UN JOUET RAV

LA DIFFÉRENCE ENTRE L'HOMME ET L'ENFANT ? LE PRIX DE SES JOUETS...



Plutôt qu'une Ferrari, pourquoi ne pas acheter un Icon A-5? Contrairement à la charnelle italienne qui vous emmènera à folle allure sur les routes de Toscane, l'aérien américain vous fera ondoyer dans l'azur infini.

L'intense compétition dans le milieu des fabricants d'avions n'incite pas à la création de nouvelles entreprises. Il faut que le « *new kid on the block* » offre une alternative alléchante et surtout fort séduisante pour convaincre des acheteurs potentiels. La manière la plus simple est de découvrir ce que les économistes appellent une niche dans le marché et de développer ce créneau. Cependant, une niche n'implique pas du tout que l'entreprise soit protégée des tempêtes qui affectent l'ensemble des acteurs de l'aviation. Cette notion signifie simplement que la *start-up* offre un produit qui, par sa nouveauté et ses caractéristiques, peut intéresser des clients.

Le trait de génie d'Icon-Aircraft est de vouloir construire cette niche en révolutionnant le concept de l'aviation de plaisir.

Cool flying

Plutôt que d'entrer en compétition directe avec des entreprises comme Cessna, Piper, Tecnam, etc., bien établis dans ce domaine, la compagnie américaine souhaite transformer l'aviation en un sport *cool*. En maximisant le plaisir du vol, elle réduit le nombre de ses adversaires qui focalisent davantage leurs arguments de vente sur les performances de leur machine. Un pilote averti optera pour un avion en fonction de ses caractéristiques techniques et de l'usage qu'il souhaite en faire. Il hésitera entre un Tecnam P-2 002 ou un *Lionceau* APM-20 mais fondamentalement, ces deux appareils ont de nombreux points communs. L'Icon A-5 tentera de séduire l'acheteur en parlant à sa sensibilité, ses émotions, ses désirs, sa personnalité. Par analogie, qu'est-ce qui convainc un automobiliste d'acheter une BMW plutôt qu'une Alfa-Roméo ? Techniquement, les deux machines se ressemblent et amèneront le conducteur d'un point A à un point B à 90 km/h sur route ou 130 km/h sur autoroute. L'acquéreur choisira la voiture dans laquelle il se sentira le mieux et qui flattera son ego. La stratégie marketing de l'Icon A-5 est construite sur ce même principe.

« *The product has to have sex appeal and be aesthetically inspirational. It not only has to perform well, it has to look like it performs well (Le produit doit avoir du sex appeal et créer une inspiration esthétique. Il doit non seulement être performant, mais aussi donner l'impression qu'il est performant)* », annonce Rick Hawkins, le fondateur de l'entreprise, avec une franchise toute américaine. Tout un programme, plus basé sur la forme que sur le fond : on vend une image plus qu'un objet technique. Les concepteurs de la machine veulent s'éloigner de l'idée de l'avion comme moyen de transport et le présenter comme un objet de plaisir. Voilà la clé qui vous permettra de commencer à traiter toutes vos névroses.

ISSANT









• La structure de l'avion utilise principalement la fibre de carbone.

• Le lancement officiel de l'avion, en présence de nombreux « people ».

• L'équipement « automobile » du cockpit est l'un des atouts de l'A-5.

Marketing overdose

La nouvelle réglementation américaine sur les *Light Sport Aircraft* (LSA) cherche à rendre l'aviation accessible au plus grand nombre. La Federal Aviation Authority (FAA) a créé cette catégorie après plus de 10 ans d'étude, de réflexion et de négociations. Un avion LSA se caractérise par une masse maximale de 600 kg pour une machine avec un train d'atterrissage fixe et 650 kg pour un hydravion. La vitesse maximale de croisière est de 120 nœuds et la vitesse de décrochage doit rester inférieure à 45 nœuds en configuration lisse. Le moteur à pistons ou de type Wankel (moteur rotatif) peut consommer de l'essence automobile, de l'Avgas ou du diesel. Les moteurs électriques sont aussi autorisés. La véritable révolution concerne les qualifications aéronautiques des pilotes. Le nombre d'heures d'instruction est réduit à 20, dont 15 avec un instructeur. Les 20 heures incluent 2 heures de navigation. Des limitations sur le plafond (10 000 pieds), sur les espaces aériens traversés (A, B, C et D autorisés uniquement après une instruction et une approbation d'un moniteur) et sur des vols de jour uniquement contraignent quelque peu les pilotes. Un test écrit et pratique sanctionne la formation. Par contre, les pilotes n'ont pas besoin d'un certificat médical, il leur suffit de posséder un permis de conduire américain valide. Il faut aussi connaître un détail qui peut avoir son importance: un pilote d'aviation générale qui n'a plus pratiqué ce sport depuis plusieurs années et qui souhaite une conversion au LSA devra ne pas avoir été rejeté à l'examen médical. Ce synopsis rapide (la réglementation complète est publiée sur le site de la FAA) prouve que les autorités américaines désirent simplifier administrativement la pratique du vol et surtout démystifier l'obtention du brevet. Nul doute qu'une telle pratique administrative favorisera l'émergence d'une demande et en conséquence le développement d'une industrie créatrice d'emplois.

Une fois cette ouverture réglementaire établie, les concepteurs de Icon-Aircraft ont décidé de s'y engouffrer et de créer un avion qui s'adresse à un large public. Les lignes extérieures de l'avion séduisent l'œil au premier abord. Puis l'intérieur du cockpit, par une pureté des formes et un espace confortable tranche avec la vision classique des avions modernes. On pourrait facilement se croire dans une voiture de sport. Les cadrans, les manettes et la visibilité depuis la place pilote finissent de gagner l'intérêt du client. Un visiteur qui n'aurait jamais piloté se sentira immédiatement à l'aise et familier avec cet environnement car l'indicateur de vitesse, le compte-tours et les jauges d'essence lui rappelleront les instru-









ments de sa voiture. D'après Steen Strand, un des deux fondateurs de l'entreprise, la réception dans les salons d'aviation fut enthousiaste. Même les pilotes traditionnels se sont enthousiasmés pour ce nouveau produit. Cependant, les créateurs insistent sur le fait que leur avion ne soit pas seulement un objet de désir, mais une machine aux performances et aux caractéristiques de vol prévisibles.

Conscients que de nombreux acheteurs potentiels ne possèderont pas l'expérience aéronautique exigée d'un pilote titulaire d'un PPL, les ingénieurs intégrèrent plusieurs éléments propres à faciliter le pilotage. Steen Strand, lors d'un entretien téléphonique, nous affirma que l'avion se comportera d'une manière attendue par le pilote. Même si cette assertion peut être ardue à déchiffrer, une étude de l'avion démontre que celui-ci recèle quelques attributs inhabituels. Un indicateur de l'angle d'attaque renseigne le pilote sur l'approche du décrochage. C'est un instrument qui équipe les avions militaires mais rarement ceux de l'aviation générale. Le fait que de nombreux membres de l'équipe de Icon-Aircraft soient d'anciens militaires (à commencer par son fondateur Rick Hawkins) a peut-être contribué à inclure ce cadran. L'appareil a été conçu pour le rendre stable et facile à manœuvrer pour une grande enveloppe de vol. Le moteur situé à l'arrière ne constitue plus une gêne pour la visibilité et soufflera les commandes, les rendant plus efficaces. Finalement, si la situation devient trop dramatique, le pilote pourra déployer le parachute.

Pas encore convaincu ? Sachez aussi que vous pouvez l'emporter chez vous et le mettre dans votre garage pour la montrer à vos amis. Les ailes se replient et l'avion peut être installé sur une remorque fournie obligeamment par l'entreprise moyennant quelques dollars supplémentaires. Plus besoin de se déplacer à l'aérodrome pour parader avec votre dernière acquisition. Si vous possédez un lac sur votre propriété ou à portée de roue, vous êtes le roi des flots. Les publicitaires de la compagnie insistent sur ce point. Une des illustrations du site iconaircraft.com montre l'A-5 sur l'eau, entouré d'un *jet-ski*, d'un bateau à moteur et de quelques jeunes et jolies filles en maillot de bain. La mention « *A new dimension in sport flying* », indique que vous allez acquérir la *cool attitude*. Vous pourrez même voler avec les fenêtres latérales ouvertes (elles s'enlèvent) et laisser vos cheveux flotter au vent. C'est beaucoup mieux, et probablement plus efficace, pour soigner un problème psychologique que de se retrouver allongé sur un divan à disserter sur son subconscient !

Made in America

Au pays de l'oncle Sam, il ne faut pas vraiment compter sur un financement public pour démarrer une nouvelle entreprise. Il faut démarcher les investisseurs privés et les convaincre de la fiabilité économique du projet. Rick Hawkins, le fondateur de l'entreprise, se présente à ses interlocuteurs avec des qualifications aéronautiques plutôt impressionnantes : ancien pilote de F-16 de l'US-Air Force, commandant de bord sur 767 pour American-Airlines et *bush pilot* pour une saison en Alaska. Mais il possède aussi un *Master of Business Administration* (MBA) de l'école d'affaires de Stanford à Palo-Alto en Californie. Tous ces diplômes, associés à la qualité du pro-





• Tests aérodynamiques à l'aide de fils de laine.
• Un jouet encore unique...





jet, semblent avoir convaincu les investisseurs. Des personnes comme Vern Raburn, fondateur et ex-PDG de Eclipse-Aviation, ou John Dorton, président de Mastercraft-Boats, n'ont pas hésité à investir leurs propres deniers dans ce projet.

Avec un groupe de quelques collaborateurs, ils s'installent tout d'abord dans la « *baie area* » en langage indigène, c'est-à-dire dans la baie de San-Francisco, pour pouvoir être à proximité des potentiels bailleurs de fonds. Puis, une fois cet écueil franchi, ils déménagent près de Los-Angeles, car la région est considérée comme un épicentre pour le développement de l'aviation et du *design* automobile. Scaled-Composite, l'entreprise fondée par Burt Rutan, se trouve à Mojave, à 80 km au nord de LA. Icon-Aircraft a d'ailleurs réussi à débaucher plusieurs employés de cette compagnie et même à s'associer le très fameux professeur d'aéronautique Ilan Kroo, de Stanford.

Le 9 juillet dernier, c'est donc en Californie, sur le lac Isabelle, que l'Icon A-5 réalise son premier vol d'une dizaine de minutes. Les ingénieurs préférèrent le tester d'abord sur l'eau car ils souhaitaient résoudre les problèmes complexes liés aux phénomènes de glisse aquatique. L'équipe continue d'améliorer le prototype au cours des mois suivants. Steen Strand, l'un des cofondateurs, prévoit que le premier exemplaire sera livré en décembre 2010. Puis il envisage au début une production de 50 appareils le mois suivant, production qui devrait augmenter ensuite. Les fondateurs recherchent en même temps l'endroit idéal pour la construction en série. Même si les Etats-Unis n'offrent pas facilement des deniers publics pour ce genre de projet, la politique industrielle des états fonctionne sur des principes identiques à ceux pratiqués en France. Comme l'industrialisation du produit va créer des emplois, les administrations des villes ou des états proposent des avantages fiscaux. D'un autre côté, Icon-Aircraft aimerait se positionner proche de son marché le plus porteur : est-ce la Floride, le Nord-Ouest des Etats-Unis, ou d'autres endroits ? Rien n'est décidé, mais la mobilité semble une partie intégrante du « *business model* » développé par l'entreprise. Cette relocalisation répond peut-être aussi à une logique industrielle interne. Le management cherche à tirer profit de tous les avantages qu'il peut trouver. Nul doute que vous avez maintenant envie de vous acheter ce petit bijou. Sachez cependant que la compagnie cible uniquement le marché américain et n'a pas l'intention d'exporter sa création vers notre beau pays de cocagne. Deux formules existent. Soit vous versez une avance de 100 000 $ et vous bénéficiez d'une réduction de prix de 134 000 $ à 124 000. De plus, vous jouissez d'une priorité pour la livraison. Soit, vous pouvez tout simplement déposer 5 000 $ d'arrhes que l'entreprise ne peut pas encaisser et qui est conservé sur un compte. Vous recevez un numéro qui se situe en bas de l'échelle de préférence et vous attendez. À tout moment, vous pouvez réclamer votre argent sans subir aucune pénalité.

Sigmund Freud prétendait qu'un homme heureux (il ne disait rien sur la femme heureuse !) était un homme qui réalisait ses rêves d'enfance. Plutôt que de vous noyer dans les arcanes de la psychanalyse, envisagez un simple investissement de 124 000 $ qui donnera un nouveau et puissant souffle intérieur à votre vie. ■