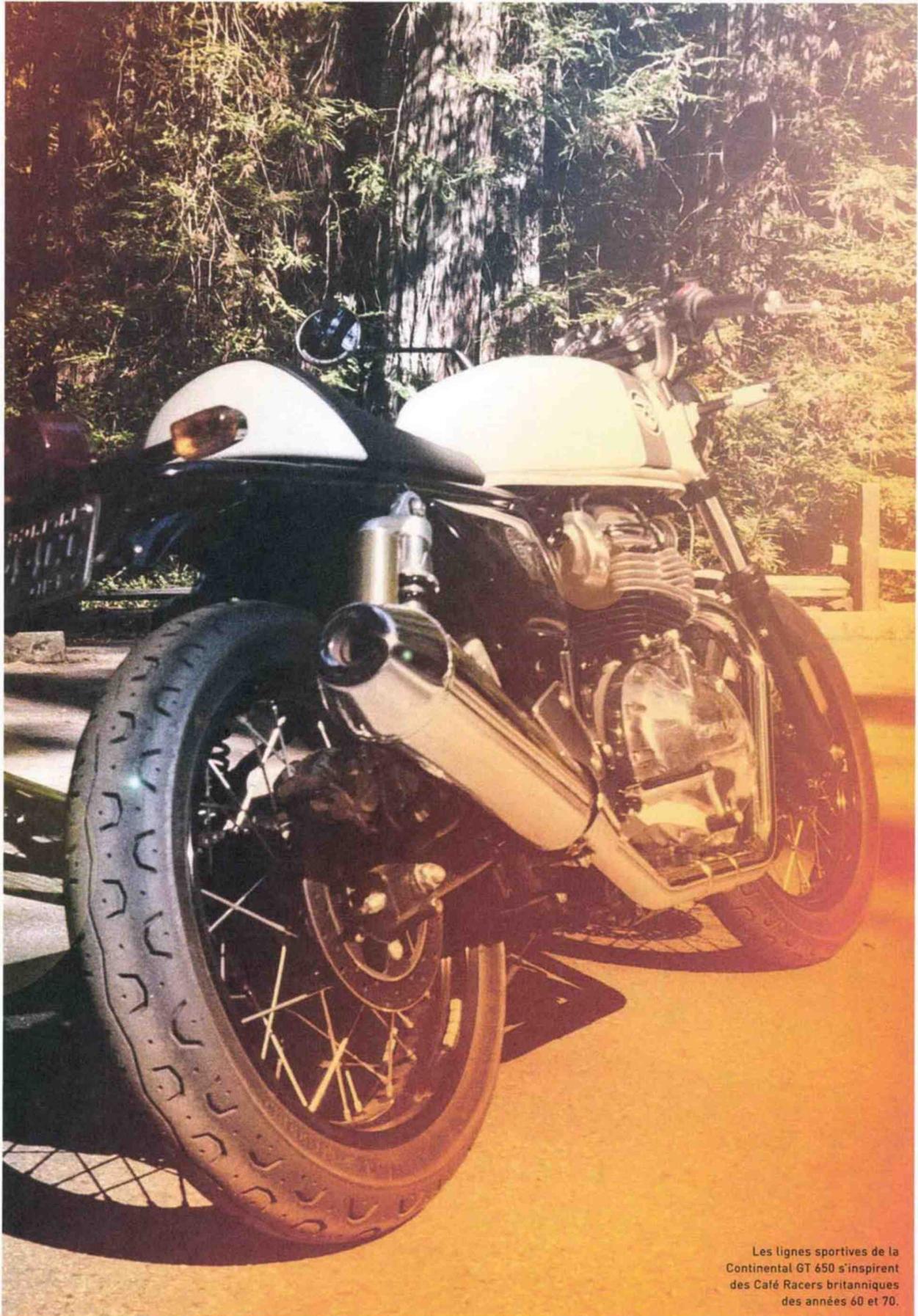




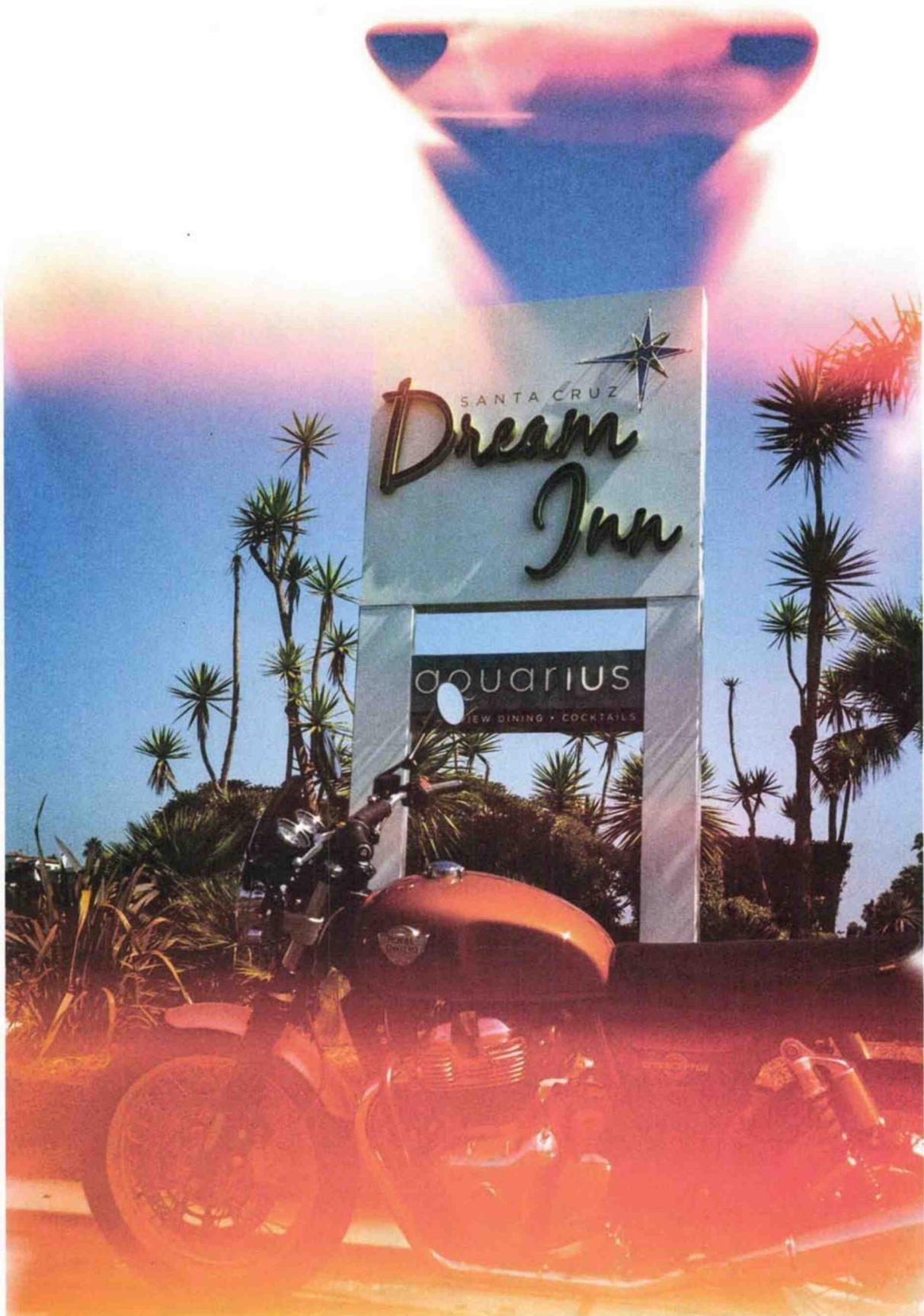
VOIE ROYALE

Spécialiste des petits monocylindres au look rétro, Royal Enfield passe la vitesse supérieure avec l'Interceptor et la Continental GT, deux twins de 650 cm³ à prix attractifs qui vont chahuter le marché de la moto. Le géant indien affiche ainsi sa volonté de puissance, désormais mondiale.

TEXTE ET PHOTOS PAUL MIQUEL



Les lignes sportives de la Continental GT 650 s'inspirent des Café Racers britanniques des années 60 et 70.

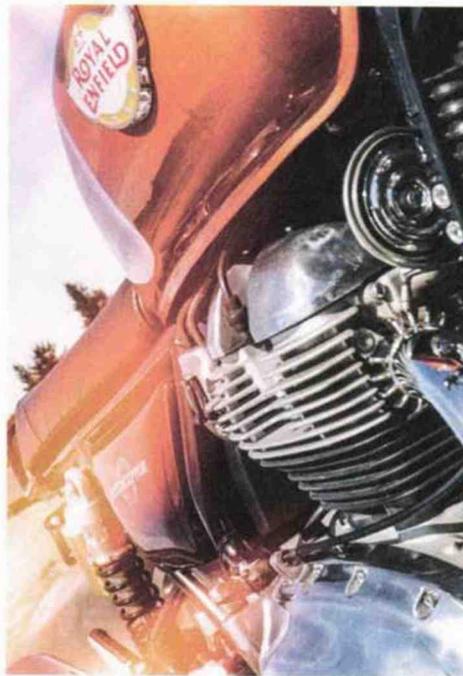




C'est une marque qui a toujours su se faire aimer. Un phénomène suffisamment rare pour être souligné. Motards aguerris ou débutants, passionnés de vintage ou amoureux de nouveautés, jeunes, vieux, hommes, femmes, enfants, petits et grands, tout le monde le reconnaît sans hésitation : les motos Royal Enfield possèdent un « truc » unique. Une Royal Enfield, ça ne va pas trop vite mais ça provoque autre chose : un sourire, des hérissures de poil sur les bras, l'envie d'aller loin, longtemps. Peut-être cela tient-il à l'histoire de cette ancienne manufacture de motos lancée en 1901 en Angleterre, qui a toujours produit des engins robustes, identifiables du premier coup d'œil, des machines évoquant dans leurs lignes et leurs motorisations ce que doit être intrinsèquement une moto. Deux roues, un moteur fiable, un cadre solide, une signature sonore et une silhouette singulière qui définissent une vraie personnalité. C'est ça une Royal Enfield, une moto qui ressemble à une moto. Une moto d'hier et de demain, intemporelle.

Depuis longtemps, Royal Enfield n'a pourtant plus grand-chose de britannique. Sa production au Royaume-Uni a pris fin en 1970 avant d'être relocalisée en Inde où la marque s'est développée. Elle a pris son essor au milieu des années 90 grâce à son rachat par le groupe indien Eicher Motors, fabricant de tracteurs, de bus et de véhicules utilitaires. En 2013, Royal Enfield produisait un peu moins de 200 000 motos par an, principalement vendues sur l'énorme marché intérieur du sous-continent indien. En 2019, le constructeur devrait passer la barre du million d'unités avec la volonté de conquérir le monde. Or, pour atteindre ses objectifs planétaires, Royal Enfield se devait de dépoussiérer son catalogue et proposer autre chose que ses célèbres Bullet et Classic (500 cm³) qui faisaient certes le boulot, mais commençaient à dater. Le grand ménage a commencé il y a deux ans avec la Continental GT 535 (un Café Racer très tendance), puis l'Himalayan 410 (un trail versatile). Deux motos qui ont ouvert de nouvelles perspectives commerciales et préparé le terrain pour la suite.

La suite ? Le lancement aujourd'hui de deux motos équipées d'un tout nouveau moteur twin 650 cm³ ayant demandé dix ans de recherche et développement. On parle ici d'un roadster (Interceptor 650) et d'un Café Racer (Continental GT 650) exhibant un bicylindre en ligne – refroidi par air et huile – que nous avons eu la chance de tester à



L'Interceptor Twin 650, un roadster à l'ancienne qui surfe parfaitement sur l'air du temps.

Santa Cruz, sur les routes de Californie. Au premier coup d'œil, pas de doute, il s'agit bien de deux Royal Enfield. Du design simple, du couple, de la robustesse, du style, une somme de détails nettement améliorés ; bref, une allure générale. Après plusieurs centaines de kilomètres, la bonne impression se confirme. Ces motos sont bien nées. « Nous ne voulions pas faire une réédition d'un modèle historique mais créer une version contemporaine qui reprenne les lignes principales et surtout l'esprit Royal Enfield »

explique Mark Wells, directeur de la stratégie et du design. « Il fallait rendre ces motos accessibles sur le plan financier mais au niveau de la maniabilité aussi. » La remarque est essentielle car, oui, ces deux motos s'adressent à tous.

Les experts louent sa partie cycle équilibrée, son moteur vivant et son prix. Les novices découvrent, enchantés, sa facilité d'usage et d'entretien. En dix minutes, l'Interceptor et la Continental GT 650 se laissent apprivoiser. Bluffant. Leur prix l'est tout autant : de 6 400 à 7 000 euros suivant les modèles et les coloris. Royal Enfield se positionne ainsi sur un segment médian entre les motos chinoises néo-rétro (Mash, Bullit, Brixton, Orca...) très abordables mais peu fiables et les marques européennes, américaines ou japonaises établies mais beaucoup plus chères (Triumph, Moto Guzzi, Ducati, Harley-Davidson, BMW, Honda, Kawasaki). « Tout le travail que nous avons réalisé depuis une dizaine d'années commence à payer »

résume Siddhartha Lal, le jeune PDG de Royal Enfield avec sa dégaine cool parfaitement étudiée et ses méthodes industrielles inspirées du Japon et d'Angleterre. « Nous sommes maintenant leaders mondiaux sur le segment des moyennes cylindrées. Nous savons que tout le monde ne viendra pas chez nous mais nous croyons en l'avenir. Nous voulons retrouver l'esprit romantique des années 60 : être simple, un peu old school, ne pas nous compliquer la vie. Ce sont des motos à vivre, des motos qui font aimer les motos. » Omniprésent sur le gigantesque marché indien, Royal Enfield vise désormais l'Europe et les États-Unis. D'où le choix de la Californie pour le lancement mondial des twins 650. Et le développement d'une ligne d'accessoires très lifestyle d'une centaine de pièces, histoire de boucler la boucle. Une Royal Enfield ? « The only motorcycle you ever need » aime répéter Siddhartha Lal. Il n'a pas totalement tort. En revanche, il faudra être patient, les premières livraisons sont prévues en novembre 2019. ■