Vélo, boulot, réseau

Grands patrons du CAC 40, jeunes start-uppers ambitieux, financiers en vue… Tous ont un nouveau point commun: le vélo. Fini, les longs après-midis ennuyeux sur les parcours de golf! Les contrats se négocient désormais au mont Ventoux, entre deux sprints, et de préférence sur la dernière bécane à la mode.

PAR HÉLÈNE COUTARD / ILLUSTRATION: MAXIME MOUYSSET POUR *SOCIETY*

À quelques encablures de Neuilly, la boutique du Paris Kilomètre 0 est devenue le camp de base d'une nouvelle clientèle exigeante. Il y a là toute la dernière gamme des vélos Look, le 795 Aerolight RS en carbone (seulement 2,7 kilos), entre 5 000 et 6 500 euros, ou le 695 Race ultra léger, de 4 000 à 5 000 euros. Geoffroy Roux de Bézieux possède les deux. En pleine campagne pour la succession de Pierre Gattaz à la tête du MEDEF, c'est avec eux, ou avec un plus simple vélo électrique Peugeot, qu'il passe ses après-midi de détente. L'homme d'affaires connaît bien le Kilomètre 0 et son fondateur, Guillaume de la Hosseraye: il a investi dans la boutique. Il n'est pas le seul. Parmi les 40 associés du Kilomètre 0, on retrouve Patrick Sayer, ancien président de la société d'investissement Eurazeo, Frédéric Bedin, président du directoire d'Hopscotch, Christophe Chenut, ancien directeur du groupe L'Équipe… *"Ce sont tous des pratiquants. Je crois qu'ils aiment le fait de continuer à aller au bout d'eux-mêmes sportivement,* avance Guillaume de la Hosseraye. *Quand on travaille autant qu'eux, il est important de pouvoir faire du sport, ça permet de rester en bonne santé. En* good shape, *comme on dit."* Chaque année, au mois de juin, la plupart d'entre eux se retrouvent sur la ligne de départ du Paris-Deauville, *"la randonnée cycliste de 220 kilomètres entre gentlemen et gentlewomen passionné(e)s de vélo"* organisée par le même De la Hosseraye. Aujourd'hui, ces chefs d'entreprise sont les meilleurs ambassadeurs de la boutique. Au Kilomètre 0, les vélos, quel que soit leur prix, se vendent bien, et de mieux en mieux. *"Il n'y a pas vraiment de moyenne de prix,* précise le fondateur. *Les vélos, c'est comme les costumes: il y en a à 150 euros et d'autres à 20 000."* Le modèle à la mode chez les entrepreneurs a été créé par un autre homme d'affaires, Marc Simoncini, le fondateur de Meetic. Son nom: Heroïn. Son prix: 14 900 euros.

Geoffroy Roux de Bézieux n'hésite pas à le dire: *"Le vélo, c'est le nouveau golf."* En effet, alors que le golf enregistre une baisse du nombre de ses licenciés depuis quelques années en France, en Angleterre et aux États-Unis, la Fédération française de cyclisme affiche, elle, une augmentation de 13% depuis la saison 2009. *"Quand je faisais du vélo il y a 25 ans, ça n'intéressait personne,* poursuit Guillaume de la Hosseraye. *Aujourd'hui, si vous racontez dans un dîner que vous roulez, les gens vous parlent de leur matériel, de leurs exploits, de leurs routes préférées... Alors que le golf, c'est un peu toujours pareil."* Pour la nouvelle génération de dirigeants d'entreprise dynamiques, voire hyperactifs, la lenteur du golf, son côté contemplatif, ne séduit plus. Max Levchin, cofondateur de PayPal, membre des conseils d'administration de Yahoo ou Yelp, théorisait la tendance dans *Business Insider* dès 2015: *"Dans la Silicon Valley, les CEO sont de plus en plus jeunes. Bien sûr, le sport par lequel on signe des contrats, on parle de nouvelles idées, on crée des relations, c'est traditionnellement le golf. On ne transpire pas en faisant du golf, on se promène avec des gens, on fait semblant de faire une activité physique. Tant qu'on n'est pas très bon, on vise, on tape la balle et on prie. Or les jeunes de cette nouvelle génération ne sont pas des gens qui se promènent lentement. Ils veulent faire quelque chose d'intense. Ils aiment aussi montrer leurs nouveaux équipements."* Le phénomène se confirme aujourd'hui en France. Chez Tikehau Capital, le fonds d'investissement d'Antoine Flamarion, on décroche le vélo chaque mois de juin pour une sortie d'entreprise au mont Ventoux. Dans *Les Échos*, qui notait l'an dernier l'apparition de cette tendance, le lobbyiste Paul Boury racontait avoir toujours un engin à sa disposition dans les hôtels où il a ses habitudes, en Corse et en Guadeloupe. Olivier Mathiot, le patron de PriceMinister, fait, lui, partie d'un groupe WhatsApp d'élite. *"Il y a Emanuele Levi, de 360 Capital; Nicolas Celier, qui a créé le fonds d'investissement Ring Capital; des entrepreneurs comme Gaël Duval de JeChange.fr ou Nicolas Reboud, le patron de Shine.fr"*, énumère-t-il. Ce petit groupe d'aficionados de la French Tech se retrouve régulièrement au pont de l'Alma, pour environ 80 kilomètres sur des vélos souvent flambant neufs. *"Le vélo est un sport technique qui demande du matériel, c'est assez compatible avec l'état d'esprit des start-uppers, ce qui peut prêter à sourire parce qu'ils sont généralement suréquipés par rapport à leur niveau"*, détaille Olivier Mathiot. Lui a récemment déménagé à Marseille, où il grimpe les collines provençales avec un cycle racheté à Cofidis après le Tour de France. La mode vélo serait, dit-il, en phase avec son époque. *"On se rend compte que dans les start-up de la Silicon Valley, beaucoup de gens se remettent à des activités proches de la nature: le vélo, mais aussi le running, le yoga, la méditation... Des sports où l'on peut se déconnecter, ne pas répondre au téléphone. Alors que vous verriez le nombre de gens qui, au tennis, regardent leurs messages entre deux balles..."*

> **"Il m'est arrivé de m'inscrire à la même course qu'un client. On sympathise, les langues se délient, on se respecte différemment"**
>
> Olivier Mathiot, patron de PriceMinister

CAC 40 et vélos à 10 000 euros

En Angleterre, la tendance est aux courses de charité. Une bonne cause, un beau parcours, et tout ce que le pays compte d'entrepreneurs se retrouve pour pédaler. Et pour élargir son réseau. *"Si j'arrive à un meeting et que quelqu'un dit:* 'J'ai fait Cycle to Cannes *(une course de charité anglaise de 1 450 kilomètres, entre Londres et Cannes, ndlr)', honnêtement j'ai déjà gagné!"* assurait récemment Peter Murray, président de plusieurs associations d'urbanisme, dans un article de *The Economist*. Olivier Mathiot, s'il n'a jamais signé de contrat sur un vélo, admet tout de même ses vertus relationnelles: *"Il m'est arrivé de m'inscrire à la même course qu'un client. On sympathise, les langues se délient, on se respecte différemment."* D'après Cédric Vasseur, maillot jaune 1997 pendant cinq jours, le meilleur moyen de croiser les plus grands patrons du CAC 40 en plein été reste encore d'aller traîner du côté du mont Ventoux. *"On y croise des CEO comme Marc Simoncini ou Yann Le Moenner, et des gens du show-biz comme Alain Prost ou Michel Drucker,* révèle-t-il. *À l'origine, le cyclisme est un sport très populaire. Mais aujourd'hui, on peut voir un ouvrier côtoyer le chef d'une entreprise de plus de 10 000 employés."* Cédric Vasseur, 47 ans, entraîne aujourd'hui le Vélo Plaza Sporting Club, créé par Werner Kuchler, le directeur du palace parisien éponyme. La structure réunit une trentaine d'amateurs et aucun ouvrier. En maillot rouge et blanc, sur des montures dernier cri en carbone, on peut les apercevoir descendant les marches du cinq étoiles ou à l'ombre des arbres de Longchamp, où ils s'entraînent parfois. Sur un coup de tête, entre deux desserts signés Alain Ducasse, ils se lancent des défis: quelques Levallois-Honfleur, des sorties en Picardie ou autour du lac de Genève et surtout un Liège-Bastogne-Liège particulièrement ardu: 200 kilomètres de vent et de pavés où le petit groupe *"en a bavé mais a fini!"* Le Vélo Plaza Sporting Club se réunit environ trois fois par an, en plus du sommet annuel organisé fin juillet au Relais Plaza pour débriefer le Tour de France. Derniers rassemblements en date: fin mai dans les Flandres, puis début juin en Normandie chez Jean-Claude Narcy, l'ancien journaliste de TF1. *"À la fin, on se fait toujours un bon dîner, célébré au champagne quand on a fait 150 ou 200 kilomètres,* poursuit Cédric Vasseur. *Mais les entrepreneurs sont aussi des perfectionnistes: il y a une course au meilleur équipement, et quand on réussit dans le business, on n'a pas vraiment envie d'échouer sur un vélo."* Autrement dit: ce que ces hommes d'affaires préfèrent, c'est encore la compétition entre eux. *"J'en connais qui font 30 minutes entre midi et deux sur Zwift* (une appli qui permet de calculer ses performances et de pédaler virtuellement avec d'autres, ndlr) *et qui comparent leurs résultats avec un homologue en Australie!"* Au Plaza, le vélo semble en tout cas devenu la nouvelle religion. Lors des Dandy's Nights, des soirées annuelles organisées par le palace de l'avenue Montaigne lors desquelles des marques viennent exposer leurs nouveaux produits pour hommes *"élégants et modernes"*, on trouve dans une suite un *"bar à cravates"* signé Marinella, puis, plus loin, un *"bar à chaussettes"* ou encore, dans une autre chambre, des costumes entièrement confectionnés à la main et des lunettes sur mesure. Mais désormais, au bout du couloir, derrière une énième porte dorée, dans une suite à haut plafond et lustre art déco, est exposée la nouvelle pièce maîtresse du dandy d'aujourd'hui: un vélo élaboré en partenariat entre le Plaza et McLaren. ● TOUS PROPOS RECUEILLIS PAR HC, SAUF INDIQUÉ