibérément choisi de ne pas nous équiper de GPS afin de nous retrouver au maximum en mode pionnier : préparation du parcours la veille au soir, lecture des cartes et des guides pendant le trajet, interactions avec les motards et les habitants. Nous nous sommes immergés dans l'esprit Harley* », explique-t-il avec une pointe de nostalgie. Chaque week-end, avec ses amis du Club Moto qu'il a constitué dans le sud du Vexin, il effectue de longues balades dans la Somme, le Morvan ou la Normandie. Coach et consultant, Frédéric Rey-Millet, 52 ans, a également sacrifié au rituel du « road trip US »,

il y a deux ans, avec trois amis managers. Au programme : le tour de la Floride (Key West, les Everglades...). « *Malgré une chute en début de parcours, l'expérience a été largement à la hauteur du fantasme* », sourit ce Parisien natif de Haute-Savoie qui aime se définir comme un « *quinqua qui conduit sa Harley en costume Cerruti la semaine et en jean blouson Schott le week-end* ». À l'instar de certains de ses amis motards, Frédéric Rey-Millet estime qu'il n'est sans doute pas anodin que le mythe Harley, habilement calqué sur le modèle américain de la liberté sous toutes ses formes, séduise autant les cadres et les entrepreneurs. « *J'y vois comme une métaphore de l'entrepreneur, rebelle, innovant, forcément disruptif, attiré par les grands espaces* ».

DE TOUS LES HORIZONS

Selon Harley-Davidson France, l'acheteur moyen d'une cylindrée Harley a aujourd'hui 46 ans. « *Nous étions plus proche de 50, il y a dix ans* », analyse Gérard Staedelin, qui reconnaît que s'il existe une grande diversité sociale parmi les acheteurs de Harley – dont l'éventail de prix s'étend de 8 000 à 40 000 euros –, on retrouve quand même un nombre substantiel d'entrepreneurs, de cadres ou de professions libérales. « *On achète souvent sa première Harley après 40 ans, lorsqu'on est installé dans la vie. Même si la plupart des acheteurs sont des mordus, il y a un aspect statutaire indéniable* », reconnaît Jean-Pierre Théodore, rédacteur en chef de *Moto Magazine*, qui roule lui-même

en Harley. Pour assurer sa pérennité économique et conserver une image qu'elle souhaite toujours « *branchée et rebelle* », la marque s'est employée ces dernières années à rajeunir sa clientèle en Europe et dans les pays émergents, en proposant des modèles d'entrée de gamme comme la famille Sportster ou la 750 Street à 7 950 euros.

Si certains « *bikers* » Harley n'aiment rien tant que de dévorer seul des kilomètres, la plupart privilégient, à l'instar d'autres marques célèbres (Dugati, Triumph), la dimension communautaire de leur passion. « *Harley Davidson est sans doute la marque de moto qui a su gérer au mieux cet esprit collectif, de tribu, de clan* », poursuit Jean-Pierre Théodore. Fondé en 1983, le Harley Owners Group (HOG) – 1 million de membres



Johnny sur la route 66.



à travers le monde – est rattaché à chacune des concessions, à travers un «Chapter» local. Ses adhérents se voient proposer des sorties organisées qui sont autant d'occasions de se retrouver, rouler et échanger sur les derniers accessoires (pléthoriques!) ou les vêtements siglés de la marque. À Ballainvilliers, le Chapter adossé à la concession compte 180 membres, «dont 30 femmes», précise sa directrice Sabrina Lebreton, «ancienne experte-comptable depuis quatre ans». «L'âge s'échelonne de 23 à 70 ans, avec une forte diversité sociale. Beaucoup d'entre eux me confient que la communauté Harley fait figure de deuxième famille tant les liens avec la marque sont puissants. Avec notre page Facebook, nous avons créé un véritable réseau social», confie-t-elle.

Consultant en réseaux sociaux, Vincent Berthelot, qui s'est payé il y a deux ans une rutilante Harley Street Bob, a rejoint il y a quelques années la communauté des bikers France Street Bob... dont la particularité est de rouler précisément avec ce modèle. Chaque week-end, il s'offre de vastes excursions en région parisienne avec ses compères motards dont il narre les épisodes dans son blog desbiellesdanslatete.com. «Nous sommes tous pris dans des vies professionnelles de fou, ces instants sont l'occasion de vrais moments

HARLEY, LE SON ET L'IMAGE

La chanson : Harley Davidson, 1967 1

«Je n'ai besoin de personne en Harley Davidson...» La célèbre ritournelle fièrement entonnée par B. B., considérée comme la plus belle femme du monde à l'époque, a été écrite en une nuit par Serge Gainsbourg, son pygmalion d'alors. Dans la chanson, la sulfureuse blonde Brigitte Bardot évoque sans tabou les sensations que lui procure le mythique engin : «Il me monte des désirs dans le creux de mes reins».

Le film : Easy Rider, 1969 2

Deux marginaux d'Hollywood, Billy et Wyatt «Captain America» Earp – interprétés par Denis Hooper et Peter Fonda –, sillonnent sans but les routes de l'Amérique profonde, au guidon de leur chopper, des Harley customisées. Ce road-movie emblématique de la génération hippie dans les années 60-70 est vite devenu culte, contribuant à relancer l'odyssée motarde et forger le mythe du «Ride to live, Live to Ride.»

La série : Sons of Anarchy, 2008 3

Créée par le scénariste Kurt Sutter (producteur de la série «The Shield»), Sons of Anarchy est diffusée de 2008 à 2014 aux Etats-Unis et au Canada, puis sur M6 en France. Dans une ville fictive californienne, une lutte de territoires entre dealers et trafiquants d'armes vient perturber les affaires d'un club de bikers, tous possesseurs d'une Harley, le Sons Of Anarchy Motorcycle Club Redwood.

de lâcher-prise. Lors de ces rassemblements nous nous inscrivons dans le partage, entre mecs, même s'il y a quelques femmes. Nous ne nous préoccupons pas de nos statuts sociaux respectifs», plaide-t-il.

UNE COMMUNAUTÉ EN FÊTE

Dans une semaine (du 28 avril au 1^{er} mai) à Grimaud dans le Var, se tiendra le dixième Euro Festival Harley organisé par le HOG – l'un des événements européens majeurs de la communauté. Concerts, parades, vente d'accessoires, concours de customisation, fêtes en tous genres... un rendez-vous que ne raterait pour rien au monde Lucien Bertotti. A 50 ans, le directeur associé de l'agence de communication ComDRP arbore sans complexe les attributs de Harley: bague, montre, sac à dos... «*Même dans mon activité professionnelle, je ne cache pas mon attachement viscéral à la marque qui reflète un style de vie qui me plaît et que j'assume. C'est une façon pour moi de composer avec mon embourgeoisement*», plaisante-t-il.

Si certains amateurs de Harley utilisent volontiers un scooter pendant la semaine pour se rendre sur leur lieu de travail et se contentent de

sortir leur moto le week-end, d'autres n'envisagent pas une seule seconde de s'en passer ne serait-ce qu'une journée. À l'image d'Alexandre Bruère (44 ans) et Frank Leroux (48 ans) directeurs associés de #By Agency, un groupe de communication Santé basé à deux pas de la place de l'Opéra, à Paris. «*Il est inconcevable que nous ne roulions pas avec nos petits bijoux tous les jours. Le rapport physique, sensoriel, que nous entretenons avec nos machines est indicible. Nous nous garons devant le bureau. Les gens sont impressionnés, bienveillants, ils viennent nous poser des questions. Nous n'avons eu à déplorer, jusqu'à présent, aucune dégradation.*» Même besoin viscéral d'enfourcher son bolide, un Sportster 883, chez Olivier Arriat (40 ans), directeur commercial d'une entreprise de formation. Qu'il vente ou qu'il neige, il effectue, tous les jours, les 30 km aller-retour entre son domicile dans les Yvelines, dans l'ouest parisien, et le IX^e arrondissement. «*C'est un sas de décompression fondamental pour moi entre les sphères privée et professionnelle. Cela me permet également de penser à d'autres choses, de m'évader, même si bien évidemment je dois me montrer particulièrement vigilant en termes de sécurité.*»

Si une image masculine, voire virile, est largement associée à l'univers des motards, Harley Davidson a entrepris depuis quelques années de séduire les femmes, avec des modèles plus adaptés. Spécialiste des réseaux sociaux dans une agence parisienne, Alice Peuple, 33 ans, s'est offert en début d'année le très puissant et robuste Street Bob spécial 1700 cm² après avoir roulé, pendant deux ans sur un modèle moins «véloce». Fille de parents fans de Harley, elle n'a pu «résister à la tentation». Même si chaque année, elle part sillonner seule une semaine les routes d'Europe, elle aime particulièrement retrouver ses copines motardes le week-end pour rouler ou sortir au restaurant. «*J'ai créé le blog achickonabike.wordpress.com pour partager ma passion. Dans mon groupe, je suis la Fille à la Harley car certaines de mes copines roulent sur d'autres modèles. La génération de mes parents était davantage tournée vers la communauté Harley. La mienne est sans doute plus œcuménique!*» Côté «gros cubes», il en faut bien évidemment pour tous les goûts. ●

Plus d'infos sur www.lesechos.fr/we

