



Les vélos Kemo font leur premier Tour

En moins de deux ans, ces bicyclettes en carbone qui équipent la formation Séché-Bretagne, ont séduit le marché français. Visite à Monza de l'usine d'assemblage et rencontre avec son PDG, Ermanno Comalli, dont l'histoire mérite d'être connue.



Une vue de l'atelier où sont assemblés les vélos Kemo.

Je n'ai jamais possédé une bicyclette de ma vie », s'empresse de nous dire Ermanno Comalli, le patron des bicyclettes Kemo, puis il se reprend et s'amuse à préciser : « J'en ai possédé une lorsque j'étais jeune, pour aller à l'école. Je l'ai eue pendant deux jours seulement, après on me l'a volée. J'ai tellement été déçu que je n'ai plus jamais voulu en avoir une... » Depuis son bureau, à Albiate, tout près de Monza en Lombardie, il surplombe l'immense atelier de montage des vélos, qui équipent la formation professionnelle Séché-Bretagne, sélectionnée pour le Tour. Une gamme de 6 vélos, principalement tous en carbone, qui s'étend du KE-R1 (à environ 1 699 €) au KE-R8 (environ 6 599 €). En un an et demi, la marque Kemo s'est rapidement développée. « Nous avions prévu de vendre 500 vélos dans l'année, pour moi cela aurait été un grand succès d'atteindre cet objectif, l'année n'est pas finie et nous avons déjà dépassé les 1 000 ventes, notre croissance est très encourageante », s'enthousiasme Ermanno qui dirige « l'azienda » avec son frère. « Nous ne sommes pas des pratiquants, nous sommes plutôt deux esthètes de la bicyclette, amoureux de cet engin. »

« Une bicyclette, c'est comme une femme, elle doit être belle »

« La clé du succès ? C'est d'avoir compris que le vélo est d'abord une question d'émotion, on regarde une bicyclette un peu comme une femme. Ce qui nous attire avant tout c'est sa beauté, aujourd'hui on parle de son design. D'abord, en la voyant tu dois dire « che bella ! » Ensuite tu t'intéresses à la fibre, au poids, aux composants. Mais si tu ne la trouves pas désirable au départ, tu vas la laisser de côté. Nous avons voulu proposer des machines qui correspondent à ce concept, avec une touche de modernisme, avec innovation, mais sans exagération, sinon c'est l'échec assuré, mais en gardant un œil sur le passé, sur la tradition. »

Aujourd'hui, les cadres des vélos Kemo sont fabriqués à Taiwan, par la société ADK, « sans doute le numéro un mondial aujourd'hui qui a fermé les portes à des maisons italiennes très connues, mais qui a accepté de travailler avec nous parce que leurs dirigeants connaissent notre sérieux et notre motivation ». Ensuite, les vélos sont assemblés en Italie, près de Monza. Quant aux projets, ils sont conçus en Suisse, par une société dirigée par Mario, le frère d'Ermanno. 9 personnes tra-

vaillent chez Kemo Italia, sans compter les sous-traitants (notamment pour le vernissage), ce qui constitue un effectif d'environ 15 personnes.

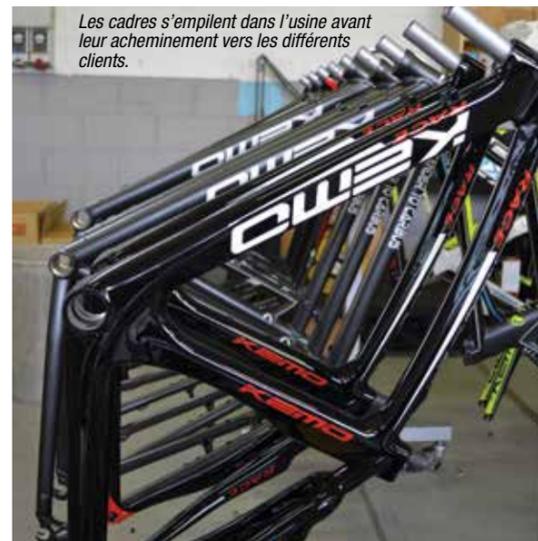
« Les latins ne sont pas prêts à acheter sur internet »

Avec sa chevelure d'artiste peintre, plutôt que de chef d'entreprise et son regard malicieux, Ermanno s'efforce de nous décrire sa confiance, sous le regard de son fils, qui motive « ses journées de travail. » « Aujourd'hui, Kemo est uniquement vendu en Italie et en France, mais nous allons nous attaquer au marché australien, suisse et allemand par la vente directe grâce à Internet. Les pays latins ne sont pas encore prêts à accomplir un achat on line, les clients veulent toucher la bicyclette, l'essayer, la voir, mais en Allemagne c'est devenu courant, regardez la marque Canyon qui est allemande, elle a bâti tout son succès comme ça, grâce à Internet. J'observe le marché, je vois les réactions, je sens la passion des personnes qui viennent découvrir nos produits. A ce rythme, si on réussit ce que l'on faisait avec notre ancienne marque, je suis persuadé que nous allons doubler notre production toutes les années. »

On manifeste notre surprise : l'ancienne marque ? Là, Ermanno, change de ton, il parle avec colère et chagrin, ne nous cache rien, mais ne peut pas s'étendre pour respecter les décisions de justice. Sachez simplement, chers lecteurs, qu'avant Kemo, les frères Comalli avaient lancé avec succès la marque Kuota, mais qu'à la suite d'un imbroglio économique dont l'issue n'est pas encore réglée et prendra certainement des années, ils ont été contraints de repartir avec une autre marque, c'est-à-dire avec Kemo. « Nous l'avons fait par orgueil personnel, pour prendre une revanche sur la vie, et surtout pour démontrer au monde industriel notre compétence et notre passion », clame Ermanno, visiblement chamboulé par cette (sale) affaire. Mais ces nouveaux vélos qui séduisent les acheteurs constituent en fait les projets d'expansion que ces deux hommes d'affaires passionnés avaient imaginés avec l'ancienne marque. D'ailleurs Kemo n'est que l'abréviation de... Kuota européen management organisation. Le « K » est toujours là, ce « K » qu'Ermanno avait préféré au « Q » du mot italien « quota », parce qu'à l'origine, les vélos qu'ils avaient imaginés devaient donner l'impression à leurs



C'est toujours avec plaisir que les mécaniciens de l'usine montent les vélos, dans un atelier très spacieux et parfaitement éclairé.



Les cadres s'empilent dans l'usine avant leur acheminement vers les différents clients.

utilisateurs qu'ils allaient voler à haute altitude, c'est-à-dire à « alta quota... »

Kemo, danse avec le vent

Laissons de côté ce conflit industriel, nous ne l'avons abordé succinctement que dans le but de relater l'expérience et le savoir-faire des frères Comalli qui ne sont pas des inconnus, loin de là, dans le monde de l'industrie du vélo. Leur histoire, passionnante, mérite d'être connue. Tout est parti du père Comalli qui produisait des vernis pour les meubles. Ermanno et son frère assuraient la commercialisation, mais ils rêvaient secrètement de créer leur propre entreprise... tout comme leur cousin, Mauri, qui travaillait dans une société d'autobus. Tous les trois lancent une société de production de fourches en acier, qui connaît des débuts très difficiles jusqu'au moment où ils décrochent un contrat chez Bianchi avec

une commande de 8 000 fourches. Au bout de trois ans, en 1995, leur société, Sintema forc, était la seule en Europe à produire des fourches, à la cadence moyenne de 60 000 fourches par mois. « A partir de là, se souvient Ermanno, nous avons fabriqué des cadres en acier pour de grands distributeurs comme décathlon ou MBK et nous avons pu apprendre et progresser dans la géométrie des cadres. Nous avons ensuite opté pour l'aluminium. Puis notre cousin Mauri, qui avait découvert le carbone dans la technologie des autobus, nous a incité à l'utiliser pour les vélos. Nous avons donc été les premiers en Italie à proposer des fourches en carbone, puis des potences, des tubes de selle, des cintres et enfin des cadres en carbone. » Ermanno n'était alors qu'un sous-traitant qui proposait ses produits aux grandes marques de vélos. Lorsqu'il présenta ses deux premiers cadres en carbone, avec des tubes plus gros, aucune d'entre elles ne voulu les acheter, effrayées par ce nouveau design, personne n'y croyait ! Puis il créa sa société et au Salon du Cycle de Milan le succès est venu d'un seul coup avec 700 cadres vendus en quatre jours. Aujourd'hui, Kemo poursuit cette belle aventure : « Nous avons sorti le bon produit, au bon moment », résume Ermanno qui sourit à l'avenir, et songe à la signification celtique de sa marque : « Kemo », qui veut dire « Danse avec le vent. » En vélo ça compte...



À gauche : Le patron de l'usine Kemo, Ermanno Comalli. À droite : Andrea, responsable marketing, toujours passionné par son métier, et la géométrie des cadres.

ECHOS

Le Giro mis en vitrine

Les italiens savent honorer le Giro et célébrer l'événement : à Bassano del Grappa, en Vénétie, où le Tour d'Italie faisait étape pour le contre la montre en côte, l'ascension jusqu'à Cima Grappa (26,8km), remportée par Nairo Quintana devant l'époustouflant Fabio Aru, les commerçants avaient tous décoré leurs vitrines en rose, couleur emblématique du Giro. Même les magasins de luxe, comme une parfumerie (notre photo) n'ont pas hésité à jouer le jeu avec beaucoup de goût. Ce vélo enveloppé de ruban rose, avec une Gazzetta dello Sport enroulée en guise de bidon, a de la classe, sous le regard des pages du quotidien sportif en toile de fond, toutes concernant le traitement de la course, notamment le chrono de Barbaresco-Barolo (41km) remporté par Rigoberto Uran, qui prenait le maillot rose à Cadel Evans et les 2 victoires de Diego Ulissi, la première Taranto-Viggiano et la seconde Foligno-Montecopiolo. Plus loin, c'est un superbe magasin de maillots de bains (notre photo) qui s'amuse à son tour à mettre le Giro en vitrine, éclairée par le sourire des mannequins. Un Willier Triestina (l'usine est en Vénétie) Cento 1 SR, trône avec, au premier plan, la mythique bouteille d'Asti spumante Astoria, sponsor officiel du Giro, que tous les vainqueurs ont eu plaisir à déboucher sur le podium pour arroser les suiveurs !



Quintana s'habille de rose

Il avait annoncé la couleur (rose bien sûr) : « Je ne ferai pas le Tour 2014 mais participerai au Giro pour le gagner ». Pari réussi ! Le jeune colombien Nairo Alexander Quintana a pris possession de la course au soir de l'étape de montagne Ponte di Legno-Val Martello où il s'imposait devant le fougueux Ryder Hesjedal et l'étonnant Pierre Rolland qui s'est révélé et a pris conscience de ses capacités pour jouer le général. Quintana en rose, il fallait fêter l'événement. Branle bas de combat chez les équipementiers pour lui offrir un vélo entièrement rose. Son Canyon avait de la gueule avec sa selle Fi'zi:k rose spécialement fabriquée pour lui dans l'usine de Pozzoleone, en Vénétie, pas très loin de Vérone et acheminée en toute urgence sur le Giro. Quintana tout habillé de rose a pu ainsi terminer le Giro sur un vélo lumineux sur lequel on pouvait facilement le reconnaître.

