



CYCLISME : 7 raisons pour lesquelles le vélo est le nouveau golf

Pour comprendre notre volonté de créer un club d'entrepreneurs autour du vélo, il faut comprendre que sport et entrepreneuriat sont 2 mondes qui se rapprochent tous les jours un peu plus.

Intégrer le sport à un réseau professionnel est un levier pour connecter les gens entre eux. Le sport et le dépassement de soi sont très liés au monde de l'entrepreneuriat.

Les entrepreneurs sont comme des sportifs

souhaitant atteindre leurs objectifs.

□□

Le vélo est un sport fédérateur qui convient à tout le monde, hommes et femmes de toutes les tranches d'âges. Le vélo est également un moyen de transport qui permet de voyager, de s'évader, de se recentrer et de prendre du recul pour des entrepreneurs très pris par leur travail. Le fait de pouvoir échanger avec des pairs dans un contexte informel est également un moyen de mettre à l'aise et de faciliter les échanges entre entrepreneurs.

□

Voilà ce qui place le vélo en sport numéro 1 chez les entrepreneurs. □

D'où la création de [Cycle & Connect](#), le club des entrepreneurs passionnés de vélo. Mais il y'a également beaucoup d'autres raisons dans le renouveau de ce sport.

Dans la roue des hipsters, qui ont donné un coup de jeune à la petite reine, patrons, cadres sup et start-upers se prennent de passion pour le vélo. Plus qu'une mode, c'est une nouvelle culture et un nouveau nouveau moyen de networker entre pairs.

Depuis une poignée d'années, les citadins CSP+ sont de plus en plus nombreux à se retrouver tôt le samedi et le dimanche matin pour s'élancer sur l'asphalte.

✘

Il y avait le vélo des pros. Le vélo populo.

Il y a maintenant le vélo des entrepreneurs.

□

1 Le vélo est le sport des entrepreneurs !

□

En danseuse sur des bicyclettes de plus en plus chères, équipés de vêtements de plus en plus tendance, ils

s'entraînent en tournant autour de l'hippodrome de Longchamp, partent à l'assaut de la vallée de Chevreuse ou à la conquête de mythiques cols des Alpes ou du cap Nègre.

À l'heure où les fêtards font encore la grasse mat', des pelotons de patrons, d'avocats, de banquiers, de communicants ou de start-uppeurs, nouveaux amoureux de la petite reine, mangent des kilomètres.

« **Bike is the new golf** », note **Geoffroy Roux de Bézieux**, serial entrepreneur, poids lourd du Medef et cycliste accompli.

À l'époque de François Mitterrand, on disait que pour réussir dans les affaires, il fallait soit fumer le cigare, soit taquiner la petite balle blanche...

Aujourd'hui, l'heure est au «**social biking**» et aux «**gentlemen riders**».

Il y a les entrepreneurs qui roulent seuls, ceux qui se lancent en petit comité ... Et qui sur les routes, doublent ou se font doubler par des pelotons de cadres sup qu'ils dirigent le reste de la semaine...



2. Le marché est en forte croissance, à la mode et pratiqué par toutes les tranches d'âges



Dans les pays anglo-saxons, précurseurs en la matière, les chiffres parlent d'eux-mêmes. La Fédération britannique de golf a perdu des milliers de membres pendant que la fédération cycliste voyait ses rangs grossir à vitesse grand V. De ce côté de la Manche, la Fédération française de cyclisme a vu le nombre de ses licenciés bondir de près de 20% depuis le début

de la décennie et le marché du cycle n'arrête pas de grimper. Il a encore progressé de 5% en 2016 et devrait bientôt dépasser la barre du milliard d'euros. Non seulement il se vend bien plus de vélos que de voitures dans l'Hexagone (3 millions contre 2 millions en 2016), mais en plus le prix moyen de ces deux-roues non motorisés ne cesse de flamber. Il dépasse désormais les 1200 euros pour les vélos de course.

□

3. Le Vélo est un sport porté, c'est à dire non traumatisant et accessible à tous

□

Si le vélo attire comme un aimant, ce n'est pas par hasard. « J'ai toujours fait beaucoup de sport, mais depuis quatre-cinq ans, l'âge commençant à venir, j'ai dû réduire la voilure. Un peu moins de boxe, un peu moins de course... et quand je jouais au tennis, il fallait taper un peu moins fort. Le vélo, ça ne m'avait jamais inspiré. J'avais l'image d'un truc pas très intéressant, où on souffre sans plaisir. Un copain m'a dit d'essayer, que c'était comme un sport de glisse. Et il m'a converti. J'ai fait trois tours à Longchamp et depuis je n'ai plus mis pied à terre », confie **Marc Simoncini**.

□

Pour la population qui vieillit et souhaite rester active et en forme, le vélo est une aubaine, parfois même une nouvelle religion, car il s'agit d'un sport porté, donc non traumatisant pour les articulations. « *Les marathoniens d'aujourd'hui sont les cyclistes de demain* », parie Frédéric Saint-Étienne, chez Garmin, spécialiste des montres et capteurs GPS pour sportifs. « *Le vélo, ça donne l'illusion de ne pas vieillir et ça permet de rester jeune dans sa tête* », sourit le lobbyiste le plus en vue de Paris, **Paul Boury**.

□□

4. Le vélo est pratiqué par des personnalités du business

□

« *J'ai toujours été cycliste mais je l'étais moins avant. Je courais et je faisais un peu de vélo. Aujourd'hui, je cours moins mais je roule plus. En vieillissant, j'ai inversé* » , explique **Patrick Sayer**, le président du directoire de la société d'investissement Eurazeo. □

□

« *Le vélo, c'est un vrai sport. L'effort est réel. Il y a de l'engagement et l'avantage c'est qu'il y a quand même une dimension conviviale, plus difficile à trouver dans la course à pied. En vélo, on roule en peloton. On peut discuter.* »

□

Alors que, les marathoniens vous le diront, quand on court on est rapidement seul et pas possible de dire un mot à son voisin...

« Dans le monde des start-up, c'est soit kitesurf, soit vélo », s'amuse Olivier Mathiot, patron de PriceMinister.

Enfant, il faisait du vélo avec son père et son frère dans la région de Grenoble ; maintenant, il roule le week-end avec la French Tech en région parisienne.

□

5. Le vélo est un outil de cohésion dans l'entreprise

À force de pédaler le week-end avec leurs amis, certains ont fini par importer une culture vélo au sein de leur entreprise. Ronan Le Moal, le directeur général du Crédit Mutuel Arkéa, aurait pu devenir cycliste pro, mais, en sortant d'HEC, il a opté pour une carrière dans la banque.

Sans jamais renoncer à pédaler ni à convertir ceux qui l'entourent. Lui qui consacre encore entre sept et neuf heures au vélo par semaine et qui parcourt 6500 à 7000 kilomètres par an en a fait une hygiène de vie.

« Ma performance au travail en dépend. Ça ne me fatigue pas. Ça me permet de décanter », analyse le banquier, qui y voit d'autres vertus : *« Sur un vélo, il y a toujours plus fort que soi. On apprend à se dépasser, on apprend la notion d'effort, mais on apprend aussi à perdre. »*

Et c'est sans doute pour cela qu'il a construit au sein du Crédit Mutuel Arkéa une équipe de dix cyclistes, hommes et femmes, qui roulent ensemble et s'alignent sur des courses. *« Quand on est sur une selle, il n'y a plus de DG ou de directeur des études. Faut juste appuyer sur les pédales »,* prend-il soin de préciser.

□

Antoine Flamarion, le fondateur de Tikehau Capital, géant français de la gestion financière, a lui aussi fait, presque par hasard, du vélo un outil de cohésion. *« Ne dites pas que je suis hypersportif... J'ai été dispensé de gym au bac. Je me suis mis au sport de façon intense sur le tard. Je faisais de la natation et du ski et il y a trois ans, pour ses 40 ans, Mathieu, mon associé, m'a dit qu'on allait faire le mont Ventoux. je n'avais jamais fait de vélo, je m'y suis mis trois mois avant. À la première reconnaissance, j'ai cru que j'allais mourir »,* se souvient cet ancien de Merrill Lynch et de Goldman Sachs. Depuis, le virus du vélo a contaminé le financier. Il ne pédale pas chaque semaine, mais tous les ans, c'est la tradition, début juin, il part avec ses équipes, ses clients, ses partenaires et ses investisseurs pour faire l'ascension du Ventoux.

□

« Au début, on était une vingtaine, cette année on sera une

cinquantaire. C'est vraiment dur. Mais, après, on se fait une énorme bouffe. C'est ludique et convivial. Ça crée une forme d'émulation positive. Et je crois qu'il y en a certains qui apprécient de pouvoir foutre une branlée au patron », s'amuse-t-il.

□

□6. Un marché très prometteur et en plein renouveau

□

Longtemps réservé aux pros, le cyclisme a changé. « *Les hipsters ont fait beaucoup de bien* », remarque **Patrick Bénévent**, qui dirige L'Échappée Belle, sorte de colette au service du cycliste, à deux pas de la mairie d'Asnières. « **Le fixie** a rendu le vélo à nouveau tendance. Cela a apporté une forme de fraîcheur. On a pu draguer sur une selle. Cela a montré que le vélo n'était pas forcément une souffrance. Et qu'on n'avait pas besoin de porter des vêtements moches. Dans un monde du vélo qui était dominé par les clubs, ça a fait naître un autre sentiment de communauté », explique cet ancien cadre de Peugeot qui a quitté le constructeur automobile pour ouvrir sa boutique l'été dernier, bien décidé à prouver que le plaisir du vélo pouvait être partagé par tous.

Pas aveugles, les industriels ont bien vu tout le potentiel qu'ils pouvaient tirer de ce nouvel appétit.

Habits, cycles, gadgets, voyages... nombreuses sont les entreprises qui veulent séduire les néocyclistes.

Symbole de cette nouvelle tendance, Rapha, né en 2004 à Londres, s'est imposé comme l'équipementier chic et ultratendance en partant d'une idée simple : « *Ce n'est pas parce qu'on pédale qu'on doit avoir l'air d'un clown.* »

En mariant mode, confort et technicité, ce groupe parti de rien a réalisé l'an dernier 63 millions de livres de chiffre d'affaires, en progression de 30%, à coups de cuissards et de maillots au design léché, souvent proposés à bien plus de 100 euros pièce.



«*Les gens qui vont skier sont prêts à investir dans des vêtements de ski à la fois beaux et confortables. La même chose est en train de se passer pour le cyclisme* », confirme **Guillaume de La Hosseraye**. Après avoir repris le Club Paris-Deauville, il vient d'ouvrir à Paris Kilomètre 0, une boutique, derrière l'avenue de la Grande Armée, qui se veut le paradis de tous les cyclistes. Elle a été financée par des pratiquants comme **Patrick Sayer**, **Geoffroy Roux de Bézieux** ou d'autres. « *Il me fallait un peloton d'investisseurs. Je me suis tourné vers les chefs d'entreprise qui voulaient une boutique comme celle-là. J'en ai trouvé 40 et en plus ce sont mes meilleurs ambassadeurs* », explique cet homme qui a toujours cherché à combiner sport et boulot. Dans sa boutique, entre la ligne de vêtements chics lancés par les héritiers de Louison Bobet et les vélos dernier cri, on peut s'entraîner et apprendre à pédaler dans une salle de sport avec coach. On peut aussi dépenser facilement des fortunes.



« *Vous savez quel est le bon nombre de vélos ? C'est N+1. N étant le nombre de vélos que vous avez déjà* », s'amuse de son côté **Raphaël Gorgé**, patron du groupe familial du même nom et cycliste ultraperformant.



Surtout, les industriels en sont persuadés, ce marché n'a pas fini d'être porteur. D'abord parce que le vélo est un produit mondial. Ensuite parce que c'est l'un des rares sports que l'on peut commencer à 40 ans en progressant rapidement.

□

7. Voyages et séminaires cyclistes, version grand luxe

□

Le potentiel est tel que le groupe Rossignol, qui ne veut plus être totalement dépendant du ski, investit massivement dans le deux-roues. En deux ans, il a racheté les vélos haut de gamme français Time et l'américain Felt. « *Le marché du vélo, c'est un très gros marché à 40 milliards d'euros par an, contre seulement 2 milliards, hors textile, pour le marché du ski. En termes d'échelle, c'est 15 à 20 fois plus* », calcule **Sylvain Noailly**, chargé du vélo chez Rossignol. « *Notre objectif, c'est de faire de Time les Porsche du vélo. Et de Felt, les Audi. Il se vend 130 millions de vélos par an. Le haut de gamme, c'est 10 à 20% du marché. Et c'est ce segment-là qui nous intéresse* », précise-t-il, bien conscient qu'il ne sera pas seul.

□

Chez Amaury Sport Organisation (ASO), l'organisateur du Tour de France, on a bien senti le potentiel. Tous les ans, ASO organise L'Étape du Tour, qui propose aux amateurs de vivre l'étape de montagne la plus dure sur route fermée, comme les pros, sur 150 à 200 kilomètres avec 3500 à 4000 mètres de dénivelé positif. « *En quatre-cinq ans, on est passé d'un peloton de 10000 à 15000 cyclistes* », détaille **Édouard Cassagnol**, le directeur des épreuves grand public, qui internationalise le concept puisque l'on peut participer à des étapes du Tour dans 14 autres pays.

□

La résultante de cette tendance est la création du club [Cycle and Connect](#) qui propose aux entrepreneurs passionnés de vélo de pratiquer leur sport pendant des camps d'une semaine en combinant sport et business.

□

« On propose à un groupe de 20 à 40 entrepreneurs, de différents niveaux de rider sur des étapes de 70 à 130 kms par jour, avec tous les services haut de gamme nécessaires comme un mécanicien pour préparer votre vélo, des voitures qui vous récupèrent en cas de difficulté ou la mise à disposition d'assistance électrique pour que tout le monde puissent profiter ... et le soir nous partageons nos expériences à travers des présentations business et des sessions de travail », se félicite Lucie Nicot responsable du club qui propose du 6 au 13 mars 2019, le 1er « Bikecamp », un séminaire d'une semaine avec 6 étapes pour découvrir l'île de Majorque (voir image jointe).

□

Le développement de réseaux d'entrepreneurs autour du vélo est une tendance de fond qui va permettre d'allier plaisir et effort, dépassement de soi et partage professionnel, découverte de spots incroyables et de personnalités atypiques !

□

Séverine Desbouys, ancienne cycliste professionnelle, cinq victoires d'étape sur le Tour de France et le maillot à pois en 2000 et reconvertie dans le conseil confirme :□

□

« Comme à l'instar du golf ou du kitesurf, de plus en plus de dirigeants et chefs d'entreprise voient un intérêt à mélanger leur passion pour le vélo et leur activité professionnelle »

□□