

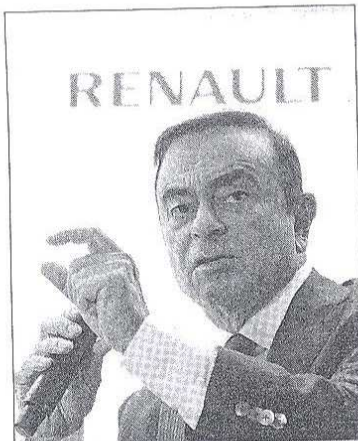
Ghosn annonce la montée en cadence

DNES à Paris, Itham BOUMNADE

• L'usine devient de plus en plus compétitive

• Réorganisation géographique du groupe

• Objectif: doubler les ventes sur la région en 2 ans



«Nous voulons relancer le Lodgy en introduisant quelques modifications avec un objectif de booster les volumes des ventes», annonce Carlos Ghosn, PDG de Renault-Nissan (Ph. AFP)

L'USINE Renault de Tanger aura de plus en plus de place dans l'échiquier mondial de l'automobile. Carlos Ghosn, PDG de Renault-Nissan, est très optimiste pour le développement de ce site de production. Le charismatique patron de l'Alliance vient d'annoncer à L'Economiste, en marge du Mondial de l'automobile de Paris, une véritable montée en cadence de l'usine de Tanger qui devient de plus en plus compétitive. A plus long terme, le constructeur n'écarte pas la possibilité de

monter une usine de fabrication de moteur au Maroc. Lodgy dont les performances commerciales ne sont pas conformes aux

attentes subira un relifiting pour booster ses ventes. Malgré cette situation, le véhicule reste très rentable pour le constructeur. Renault vient également d'entamer une réorganisation géographique. Désormais, le Maroc fait partie de la région AMI (Afrique, Moyen-Orient, Inde). Pour Bernard Cambier, directeur des opérations de cette région, «ce nouveau découpage et plus cohérent. Il a été notamment

calqué sur celui de Nissan». En grande partie grâce à la croissance que connaît le marché indien, Renault compte doubler ses volumes dans cette région sur les deux prochaines années. Un pari bien ambitieux. L'Economiste a recueilli les avis de Ghosn sur différents points, notamment le développement de l'usine de Tanger et les ambitions du constructeur sur d'autres régions du monde. □

Verbatim

■ Pitesti vs Tanger

- «Pitesti est l'un des sites les plus compétitifs que nous avons. Nous devons nous assurer que la croissance de cette usine ne se fait pas au détriment de sa compétitivité. Parfois, lorsque la croissance est très importante et arrive trop vite, la compétitivité se perd. Le succès de Pitesti est aussi lié à la création de l'usine de Tanger au Maroc. Ce site arrive en force en termes de compétitivité. Ce sera une base très importante pour nous. Pitesti et Tanger sont centrées sur la plateforme «MO» pour Logan, Sandero, Duster et Lodgy. Vous allez voir une véritable montée en cadence à Tanger. L'usine ne restera pas encore longtemps avec une production de 150.000 unités».

■ Relifiting pour booster le Lodgy

- «Nous n'allons absolument pas stopper la production de Lodgy, bien au contraire! Nous voulons relancer ce véhicule et venir avec des modifications pour booster les volumes. Nos études font ressortir un niveau élevé de satisfaction. Le problème du Lodgy est que c'est le seul véhicule avec la plateforme MO où les volumes correspondent à la promesse de départ. Sur les autres modèles, le client est toujours surpris avec des volumes additionnels».

■ Compétitivité des marchés émergents

- «Nous savons que nous ne pouvons pas produire la plateforme MO en Europe de l'Ouest pour des questions de compétitivité. Il est vrai que les marchés émergents voient aussi leurs coûts de production augmenter. Pour limiter cet effet sur notre production, nous travaillons sur plus d'efficacité dans nos procédés».

■ La formule gagnante de l'alliance Renault-Nissan

- «Il faut toujours être raisonnable sur ce qu'il est encore possible de faire et être concentré sur des projets et non sur l'organisation pour savoir qui fait quoi. Il est important d'être dans des deals gagnant-gagnant et non sur des projets où l'on perd. Cela

peut être un désastre parce que les échecs sont plus marquants. Le rapprochement entre Daimler et Chrysler n'a pas marché parce qu'ils avaient décidé de la fusion avant même de réfléchir sur ce qu'ils pouvaient faire ensemble. Dans le cas de Renault-Nissan, un schéma inverse a été adopté.

■ Voiture électrique: La batterie avant tout

- «Je n'aime pas trop parler de batterie parce que cela donne l'impression que c'est un objectif. La batterie est un composant important pour les voitures électriques. Notre objectif est de tout faire pour le succès de la voiture électrique. Et la batterie est un outil important. Notre stratégie est très claire depuis le début. Nous voulons que les batteries soient une assise pour ces véhicules. Au début, il n'y avait aucune batterie compatible avec notre vision. Cela nous a poussés à en produire. Aujourd'hui, nous avons décidé de nous approvisionner auprès de plusieurs fournisseurs pour faire jouer la concurrence».

■ Impact des conflits entre la Russie et l'Ukraine

- «Nous sommes le plus grand producteur automobile en Russie. Lorsque le marché russe est en baisse, nous sommes forcément impactés comme tous les constructeurs. Le potentiel de la Russie reste très important. Aujourd'hui, il n'y a aucune restriction pour l'investissement en Russie et nous continuons à suivre notre stratégie».

■ Gros potentiel sur l'Amérique latine

- «Nous travaillons actuellement sur nos projets avec Daimler. Mexico est une base industrielle très compétitive pour nous, pas uniquement pour servir le marché mexicain, mais pour tout le continent américain. Si Mexico maintient son niveau de rendement et de compétitivité, il y aura forcément un développement de capacité dans les années à venir». □