

DOSSIER de PRESSE

LE SOLEX ELECTRIQUE



CONTACTS PRESSE

Magali Alzraa
Magali.alzraa@cible-expansion.com

Olivier Cohen
Oliviercohen@gmail.com

Hervé Lacroix
Hlacroix.solex@gmail.com

Sommaire

- 1- « SOLEX » : UN NOUVEAU PROPRIETAIRE** p2
- 2- « SOLEX » : UN PEU D'HISTOIRE** p3
- 3- « SOLEX » : DANS LA MEMOIRE DES FRANÇAIS** p4
- 4- « SOLEX » : QUAND LE MYTHE REDEVIENT REALITE** p6
- 5- FICHE TECHNIQUE**





1- « SOLEX » : UN NOUVEAU PROPRIETAIRE

Créé en 1986 par Jean-Pierre Bansard, le groupe Cible s'est rapidement affirmé dans le développement et la gestion d'entrepôts et de centres commerciaux, puis a développé ses activités dans l'ensemble des secteurs de l'immobilier, tant en France que dans divers pays du bassin méditerranéen.

Le groupe s'est récemment diversifié à travers deux secteurs :

- en 2004, Orangina a accordé au groupe Cible une concession exclusive en vue de la production et de la distribution de la boisson Orangina en Turquie ;

- la même année, le groupe Cible a racheté les marques « SOLEX », « SOLEXINE » et « VELOSOLEX », et a décidé de donner un nouvel élan à ces marques à travers le lancement du modèle du 21^{ème} siècle : le « **e-SOLEX** ».



2- « SOLEX » : UN PEU D'HISTOIRE

C'est durant la Seconde Guerre mondiale et par la volonté de Marcel Mennesson et Maurice Goudard que « SOLEX » voit le jour.

Ce cyclomoteur est commercialisé en France dès 1946 par la maison Solex, déjà leader mondial dans la fabrication de carburateurs.

Le « VELOSOLEX », cyclomoteur bon marché et pratique, rencontre un vif succès puisque 8 millions d'unités ont été vendues en France et dans le monde jusqu'en 1988.

En 1974, Renault et Motobécane s'associent pour reprendre et développer les marques.

En 1983, Yamaha rachète Motobécane (rebaptisé MBK) et devient propriétaire de « SOLEX ».

En 1998, le groupe Magneti Marelli, filiale de Fiat, devient le nouveau détenteur de la marque « SOLEX » et accorde à Impex Hongrie une licence d'exploitation.

L'évolution des normes, notamment environnementales, interdit désormais la vente en France de ce produit sous sa conception originelle.

En juin 2004, le groupe Cible rachète la marque mythique avec pour objectif de lui donner un second souffle.

Le groupe s'entoure de professionnels du 2 roues et s'assure le concours de grand designer italien Pininfarina pour définir les nouvelles lignes du « SOLEX » et intégrer au concept des spécificités techniques innovantes.



3- LE « SOLEX » DANS LA MEMOIRE DES FRANÇAIS

Afin de mieux cerner l'image du « SOLEX » et les attentes du public, le groupe Cible a fait réaliser une étude sur un échantillon représentatif de la population française.

Que retenir de cette étude ?

- « **SOLEX** » : **une notoriété exceptionnelle**

A la question : « Quelles marques actuelles de cyclomoteurs connaissez-vous ? », 22 % des sondés citent spontanément la marque « SOLEX », ce qui la place en cinquième position après Peugeot, MBK, Piaggio et Yamaha, alors que le « SOLEX » n'est plus commercialisé depuis 1988.

A la question : « Connaissez-vous la marque « SOLEX » ? », 98% des personnes interrogées répondent oui.

L'indice de notoriété totale de « SOLEX » place la marque en première position, devant Peugeot (96%), Yamaha (87%) MBK (82%) et Suzuki (82%).

- « **SOLEX** » : **un remarquable capital de sympathie**

A la question : « Attachez-vous de la sympathie à la marque « SOLEX » ? », 70% des personnes sondées répondent positivement.

A la question : « Pour vous, « **SOLEX** » est-il un produit qui peut être remis au goût du jour ? », 80% des personnes interrogées pensent que oui !!!

- « **SOLEX** » : **un retour plébiscité**

A la question : « **SOLEX** » envisage de lancer un nouveau modèle relooké. Ce projet vous paraît-il être une bonne idée ? »

L'idée d'un « relooking » du « **SOLEX** » plait à plus de 85 % des interrogés.

Les plus intéressés sont les 20-34 ans et le public féminin.



- « **SOLEX** » : **un très fort pouvoir d'attraction**

A la question : « Quelles raisons vous donneraient envie d'acheter le nouveau « **SOLEX** » ? », plus de la moitié des personnes sondées affirment qu'elles rouleraient en « **SOLEX** » si le design et le prix leur convenaient.

- « **SOLEX** » : **une forte attente pour une propulsion non polluante**

Les personnes questionnées ont manifesté très largement leur volonté de voir le « **SOLEX** » comme un produit « nouvelle génération », non polluant !!!



4- « SOLEX » : QUAND LE MYTHE REDEVIENT REALITE

Il ressort de cette étude que le « SOLEX » est un produit :

- *unique*
- *pratique*
- *sympathique*
- *économique*

L'objectif est de conserver ces valeurs, de les affirmer en les adaptant aux goûts et aux exigences des consommateurs d'aujourd'hui.

Le nouveau « SOLEX » permettra des déplacements faciles et agréables pour une clientèle soucieuse de sa sécurité, du respect de l'environnement sonore ainsi que de la protection de la nature.

Son nouveau look

Le célèbre designer italien Pininfarina a su donner au nouveau « SOLEX » une ligne actuelle, tout en conservant la silhouette mythique du cyclomoteur de légende.

Six mois d'une collaboration intensive et fructueuse entre les équipes de Pininfarina et du groupe Cible ont permis de concilier :

- la recherche d'une silhouette moderne,
- le maintien de l'héritage du « SOLEX »,
- et l'intégration dans le nouveau concept de technologies innovantes.

Ses spécificités techniques

Le nouveau « SOLEX » est baptisé « **e-SOLEX** » parce qu'il est à propulsion électrique.

Comme son aîné, il roulera à 35 km/h environ et pèsera environ 35 kg.

Le moteur électrique placé dans le moyeu de la roue arrière fonctionnera sans bruit et sans émission de gaz.

Avec un prix de revient au kilomètre inférieur de 20 fois à celui d'un cyclomoteur à essence, le « **e-SOLEX** » sera le véhicule à moteur le plus économique du marché, comme l'était déjà son illustre prédécesseur.

L'énergie électrique sera fournie par une batterie Lithium-ion.

Légère (moins de 5 kg) et amovible, cette batterie permet une manipulation aisée qui facilite son rechargement à domicile ou sur le lieu de travail.

Située dans la poutre centrale du cadre, elle offre une autonomie de fonctionnement de 30 km environ, ce qui correspond au besoin de plus de 90% des utilisateurs de cyclomoteurs.



Une batterie supplémentaire pourra être ajoutée en option sous le porte-bagage arrière afin d'augmenter le rayon d'action si nécessaire.

La batterie se recharge en 3 heures environ sur son chargeur, par le biais d'une prise électrique standard. Cette batterie a une capacité supérieure à 700 recharges, soit une durée de vie d'environ 6 ans à un rythme d'utilisation moyenne de 3500 km/an.

Le freinage sera assuré par frein à disque mécanique, à l'avant comme à l'arrière.

Le coffre avant pourra accueillir le chargeur de batterie ainsi que des effets personnels.

Comme sur le modèle d'origine, les pédales permettront d'utiliser le «**e-SOLEX**» comme un vélo.

Son prix

Le prix public TTC sera d'environ 950 euros.

Sa distribution

Après la phase d'homologation, la commercialisation du «**e-SOLEX**» devrait commencer en France à la fin du 1^{er} semestre 2006, par l'intermédiaire du réseau professionnel des revendeurs de cycles, cyclomoteurs et motos.

L'internationalisation du «**e-SOLEX**» s'organisera par la suite en Europe et sur les autres continents, par le biais d'accords exclusifs d'importation sur les différents marchés ciblés.

Sa cible

Le cœur de cible du «**e-SOLEX**» est une clientèle jeune dans la tranche d'âge 15-35 ans et à dominante féminine.

L'utilisateur type sera un citoyen, effectuant des déplacements courts et fréquents.

Il sera sensible à la protection de l'environnement et au faible coût de l'énergie électrique.

Produit unique, pratique, sympathique et économique, le VELOSOLEX a su séduire des millions d'utilisateurs au 20^e siècle.

En capitalisant sur les mêmes valeurs, adaptées aux besoins et aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui, le «**e-SOLEX**» prolonge et perpétue au 21^e siècle la fantastique saga solex, commencée il y a plus de 60 ans...

Les marques « e-SOLEX », « SOLEX », « VELOSOLEX » et « SOLEXINE » sont des marques déposées, propriétés du Groupe Cible.

