

LE ZOOM ÉCO DE 15H30 07/02/2019

CORÉE DU SUD

LE RENAULT TWIZY TROUVE UN NOUVEAU SOUFFLE EN CORÉE

Le Renault Twizy, l'un des véhicules les plus originaux produits par un grand constructeur d'automobiles ces dernières années, connaît une nouvelle existence en Asie. Le véhicule électrique à deux places que l'Union européenne classe comme un « quadricycle » est apparu pour la première fois en avril 2012, avant même que la citadine électrique la plus populaire de Renault – la Zoé – ne soit commercialisée. Le Twizy a été le véhicule 100 % électrique le plus vendu en Europe cette année-là, avec plus de 9 000 unités écoulées (à titre de comparaison, environ 5 000 Nissan Leaf ont été vendues en 2012.) Mais depuis, l'effet de nouveauté s'est estompé et les ventes de Twizy ont chuté à environ 2 000 unités par an, bien en dessous des prévisions.

L'automne dernier, Renault a déclaré qu'il déplacerait l'assemblage du Twizy de Valladolid, en Espagne, à l'usine Renault Samsung Motors de Busan, en Corée du Sud – où il fait son petit effet. D'après le Korea Joongang Daily, plus de 1 400 Twizy ont été vendus en Corée du Sud jusqu'en novembre dernier. Selon les médias coréens, près de 3 700 demandes de renseignements ont été recueillies dans le cadre d'une campagne de promotion à domicile.

Renault a commencé à susciter un intérêt pour le Twizy en février 2018 en présentant avec un projet pilote avec la poste coréenne. L'objectif est de remplacer 10 000 motos à moteur thermique très polluantes par des « véhicules électriques ultracompacts » d'ici à 2020. On peut imaginer que ce seront principalement des Twizy.

Renault espère maintenant vendre au moins 15 000 Twizy jusqu'en 2024, sachant qu'il dispose d'une capacité de production de 5 000 Twizy par an à Busan. Le quadricycle est bien-adapté aux rues étroites de Séoul et d'autres villes asiatiques, avec un potentiel de marché particulièrement notable en Asie du Sud-Est, estime Renault.

« Vous ne pouvez pas tuer ce modèle », déclare Gilles Normand, directeur du véhicule électrique de Renault. « Le Twizy n'est pas encore mort. Nous avons réussi à l'adapter à la demande locale en Corée, pour les services postaux ou pour les flottes de livraison locales, alors qu'il est utilisé d'une façon plus individuelle en Europe. Peut-être qu'il ne nous faut qu'un peu d'imagination pour vendre plus de Twizy », ajoute-t-il. « Nous sommes heureux de constater que chaque fois que nous y accordons plus d'attention, le consommateur réagit bien. Ce que je découvre avec mon équipe, c'est qu'on n'a peut-être pas accordé assez d'attention au Twizy », explique-t-il encore.

[Par Alexandra Frutos](#)