

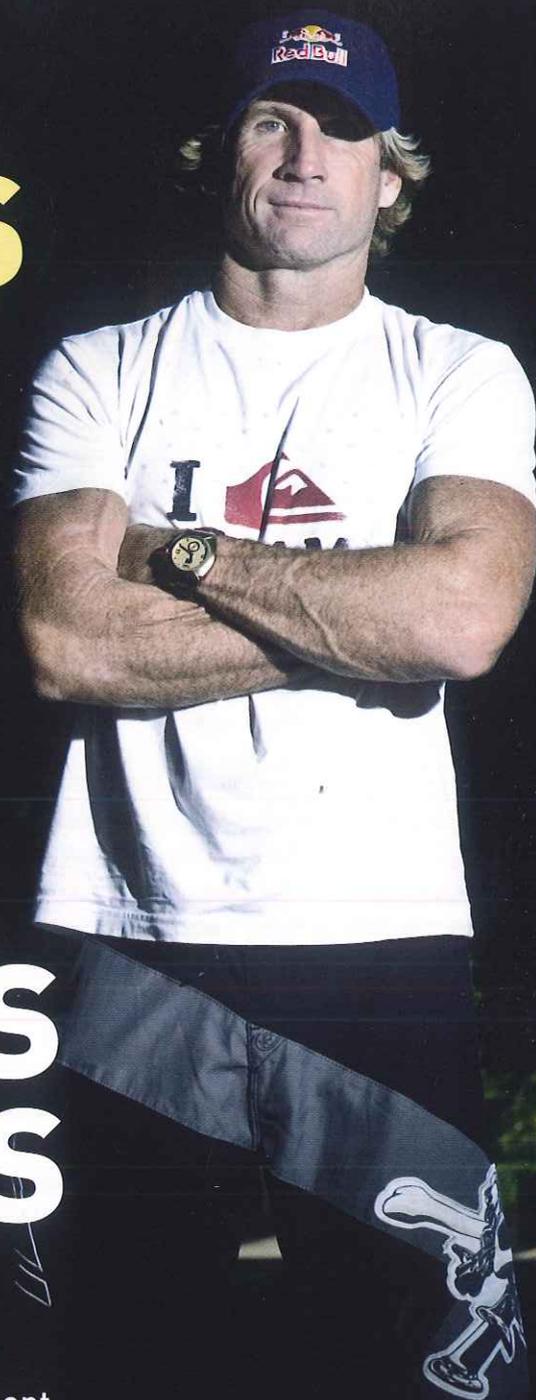
# SUPER PATRONS

=

# P.-D.G.

+

# EXPLOITS SPORTIFS



> Dans le monde de l'outdoor business, ils sont nombreux à assurer, sur une planche (ou deux), piolet en main ou chaussures de trail aux pieds. Mais rares sont ceux qui ont à la fois tutoyé les sommets dans leur sport et occupé la tête d'une entreprise dédiée à cette passion. Vous connaissiez Yvon Chouinard, le boss de Patagonia ou encore Jake Burton, de Burton Snowboards : en voici six autres, tous au-dessus du panier.

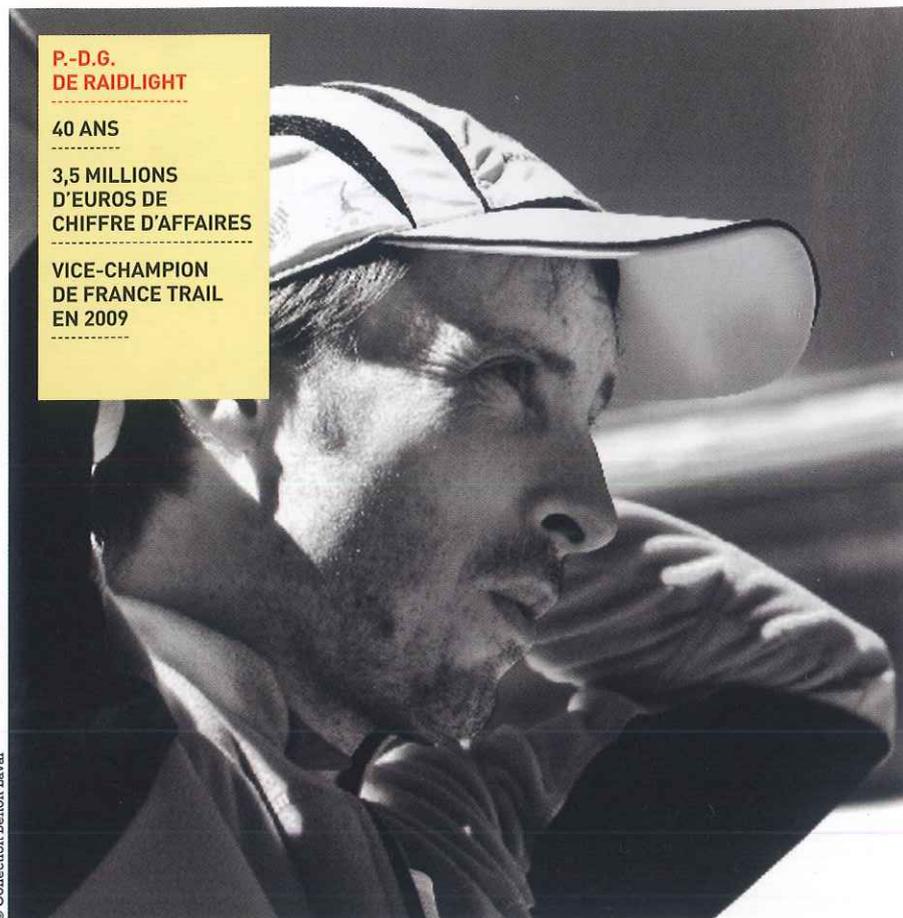
**P.-D.G.  
DE RAIDLIGHT**

**40 ANS**

**3,5 MILLIONS  
D'EUROS DE  
CHIFFRE D'AFFAIRES**

**VICE-CHAMPION  
DE FRANCE TRAIL  
EN 2009**

© Collection Benoît Laval



## BENOÎT LAVAL

### L'HOMME DE LA DERNIÈRE MINUTE

**> Le fondateur de Raidlight, le petit poucet des grandes marques outdoor, a fait de l'entreprise de challenge « pas gagnés d'avance » sa ligne de conduite. Une force entrepreneuriale et compétitive qui l'a amené à faire de sa petite entreprise une référence sur le marché du trail et de la rando légère mais aussi au plus haut niveau sportif.**

À 40 ans pile, Benoît Laval est un homme sinon pressé, pour le moins organisé. Créateur et chef d'entreprise depuis 1999 et le lancement de sa marque Raidlight, coureur de haut niveau en trail, course d'orientation et raid, concepteur de produits techniques pour le trail et la randonnée, le discours est huilé : « J'ai toujours aimé me lancer dans des défis pour lesquels je n'avais aucun atout au départ. Notamment en prenant des responsabilités qui m'amènent à prendre la parole en public alors qu'à la base je suis très timide ou sortir major de l'école des officiers de réserve de Saint-Cyr alors que je n'avais aucune culture militaire. Ou encore

quand j'arrive à négocier des levées de fonds... Je suis fier d'avoir su dépasser ces situations. » déclare Benoît dans un café où récupèrent, entre deux étapes, les coureurs de la Pierra Menta, la course de référence en ski-alpinisme. « Si j'attends le train, je monte à la minute, profitant de l'attente pour avancer. Je suis aussi quelqu'un qui travaille dans l'urgence. Je me lance dans beaucoup de choses sans forcément trop réfléchir avant. D'ailleurs, avec ma connaissance actuelle du marché de l'outdoor, je ne me serais pas lancé dans la création d'une marque... » Et pourtant. Lorsqu'en 1999 Benoît, l'ingénieur qui travaille

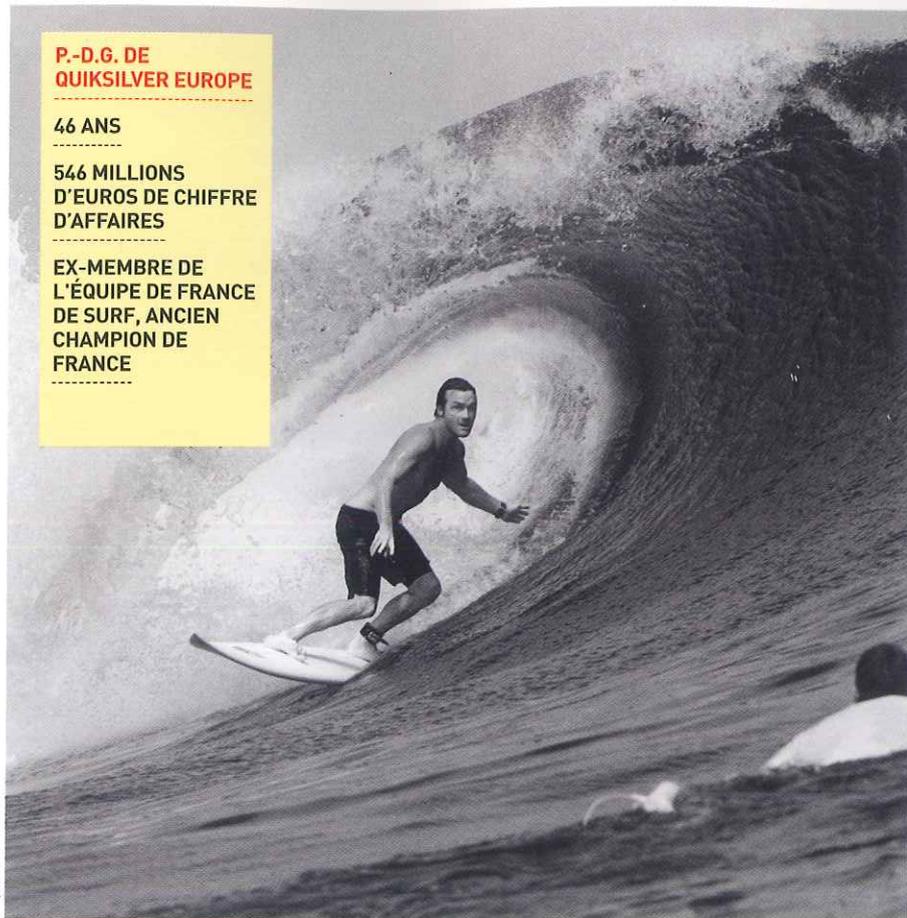
pour une grande entreprise sous-traitante pour une marque de sac à dos, lance sa propre petite ligne de produits ultra-légers, il ne pense pas alors devenir un vrai « patron ». « Je pensais pouvoir créer 3 à 4 emplois, un chiffre d'affaires de 500 000 francs. Douze ans plus tard, nous en sommes à 3,5 millions d'euros et 30 employés... Être coureur et pratiquant fait de moi un concepteur et un chef d'entreprise différent. C'est parce que je cherche les produits les plus adaptés pour moi que je crée des produits performants. Raidlight est une part de ma passion pour le sport. D'ailleurs, nous sommes une équipe de passionnés : pas de bureau parisien, pas de schéma classique de communication ! » résume-t-il. Il faut dire que si sa pratique est intimement liée à son travail, Benoît n'y va pas par quatre chemins : « Je cours depuis l'âge de dix ans. La montagne, je l'ai découverte chez les chasseurs alpins et je me suis mis au trail. Mon premier, c'était le défi de l'Oisans, 200 km par étapes. Je l'ai gagné. Raidlight a commencé juste après et ma progression sportive est finalement très liée à celle de la marque. Grâce, et pour Raidlight, j'ai participé à de nombreuses courses dans le monde. Le Marathon des Sables a été un grand déclencheur pour l'exportation. Mes sacs ont été remarqués dans le peloton ». De cette recherche de la performance dans le matériel, Benoît associe donc une quête du meilleur résultat en course, qui culmine par une 2<sup>e</sup> place au Grand Raid de la Réunion en 2004 et un titre de vice-champion de France de trail en 2009. Finalement, il n'y a que l'an passé où progression sportive personnelle et développement de l'entreprise n'ont pu rester au diapason. « J'ai dû réduire l'entraînement en 2011. L'ouverture du nouveau site de Raidlight et Vertical (une marque de montagne rachetée en 2010) à Saint-Pierre-de-Chartreuse, ainsi que de la station de trail, tout cela représentait tout de même une trop forte charge de travail. » Benoît Laval reste un sportif amateur, qui a essuyé quelques critiques concernant le fameux label « station trail », projet novateur auquel certains reprochent un manque de concertation, notamment en ce qui concerne ces nouveaux itinéraires de trail qui jonglent un peu trop avec les règles du parc naturel régional ou les terrains privés. Mais en 2012, Benoît est reparti pour s'entraîner. Sans toutefois mettre de côté son goût pour les défis industriels : le lancement d'une gamme de chaussures et deux nouvelles stations-trail : à Villard-de-Lans et Saint-Martin-Vésubie.

**P.-D.G. DE  
QUIKSILVER EUROPE**

**46 ANS**

**546 MILLIONS  
D'EUROS DE CHIFFRE  
D'AFFAIRES**

**EX-MEMBRE DE  
L'ÉQUIPE DE FRANCE  
DE SURF, ANCIEN  
CHAMPION DE  
FRANCE**



© Quiksilver

## PIERRE AGNÈS

**LE P.-D.G. SURFEUR**

**> Natif de Bayonne, Pierre Agnès est le P.-D.G. de Quiksilver Europe depuis 2005. Cet ancien champion de France de surf s'est construit une solide carrière de businessman et son ascension dans la sphère des affaires n'est certainement pas le fruit du hasard : il a su prendre les meilleures vagues qui l'ont poussé au plus haut.**

1987 : la marque Quiksilver n'en est qu'à ses balbutiements. Membre de l'équipe de France de surf, Pierre Agnès intègre le team Quik, devient Team manager puis responsable du marketing. En 1990, les sports outdoor sont alors en pleine explosion : Pierre Agnès l'a bien senti et crée à 27 ans Omareef\*. 2001 marque un tournant important dans sa carrière, fort d'un chiffre d'affaire à six zéros et d'une équipe de cinquante salariés, Omareef est racheté par Quiksilver. Retour au siège de Saint-Jean-de-Luz comme directeur général, avec la création d'une filiale de production multimédia, avant de devenir P.-D.G. en 2005

de la branche européenne de la marque. A-t-il encore le temps de surfer ? « Oui ! Et d'ailleurs j'étais à l'eau ce matin (ndlr : le jour de l'interview). Quand j'organise mes voyages, j'ai toujours un œil sur la météo pour surfer. Sinon je profite de mes enfants. » Et c'est avec son fils de dix ans que ce père de famille aimerait partir en trip. Pierre a eu l'incroyable chance de réaliser bon nombre de ses rêves de surfeur en tant que team manager. Ces multiples expériences et voyages professionnels ont façonné la personnalité du surfeur... et celle du patron. Rien de tel qu'un bon trip galère pour apprendre à (se) gérer et surtout éviter

que l'ambiance dans le groupe dégénère. Quand Quiksilver se lance dans l'aventure de la bourse et le rachat d'entreprises, le voyage aurait pu se terminer au bout de l'enfer. Quand Quiksilver toujours décide de racheter Rosignol, les connaissances de l'entreprise dans ce sport n'étaient pas assez solides. La cause était perdue d'avance : en trois ans, la marque a enregistré plus de pertes que de profits générés en dix ans. Dans ce genre de situation, il fallait que Pierre Agnès soit très solide sur ses appuis... Et de fait, des têtes sont tombées mais pas la sienne. Petit à petit, Quiksilver se refait une santé. « Nous avons toujours su construire de belles équipes travaillant en cohésion. Le challenge que nous entretenons avec nos homologues américains et australiens est une émulation très saine. Notre perpétuelle recherche d'innovation et de nouveaux talents compte beaucoup. Nous avons été les premiers à investir dans de nouveaux marchés en Russie et en Inde où nous sommes quasiment les seuls présents dans les sports d'action (...) ».

Le surf a évolué, mais l'esprit est immuable et Pierre Agnès en est le témoin direct : « La plupart des surfeurs sont avant tout des passionnés. Il y a plus de monde dans l'eau et le localisme est peut-être plus marqué mais il existait déjà dans les années 70-80. Par rapport au business, certains pensent que l'esprit surf a été dénaturé et d'autres, dont je fais partie, pensent que beaucoup de personnes ont pu vivre de leur passion. » Pierre Agnès est aux aguets afin de ne pas louper les futures stars de la génération montante qui assureront la pérennité de la marque. Dans le sérail, c'est Michaël Picon sur lequel Pierre Agnès garde un œil attentif. Ex-surfeur du top 44 de la coupe du monde de surf, Picon est l'actuel directeur d'Omareef. Il n'y aurait qu'un pas pour établir le parallèle avec la carrière de Monsieur Agnès... « Michaël a ouvert les portes du surf professionnel au plus haut niveau en France. Il a ensuite enchaîné directement sa reconversion chez nous. Ça fait plus de dix-huit ans qu'il fait partie de la famille. Maintenant il faut qu'il apprenne le business et semble y prendre goût donc c'est déjà un grand pas vers la réussite. » Le passage de témoin est visiblement l'un des mantras de notre P.-D.G. surfeur.

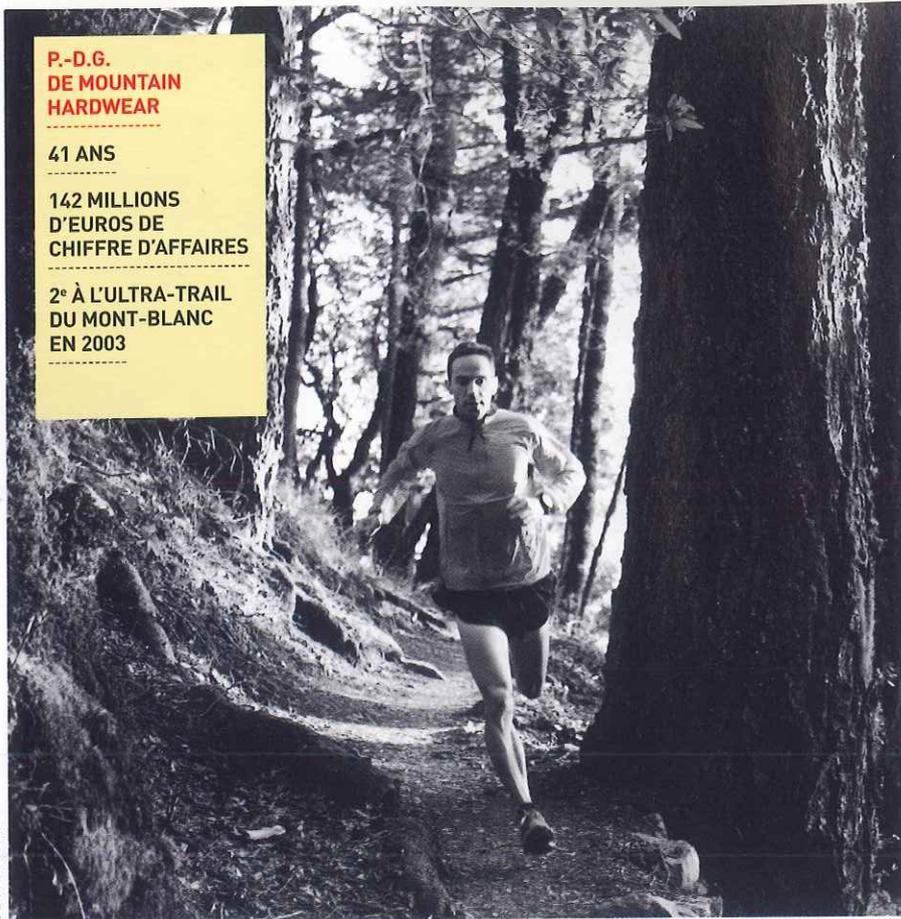
\*Omareef fabrique et distribue des combinaisons Néoprène, des lunettes, des montres sous licence mondiale Quiksilver.

**P.-D.G.  
DE MOUNTAIN  
HARDWEAR**

**41 ANS**

**142 MILLIONS  
D'EUROS DE  
CHIFFRE D'AFFAIRES**

**2<sup>e</sup> À L'ULTRA-TRAIL  
DU MONT-BLANC  
EN 2003**



© Rod McLellan

## TOPHER GAYLORD

« LA VIE, LE BUSINESS ET LA COURSE SONT INCERTAINS »

> Tophér Gaylord est l'un des hommes en vue de la planète business-outdoor. Président de Mountain Hardwear, l'Américain est aux commandes d'une des plus grandes marques mondiales de montagne. Compétiteur dans l'âme, il applique les mêmes ingrédients à sa vie d'homme d'affaires qu'à sa pratique de coureur de trail de haut niveau.

Pour Tophér, californien depuis qu'il est devenu le « boss » de Mountain Hardwear et Montrail après avoir dirigé la filiale européenne du grand concurrent The North Face, tout est histoire de défi et de challenge, de réalisation d'un potentiel individuel et de lutte contre l'adversité. De l'énergie, du charisme aussi, Tophér en dégage dès la première poignée de main. Regard clair où se lit curiosité et écoute, détermination et volonté. Parole facile et idées clairement énoncées. L'homme, dans les salons de l'hôtel à Chamonix, avant le départ de l'UTMB, possède l'étoffe du patron. Sa vie professionnelle se veut d'ailleurs « exemplaire »

et ce dès ses débuts en 1993 chez The North Face (TNF) où il enchaîne les missions entre développement et marketing. En 2000, il devient manager général de la marque pour la zone Europe, ce qui lui permet de découvrir la culture des Européens et leur façon de pratiquer les sports outdoor. En 2010, il quitte TNF pour accéder à la place de directeur de la grande marque concurrente, Mountain Hardwear. Retour en Californie, nouvelles responsabilités mais toujours dans ce rôle de leader. Le haut niveau, Tophér le connaît également dans sa pratique sportive. « Je cours depuis l'âge de 18 ans, je pratique le trail depuis une



© Roland Dure

bonne quinzaine d'années et pour moi, une course de 100 miles (160 km) comme l'Ultra Trail du Mont-Blanc est un cadre très particulier de test sur soi. J'y trouve également de nombreux points communs avec le business, la vie. » Tophér, même s'il court de nombreuses autres épreuves à travers les USA et le monde (il a notamment remporté la course Olympienne entre Olympie et Sparte en 2008), a fait du rendez-vous chamoniard sa grande quête annuelle à la recherche de lui-même. Sa « love story » avec l'UTMB débute lors de la fameuse édition inaugurale, en 2003. Les éléments sont contraires et cet adepte du « struggle for life » triomphe des difficultés pour partager la deuxième place avec Brandon Sybrowski. Depuis, Tophér revient chaque année sur l'épreuve avec plus ou moins de succès. Quelques abandons, mais aussi de belles places d'honneur. « Une course d'ultra est un test incroyable. Nos forces, notre volonté, tout est mis en jeu de façon extrême dans un UTMB. Il faut surmonter les difficultés, gérer les hauts et les bas. De ce point de vue, le travail est assez similaire, c'est le même cycle, la même énergie. » Une énergie unique qu'il doit aussi gérer au quotidien. « Mon travail chez Mountain Hardwear est prenant, et très varié. Nous avons une production très intéressante, mais je m'intéresse aussi au design. Je suis en permanence à l'écoute des pratiquants, car je suis convaincu que ce sont eux qui inventent les produits, être pratiquant moi-même est très important ». Côté entraînement, Tophér a un timing serré, mais a « la chance de travailler à côté des montagnes, au nord de San Francisco. Je peux donc aller courir facilement et je réserve les sorties plus longues aux week-ends. Travailler dans le cadre de sa passion permet de réaliser pleinement son potentiel » conclut-il. Un potentiel qui semble n'être accessible aussi qu'à travers le défi : il n'y a pas de place au doute dans le regard de Tophér.

**P.-D.G.  
DE NAISH SAILS**

**49 ANS**

**CHIFFRE D'AFFAIRES  
NON CONNU**

**24 TITRES  
MONDIAUX EN SURF**



© Kolesky/Nikon/Redbull Contest Pool

## ROBBY NAISH

**KING OF US1111**

**> Robby Naish... Cet Hawaïen ne peut vous être totalement inconnu. Ses cheveux blonds, sa bonne humeur et son talent incomparable sur l'eau ont fait de lui l'icône de la génération glisse depuis les années 80. Robby est aussi le boss de ses propres marques d'équipement de windsurf, kitesurf et stand up paddle.**

Dès sa naissance, Robby avait de qui tenir. Surfeur émérite, son père Rick était déjà présent dans le premier numéro du légendaire *Surfer Magazine* aux USA. Passionnée par les vagues et l'océan, la famille Naish déménage à Kailua sur l'île d'Oahu à Hawaï dès 1968. Dans des conditions idéales, le jeune Robby s'initie au windsurf en 1974, progresse à la vitesse de la lumière et remporte son premier titre mondial « overall » de windsurf en 1976 à l'âge 13 ans. La légende est alors déjà en marche. Robby le Kid devient le King et domine ensuite sans partage la scène internationale du windsurf jusqu'en 1987. Avant de se retirer

de la compétition au milieu des années 90, il remportera au total vingt-quatre titres mondiaux. Toujours windsurfeur professionnel, il continue ensuite d'écrire la légende en ridant notamment la célèbre vague de Jaws à Hawaï. Lorsqu'il décide de quitter la coupe du monde, son nom et son numéro de voile US1111 sont déjà emblématiques. Cette cote d'amour avec le public, il la doit sans doute autant à son caractère qu'à ses titres. Malgré sa réussite précoce, la célébrité et les sollicitations, Robby est toujours resté humble et abordable. Adulé telle une rock star, gloire et richesse ne l'entraînent pas sur la mauvaise pente. Sa tête

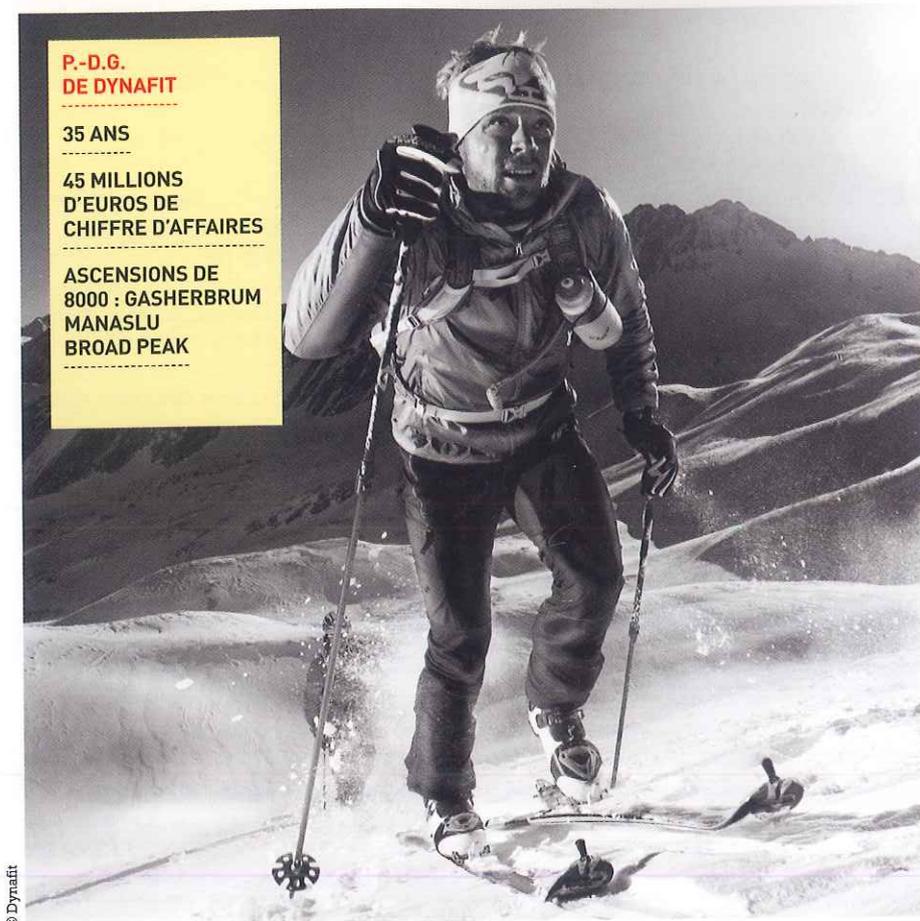
reste bien fixée sur ses solides épaules et le King Robby se place dans le business. Dès 1985, il accepte l'invitation de Harry Hodge et Jeff Hakman à prendre des parts dans les sociétés qui allaient distribuer les différentes branches de Quiksilver en Europe. « *Un des meilleurs investissements de sa vie* » avoue-t-il aujourd'hui ayant désormais revendu ses parts. En 1995, au moment de quitter la Coupe du Monde, Robby ne la domine plus comme avant mais reste l'emblème d'un sport qui a grandi avec lui. Il crée sa propre marque de voiles de windsurf : Naish Sails Hawaii. À partir de là, tout s'enchaîne. La marque d'US1111 connaît un bel essor. Les gammes s'élargissent aux accessoires, aux planches puis au kitesurf en 1999 et au stand up paddle en 2007. Avec ce positionnement sur les sports émergents, Naish compte aujourd'hui parmi les leaders des sports de glisse nautique. Pourtant, Robby l'avoue lui-même, son entreprise pourrait peut-être connaître encore plus de réussite s'il y passait tout son temps... Mais cela le changerait en tant que personne, ce qui à terme déteindrait sur une entreprise unique, bâtie autour de lui, de son nom et de son engagement permanent à rester sur l'eau en tant que pro. Et c'est vrai que ce qui différencie Robby de tous les autres patrons, c'est d'être resté avant tout un rideur. Plus que cela, il reste le plus formidable ambassadeur des sports de glisse. Aujourd'hui encore, à 49 ans, sa passion pour le windsurf est intacte ce qui l'incite à maintenir sa liberté d'aller sur l'eau pour assouvir son besoin de sensations. S'il travaille de chez lui, il est tout de même beaucoup plus assidu à Hookipa (spot mythique de l'île de Maui à Hawaï) que dans son entreprise. Il avoue même ne pas y avoir de bureau attiré. Cela ne l'empêche pas d'y rester très investi en gérant tout le côté financier et en gardant un œil très attentif sur le marketing ainsi que sur la R&D auquel il attache une importance particulière. Robby reste le vrai boss de Naish et valide toutes les décisions importantes. Aux dires de ses employés, c'est un bon patron, respectueux, juste, direct et fiable mais passionné avant tout autre chose. Quoi qu'il advienne, Robby restera toujours Robby. Son style et sa classe sur l'eau demeurent inégalables. Peu importe qu'il dirige l'une des plus belles entreprises de la glisse, Robby le clame haut et fort, passer du temps sur l'eau restera toujours sa priorité : « *Windsurf, stand up paddling, kitesurf : c'est ce que j'aime et ce que je suis.* »

**P.-D.G.  
DE DYNAFIT**

**35 ANS**

**45 MILLIONS  
D'EUROS DE  
CHIFFRE D'AFFAIRES**

**ASCENSIONS DE  
8000 : GASHERBRUM  
MANASLU  
BROAD PEAK**



© Dynafit

## BENEDIKT BÖHM

« GRAVIR ET DÉVALER »

**> Il se définit lui-même, comme le clame son site web, comme une Formule 1 de l'alpinisme. Benedikt Böhm aime être rapide, en montagne comme ailleurs. Le P.-D.G. de Dynafit sait de quoi il parle : il a gravi et dévalé skis aux pieds une poignée de sommets de plus de huit mille mètres, de préférence en un temps record.**

L'homme est un skieur-alpiniste pressé, pas l'inverse. Le regard clair, la poignée de mains franche. Né en 1977 à Munich et élevé dans la religion du sport tendance montagne, dès l'âge de dix ans, Benedikt Böhm penche du côté du ski-alpinisme version compétition. Ce qui lui plaît ? La vitesse et la simplicité de la chose, le ski étant seulement le moyen le plus rapide pour parvenir à ses fins. Et aussi une manière agréable de faire l'armée : Benedikt y remporte ses premières compétitions, avant de gagner le championnat militaire international de ski-alpinisme en 1998. Les portes de l'équipe nationale allemande lui tendent les

bras en 2003, il y restera trois ans. Poli et à l'écoute de son interlocuteur, l'homme distille une élégance saxonne ciselée par trois années d'études à Oxford. On ne devient pas manager en courant les montagnes, mais Benedikt ne s'est pas privé pour sa passion. Après un galop d'essai au Pérou, et alors qu'il est déjà intégré à l'entreprise Dynafit, Benedikt passe la vitesse supérieure et se lance dans les plus hauts sommets de la planète, skis aux pieds. Une pratique dont les disciples sont peu nombreux, et pour cause : se hisser à plus de huit mille mètres sans oxygène est déjà suffisamment difficile. Oubliez le prototype

d'himalayiste tendance bonhomme Michelin qui se traîne sur des cordes fixes. Le mot d'ordre de la cordée qu'il forme avec Sébastien Haag est : légèreté et rapidité. Peu de matériel, des vêtements light et des skis pour aller vite (on s'enfonce moins à la montée, mais la chute est interdite à la descente). Voilà comment il coche, en guise d'apéritif, le Mustagh Ata, un 7 500 mètres du Xinjiang chinois en 10 h 41 minutes, descente comprise. En 2006, coup de maître avec son premier 8000 avec le Gasherbrum II, 8 035 m, aller-retour en dix-sept heures, avec Sébastien Haag. Comment fait-on pour faire des 8000 quand on est chef d'entreprise ? Choisir des sommets situés dans le Karakoram pakistanais, dont l'ascension est possible en été (contrairement aux sommets népalais ou tibétains gravés au printemps). Et puis s'entraîner, sans lésiner : deux mille mètres de dénivelé positif à ski, plusieurs fois par semaine, avant d'aller au bureau à 9 h. Cela vous maintient en forme, et cela donne du temps et des idées pour développer des nouveaux skis... et de remporter par deux fois la seconde place d'une des deux plus difficiles compétitions par équipe de ski-alpinisme au monde, la Patrouille des Glaciers en Suisse. Le manager de Dynafit continue ses expés au rythme de ses vacances : le Manaslu (8 163 m) en 2007 et surtout le Broad Peak (8 047 m) en 2009 lui échappent pour quelques mètres, mais donnent leurs noms aux skis du groupe. L'Himalaya est un hobby dangereux : après une ascension éclair en seize heures, Benedikt doit aider son compagnon Haag, complètement vidé, à revenir vivant au camp de base. Une alpiniste amie du team Salewa italien n'aura pas cette chance.

Le ski de randonnée ou ski-alpinisme est un secteur porteur : la pratique a explosé depuis dix ans et Dynafit n'a pas laissé sa part aux chiens. Loin s'en faut : dans le giron de Salewa, la marque à l'origine des fixations de ski de randonnée les plus légères du marché – les révolutionnaires Low Tech nées en 1990 – s'est développée jusqu'à devenir une marque globale, proposant tout l'équipement du skieur de randonnée, des skis aux chaussures en passant par les vêtements ou les sacs à dos, et propose pour la première fois cette année une gamme été version trail. Une décision que Benedikt n'a pas mise longtemps à prendre. Tel est l'enseignement de la haute altitude, « la meilleure école de la vie » : la prise de décision n'attend pas.

RETRAITÉ  
EX-P.-D.G. DE  
SOCIÉTÉS DE VTT

62 ANS

RETRAITÉ

TITRES MONDIAUX  
EN VTT

© Photos DR

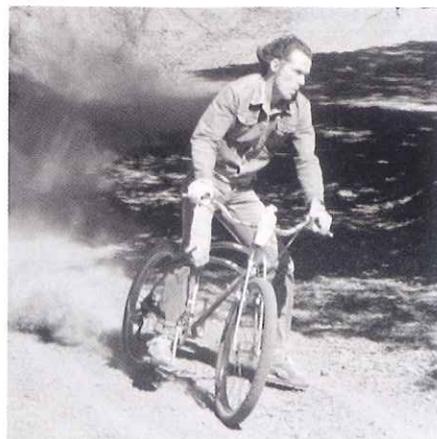
## GARY FISCHER

LE PAPA DU MOUNTAIN BIKE

**> Parler de Gary Fischer revient à parler de la naissance du mountain bike. Aussi doué pour la rhétorique que pour la mécanique, il a non seulement inventé le mot mountain bike, expression qui devait par la suite caractériser l'un des courants les plus influents de la Petite Reine, mais il en a également inventé les premières montures.**

Entre les mains de Gary Fischer naquirent les premiers VTT, nommés Klunkers, construits comme les Hell's Angels façonnaient leurs machines de guerre : désossant toute partie superflue de leur monture, adaptant leurs propres composants. Bien avant cela, Gary a fait de la compétition, dès l'âge de 12 ans, mais il se fait retirer sa licence en 1968 à cause de ses cheveux... trop longs. Réhabilité en 1972, il reprend la compétition sur son vélo de course mais abandonne bien vite lorsqu'il découvre une nouvelle façon de rouler, « *loin des flics, des voitures et du béton* ». Il roule, avec « *une bande de marginaux* » sur les « *fire*

*roads* », les routes caillouteuses réservées aux pompiers dans les montagnes de Californie, au guidon de cruisers, des vélos rudimentaires qu'ils bricolent pour être capables de résister aux descentes et aux vitesses qu'ils atteignent. Sans le savoir, ils lancent les bases de la descente. En 1976, Gary remporte la Repack Downhill, premier événement de ce genre au monde, au guidon de son Schwinn des années 30, sur lequel il a bricolé des freins à tambour et adapté d'autres pièces provenant de motos. Ce Schwinn reste l'emblème du début du mountain bike, considéré comme l'une des inventions les plus marquantes de l'histoire du VTT.



En 1979, il tire parti de toute cette expérience et fonde la marque Mountain Bikes avec son ancien colocataire Charlie Kelly, organisateur par ailleurs de la Repack Downhill. Le nom est lancé et l'entreprise est un succès jusqu'en 1983, date à laquelle Gary Fischer lance Gary Fischer Mountain Bikes. Il s'implique également dans le développement de la pratique en participant à la fondation de la NORBA, la National Off Road Bicycle Association, l'équivalent d'une fédération. Lui-même continue la compétition, gagne pléthore de titres. Décidé à démocratiser l'accès à ses vélos, il se met à produire en série au Japon et adopte de nouveaux designs pour ses cadres. Il sort ainsi le premier vélo doté d'une suspension avant en série, le Mont Tam et il travaille à la création du premier VTT tout suspendu, le Fischer RS-1. Malgré ces innovations et en dépit du fait qu'il exporte le mountain bike en France et en Europe, son entreprise agonise. En 1991, Gary Fischer Mountain Bikes est vendu à une compagnie taïwanaise nommée Anlen. C'est le début de deux années noires où Fischer, resté à la barre du navire, finit par concéder qu'il n'est qu'une marionnette aux mains de ces nouveaux acquéreurs. En 1993, c'est Trek, le géant américain, qui décide de racheter les parts de l'entreprise. Conscients des facultés de Fischer en termes d'innovation et d'expérience, les dirigeants de Trek le laissent gérer la branche « Fischer » de la production. En 2011, la légende de Gary Fischer n'est plus à faire. Avec plus de trophées qu'un salon ne peut en contenir, des vélos rentrés dans la légende et le titre officiel de « père du mountain bike », Fischer passe la main. Trek reprend la production et estampille les vélos de Gary du nom de « Gary Fischer Signatures ». La fin d'un mythe ? En aucun cas. Le business a simplement ses lois que la passion ne connaît pas.

# WIDER

LE MAGAZINE OUTDOOR

## VÉLO

### COACHING

TENTEZ LES GRANDS  
COLS DU TOUR DE FRANCE

### TEST VTT



### LES MEILLEURS CROSS-COUNTRY

TENDANCE / BIKE POLO

## SUPERMEN

SPORT ET BUSINESS  
CES P.-D.G.  
QUI RÉUSSISSENT

—  
ESCALADE / KAYAK / SLACK  
GORGES DU TARN  
NATURAL GAMES DE MILLAU



TEST CAMÉRAS  
EMBARQUÉES

BONS PLANS WEEK-ENDS  
CANOË SUR LA DRÔME / PYRÉNÉES SAUVAGES  
VIA FERRATA EN SAVOIE / BRETAGNE FORCE 4

INTERVIEW EXCLUSIVE

# BIXENTE LIZARAZU

SURFEUR NATURE

MAI - JUIN 2012

L 14020 - 5 - F: 4,50 € - RD

