

• Antiivol connecté bluetooth  
• Alerte géolocalisée  
• Ouverture connectée automatique

Avec Noké, plus besoin de clés !

# BIKE<sup>eco</sup> n°50

Journal pour les détaillants français de cycle

N°50 - Spécial Eurobike (ce numéro comprend des encarts jetés Eurobike et Eco-Riders) 29 août 2016

Les marques britanniques séduisent le marché

## A nous les petites Anglaises

Depuis quelques saisons, les marques anglaises de vélos, composants et accessoires ont la cote auprès des détaillants et des consommateurs. Associant savoir-faire, technicité, positionnement haut de gamme et fabrication locale, les marques d'outre-Manche ont trouvé leur place dans les rayons. Elles deviennent même un argument de vente pour les détaillants qui cherchent des marques exclusives, dont la vente est soutenue par les achats coup de cœur. (Lire notre dossier p. 42 à 45).

### MGF Easy Bike Président

Jacques Jolivet est le nouveau président de MGF Easy Bike. Il succède à Grégory Trébaol qui se rapproche de l'opérationnel en tant que DG.

KOMPERDELL  
www.komperdell.com  
LA NOUVELLE  
COLLECTION  
VÉLO  
2017

### Eurobike

Comme chaque année, l'équipe de BIKEéco vous retrouve à Eurobike du 31 août au 4 septembre. Rendez-vous sur notre stand (FW-100) avec notre partenaire allemand SAZ bike.

### Magura

Magura change sa distribution en France à compter du 1<sup>er</sup> septembre. La marque va piloter la vente aux magasins en direct et cesse sa collaboration avec Race Company. Winora France continuera à distribuer les produits de la marque allemande.

FROG  
LE VÉLO LÉGER  
POUR ENFANTS  
WWW.FROGBIKES.FR



**BIKE**échos**Formation CSG**

Pour la deuxième année consécutive, et suite au succès du nouveau programme européen de formations 2016, Cycling Sports Group (Cannondale, GT...) propose une nouvelle saison de formations "vente et technique" dédiées aux revendeurs CSG et s'étalant sur plus de 18 dates à compter de fin septembre 2016. Les formations interactives sont axées sur les caractéristiques et les connaissances techniques de la large gamme de produits 2017 (vélos, accessoires et vêtements). Informations et inscriptions sur le B2B CSG.

**Cobb**

La marque de textile de cyclisme et trifonctions Wicked est devenue "official dealer" pour la France des selles Cobb Cycling. Sept modèles sont référencés sur le site Internet de Wicked qui propose de la vente directe mais la vente en magasin est prévue. "La vente est prévue dans les magasins intéressés qui demanderont les informations nécessaires. Une attention particulière sera portée aux magasins qui réalisent des études posturales car les selles Cobb méritent que l'on s'y attarde", explique Claude Hacén, créateur et directeur de Wicked. La marque compte aussi sur le relais des coaches pour développer les ventes. "Les coaches sont un support de qualité, l'optimisation des préparations passe en effet par le confort des performers, qu'ils soient amateurs, confirmés ou élites", conclut-il. (ma)

**Les Bosses**

Les Bosses de Provence (précédemment connue sous le nom de Bosses du 13), épreuve composée de 3 parcours cyclosporifs, de 2 cyclotouristes et d'une randonnée pédestre seront ouvertes cette année aux VAE sur les cyclotouristes de 50 et 78 km organisées.

## Scott nourrit des objectifs ambitieux pour Bergamont

**Passer le cap des 5.000 vélos**

Après avoir racheté Bergamont en 2015, le groupe Scott a pris la main sur sa distribution depuis mars dernier. Pour se développer, la marque aura sa propre force de vente tout en profitant des synergies du groupe pour le back-office, le marketing et la communication.

Né dans le quartier populaire de Sankt Pauli à Hambourg en 1993, Bergamont jouit d'une très forte image en Allemagne. Rachetée à BMC par Scott en 2015, la marque est réellement entrée dans le giron du groupe depuis mars dernier. Depuis cette date, la distribution est pilotée par une force de vente dédiée de trois commerciaux, et bientôt quatre. C'est différent pour le back-office puisque Bergamont va profiter des outils de Scott. "Le SAV est intégré chez Scott tout comme l'assistance commerciale, le suivi des comptes clients et la logistique sur no-

tre plateforme en Belgique", explique Richard Collomb-Patton, directeur de Scott France. Une plateforme qui va passer à 50.000 m<sup>2</sup> (25.000 m<sup>2</sup> aujourd'hui) en raison des rachats de Bergamont mais aussi de Dolomite et d'Outdoor Research. "Nous considérons Bergamont comme une marque supplémentaire et pas complémentaire", précise Richard Collomb-Patton qui vise les 5.000 vélos en 2017 auprès d'une centaine de revendeurs. Et Scott ? Comment se porte la marque phare du groupe ? "2015 a été une année record



Richard Collomb-Patton avec (de gauche à droite) Olivier Douçot, Flavien Chabrol et Vincent Morice.

et nous étions optimiste sur le début de 2016. Toutefois, la saison est plus compliquée qu'on ne le pensait même si les résultats restent positifs", commente-t-il. Il faut dire que les performances de l'entreprise sont portées par le VAE, notamment le VTT. "Pour la saison 2017, nous serons d'ailleurs capables de livrer très tôt, soit dès sep-

tembre et octobre", précise Richard Collomb-Patton. Derrière cet engouement pour le VAE, le dirigeant ne veut pas s'emballer. "Nous voulons aussi rester une marque généraliste et pas seulement de VAE. Si ce segment transforme actuellement la distribution, le vélo "classique" reste au cœur de nos gammes", assure-t-il. (lg) ●

## Du changement chez Cycles Lapiere

**Etre plus désirable**

Avec la nomination d'Aurélien Bouf au poste de directeur général adjoint, Lapiere entre dans un nouveau cycle.

Arrivé il y a quatre mois chez Lapiere, Aurélien Bouf (ex-Adidas) a pris les fonctions nouvellement créées de directeur général adjoint en charge des ventes et du marketing mais hors produits et R&D. A ses côtés, deux directeurs commerciaux : Alexandre Carrié (France) et Florian Robin (Europe). "Un troisième est en cours de recrutement pour le reste du monde", précise Aurélien Bouf. Un directeur de marque sera aussi recruté. "On part dans un nouveau cycle où le marché évolue tout comme le rapport avec le consommateur", explique-t-il en insistant sur sa volonté "de créer une désirabilité, de retravailler la relation

client et le contenu autour de la marque". Courant octobre, Lapiere va ainsi lancer un site de vente en ligne pour les gammes Ultimate (VTT et route) et les vélos à plus de 3.000 euros. "Ils seront livrés dans les shops avec une commission pour les détaillants", indique Aurélien Bouf. Lapiere devrait ouvrir son premier magasin propre à Dijon au printemps 2017. Ce projet, cher à Gilles Lapiere, va s'étendre sur 500 m<sup>2</sup> décomposés en trois espaces dédiés au VTT, au lifestyle (urbain) et route. Une partie du shop sera dédiée aux accessoires sans oublier l'atelier et un espace de bike fitting. (lg) ●

## Spirgrips, la poignée ergonomique

**Un bon alignement**

Spirgrips est un concept de poignée ergonomique s'appuyant sur des études physiologiques.

Spirgrips est un nouveau concept de poignée ergonomique s'appuyant sur des études physiologiques. "La forme de la poignée a été conçue pour corriger naturellement la position des mains du cycliste afin d'aligner correctement les articulations de ses avant-bras. Cette position a un énorme impact sur le confort du cycliste en éliminant les douleurs articulaires et musculaires", explique Pascal Badollet, créateur suisse de la marque et physiothérapeute de formation. Spirgrips a d'ailleurs été récompensée en avril dernier en recevant la médaille

d'or au Salon international des inventions de Genève. Les poignées sont homologuées en compétitions de VTT par l'UCI depuis le 3 mai. "En France, nous avons déjà plusieurs sites de vente en ligne et magasins. Etant une start-up, nous ne sommes pas encore suffisamment puissant en termes de communication. Nous avons toutefois le privilège de bénéficier d'une formidable publicité grâce aux utilisateurs des Spirgrips, qui pour certains d'entre eux, ont convaincu, plusieurs magasins de nous en commander", précise le créateur. Une affaire à suivre. (ma)