

S T O R Y

Oakley a 30 ans

L'histoire

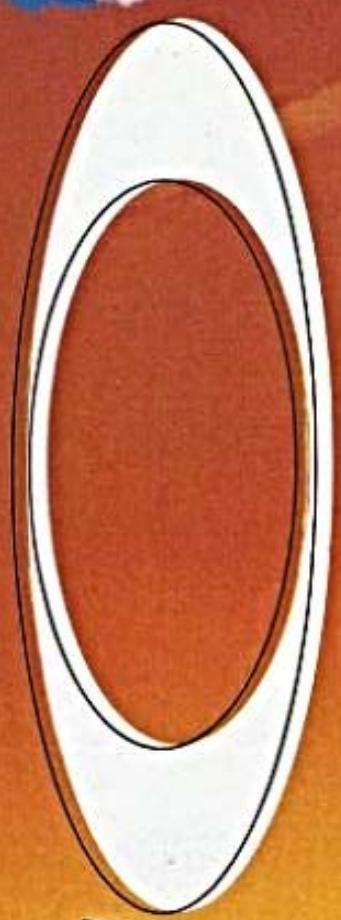
Le motocross mène à tout ! En 30 ans, la société Oakley Inc., sous l'impulsion de son boss et créateur Jim Jannard, est passée du statut de petite boîte du milieu du MX à celui de groupe international côté en bourse et acteur mondial du marché de la lunette solaire. Une réussite impressionnante animée par le même schéma directeur depuis le tout début : Innovation, design et technologie.

Par Julien Leroy - photos J. Leroy, Jeffro & Oakley



MICHAEL JORDAN
SERIAL No 0023

Romeo



of

es

Avec 585 millions de dollars de chiffres d'affaires en 2004, la firme Californienne n'a plus rien en commun avec la petite boîte spécialisée de la fin des années 70. Certes, depuis le succès énorme de la marque sur le marché de la lunette solaire et la cotation en bourse de 1995, les actionnaires d'Oakley ne porte plus qu'une attention discrète et symbolique au marché du MX. Il faut dire que depuis, les Californiens se sont considérablement diversifiés vers des marchés plus porteurs et générant des volumes de ventes plus conséquents. Aujourd'hui, Oakley ne s'adresse plus seulement aux sportifs, mais à une cible grand public à l'échelle de la planète sur des secteurs aussi divers que la lunette solaire ou optique, les montres, la chaussure ou encore le textile. Pour autant, l'histoire rappelle à la marque que sans la passion de Jannard pour le MX, sans l'Europe et un certain Gérard Valat avec son équipe d'anciens crossmen reconvertis au business, son avenir aurait été peut-être moins brillant... Preuve que la passion, la vision, la rigueur d'un

concept, testé et promu en premier lieu sur la clientèle du MX, peut mener vers une grande aventure...

LE MX À LA SOURCE

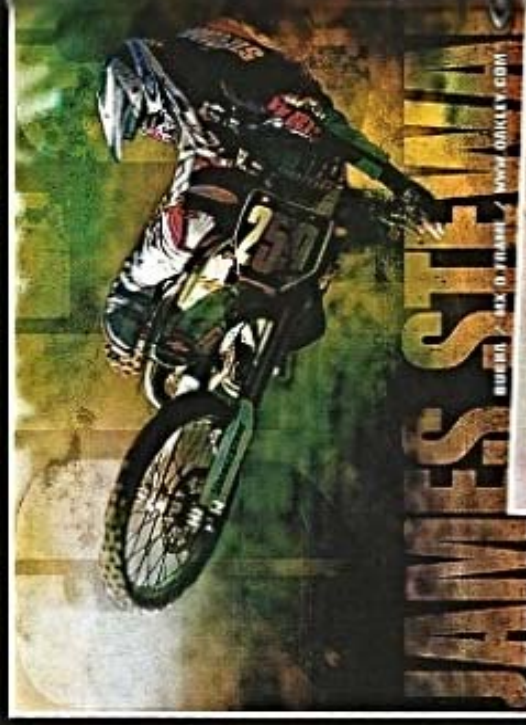
Contrairement à l'idée reçue, le premier produit Oakley n'était pas un masque de motocross, mais une paire de poignée caoutchouc pour nos chères machines. Vous ne le croyez pas ? Alors, retour en arrière... À l'année 1975 plus exactement.

Jim Jannard a 26 ans, pratique assiduellement le MX et gagne sa vie comme représentant en accessoires TT. Il vend notamment de nouvelles poignées qui font appel à un matériau innovant : l'Unobitanium (cette gomme adhérente que l'on trouve toujours sur les solaires de la marque au niveau du contact avec le nez et les oreilles). Pour autant, Jim pense qu'il y a bien mieux à faire avec cette matière que ces banales poignées. Comme son boss ne l'entend pas de cette oreille, Jim décide de créer sa propre boîte avec 300 \$ en poche ! Reste à trouver un nom. Jannard qui élève des Setters Anglais décide de rendre hommage à son chien préféré en donnant le même nom à sa société naissante. Bon, si le chien s'était nommé « Pilou », cela aurait été moins évident pour la suite... Ce sera

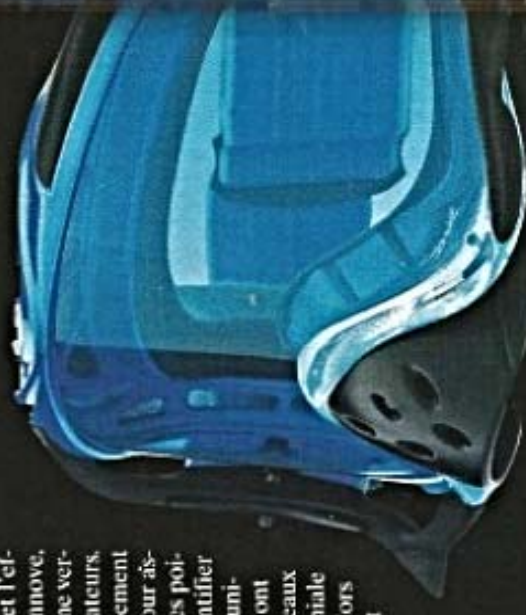
« Oakley » et Jim et son pote « Duke » (bien connu des BMXers des années 80) commencent à bosser. La

poignée Grip 1 à base d'Unobitanium voit le jour. Elle offre un style révolutionnaire qui prend en compte pour la première fois les contraintes ergonomiques spécifiques à la main et l'effort exercé sur le guidon. Jannard innove, surprend et finit par imposer la troisième version de sa poignée auprès des utilisateurs. Oakley est lancée et va profiter pleinement de l'explosion du marché du BMX pour asseoir sa position. Le problème avec les poignées, c'est qu'il est difficile d'en identifier la marque et d'en assurer une communication efficace. Forcément, les pilotes ont les mains dessus ! Par contre, les bandeaux des lunettes offrent une visibilité géniale sur un pilote. Jim Jannard décide alors de s'attaquer au masque de cross. Et pour se différencier des produits existants, il commence à travailler avec la même approche technique

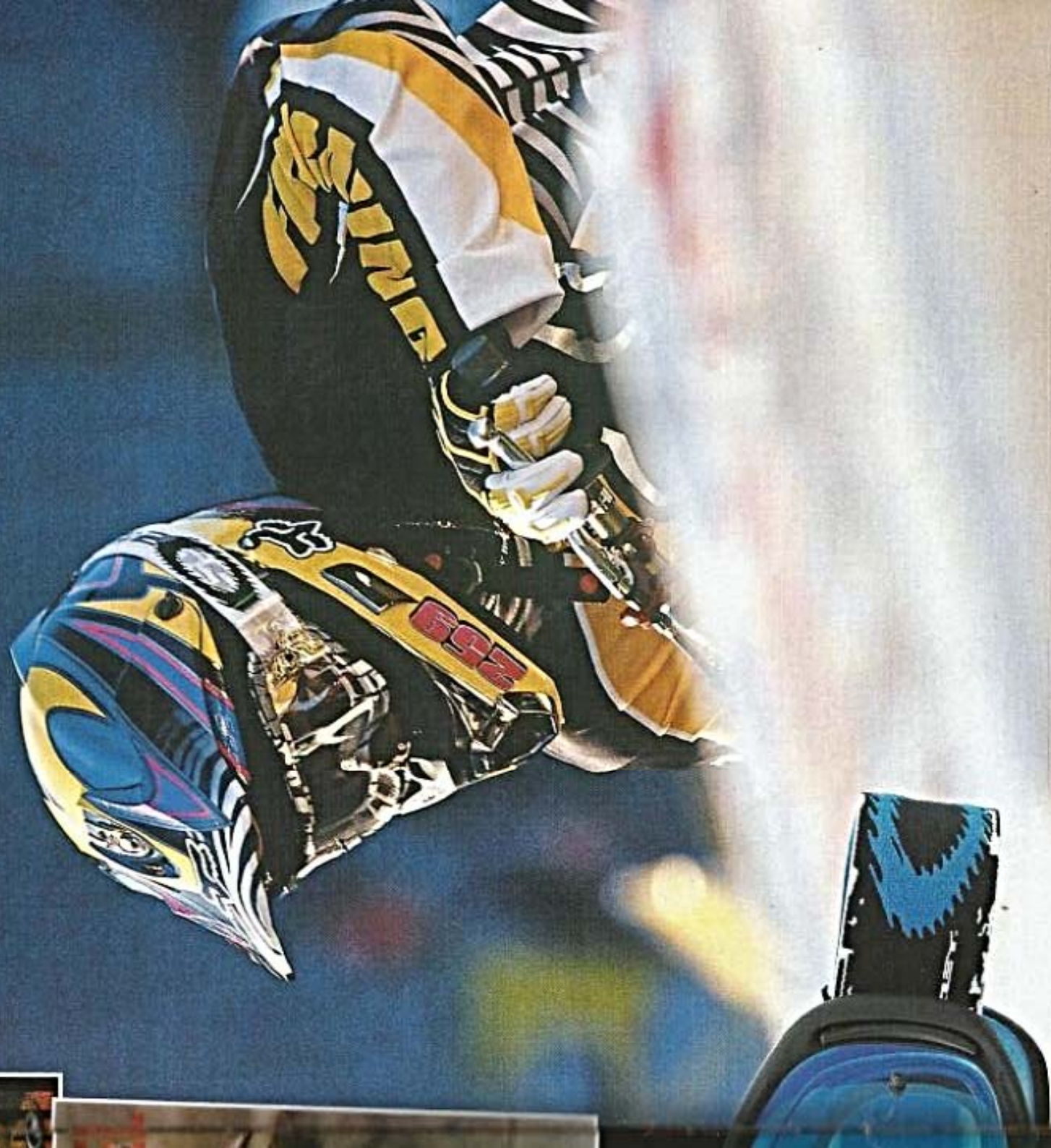
icône de la marque, Ricky Carmichael montra le O sur les podiums quasiment chaque week-end. Il met désormais en avant la Crowbar, dernier masque MX Oakley sur le marché.



Deux emblèmes aux USA, pas plus. Mais pas des moindres, James Stewart et Ricky Carmichael !



*« Oakley ne s'adresse plus
seulement aux sportifs, mais
à une cible grand public à
l'échelle de la planète »*





Andre Agassi, autre ambassadeur de la marque, a rajouté l'image du tennis au début des années 90...

« Toutes les disciplines sportives sont explorées »

que pour les poignées. Ainsi, en 1980, quand le masque, au nom de code 0/20 arrive sur le marché, il apporte un confort et un look indéniable. Le pari est gagné et la marque bénéficie d'une réelle exposition que Jannard et Duke vont faire fructifier en s'associant à des pilotes aussi prestigieux que Barnett, Bell, Ward, O'Mara ou Johnson. En Europe, c'est

André Malherbe qui portera le premier la O'Frame suivi rapidement par des pilotes aussi emblématiques que Jobé, Carlqvist ou Thorpe. Royal Moto France importe les premiers modèles en France et Gérard Valat, un ancien espoir du MX Français stoppé dans son élan

par des blessures à répétition, quitte RMF et part en vacances aux USA. Il raconte : « Je suis resté un mois là-bas où j'ai côtoyé le milieu du cross US sur les courses hivernales de la Golden States. De fil en aiguille, je me suis retrouvé avec des propositions de plusieurs boîtes dont JT Racing, Thor (Thorsten Hallman à l'époque), Fox et Oakley. J'ai choisi Oakley. C'était la plus petite de ces boîtes, mais elle me paraissait avoir un bon potentiel. Mais surtout, j'ai bien accroché avec Jim Jannard avec qui j'avais été en contact au début des années 80 pour importer leurs produits via RMF. » Gérard Valat devient alors le huitième employé de la marque. Il « débâche » Pat

Boulland qui parallèlement à son job de journaliste bosse pour Scott sur les GP De la, sui-

vra une longue histoire d'amour entre Gérard et Pat qui deviendra l'ambassadeur de la marque sur les circuits européens jusqu'à sa disparition. Il a notamment permis à la marque de signer tous les meilleurs pilotes européens et français de l'époque : « Les Français qui avaient un bon niveau étaient automatiquement baptisés Oakley par "Le Pape" », souligne Gérard.

LES DÉBUTS EN EUROPE

À partir de fin 83, le marché du BMX plonge aux USA et Oakley subit son premier coup dur. La situation financière est délica-

l'entraînement. En septembre, Hinault les recontacte et leur annonce qu'il trouve les lunettes géniales et qu'il les porte tous les jours à l'entraînement! Seulement, il décline l'offre de contrat. Motif: il n'assume pas le look et son entourage encore moins! Cependant, il propose à Gérard de le mettre en contact avec un Américain très prometteur que son



Oakley lance sa première basket aux États-Unis en 1998.

équipe « La Vie Claire » vient de recruter. Son nom: Greg Lemond. Ce dernier est tout de suite séduit et signe un deal avec la marque. De fil en aiguille, Oakley signe plusieurs espoirs. Après une seconde place prometteuse en 85, Lemond et Hinault finissent main dans la main au sommet de l'Alpe-d'Huez lors du Tour 86 et l'Américain termine en jaune sur les Champs Élysées. Le tout devant les télés du monde entier. Les retombées presse sont monumentales et la petite marque californienne alors quasiment inconnue du grand public des deux côtés de l'Atlantique devient une des plus exposées en moins d'un mois au niveau mondial! Les stickers et T-shirts « Oakley Thermonuclear Protection » s'arrachent...

Du côté des USA, le cyclisme n'a pas la même côte et paradoxalement les ventes en Europe se développent plus vite que chez l'Oncle Sam! Avec l'introduction de la Blade et de la Razor Blade, des évolutions toujours mono écran de la Eye Shade, les chiffres s'inversent. La Razor, plus mode, cartonne et réussit à toucher le marché du surf et du snowboard alors en plein boom. Des surfers et des snowboarders comme Peter Bower ou Jean Nerva assurent la promotion de la marque sur les sommets. La Eye Jacket et la E Wire, deux modèles très tendance, assoient le succès commercial de la marque en s'imposant sur le marché en pleine explosion à travers le monde des sports de glisse.

De l'athlétisme au tennis en passant par la voile, l'alpinisme, le triathlon, le beach-volley, l'escalade, le surf, le jet-ski, le ski ou le basket: toutes les disciplines en accord avec le port de lunettes de soleil sont explorées. En parallèle, la marque a su s'implanter auprès des opticiens et les clients ne sont plus obligés de se rendre dans un magasin de sport spécialisé pour acquérir les produits de la marque. Le chiffre d'affaires fait un bond et va doubler d'une année sur l'autre pendant cinq ans! Des sportifs aussi prestigieux que Sergueï Bubka, André Agassi, Tom Carroll ou encore « sa majesté » Michael Jordan rejoignent les troupes et la communication de



M I N I V I E U

JIM JANNARD

Jim Jannard est un personnage

surprenant, un inventeur-concepteur de génie, fou de technologie, grand leader d'industrie moderne aussi, qui, partant du MX, est devenu un des 100 hommes les plus riches d'Amérique (en fait très très riche!) et vous accueille avec la même simplicité et le même naturel qu'au premier jour... Car, si sa méfiance des médias est légendaire, elle ne s'applique heureusement pas à MV puisque Oakley vient du MX et que l'on

soutenait ici même la démarche d'Oakley à l'époque où la future « multinationale » ne comptait que huit employés, parmi lesquels un certain Gérard « Flying V » Valat, dont les talents aériens faisaient alors les délices du photographe mythique Pat Boulland, lui-même

intime de Jannard!

A l'heure de célébrer les 30 ans d'une firme-culte du MX, une petite causerie avec le plus riche de nos contributeurs s'imposait...



Comment qualifierais-tu ton implication personnelle, et bien sûr celle d'Oakley, au fil des années, dans le MX ?

« Le Motocross était présent dès l'origine de notre business. Il le reste aujourd'hui et le sera, j'en suis convaincu jusqu'à la fin ».

Oakley a sponsorisé nombre de pilotes importants au fil des années. Quels ont été les plus représentatifs de la marque à ton avis ?

« Au cours des années 80, aux débuts d'Oakley, il y a eu un groupe de pilotes fondamentalement importants, avec lequel je me sentais complètement en phase. Des pilotes comme Marty Smith, Mark Barnett, Jeff Ward, Johnny O'Mara, Rick Johnson... Je ne peux pas les séparer dans ma reconnaissance et mon affection. J'allais sur toutes les courses, leur changeais leurs tear-offs, de retour à l'hôtel on jouait aux premiers jeux vidéo, on formait une communauté itinérante et les rapports étaient très proches... »

Dirais-tu que c'était l'époque dorée, comme beaucoup le pensent ?

« (rire) On pense toujours que l'époque de sa jeunesse était dorée, mais c'est vrai qu'il y avait des choses qu'on ne voit plus, par exemple un vainqueur différent presque chaque semaine ! »

Comment l'expliques-tu ?

« Ils étaient près de dix pilotes, tous proches en vitesse pure et en bonne condition physique. On était aussi en pleine mutation technologique avec les moteurs à eau, les suspensions monoshock, etc. D'un moment de la saison à l'autre, telle ou telle marque prenait l'avantage et ses pilotes en bénéficiaient, puis le vent tournait... »

Dirais-tu qu'ils étaient meilleurs que leurs successeurs ?

« Non, il y a eu plein d'autres pilotes importants depuis, de JMB à McGrath et aujourd'hui RC et Bubba ! »

Quels sont les trois produits dont tu es le plus fier ?

« 1 : notre première poignée, l'Unobtainium. 2 : le masque O frame. 3 : la lunette de soleil Eysshade. Ces trois produits symbolisent des premières pour nous, des innovations par rapport à la norme établie. A chaque fois, j'ai entendu les mêmes réflexions. On ne pourrait jamais avoir du succès en fabriquant des poignées, on ne pourrait jamais prendre une place sur le marché de la lunette moto, on allait à la mort en se lançant dans la lunette de soleil... Chacun de ces produits a donné une réponse claire : « oh si, on le peut ! ».

Y a-t-il quelque chose, une décision dans l'histoire d'Oakley que tu aimerais avoir prise ou n'avoir pas prise ?

« Trop pour pouvoir les énumérer ! Mais je ne passe jamais beaucoup de temps à penser au passé. De plus, je ne vois pas les mauvaises décisions comme des erreurs. Je les considère plutôt comme de la "recherche" ! »

Parler des « 30 ans d'Oakley », ça t'inspire quel sentiment ?

« C'est bien sûr étourdissant mais je ne suis pas réellement branché anniversaire et nostalgie, il faut aller de l'avant ! »

Peux-tu nommer trois athlètes hors-moto que



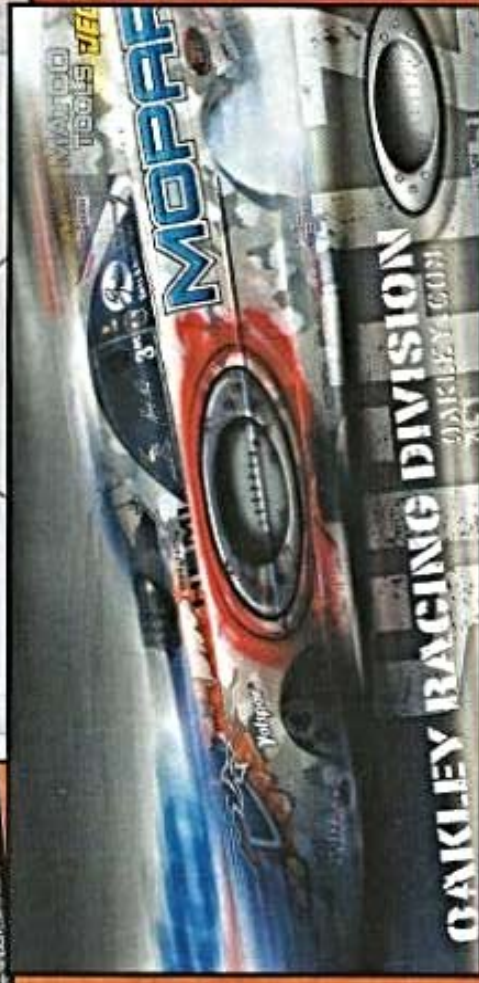
physique. On était aussi en pleine mutation technologique avec les moteurs à eau, les suspensions monoshock, etc. D'un moment de la saison à l'autre, telle ou telle marque prenait l'avantage et ses pilotes en bénéficiaient, puis le vent tournait... »

Dirais-tu qu'ils étaient meilleurs que leurs successeurs ?

« Non, il y a eu plein d'autres pilotes importants depuis, de JMB à McGrath et aujourd'hui RC et Bubba ! »

Quels sont les trois produits dont tu es le plus fier ?

« 1 : notre première poignée, l'Unobtainium. 2 : le masque O frame. 3 : la lunette de soleil Eysshade. Ces trois produits symbolisent des premières pour nous, des innovations par rapport à la norme établie. A chaque fois, j'ai entendu les mêmes réflexions. On ne pourrait jamais avoir du succès en fabriquant des poignées, on ne pourrait jamais prendre une place sur le marché de la lunette moto, on allait à la mort en se lançant dans la lunette de soleil... Chacun de ces produits a donné une réponse claire : « oh si, on le peut ! ».



Jim Jonnard voue une véritable passion pour les courses de Dragster. Jetez un œil sur : www.jimjonnard.com !

tu as été fier de sponsoriser/cotoyer ?

« Michael Jordan, Lance Armstrong et Gary Saelen (ndr : le café du drag top fuel)... C'est un privilège que de développer une relation privilégiée avec de tels talents, de telles stars. Mais il y en a des centaines d'autres et toutes ont contribué au succès du "O". »

Sport favori hors MX ?

« Le drag, 8000 chevaux, 5G à l'accélération, 5G négatifs à l'ouverture du parachute, 230 km/h en moins de 4,7 secondes, l'odeur de la nitro le matin. Grand ».

Comment classerais-tu cinq valeurs universelles de vie : famille, business, argent/puissance, spiritualité, bonheur... ?

Le bonheur est la capacité d'harmoniser les autres valeurs citées. Je dirais que l'argent est le plus gros obstacle au bonheur. Celui qui parvient déjà à découvrir ce qu'il lui plaît le plus de faire et à en vivre n'est pas très loin du bonheur... »



des opticiens et les clients ne sont plus obligés de se rendre dans un magasin de sport spécialisé pour acquérir les produits de la marque. Le chiffre d'affaires fait un bond et va doubler d'une année sur l'autre pendant cinq ans ! Des sportifs aussi prestigieux que Sergueï Bubka, André Agassi, Tom Carroll ou encore « sa majesté » Michael Jordan rejoignent les troupes et la communication de la marque est un must.

À tel point que dès 1995, les analystes fi-

si, la totalité de la production optique est maintenant assurée en interne.

En 97, Oakley propose à Gérard Valat de lui racheter le reste de ses parts. En 99, le Français empoche le pactole et quittera l'entreprise installée à Roissy depuis 1990, tout en restant comme conseiller spécial jusqu'en 2003. Entre temps l'effectif de Oakley Europe sera passé de deux personnes en 85 à deux cent en 99. Tout une génération de pilotes français de Demaria à Vuillemin en passant

« Le motocross est et restera la racine forte de la marque... »

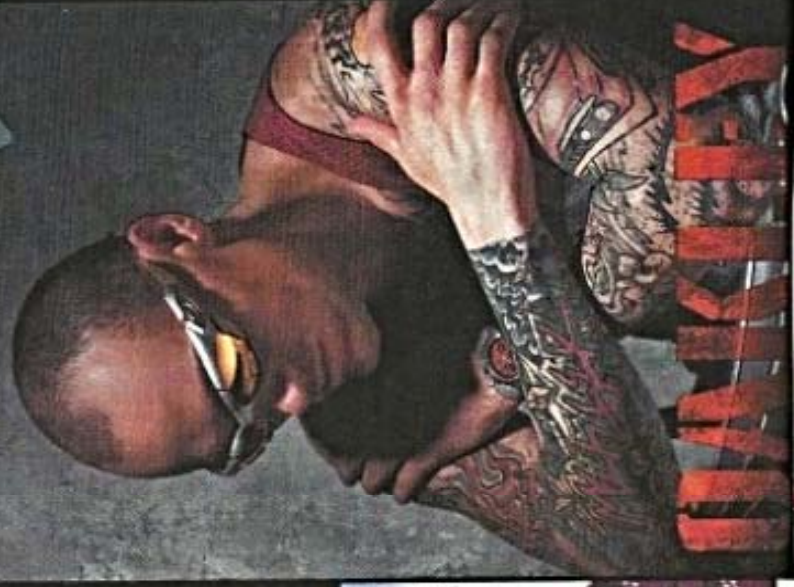
nanciers s'intéressent de très près à la marque. Ils réussissent à convaincre Jannard de mettre 49 % de la société en bourse. Jim demande à Gérard de lui céder ses parts de Oakley Europe de façon à consolider le CA et obtenir un profil plus international. L'offre est telle, que le Français ne peut pas la refuser ! L'introduction en bourse

est un succès et la société encaisse un véritable trésor de guerre. Cela permet à l'entreprise de poursuivre son développement vers d'autres secteurs que celui de l'optique, mais également d'investir dans la production, la recherche et le développement technologique. En 1996, la nouvelle usine futuriste à l'image du design de la marque voit le jour sur 38000 m² ! Ain-

par Kervella, Vialle, Bolley ou Pichon aura porté sur les podiums les couleurs d'Oakley

LES MEILLEURS CROSSMEN

Aujourd'hui, Oakley Inc.



De Jean Nerva à Mike Metzger, Oakley a utilisé au mieux ses porte drapeaux afin de hisser la marque au plus haut.



compte un effectif de 2000 collaborateurs, possède dix filiales et ses produits sont distribués à travers plus de cent pays. En plus des lunettes solaires et optiques et, bien entendu, des masques, on retrouve le désordre mais célèbre logo ovalisé sur des montres, des collections sportswear hommes et femmes, une ligne de golf, une ligne de surf, de VTT, des chaussures de sport ou de la bagagerie. Bref, Oakley est devenu une marque « globale » comme on dit en anglais. Concrètement, cela veut dire que la firme d'Irvine possède aujourd'hui une notoriété et une identification assez grandes pour se diversifier dans de nombreux secteurs pour peu qu'elle en éprouve la volonté. Ce qui est finalement assez logique pour des gens qui n'avaient rien à faire dans la lu-

Oakley en dates

- > **1975** : Jim Jannard crée des poignées de MX en utilisant du Unobtainium.
- > **1980** : Naissance du masque de MX O'Frame qui restera inchangé en 15 ans.
- > **1984** : Lancement de la première solaire sport mono-écran dénommée Eshades.
- > **1990** : Sortie des M Frame et Sub Zero.
- > **1991** : Lancement de la ligne de monture optique : RX Oakley.
- > **1992** : Arrivée du premier masque ski/snow : le Pro Frame.
- > **1993** : Lancement de la première monture métallique mode : la E Wire.
- > **1994** : Sortie de la Eye Jacket, le best seller de la marque.
- > **1995** : Michael Jordan devient actionnaire et membre du conseil d'administration.
- > **1996** : Oakley entre en bourse et devient publique.
- > **1997** : Premier produit textile et arrivée de la première gamme en métal injecté X Metal : la Romeo.
- > **1998** : Lancement de la première chaussure fabriquée aux USA, la Shoe1 et de la première montre en titane : la Time Bomb.
- > **2001** : Lancement des chaussures de Golf et des produits spécifiques.
- > **2003** : Lancement de la ligne surf et développement des premières montures solaires spécifiques femme.
- > **2004** : Lancement de la Trump, lunette électronique équipée d'un lecteur MP3 en partenariat avec Motorola et développement des lignes « lifestyle ».
- > **2005** : Partenariat de licence pour le développement et la fabrication de lunettes solaires Fox.