

H-D Grand Lyon - 10 ans
Dossier de Presse - 2013 / 2014

HARLEY-DAVIDSON GRAND LYON CELEBRE SES 10 ANS !

UNE CONCESSION AU SERVICE
D'UNE PASSION MYTHIQUE



Contact presse : Crieur Public
Arnaud Delattre 06 61 24 34 59
arnaud.delattre@lecrieurpublic.fr



SOMMAIRE

PAGE 3	10 ans, ça se fête ! Une saison pour célébrer	X
PAGE 4	Harley-Davidson Grand Lyon : success story d'une concession en France Retour sur un projet économique ambitieux	X
PAGE 5	Plus qu'une moto, un style de vie Prestations et services de qualité	X
PAGES 6 7 8	Une nouvelle dynamique pour une marque mythique La marque et ses évolutions dans le monde	X
PAGES 9 10	2014 : des nouveaux modèles et un Tri Glide pour défier le bitume Pour être nouveau, il est nouveau !	X
PAGES 11 12	10 années de passion et d'événements Les dates clefs de la concession lyonnaise	X
PAGES 13	Le Chapter Lyon fête ses 20 ans Histoire d'une complicité	X
PAGES 14 15	Une légende centenaire	

10 ans, ça se fête!

Une saison pour célébrer

Il y a déjà dix ans que la marque Harley-Davidson a pris ses quartiers à Lyon sous l'impulsion de Maurice et Carole Richaud et Alain Bardet. Harley-Davidson Grand Lyon a ouvert ses portes le 31 août 2004 et a connu depuis cette date un succès grandissant.

A l'époque, une « vague Harley » dont personne n'avait pris conscience arrivait, et la concession lyonnaise a su profiter de cette dynamique. En réponse à ces attentes et avec une manière bien à elle de trouver les clefs commerciales pour durer, Harley-Davidson Grand Lyon s'est inscrite depuis ces dix dernières années, sur le marché local de la moto, comme un acteur incontournable.

Cette 10ème saison s'amorce donc sous un angle « anniversaire ». Harley-Davidson Grand Lyon, aujourd'hui confortée par son développement commercial, peut se féliciter d'être le leader incontesté sur ce segment de la grosse cylindrée des plus de 650 cm³, dans le Rhône. Plutôt que de rassembler la communauté Harley sur un évènement unique, les équipes de la concession ont préféré proposer aux clients plusieurs rendez-vous au cours de cette dixième année, tous estampillés « Celebrating 10 years ».

Le salon de la moto sera évidemment l'évènement incontournable de 2014, placé sous le signe d'un hommage à ces dix années passées aux côtés de la communauté Harleyyste et des clients fidèles de la concession.

Les opérations du **Troc Harley** ou encore de **l'Expérience Tour** seront également au programme avec une tonalité encore plus festive pour compléter le dispositif habituel.

Et, pour marquer cette saison singulière, la concession organise un **tirage au sort à destination de tous les clients sur les 10 dernières années** ; ils se verront offrir la possibilité de gagner une moto neuve « spéciale anniversaire » préparée secrètement.

En parallèle de ces événements, la concession lyonnaise a choisi de s'associer à **l'exposition MOTOPOETIQUE** du musée d'art contemporain de Lyon. En devenant mécène de cette exposition qui aura lieu entre Février et avril 2014, H-D Grand Lyon fête sa dixième année en s'associant à la culture lyonnaise. A travers plus de 200 œuvres, l'exposition évoque la moto dans l'art contemporain et la relation qu'entretiennent l'homme et la machine. Une relation toute trouvée pour célébrer les 10 ans de l'univers Harley lyonnais! Plus qu'un rendez-vous anniversaire, c'est donc une multitude de petits événements qui viendront jaloner la saison de la concession lyonnaise afin de célébrer cette dixième année.



Alain Bardet et Maurice Richaud, fondateurs associés d'Harley-Davidson Grand Lyon

Harley-Davidson Grand Lyon : success story d'une concession en France

Retour sur un projet économique ambitieux

En 2004, la marque Harley-Davidson avait pour ambition de devenir un des acteurs leader du marché de la moto en France.

10 ans plus tard, à Lyon, la concession Harley-Davidson se positionne, selon les mois, entre la première et la deuxième place du classement des concessions Harley-Davidson en France.

Un développement lyonnais réussi, en parallèle de celui de la marque sur le plan national.

Cette évolution de la marque s'est répercutée à Lyon, en témoignent les chiffres suivant :

259 motos neuves vendues en 2004/2005
pour un CA de 4.5 millions d'euros
401 motos neuves vendues en 2006/2007
pour un CA de 10,3 millions d'euros
410 motos neuves vendues en 2009/2010
pour un CA de 10,5 millions d'euros
+ de 550 motos neuves vendues en 2011/2012
pour un CA de 14 millions d'euros

Harley-Davidson Grand Lyon représente aujourd'hui sur le Rhône plus de 19% de part de marché sur la moto de plus de 650 cm³ et le leader incontesté de ce segment.

Une passion et des ambitions au service d'un projet économique pour le Grand Lyon

L'idée de développer une concession Harley-Davidson dans le Grand Lyon relevait d'une envie et d'une passion partagée mais aussi d'un constat économique. En 2004, 800 motos circulaient dans le Rhône et le Lyon Chapter France témoignait déjà d'un dynamisme remarquable alors qu'aucune concession n'existait. La zone de chalandise naturelle de celle-ci (Rhône et Ain) offrait un potentiel de plus de 2000 motos de plus de 650 cm³ par an. Aujourd'hui en 2013, on évalue à 2500 le nombre de Harley-Davidson dans cette même zone.

10 ans de croissance maîtrisée

Les associés, créateurs en 2004 d'une sarl au capital de 120 000 euros, affichaient des ambitions claires avec un prévisionnel de 1,9 million d'euros de chiffre d'affaires et 120 motos vendues la première année. Le pari aura été plus que gagnant avec la concrétisation d'un premier exercice 2004/2005 affichant 4.5 millions d'euros de Chiffres d'Affaires et 259 motos vendues.

C'est à la suite de cette belle année que l'équipe dirigeante s'est élargie avec l'arrivée de Sébastien Somnolet et a décidé d'investir dans la création d'un autre point de vente doté d'un nouveau centre de logistique et de préparation des véhicules neufs à Brignais, au sud de Lyon, ouvert à la fin de l'année 2006. Une nécessité pour parvenir à réduire les délais de livraison et se préparer logistiquement à une évolution annoncée. La concession a d'ailleurs doublé sa croissance sur l'exercice 2006/2007 avec 400 motos vendues au lieu de 310 prévues et 8.7 millions d'euros de Chiffres d'Affaires contre 6.7 annoncés.

Après 6 ans d'activité, la concession augmente encore son CA de 5% en 2010 pour atteindre 10,5 millions d'euros et 410 motos vendues. Une belle performance alors que le résultat de la marque américaine en France était en baisse de 10%.

L'année 2013 marquera une première dans l'histoire de la concession lyonnaise ; c'est en effet la première fois depuis 10 ans que les résultats sont stables. On note même un léger repli de 6%, ce qui reste cependant une bonne performance au regard du marché qui a connu lui un recul de 11% cette année. L'année 2013 se concrétisera donc avec un chiffre d'affaires de 13,5 millions d'euros contre 14 en 2012 et 518 motos vendues contre 554 en 2012. Un léger recul atténué par une reprise d'activité annoncée sur 2014 grâce à la nouvelle politique de développement de la marque (voir en page 6).

Plus qu'une moto, un style de vie.

Prestations et services de qualité

Travailler l'accueil et la convivialité a toujours été une priorité pour Maurice Richaud et son équipe, en s'appuyant sur les choses simples et fondamentales du métier de commerçant et en considérant que la vente de produits « passion » ne pouvait se faire que dans un climat « sympathique ». Chaque client pousse depuis toujours la porte de la concession lyonnaise avec le sourire et vient avec plaisir.

L'une des priorités de cette réussite commerciale réside dans la qualité de l'accueil au sens large. Cela implique un personnel souriant et dynamique, accueillant bien les gens et connaissant parfaitement ses produits. Tous ces critères permettent d'installer une certaine convivialité dans la relation client. Mais cette qualité d'accueil se travaille aussi grâce à des espaces faciles d'accès d'où la nécessité de dédoubler les locaux entre le sud et le nord de Lyon. Des boutiques agréables, propres et bien aménagées reflètent l'état d'esprit d'une marque comme Harley-Davidson. Sans révolutionner quoi que ce soit, Harley-Davidson Grand Lyon a souhaité se mettre au service des pilotes pour leur apporter les outils nécessaires à l'épanouissement de leur passion.

La concession assure aussi un véritable soutien aux clubs et en particulier au Lyon Chapter France. Favoriser la création de groupes entre les clients en organisant des sorties, des événements fédérateurs, le succès d'Harley-Davidson Grand Lyon tient aussi à ce type d'investissement humain et financier.

Maurice Richaud résume très bien cet état d'esprit : « *Nous souhaitons avant tout faire en sorte que les gens viennent chez nous surtout s'ils n'ont besoin de rien ou s'ils n'ont rien à faire. L'idée est de ne pas les forcer à venir dans un but précis mais dans l'idée de retrouver un univers, retrouver du monde... Et il n'y a qu'à venir le samedi pour le constater !* »

Harley-Davidson, plus qu'une moto, un mode de vie

L'univers Harley-Davidson va bien au-delà de l'achat traditionnel d'une grosse moto. C'est aussi une manière de rouler, une manière de « porter » la marque et de la véhiculer. Depuis son ouverture, la concession lyonnaise s'est attachée à mettre à disposition des familles Harleyistes tous les accessoires nécessaires à leur passion : personnalisation des motos, vêtements, accessoires...

Customiser sa moto est une quasi obligation quand on possède SA Harley-Davidson et les ateliers de Dardilly et Brignais sont là pour ça. Pour que chaque style et chaque identité puissent s'affirmer à travers son engin. Si on parle de mode de vie, on ne peut également ignorer les collections « Casual Wear » qui vont bien au-delà des traditionnels accessoires vestimentaires du motard. C'est aussi un bon moyen d'être « Harley » quand la moto reste au garage.



L'équipe de la concession Harley-Davidson Dardilly

Une nouvelle dynamique pour une marque mythique

La marque et ses évolutions dans le monde

2013 a été une année très riche pour la marque du Milwaukee avec son 110ème anniversaire et le projet Rushmore (développé plus loin). C'est une nouvelle tendance qui prend place et 2014 sera sans aucun doute la deuxième année de ce nouveau départ. Harley-Davidson aime offrir à ses clients des moments uniques soit avec des nouveaux produits, soit avec des rassemblements que peu de marques peuvent imaginer.

Un marché de la grosse cylindrée en pleine mutation

Un vrai changement s'est opéré ces dix dernières années sur ce marché. De véritables mutations sont apparues dans la manière de rouler et les attentes des motards sont désormais différentes. Tournés de plus en plus vers des notions de sécurité routière, les pilotes ont désormais envie de se faire plaisir sans pour autant mettre en péril leur permis ou leur vie. Harley-Davidson s'était d'emblée adaptée à la façon de rouler des américains, différente de la nôtre il y a 20 ou 30 ans mais qui y ressemble de plus en plus aujourd'hui.

Une conduite qui permet de se faire plaisir et de vivre des sensations sans prendre de risques.

C'est un phénomène, toutes proportions gardées, qu'a connu le marché de l'automobile lorsque les 4x4 ont remplacé les petites sportives.

Aujourd'hui, on associe l'idée d'un engin valorisant à celle d'un engin plaisir.

La « Harley » a complètement répondu à cela et à Lyon, la concession a su s'inscrire dans cette démarche.

Une nouvelle clientèle pour Harley-Davidson

En parallèle, il a fallu s'adapter à l'évolution d'une clientèle qui n'est pas forcément durable. Le motard a considérablement vieilli en France, aujourd'hui les parents ont des réticences à mettre leurs enfants sur un 2 roues (vélo, 125, scooter) sensibles à un risque qu'ils jugent trop grand. Mais si les jeunes d'aujourd'hui ne sont pas sur un scooter, les adultes de demain ne seront pas sur une moto. Ce marché de la moto « vieillissant » a été plutôt favorable à une marque comme Harley-Davidson. Les motos, plutôt onéreuses, nécessitent un certain pouvoir d'achat qu'on retrouve plus facilement dans une tranche d'âge plus âgée. Le rejet du côté sportif et cette façon de rouler plus en groupe, plus en couple, est certainement beaucoup plus cohérente avec une population de quadra ou quinquagénaire.



- ● ● Ce phénomène est cependant porteur de risques et de dangers à terme puisque le potentiel de clientèle risque d'être réduit. Pour y pallier, la marque Harley-Davidson et la concession lyonnaise ont travaillé ces dernières années sur 2 axes principaux :

- **Les femmes** qui représentent aujourd'hui un potentiel de clientèle.

Harley-Davidson est la marque la plus féminine du marché avec une proportion très importante de femmes pilotes : **8% en 2013 et un objectif de 15% d'ici 2015**. Harley-Davidson France a développé cette année le concept des soirées Chrome ans Roses. Une concession privatisée accueille des clientes et leurs amies pour leur faire découvrir l'univers de la marque. Démonstrations et explications au programme pour convaincre qu'Harley-Davidson peut aussi être un monde très féminin. La concession lyonnaise a accueilli cette soirée le 16 mai dernier.

- **Les jeunes** : c'est un public qu'il faut convaincre d'arriver de plus en plus vite et de plus en plus tôt à la marque, d'où la sortie de nouveaux produits Sporster, depuis 3 ou 4 ans, hyper tendance qui aident beaucoup dans cette quête de nouvelle clientèle. La Forty Eight est à la 30ème place des ventes en France après 7 mois, elle avait dépassé le millier d'unités en 2012, ce qui était une première pour Harley-Davidson. Harley-Davidson est la marque qui offre le plus grand nombre de machines éligibles au permis A2 avec 24 modèles que l'on peut brider à 35 kW. Une vraie démarche pour aller à la rencontre de cette clientèle sur leurs événements est aussi engagée, en témoigne le récent partenariat avec le Finist'Air Show à Quimper, un rendez-vous freestyle.



Le projet Rushmore

L'année 2014 sera un vrai tournant en terme de nouveautés, sans-doute plus sur un plan industriel que marketing. **Le projet Rushmore** porté par la marque du Milwaukee a consisté ces 4 dernières années à porter une attention toute particulière à la clientèle, aux concessions et aux clubs afin de connaître la perception qu'ils avaient des motos, les améliorations qu'ils souhaitaient voir arriver sur leurs machines. Les multiples enquêtes ont généré un bon nombre d'idées servant l'amélioration produit. Un important projet industriel s'est construit en matière d'ingénierie et de design. Les 12 sites de productions ont notamment été regroupés sur un unique lieu aux Etats-Unis.



Les nouveaux équipements du projet Rushmore



Une marque à l'écoute de ses clients

Toute cette démarche a permis de lancer cette année des modèles complètement bouleversés. Technologie, ergonomie, confort, praticité et design ont été remaniés pour laisser place à des motos revisitées dans l'air du temps. Sans être de vraies nouveautés, les produits déjà au catalogue se retrouvent aujourd'hui gommés des défauts souvent relevés. Des solutions complètement novatrices en matière de freinage, d'équipements électroniques embarqués (GPS, commande vocale, son) ont été apportées et **Harley-Davidson est aujourd'hui le premier fabricant à proposer de tels équipements sur la moto de grande série.**

Derrière cela, une réelle volonté de la marque de démontrer que ce n'est pas parce que les motos ont un look traditionnel qu'elles ne sont pas pour autant à la pointe de la technologie. La « tradition Harley » continue donc mais avec beaucoup de progrès, de nouveaux dessins, de nouvelles couleurs. A Lyon, un très bon accueil a été réservé à ces changements, cela permet **un vrai renouvellement d'anciennes motos.** Les clients ne voyant pas une nécessité absolue de remplacer leur engin commencent à appréhender les valeurs ajoutées des nouveaux modèles. Le choix d'un changement de moto semble de plus en plus s'imposer à eux et 2014 surfera sans doute sur ces nouveautés.

Les grands rassemblements

Mieux que n'importe quelle marque de moto, Harley-Davidson connaît les attentes de sa clientèle et aime leur proposer des moments uniques. Cette communauté réunie autour d'un univers moto et d'une manière bien à elle de vivre sa passion est heureuse de se retrouver pour partager ensemble le plaisir de rouler.

Pour célébrer ses 110 ans, la marque H-D a convié en juin 2013, ses fans du monde entier à Rome. Un rassemblement de 100 000 passionnés qui a occupé de nombreux sites du centre-ville, au Vatican et au port d'Ostie, pour les célébrations dans la ville éternelle. Pendant quatre jours, l'événement a notamment proposé des animations dans le port touristique d'Ostie, un défilé en procession dans les rues de Rome et la bénédiction exceptionnelle de motos par le Pape sur la Place Saint-Pierre au Vatican, en plein cœur de Rome.



Les bikers H-D réunis à Rome pour le 110ème anniversaire de la marque

2014 : des nouveaux modèles et un Tri Glide pour défier le bitume

Pour être nouveau, il est nouveau !

Nouvelle Fat Bob

Nouveaux motifs de réservoir, nouveaux feux avant et arrière, un train arrière redessiné, une fourche plus musclée et une énorme roue de 16 pouces armée de deux disques et d'un pneu de 130 mm pour la nouvelle version de ce modèle légendaire.



Les Sportsters améliorées

Toutes les Sportsters disposent maintenant de l'ABS en série pour s'arrêter en toute confiance. Tous ces modèles sont désormais livrés avec la sécurité supplémentaire conférée par un système de freinage ABS performant.



Nouvelle gamme Touring

Le projet Rushmore a notamment contribué à aboutir à une gamme Touring excellente. De nombreuses améliorations, peaufinages et innovations caractérisent ces nouveaux engins conçus suite aux nombreux échanges avec les clients de la marque.



Nouveau moteur TWIN CAM 103

La dernière déclinaison 103 de la marque est dotée de nouvelles comes et d'un filtre à air redessiné qui donnent plus de couple à moyen régime et de puissance pour dépasser.

Tri Glide : un nouvel engin pour une autre manière de rouler

2014 sera aussi l'année de la découverte d'un nouveau concept pour les clients de la marque. **Le Tri Glide fera son apparition dans la concession lyonnaise.** Appelée autrefois SERVICAR, cette moto à 3 roues dont le concept date d'avant la guerre, était destinée à l'armée, aux livreurs et à l'administration... aux Etats-Unis.

Harley-Davidson propose aujourd'hui avec le **Tri Glide** un concept similaire pour un produit Grand Public. Offrant au pilote un confort incomparable et une maniabilité optimale, cette moto de tourisme à trois roues bénéficie évidemment des innombrables améliorations introduites cette année.

Avec cette nouveauté, la marque cible ici un double objectif commercial :

- **Conserver une partie de la clientèle plus âgée** qui souhaite avoir plus de stabilité, plus de facilité de conduite. Un pilote qui n'a pas envie d'abandonner la moto mais que la raison va pousser vers une moto plus sécurisée. La marque s'inscrit ainsi dans une démarche de fidélisation des clients les plus anciens.

- **Faire venir à la marque** toute une clientèle qui a peur ou n'a pas envie de passer le permis moto. Le **Tri Glide** se conduira avec un permis voiture associé à une formation pratique et théorique spécifique comme n'importe quel 2 roues 125cm³ du marché. Cet engin devrait logiquement inciter une nouvelle clientèle à se familiariser avec le monde de la moto.



un confort incomparable sur la nouveauté 2014 : le Tri Glide

10 années de passion et d'événements

Les dates clefs de la concession lyonnaise

Le jeudi 31 août 2004 : jour de l'ouverture de la concession de Dardilly

Comme souvent à l'aube de la grande ouverture, les équipes de la concession lyonnaise n'étaient pas complètement prêtes pour le jour J. Très peu de communication avait été faite autour de l'évènement mais le bouche à oreilles a pourtant eu son effet.

Maurice Richaud : « J'avais réuni ce matin-là mon équipe de 6 ou 7 personnes pour leur annoncer que nous n'avions pas beaucoup communiqué et qu'il ne faudrait pas être déçu si nous ne rencontrions pas dès ce premier jour le succès espéré. C'était sans compter sur le pouvoir de communication de la communauté Harley-Davidson et l'attente qu'il pouvait y avoir à Lyon. En très peu de temps, tout le quartier était pris d'assaut et la gendarmerie sur les lieux pour comprendre ce qu'il se passait. Nous avons saisi ce jour-là que le monde Harley-Davidson n'avait besoin de rien pour agir et que cette communauté fonctionnait toute seule. Dans un milieu passion, la communication informelle fonctionne à merveille, nous sommes finalement simplement venus répondre à une attente et nous n'oublierons pas cette date. »

2004

Pour venir consacrer cette première année, la concession lyonnaise recevait l'AWARD de la meilleure ouverture décernée par Harley-Davidson Motor Company et Harley-Davidson France.

16 septembre 2005 : premier anniversaire

Là encore, ce fut pour la concession lyonnaise un succès inattendu. Cette première année marquait le premier pas d'une réussite et il est apparu logique pour les équipes de célébrer cet évènement. Mais le « monde Harley » ne se résume pas à l'organisation d'un évènement en catimini, dans l'intimité d'une clientèle. La soirée au B52 a attiré plus de 500 personnes, toutes liées de près ou de loin à la communauté des Harleyistes. Il devient alors difficile de maîtriser le fil des évènements mais cette soirée donnera toute son ampleur à la concession.

Novembre 2006 : ouverture de la concession Harley-Davidson à Brignais

Moins de 2 ans après l'ouverture de la concession de Dardilly, il a fallu envisager sérieusement l'aménagement d'un lieu dans l'est lyonnais pour être au plus près de la clientèle. Après avoir mis en place l'organisation et les moyens nécessaires, l'ouverture de 1500 m² à Brignais, au sud-ouest de Lyon, s'imposait comme un second défi lancé à la marque du Milwaukee afin de continuer son développement en terre lyonnaise. C'est également dans ce lieu que toutes les machines vendues par les deux concessions lyonnaises sont préparées ou réparées.



Carole et Maurice Richaud reçoivent l'award de la meilleure ouverture en 2004

● ● ● **15 Septembre 2008 : faillite de Lehman Brothers**

Le marché de la moto qui avait connu 10 années de croissance ininterrompue en France a depuis ce jour-là perdu entre 10 et 20% par an. Il a donc fallu apprendre à continuer sur un marché non plus euphorique, mais en baisse.

Associée à cela, la Motor Company Harley-Davidson a pris la décision de mettre en sommeil la marque Buell, une moto sportive et racée qui permettait aux concessions de toucher une autre clientèle. A Lyon d'ailleurs, l'un des rares clubs Buell de France a été créé : le CRAB pour Clan Rhône-Alpes Buell.

Octobre 2011 : 500 motos neuves vendues

Pour la première fois en France et en Europe, la barre des 500 motos neuves vendues sur une année par une concession Harley-Davidson a été franchie. Une performance saluée de manière officielle par la marque américaine.

2013 : une année riche

L'année 2013 résonne pour Harley-Davidson Grand Lyon comme un temps important de la communauté qui entoure la concession depuis ses débuts. La marque du Milwaukee a fêté cette année son 110ème anniversaire, alors que la concession lyonnaise est entrée elle dans sa 10ème année. Le Lyon Chapter France a aussi eu l'occasion de célébrer cette année la 20ème année de son existence. Une succession de dates anniversaires importantes pour la marque et sa déclinaison locale.

Docteur Clown et Harley-Davidson Grand Lyon

Association créée en juillet 1995 pour offrir l'intervention des clowns aux enfants hospitalisés. Une convention est établie entre l'association et les établissements de soin dans lesquels les clowns interviennent. Selon les services, ils sont présents entre 1 et 4 fois par mois, selon un planning prédéfini. Les interventions des clowns ne sont jamais à la charge des hôpitaux mais sont entièrement financées par l'association.

Harley-Davidson Grand Lyon, fidèle partenaire de l'association depuis 10 ans reverse notamment 5€ à l'association pour chaque moto de courtoisie prêtée. La concession s'est également associée à certains événements organisés par l'association.



Le Chapter Lyon fête ses 20 ans

Histoire d'une complicité

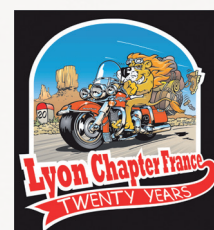
Le HOG (Harley Owners Group) a été créé en 1983 par Harley-Davidson pour fidéliser ses clients, promouvoir l'état d'esprit de la marque et offrir à chaque biker l'opportunité de vivre l'expérience H-D au sein d'un groupe convivial et passionné.

Décliné dans chaque concession au travers d'un Chapter local, il offre la possibilité de participer à des ballades locales mais également aux grands rallyes internationaux.

Créé en 1993, le Chapter de Lyon du Harley Owners Group, présidé par Patrice Houel, compte aujourd'hui 330 adhérents dont 60 femmes. Une organisation très dynamique que la concession a renforcée par sa collaboration. Le Chapter dispose en effet d'un lieu réservé pour se réunir et accueillir ses membres au sein de la concession de Dardilly.

Pour fêter ses 20 ans, près de 200 bikers s'étaient donné rendez-vous en mai dernier au départ de la concession de Brignais pour trois jours de fête.

La devise du Chapter de Lyon « Ride and have fun » a alors pris tout son sens.



Sortie du Chapter Lyon

Une légende centenaire

Une histoire de famille

L'histoire de Harley-Davidson est d'abord une histoire d'hommes, celle de William Harley et Arthur Davidson qui mettent à profit leurs talents pour créer leur propre marque de motocyclette et donnent naissance au premier modèle en 1903, le modèle O, avec un moteur de 409 cm³ d'une puissance de trois chevaux : la légende est en marche.

En 1908 le premier V-Twin, baptisé « modèle 5D » sera développé.

Ce V-Twin calé à 45° va devenir le symbole de la marque. Les victoires récoltées par Walter Davidson dans des courses amateurs et les nombreuses innovations techniques feront l'éloge de la marque, et dopèrent les ventes. La notoriété grandissante de H-D est soutenue par la parution en 1916 de la revue moto «The Enthusiast» qui finit de positionner H-D comme LA référence moto.

Une réussite technique et marketing

En 1920, Harley-Davidson emploie 2 400 ouvriers et produit 27 040 motocyclettes. La marque atteindra le chiffre de 23 989 unités produites tous modèles confondus avant la crise de 1929.

Pour pallier à la baisse de la demande sur le marché américain, la compagnie renforce sa politique d'exportation avec plus de deux milles concessionnaires répartis dans soixante-sept pays qui distillent motos, accessoires et vêtements de la marque.

Dans les années 30, l'apparition du modèle 61EL «Knucklehead» (un V-Twin OHV de 1000 cm³) et le record du monde de vitesse de Joe Petralli, permettent la survie de la marque.

Mais c'est la seconde guerre mondiale qui va sauver la société : en 1939, l'armée passe commande de plusieurs centaines de 45WLA.

Harley-Davidson produira environ 90 000 modèles de 45WLA pour l'armée, tout en continuant à innover et proposer de nouvelles machines.

Après la guerre, l'économie américaine va mieux et en 1948, c'est le lancement d'un nouveau moteur V-Twin : le « Panhead » avec l'utilisation d'une fourche hydraulique (Hydra Glide) qui vont permettre de lutter contre la concurrence féroce des motos anglaises BSA, Triumph, et Norton.

Innover pour être dans la course

Dans les années soixante, pour satisfaire une plus large clientèle, la firme s'associe à Aermacchi et développe des petites cylindrées («Super 10» deux temps de 165 cm³, Sprint quatre temps de 250 cm³, le Racer et le Scat deux temps de 165 cm³ et le Ranger deux temps de 175 cm³) pour lutter cette fois contre la concurrence japonaise. L'utilisation d'un démarreur électrique sur le modèle historique Duo-Glide en 1965 donne naissance à la légendaire Electra-Glide.

Harley-Davidson, l'indépendance par nature

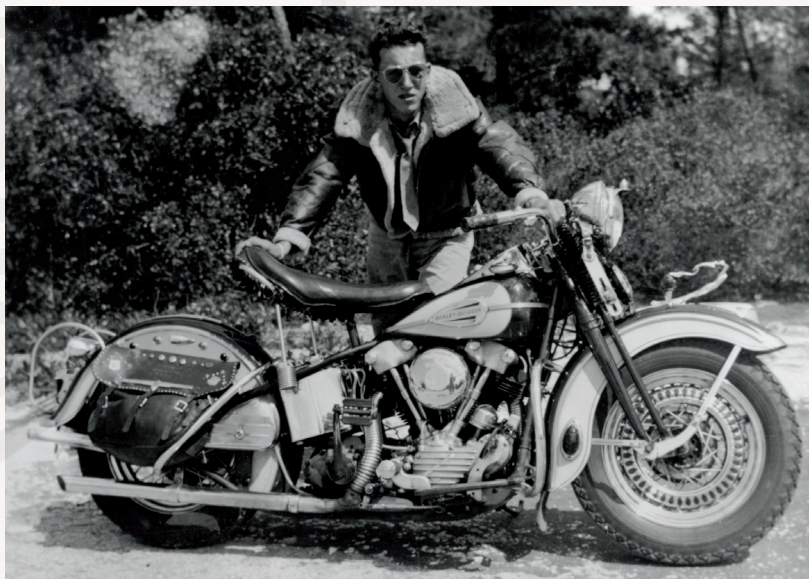
Dans les années 70, pour éviter un possible rachat, Harley-Davidson s'associe à American Machine & Foundry (AMF) mais l'union est contre nature et en 1980, 13 cadres dont l'héritier Willie G. Davidson (designer et symbole vivant de la marque qui incarne littéralement ses valeurs) rachètent la société... liberté quand tu nous tiens...

S'en suit une course à l'innovation et au développement marketing qui permet à Harley-Davidson de fidéliser sa clientèle : la création du Harley Owners Group (HOG) en 1983 est significative de l'enracinement des valeurs de la famille des Harleyistes.

L'arrivée en 1984 DU MOTEUR V2 Evolution de 1340 cm³ (Blockhead) permet la sortie en 1986 de la version 1100 Sportster Evolution qui frappe de plein fouet la concurrence japonaise. Suivront plus tard l'héritage Softail et l'Electra Glide. Enfin la fourche Springer donne naissance à la FXSTS, un modèle qui marquera les esprits avant le choc Fat boy de 1990. Le Fat Boy fait toujours l'unanimité, tout comme le FLHR Road-King, né 5 ans plus tard.

● ● ● 110 ans, le bel âge...

En 1999, le fameux moteur «Evolution» cède sa place au «Twin Cam 88» de 1 450 cm³ qui reprend le flambeau de la fiabilité. Enfin, avant son centenaire, Harley-Davidson entre dans le troisième millénaire avec le lancement du V-Rod équipé d'un moteur V2 à refroidissement liquide, révolution technique qui précèdera une année de festivité de centenaire dans le monde entier. 10 ans plus tard, le 110ème Anniversaire Harley-Davidson a impliqué pendant toute l'année des millions de fans Harley-Davidson unis, sur toute la planète, autour d'une passion commune pour la liberté, l'expression individuelle et le goût du voyage.



■ Quelques chiffres :

La Motor Compagny triple sa production en 10 ans.

95 000 motos en 1994, 249 849 en 2012. On estime à

50 000 unités le parc de Harley-Davidson en France.

Il existe 48 concessions en France.

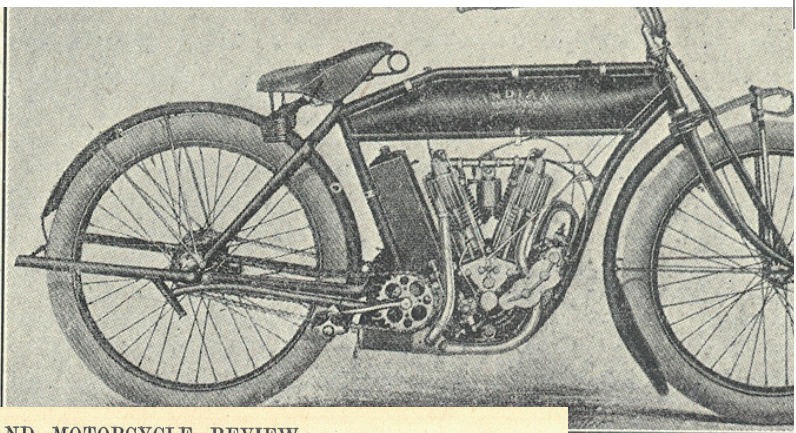
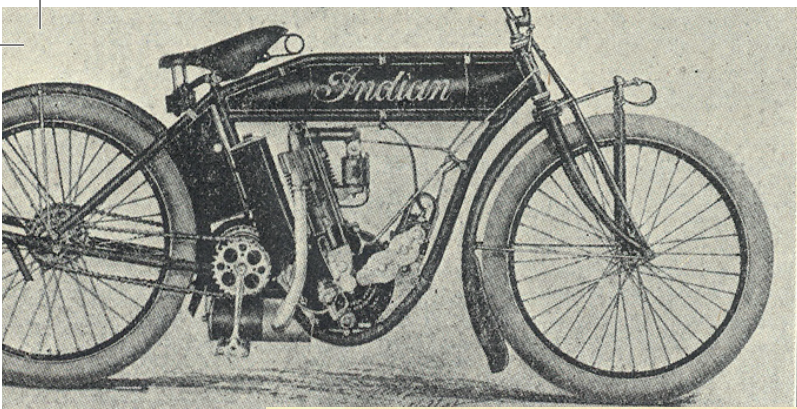
HARLEY-DAVIDSON en France

La filiale Harley-Davidson France existe depuis 1997. Avant cette date, Harley-Davidson et Buell étaient présents par l'intermédiaire d'un importateur. Depuis la création de la filiale, la croissance des ventes est continue : 8 049 Harley-Davidson ont été vendues en France en 2012.

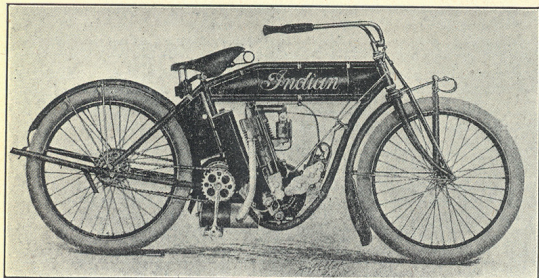
Cette réussite s'explique par deux facteurs concomitants :

D'une part, le travail d'organisation du réseau de distribution réalisé par l'équipe de Gérard Staedelin, directeur Général Harley-Davidson France, par l'ouverture de nouveaux concepts de concessions axés sur la qualité des services et prestations, par la mise à disposition de motos à l'essai pour faire découvrir les sensations uniques des machines, par l'animation des réseaux d'utilisateurs via les Chapters locaux. Ce sont autant d'actions qui permettent de dynamiser la marque en France et d'augmenter sa notoriété.

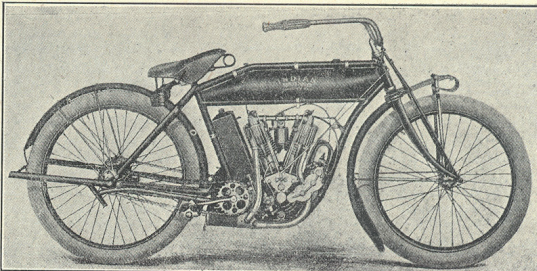
D'autre part, la structuration du marché des motos qui est globalement en faveur des gammes Harley-Davidson. Le fort développement général du marché des grosses cylindrées a profité à la marque et les produits H-D sont particulièrement adaptés à la sensibilité actuelle en matière de prévention routière : rouler puissamment soit, mais rouler prudemment et à son rythme a toujours été une composante essentielle de la philosophie Harley.



4 HORSE

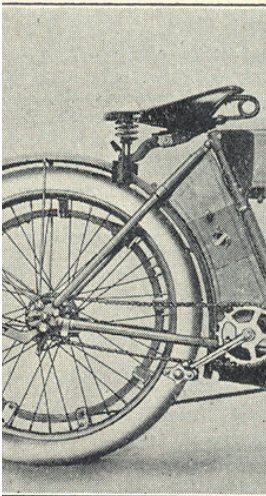


4 HORSEPOWER INDIAN, \$250

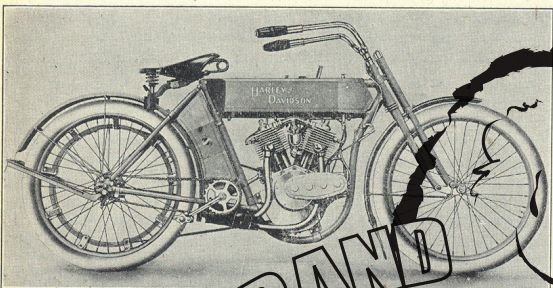


5 HORSEPOWER INDIAN TWIN, \$275

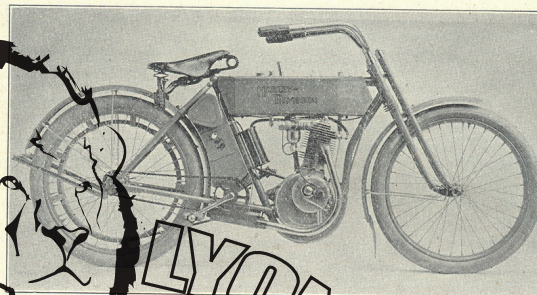
TWIN, \$275



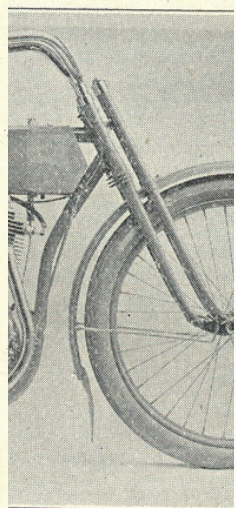
7 HORSEPOWER F



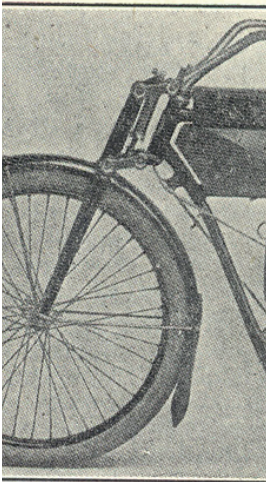
7 HORSEPOWER HARLEY-DAVIDSON TWIN, \$300



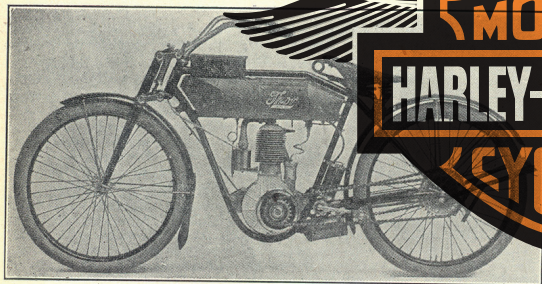
4 HORSEPOWER HARLEY-DAVIDSON SINGLE, \$210



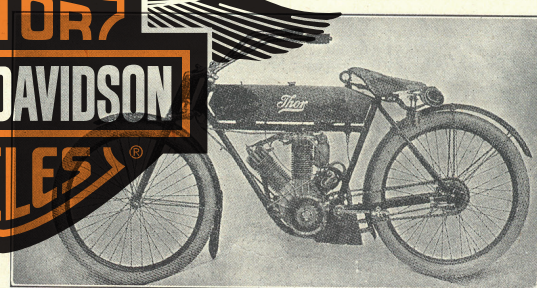
SON SINGLE, \$2



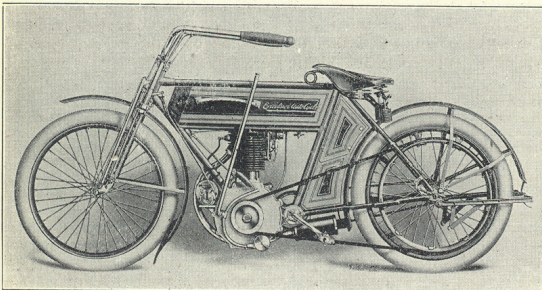
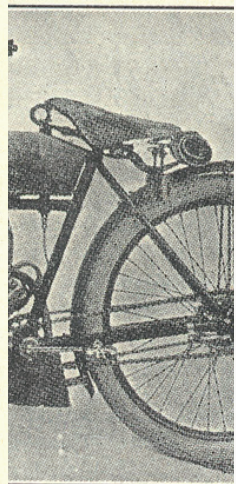
4 HORSEPOV



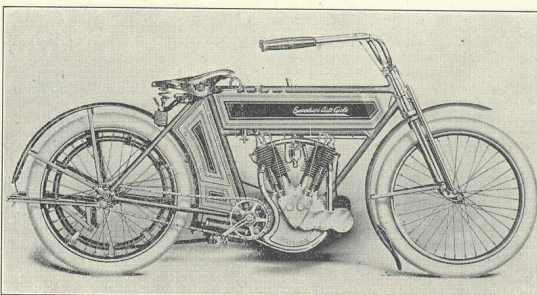
4 HORSEPOWER THOR SINGLE, \$250



6 HORSEPOWER THOR TWIN, \$275



4 HORSEPOWER EXCELSIOR SINGLE, \$250



6 HORSEPOWER EXCELSIOR TWIN, \$300

TWIN, \$275

