INTERVIEW

Ressuscitée en 2019, la marque automobile française présente son premier bolide au salon Top Marques en attendant d'élargir sa gamme, selon le souhait de son patron, Laurent Tapie.



Laurent Tapie et sa Delage D12 au cœur du salon Top Marques. PHOTO JEAN-FRANÇOIS OTTONELLO

« C'est une entreprise que je ne revendrai jamais »

PROPOS RECUEILLIS PAR CÉDRIC VERANY / CVERANY@NICEMATIN.FR

DANS LES ALLÉES de Top Marques, la D12 se remarque avec sa ligne élégante et sa carrosserie bleue. Une hypercar signée Delage qui ne ressemble en rien à ses « grandes sœurs », plus rondes et populaires dans la première partie du XXe siècle. La marque automobile française fondée par Louis Delage avait cessé ses activités en 1953, ses voitures étaient parties au musée. Mais en 2019, Laurent Tapie a fait le pari de la ressusciter.

Le businessman, fils cadet de Bernard Tapie, est passionné par son sujet. Propulsant l'ancienne marque dans le XXIe siècle et le segment des hypercars, attirant une clientèle friande et fortunée. En 2020, il avait réservé la primeur européenne de la D12 – premier modèle de la nouvelle ère Delage – à Monaco. Un bolide hybride de 1000 chevaux et limité à 30 exemplaires. Tony Parker en possède un modèle. Un autre est visible à Top Marques jusqu'à samedi, où la team Delage présente sa philosophie. « Et on n'est jamais à l'abri de rencontrer un acheteur qui vient commander une voiture », sourit Laurent Tapie. Interview

Vous avez misé sur Delage il y a sept ans maintenant. Quel regard jetez-vous sur ce début de parcours ?

Ces années-là sont passées plus vite que n'importe quelle autre période de sept ans de ma vie. J'ai commencé ma première boîte en 1996 et ces trente années, jamais un projet ne m'a autant exalté que Delage. Parce que je suis dans ma passion pour la première fois. C'est une entreprise que je ne vendrai jamais, car je n'ai pas l'impression de bosser ! Et ces sept années sont satisfaisantes. Le plus dur est derrière nous. La très large majorité des projets automobiles explosent en cours de route durant ces sept ans. C'est le temps qu'il faut pour passer d'une feuille blanche à une usine en production qui livre des clients. Quand on arrive à tenir, en général, on reste. Aujourd'hui, on fabrique deux voitures par an, on est tout juste à l'équilibre. Maintenant, on doit gérer de la croissance, l'élargissement de la gamme.

Qui est aujourd'hui la clientèle de Delage ?

Pour l'instant, on séduit les collectionneurs et les fous du volant avec notre D12. Pour une voiture à 2 millions d'euros, il faut vraiment être passionné et nous n'avons pas de clients qui s'y intéressent par snobisme. Ces vrais passionnés ne représentent aujourd'hui même pas 10 % du marché d'acheteurs d'hypercars. Avec le prochain modèle, notre Torpille 100A, nous nous adresserons à un marché plus large pour séduire tous les autres.

Quelles seront les spécificités de ce modèle, qui sera limité à 99 exemplaires ?

Nous travaillons dessus depuis un an et demi. Le design est terminé, on est au stade des études de soufflerie, car c'est une voiture que l'on veut voir battre le record du monde de vitesse sur route. Et pour cela, on la développe en partenariat avec Michelin, qui va nous créer le pneu exclusif pour la voiture, capable d'atteindre les 500 km/h sur le bitume. L'idée est de sortir le prototype de la Torpille 100A avant la fin de l'année 2028.

Delage devient aussi, sous votre impulsion, une marque de tourisme et d'immobilier ?

On a déjà signé un accord en Chine sur l'île de Hainan, pour y développer un village regroupant des leaders mondiaux du luxe. La même chose en Arabie saoudite. Et nous sommes en discussion pour tout un complexe à Miami, que je ne peux pas dévoiler encore. Je consacre 50 % de mon temps à la partie automobile, 50 % à l'immobilier. On a aussi une filiale qui lève ses propres fonds dans l'horlogerie, une autre dans les matériaux composites pour des développements technologiques. Dans les dix ans, on veut être une marque majeure sur l'ensemble de ces secteurs.

Delage était une marque automobile présente dans les musées jusqu'à votre reprise. À quoi vous êtes-vous accroché pour croire en votre pari ?

C'était le même pari qu'a fait Ferdinand Piëch en 1998 quand il a repris Bugatti. Il n'y avait plus rien, la marque était oubliée. Les gens continuent d'ailleurs de penser que c'est une marque italienne, alors qu'il s'agit d'une marque française avec un organigramme allemand. On n'a pas ce problème d'identité avec Delage, ça a toujours été français et aujourd'hui plus que jamais. La large majorité des capitaux sont français, l'intégralité de l'ingénierie est française, la fabrication est française. L'usine est à Magny-Cours, les bureaux d'études à Nevers. En reprenant Delage, je visais le sommet de ce qu'on peut proposer à une clientèle très exigeante. Delage restera toujours une marque d'hypercars et je ne veux pas que cette marque soit galvaudée.

Vous avez cet esprit de la réussite dans votre ADN. C'est une fierté particulière pour vous de développer une marque portant le fleuron de l'excellence française ?

C'est une très grande fierté oui. Ce côté 100 % français, nous le mettons particulièrement en avant. Et le drapeau tricolore est sur toutes nos carrosseries.

> **Jamais un projet ne m'a autant exalté que Delage**

Cela vous paraissait plus simple, dans une époque de nostalgie automobile, de relancer une marque disparue ?

J'aurais pu créer une marque de zéro, mais je trouvais plus excitant de faire revivre une ancienne marque, qui a une histoire tellement belle. Un palmarès fourni aussi bien en sport qu'en concours d'élégance, que je trouvais dommage qu'elle ne redémarre plus jamais. Et puis, nous pouvons jouer avec son histoire. La Torpille 100A a été nommée ainsi en 2024 pour marquer le centième anniversaire du record de vitesse établi par une Delage en 1924. Et nous lui avons donné le même objectif, un siècle plus tard.

Dans dix ans, comment voyez-vous l'évolution de Delage ?

Nous avons déjà dessiné les quatre voitures qui feront la gamme d'ici huit ans. On a même fait une cinquième d'exception. On espère les produire. C'est déjà tellement de travail de créer un modèle ! Et il y aurait un côté enfant gâté de sortir cinq voitures en trois ans, il ne faut pas se précipiter.

L'INFO

Le capital ouvert à tous les portefeuilles… ou presque

Originalité, depuis septembre 2025, Laurent Tapie a choisi d'ouvrir le capital de Delage à de « petits tickets » d'investissement. « *Ce qu'aucune marque d'hypercar n'a jamais fait* », précise-t-il. D'ordinaire, le ticket d'entrée était d'un million d'euros minimum. Là, pour quelques milliers d'euros, rejoindre le capital est possible pour des petits porteurs. « *Je trouvais dommage que des projets de cette qualité ne restent qu'entre les mains de super-riches. Je suis très content d'avoir des super-riches dans mon capital, c'est une aisance. Mais ils ne sont pas très impliqués, et je ne peux pas leur en vouloir. J'aime l'idée qu'il y ait, au capital, des gens qui adorent l'automobile, ça crée de l'énergie positive.* » Ces néoactionnaires sont représentés au conseil d'administration comme une voix portée par une société. Au départ, seuls 500 000 euros dans l'augmentation du capital étaient dédiés à cet apport, « *mais nous avons déjà eu deux cents investisseurs privés en six mois* (ticket moyen 40 000 euros) *donc nous sommes passés à 2,5 millions d'euros et nous poursuivons encore* », souligne le patron, prêt à continuer à partager sa passion.