



## FORD LANCERA SIX NOUVEAUX MODÈLES EN CORÉE DU SUD CETTE ANNÉE

Ford Korea a annoncé qu'il introduirait six nouveaux modèles cette année en vue de consolider ses positions sur le marché coréen. Outre le Ford Explorer Platinum lancé début janvier, la filiale coréenne de **Ford** commercialisera le Ranger Wildtrak, le Ranger Raptor, l'Expedition, le Bronco et le Lincoln Navigator.

Ford Korea vise une forte croissance en 2021 en mettant l'accent sur le segment des tout-terrain de loisir, a indiqué David Jeffrey, directeur général de la filiale. En 2020, Ford a vendu 10 447 véhicules en **Corée du Sud** (+ 20 %).

**KOREA HERALD (13/1/21)**

Par [Frédérique Payneau](#)

## LE GROUPE RENAULT PRÉSENTE LA NOUVELLE BUSINESS UNIT MOBILIZE ET LE EZ-1 PROTOTYPE

**Mobilize** est l'une des quatre nouvelles business units créées au sein du groupe Renault. Elle propose des services de mobilité, d'énergie et de données à d'autres marques et partenaires, en s'appuyant sur les meilleurs écosystèmes ouverts. La nouvelle marque dévoile le EZ-1 Prototype, qui incarne la vision de la marque en matière de design, avec le service au cœur de la conception des véhicules. Le EZ-1 Prototype est une nouvelle solution de mobilité urbaine conçue pour un usage partagé. Même sa commercialisation sera innovante : ses utilisateurs ne paieront que ce qu'ils utilisent, sur la base du temps ou du kilométrage. Connecté, le véhicule propose un accès sans clé et interagit avec ses utilisateurs via leur smartphone.

Le EZ-1 Prototype est un véhicule électrique compact et agile pour 2 personnes. Il ne mesure que 2,3

mètres de long pour une empreinte au sol minimale. Les portes vitrées de haut en bas offrent à ses utilisateurs une vue imprenable sur le paysage urbain environnant. Le véhicule est doté d'un système innovant d'échange de batterie. Cette alternative aux infrastructures de recharge traditionnelles permet une utilisation non-stop du véhicule.

Mobilize cible les clients qui souhaitent adopter des formes de mobilité plus durables et partagées, répondant aux nouveaux besoins des usagers et faisant émerger des écosystèmes énergétiques durables, conformément à l'objectif du groupe Renault d'atteindre la neutralité carbone et à son ambition de développer la valeur de l'économie circulaire.

La marque mettra en place des partenariats et de nouveaux écosystèmes ouverts pour obtenir un avantage significatif en termes de timing et d'économies d'échelle, tout en aidant le secteur de l'automobile à relever des défis majeurs: réduire l'écart entre l'utilisation et le coût d'un véhicule à l'heure où les voitures sont inutilisées 90% du temps ; améliorer la valeur résiduelle pour éviter que la valeur d'un véhicule neuf ne soit divisée par deux après trois ans ; contribuer à l'objectif de zéro empreinte CO2.

Avec un potentiel de plus de 6 000 points de vente Renault en Europe, Mobilize sera en mesure de proposer des solutions de mobilité pour une utilisation allant d'une minute à plusieurs années, pour toutes les villes et tous les territoires. La marque s'appuiera également sur son portefeuille de start-ups dans le secteur de la mobilité et de l'énergie pour coconcevoir les meilleures solutions pour ses clients.

Pour promouvoir plus encore la mobilité électrique, Mobilize proposera des solutions facilitant l'adoption du véhicule électrique. Pour ce faire, la marque développe une carte de recharge permettant aux clients de localiser facilement les stations de recharge publiques et de payer, partout en Europe, grâce à un système de paiement unique. Pour les clients de flottes électriques et hybrides rechargeables, Mobilize propose via sa filiale Elexent un accès facilité aux infrastructures de recharge dans toute l'Europe.

## **COMMUNIQUE DE PRESSE MOBILIZE (14/1/21)**

Par [Alexandra Frutos](#)

# **ALPINE ANNONCE SES PROJETS DE CROISSANCE À LONG TERME**

**Alpine** a annoncé le 14 janvier ses projets de croissance à long terme en tant que marque du groupe Renault dédiée aux voitures de sport innovantes, authentiques et exclusives. Les activités actuelles d'Alpine Cars – Renault Sport Cars et Renault Sport Racing – seront réunies en une seule entité sous la marque Alpine. Alpine associera la crédibilité d'une marque authentique, d'une production spécialisée, d'une maîtrise de l'ingénierie et de l'immense exposition médiatique de la Formule 1.

Alpine s'appuiera sur la taille et les moyens du groupe Renault et de Renault-Nissan-Mitsubishi, dont les technologies comme la plateforme native EV de l'Alliance, l'empreinte industrielle mondiale, la puissance d'achat pour assurer une compétitivité des coûts optimale, un réseau mondial de distribution et RCI Bank and Services. L'objectif est d'atteindre le seuil de rentabilité en 2025, en comptant les investissements en sport automobile.

La nouvelle organisation, l'intensification des synergies avec le groupe Renault et l'Alliance, ainsi que

la collaboration avec des partenaires sélectionnés seront essentielles pour soutenir le plan produit Alpine : une compacte sportive (segment B) 100% électrique basée sur la plateforme CMF-B EV de l'Alliance ; un crossover sportif (segment C) 100% électrique basé sur la plateforme CMF-EV de l'Alliance ; une remplaçante 100% électrique de l'A110 développée avec Lotus.

Dans le cadre du développement de la Business Unit Alpine, le groupe Renault et le **groupe Lotus** ont signé un protocole d'accord pour étudier plusieurs domaines de coopération, dont le développement conjoint d'une voiture de sport électrique. Les équipes Alpine et Lotus mèneront une étude de faisabilité complète pour l'ingénierie, la conception et le développement communs d'un modèle en s'appuyant sur les ressources, l'expertise et les installations des entités respectives en France et au Royaume-Uni.

Dès 2021, l'équipe F1 Alpine affrontera des noms parmi les plus prestigieux de l'industrie automobile en entrant dans le club très exclusif des écuries d'usine.

## COMMUNIQUE DE PRESSE ALPINE (14/1/21)

Par [Alexandra Frutos](#)

## LA CORÉE DU SUD VA INVESTIR DANS DES PROJETS DE CONDUITE AUTONOME

La **Corée du Sud** investira 1 100 milliards de won (825 millions d'euros) dans des projets visant à développer des technologies de conduite autonome et à établir l'infrastructure nécessaire d'ici à 2027, ont annoncé des responsables du gouvernement coréen le 14 janvier.

Le ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Energie, le ministère des Sciences et des TIC (technologies de l'information et de la communication), le ministère de l'Aménagement du territoire, des Infrastructures et des Transports et l'Agence nationale de la police coréenne (KNPA) ont indiqué qu'ils financeraient conjointement ces projets pour accélérer la commercialisation de voitures autonomes.

Le gouvernement a pour objectif de commercialiser une voiture autonome de niveau 4 en 2027.

En Corée du Sud, **Hyundai Mobis**, la filiale d'équipements de **Hyundai Motor Group**, joue un rôle de premier plan dans le développement de technologies de conduite autonome. Le groupe automobile coréen prévoit de commencer à installer des technologies de conduite autonome de niveau 3 dans ses véhicules en 2022, tandis que sa filiale continue de travailler avec des entreprises mondiales pour développer des technologies de niveaux 4 et 5.

## YONHAP (14/1/21)

Par [Frédérique Payneau](#)

## DACIA ANNONCE LA CRÉATION D'UNE NOUVELLE BUSINESS UNIT DACIA-LADA ET DÉVOILE LE BIGSTER CONCEPT

Lors de la présentation par le groupe Renault du plan **Renaulution**, la marque Dacia a levé le voile sur

sa stratégie pour les cinq années à venir. Avec la création de la business unit Dacia-Lada, Dacia va pouvoir accroître son efficacité et sa compétitivité, et aller encore plus loin en termes de marchés et de produits, notamment sur le segment C.

Pour continuer à offrir des véhicules adaptés aux besoins réels des clients ainsi qu'aux nouveaux défis du secteur automobile, Dacia va s'appuyer sur une approche « design to cost » sobre et rigoureuse dans le développement de ses produits ; une business unit Dacia-Lada dédiée, soutenue par un groupe mondial, notamment en termes de technologies, afin d'accroître le potentiel de synergie et de carry over ; l'utilisation par Dacia et Lada de la plateforme CMF-B de l'Alliance, compétitive et extrêmement flexible, qui va permettre de passer de quatre plateformes à une seule et de dix-huit caisses à onze; des véhicules basés sur cette plateforme qui pourront être équipés de moteurs à énergies alternatives ou hybrides, garantissant la conformité avec l'évolution des réglementations et répondant aux attentes de nos clients; une gamme compétitive, élargie et modernisée avec le lancement en 2021 des nouvelles Sandero et Logan, mais aussi de la Spring, citadine 100 % électrique la plus abordable d'Europe, et enfin 3 nouveaux modèles à venir d'ici à 2025; et l'entrée de plain-pied sur le segment C, symbolisée par le Bigster Concept.

Fidèle à l'esprit Dacia, le Bigster Concept est un véhicule de 4,6 mètres robuste et spacieux. Amateur de plein air et de routes poussiéreuses, il offre sans superflu tout ce qui est essentiel pour un véhicule de loisir de son segment. C'est la recette de Dacia qui va rendre le segment C accessible, au prix d'un véhicule du segment inférieur.

## COMMUNIQUE DE PRESSE DACIA (14/1/21)

Par Alexandra Frutos

# RENAULT LANCE SA PROPRE «NOUVELLE VAGUE» ET PRÉSENTE LA RENAULT 5 PROTOTYPE

Lors de la présentation du plan stratégique **Renaulution**, Renault a levé le voile sur sa stratégie pour les cinq prochaines années et au-delà. Avec **Renaulution** et sa «Nouvelle Vague», la marque Renault surfe sur l'évolution du marché pour faire entrer l'industrie automobile dans la modernité, en devenant une marque de technologie, de services et d'énergie propre. Le constructeur conservera son statut de leader dans la transition énergétique grâce à ses solutions électrifiées et à l'hydrogène, offrant ainsi le plus «vert» d'Europe d'ici à 2025. Côté technologie, Renault pourra compter sur la «Software République», un écosystème ouvert dédié aux logiciels, aux données, à la cybersécurité et à la microélectronique. Cette entité fournira des services connectés à la gamme Renault. La création de valeur viendra de l'amélioration de la répartition du mix produit au profit du segment C, le développement de technologies de pointe et de nouvelles perspectives commerciales sur le cycle de vie des véhicules.

Renault va évoluer pour devenir une marque technologique, avec une approche écosystémique pour faire émerger la prochaine génération d'équipementiers et fournisseurs de mobilité. Cet écosystème appelé «Software République» permettra à Renault, à d'autres membres fondateurs et à de futurs partenaires de développer des compétences communes, renforcer le savoir-faire européen et défendre la souveraineté du groupe dans les technologies clés, du Big Data à l'électronique. Il

permettra également à Renault d'équiper ses véhicules des meilleurs systèmes d'intelligence artificielle et de cybersécurité.

Renault sera également une marque de service, offrant la meilleure connectivité et les meilleurs services high tech intégrés en natif dans ses véhicules. En 2022, il dévoilera MyLink, un nouveau système d'infodivertissement basé sur la technologie Google Built-in. Renault sera le premier constructeur à proposer des services Google sur des véhicules grand public.

Enfin, Renault deviendra une marque d'énergie propre, en devenant leader de la transition énergétique. Tout en défiant les leaders de l'hybride grâce à sa technologie révolutionnaire E-Tech, il maintiendra son leadership sur le marché de l'électrique grâce à de nouvelles familles de produits basés sur ses deux plateformes électriques CMF-EV et CMF-BEV. Le losange proposera également des solutions à hydrogène prêtes à être commercialisées sur le marché des utilitaires, l'objectif étant de proposer le mix produit le plus vert sur le marché européen.

Avec la Renault 5 Prototype, le constructeur propose en outre la renaissance d'un modèle culte, plus moderne que jamais, qui lui permettra de démocratiser la voiture électrique en Europe. L'équipe design de Gilles Vidal s'est inspirée d'un modèle emblématique du patrimoine Renault, la R5. L'approche moderne est visible dans sa motorisation zéro émission, mais aussi dans les finitions et les matériaux choisis, qui s'inspirent de l'univers de l'électronique, du mobilier et du sport.

## COMMUNIQUE DE PRESSE RENAULT (14/1/21)

Par [Alexandra Frutos](#)

# TOTAL ET ENGIE S'ASSOCIENT POUR PRODUIRE DE L'HYDROGÈNE RENOUVELABLE À GRANDE ÉCHELLE

**Total** et **Engie** ont signé un accord de coopération pour concevoir, construire et exploiter le projet Masshylia, soit le plus grand site de production d'hydrogène renouvelable de France à Châteauneuf-les-Martigues (Bouches-du-Rhône), en région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Situé au cœur de la bioraffinerie de Total, à La Mède, et alimenté par des fermes solaires d'une capacité globale de plus de 100 MW, l'électrolyseur de 40 MW produira cinq tonnes d'hydrogène vert par jour, un volume qui permettra de répondre aux besoins du processus de production de biocarburants de la bioraffinerie Total de La Mède, évitant 15 000 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub> par an.

Une solution de gestion pour la production et le stockage d'hydrogène sera mise en œuvre pour gérer à la fois l'intermittence de la production d'électricité solaire et le besoin d'alimentation en continu de la bioraffinerie. Au-delà de cette première phase, de nouvelles fermes renouvelables pourront être développées par les partenaires pour l'électrolyseur qui a la capacité de produire jusqu'à 15 tonnes d'hydrogène vert par jour.

Total et Engie visent un début de construction des installations en 2022, à l'issue de l'étude d'ingénierie avancée, en vue d'une production en 2024, sous réserve de la mise en place des soutiens financiers et autorisations publiques nécessaires. A cette fin, le projet a déjà déposé des demandes de subventions auprès des autorités françaises (AMI) et européennes (IPCEI, Fonds de l'innovation).

**JOURNALAUTO.COM (14/1/21)**

Par [Alexandra Frutos](#)

## VOLKSWAGEN A VENDU 9,3 MILLIONS DE VÉHICULES EN 2020

Le **groupe Volkswagen** a annoncé avoir livré 9,3 millions de véhicules aux clients dans le monde en 2020, 15,2 % de moins que l'année précédente en raison de la pandémie de coronavirus. Les livraisons ont diminué de 3,2 % en décembre et de 5,7 % au dernier trimestre.

Le groupe allemand a indiqué que sa part de marché sur le marché mondial des voitures avait légèrement augmenté en 2020. Il a souligné que ses livraisons de modèles électriques avaient plus que triplé, pour atteindre quelque 231 600 unités, et que celles d'hybrides rechargeables avaient bondi de 175 %, à 190 500 unités. La Volkswagen ID.3 a été la voiture électrique la plus vendue (avec 56 500 unités), suivie de l'Audi e-tron (47 300 unités) et de la Volkswagen e-Golf (41 300 unités).

Les ventes du groupe Volkswagen ont reculé l'an dernier de 20,5 % en Europe (à 3,6 millions d'unités), de 17,4 % en Amérique du Nord (à 785 800 unités), de 9,1 % en Chine (à 3,849 millions d'unités) et de 19,5 % en Amérique du Sud (à 489 700 unités).

Par marques, les livraisons de Volkswagen (voitures) ont diminué de 15,1 %, celles d'Audi de 8,3 %, celles de Skoda de 19,1 %, celles de Seat de 25,6 %. Porsche (- 3,1 %) et les autres marques de luxe du groupe ont mieux résisté.

Les ventes d'utilitaires légers ont quant à elles reculé de 24,4 %, tandis que celles de Scania et de MAN ont baissé de 27,5 % et 17,3 %, respectivement.

**AUTOMOBILWOCHE (13/1/21V), COMMUNIQUE GROUPE VOLKSWAGEN (13/1/21)**

Par [Frédérique Payneau](#)

## LA MARQUE CHINOISE « IM » DÉVOILE DEUX MODÈLES

La marque automobile de haut de gamme « IM », appelée « Zhiji Motor » en chinois, développée conjointement par **SAIC Motor**, **Alibaba** et le district de Pudong près de Shanghai, a été officiellement lancée le 13 janvier. Deux voitures-concepts badgées « IM » ont été dévoilées par la même occasion. « IM » signifie « Intelligence in Motion », indiquant que la marque se concentre sur l'intelligence artificielle pour les automobiles, a déclaré SAIC Motor.

Les modèles nouvellement dévoilés sont une voiture tout électrique du segment B et un véhicule de loisir tout électrique. La voiture sera lancée en premier avec une prévente à partir du **Salon de l'Automobile de Shanghai**

en avril 2021. Le véhicule de loisir devrait être commercialisé en 2022.

## **GASGOO.COM (14/1/21)**

Par Alexandra Frutos

### **LA NHTSA DEMANDE À TESLA DE RAPPELER 158 000 VÉHICULES**

La **NHTSA** (agence américaine en charge de la sécurité routière) a demandé le 13 janvier à **Tesla** de rappeler 158 000 Model S et Model X en raison de dysfonctionnements de l'unité de commande multimédia qui pourraient présenter des risques pour la sécurité en empêchant l'affichage d'informations sur les écrans tactiles.

L'agence américaine, qui avait approfondi en novembre une enquête ouverte sur ce problème, a adressé un courrier officiel à Tesla, expliquant qu'elle avait conclu de façon provisoire que les Model S des années-modèles 2012 à 2018 et les Model X des années-modèles 2016 à 2018 "présentaient un défaut lié à la sécurité". Le constructeur américain de véhicules électriques a jusqu'au 27 janvier pour répondre à la NHTSA.

## **REUTERS (13/1/21)**

Par Frédérique Payneau

### **LES EXPORTATIONS D'AUTOMOBILES DE LA CORÉE DU SUD ONT BAISSÉ DE PLUS DE 20 % EN 2020**

Les exportations d'automobiles de la **Corée du Sud** ont reculé l'an dernier de 21,4 %, à 1,89 million d'unités, alors que la pandémie de coronavirus a perturbé la production et réduit la demande, selon les données communiquées par le **ministère coréen du Commerce, de l'Industrie et de l'Energie**. En valeur, les exportations ont baissé de 13 %, à 37,4 milliards de dollars.

Les ventes sur le marché coréen ont en revanche progressé de 5,8 % en 2020, à 1,89 million d'unités, tirées par l'introduction de nouveaux modèles et les baisses de taxe introduites pour stimuler la consommation.

Les constructeurs coréens ont par ailleurs produit 3,51 millions de voitures l'an dernier, un volume en recul de 11,2 %.

## **YONHAP (14/1/21)**

Par Frédérique Payneau

### **RENAULT PRÉSENTE SON PLAN STRATÉGIQUE « RENAULTION »**

Le directeur général du groupe Renault Luca de Meo présente « **Renaulution** », un nouveau plan stratégique visant à réorienter la stratégie du constructeur de la course au volume à la création de valeur. Ce plan est structuré en 3 phases lancées en parallèle : la phase « Résurrection », qui s'étendra jusqu'en 2023, se concentrera sur le redressement de la marge et de la génération de liquidités ; la phase « Rénovation », qui se poursuivra jusqu'en 2025, verra le renouvellement et l'enrichissement des gammes, contribuant à la rentabilité des marques ; et la phase « Révolution », qui démarrera en 2025, fera basculer le modèle économique du groupe vers la technologie, l'énergie et la mobilité, faisant de Renault un précurseur dans la chaîne de valeur des nouvelles mobilités.

Le plan Renaulution permettra de restaurer la compétitivité du groupe Renault en allant au-delà du plan 2022 (en améliorant l'efficacité de l'ingénierie et de la production, pour réduire les coûts fixes et améliorer les coûts variables dans le monde), en tirant parti des atouts industriels actuels du groupe et de son leadership électrique en Europe, en s'appuyant sur l'Alliance pour accroître sa force de frappe en termes de produits, d'activités et de technologies, en accélérant les services de mobilité, ceux dédiés à l'énergie et ceux relatifs aux datas, et en améliorant la rentabilité via quatre business units différenciées centrées sur les clients et les marchés. Une nouvelle organisation mettra en œuvre ce plan : les fonctions, avec l'ingénierie au premier plan, sont responsables de la compétitivité, des coûts et du délai de mise sur le marché. Les marques pleinement responsables, gèrent leur rentabilité. En cohérence avec cette organisation axée sur la valeur, l'entreprise ne mesurera plus ses performances au travers des parts de marché et des ventes, mais en fonction de la rentabilité, de la génération de liquidités et de l'efficacité des investissements.

D'ici à 2023, le groupe Renault compte atteindre plus de 3 % de marge opérationnelle, environ 3 milliards d'euros de free cash flow opérationnel de l'Automobile cumulé (2021-2023), et réduire les investissements et dépenses de R&D à environ 8 % du chiffre d'affaires. D'ici à 2025, il vise une marge opérationnelle groupe d'au moins 5 %, environ 6 milliards d'euros de free cash flow opérationnel de l'Automobile cumulé (2021-2025), et un ROCE en hausse d'au moins 15 points par rapport à 2019.

Le plan Renaulution assurera une rentabilité durable du groupe tout en respectant son engagement de neutralité carbone en Europe d'ici à 2050.

« Le plan Renaulution consiste à orienter l'ensemble de l'entreprise du volume à la valeur. Plus qu'un redressement, il s'agit d'une transformation profonde de notre modèle d'entreprise. Nous avons établi des bases solides et saines pour nos performances. Nous avons rationalisé nos opérations, en commençant par l'ingénierie, en ajustant notre taille lorsque c'était nécessaire, en réaffectant nos ressources vers les produits et les technologies à fort potentiel. Cette efficacité accrue alimentera notre future gamme de produits : technologiques, électrifiés et compétitifs. Et cela alimentera la force de nos marques, chacune avec ses propres territoires clairs et différenciés ; responsables de leur rentabilité et de la satisfaction de leurs clients. Nous passerons d'une entreprise automobile utilisant la technologie à une entreprise technologique utilisant des voitures, dont au moins 20 % des revenus proviendront des services des données et du commerce de l'énergie d'ici à 2030. Nous y arriverons progressivement, en nous appuyant sur les atouts de cette grande entreprise, sur les compétences et l'engagement de ses collaborateurs. Renaulution est un plan stratégique 'fait maison' que nous allons déployer et réaliser de la même façon : collectivement », explique Luca de Meo.

Le plan Renaulution prévoit d'accélérer l'efficacité des fonctions, qui seront responsables de la compétitivité, des coûts, du délai de développement et de mise sur le marché, de renforcer



l'efficacité, la rapidité et la performance de l'ingénierie et de la production, accélérée par l'Alliance. La rationalisation des plateformes de 6 à 3 (avec 80 % des volumes du Groupe sur trois plateformes de l'Alliance) et des groupes motopropulseurs (de 8 à 4 familles) est prévue. Par ailleurs, tous les modèles qui seront lancés sur les plateformes existantes seront mis sur le marché en moins de 3 ans. Le redimensionnement de la capacité industrielle de 4 millions d'unités en 2019 à 3,1 millions d'unités en 2025 (référence Harbour) est également au programme, ainsi qu'une amélioration de l'efficacité du travail avec les fournisseurs.

Le groupe compte orienter sa présence internationale vers les marchés à fortes marges, notamment en Amérique latine, en Inde et en Corée, tout en tirant parti de sa compétitivité en Espagne, au Maroc, en Roumanie et en Turquie, et en créant davantage de synergies avec la Russie.

Il va aussi imposer une discipline stricte en matière de coûts, avec une réduction des coûts fixes, des coûts variables (600 euros d'amélioration par véhicule d'ici à 2023) et des investissements et dépenses de R&D (d'environ 10 % du chiffre d'affaires à moins de 8 % en 2025). Tous ces efforts renforceront la résilience du groupe et réduiront son point mort de 30 % d'ici à 2023.

Cette nouvelle organisation permettra de créer un portefeuille de produits rééquilibré et plus rentable avec 24 lancements d'ici à 2025 – dont la moitié dans les segments C/D – et au moins 10 véhicules électriques.

La marque Renault incarnera la modernité et l'innovation au sein et au-delà de l'industrie automobile dans les services énergétiques, technologiques et de mobilité par exemple. Dans le cadre de sa stratégie, le losange relèvera son mix de segments grâce à une offensive sur le segment C et renforcera ses positions en Europe, tout en se concentrant sur les segments et les canaux rentables sur des marchés clés tels que l'Amérique latine et la Russie.

Dacia continuera à proposer des produits abordables, basés sur des technologies éprouvées et destinés aux acheteurs cherchant l'achat malin, tout en allant sur le segment C.

La marque Alpine réunira quant à elle les voitures Alpine, Renault Sport Cars et Renault Sport Racing au sein d'une nouvelle entité à part entière qui se consacrera au développement de voitures de sport exclusives et innovantes.

Enfin, la nouvelle entité commerciale Mobilize a pour mission de développer de nouvelles sources de bénéfices provenant des services de données, de mobilité et d'énergie au profit des utilisateurs de véhicules, et à générer plus de 20 % des revenus du groupe d'ici à 2030. Elle permettra au groupe Renault de se positionner plus rapidement dans le nouveau monde de la mobilité, en proposant des solutions et des services aux autres marques et partenaires extérieurs.

## **COMMUNIQUE DE PRESSE RENAULT (14/1/21)**

Par [Alexandra Frutos](#)

# **VOLKSWAGEN VA RÉDUIRE SA PRODUCTION À WOLFSBURG EN RAISON DE LA PÉNURIE DE PUCES**

**Volkswagen** a indiqué le 14 janvier qu'il arrêterait pendant plusieurs jours ce mois-ci la production de certains modèles sur son site historique de Wolfsburg par manque de semi-conducteurs.

Quatre journées de chômage partiel sont prévues entre les 14 et 29 janvier pour les ouvriers qui travaillent sur les lignes d'assemblage des Tiguan, Touran et Tarraco, a annoncé le groupe allemand. Des mesures similaires sont à l'étude sur d'autres sites en **Allemagne**, notamment à Emden, a indiqué un porte-parole de l'entreprise.

Volkswagen avait mis en garde en décembre contre d'éventuelles réductions de production sur des sites en Amérique du Nord, en Europe et en **Chine** au premier trimestre, en raison de goulots d'étranglement dans la chaîne d'approvisionnement en puces.

Pour cette même raison, **Daimler** va également recourir au chômage partiel dans son usine allemande de Rastatt (sud), qui produit les Classe A et B.

AFP (13/1/21)

Par Frédérique Payneau

## LE GROUPE PSA ANNONCE DES VENTES MONDIALES DE 2,5 MILLIONS D'UNITÉS EN 2020

Dans un contexte sanitaire difficile, les ventes mondiales du **Groupe PSA** ont atteint 2 512 475 unités en 2020 (- 27,8 %), dont 1 118 912 Peugeot (- 23 %), 717 190 Citroën (- 27,5 %), 43 686 DS (- 29,5 %) et 632 687 Opel-Vauxhall (- 35 %). L'offensive électrique du groupe s'est poursuivie tout au long de l'année. Ses marques proposent aujourd'hui soit des versions hybrides rechargeables, soit des versions tout électrique pour chaque nouveau lancement. Les clients ont désormais le choix entre 171 modèles électrifiés. D'ici à fin 2021, la gamme électrifiée du Groupe PSA comprendra 23 modèles, avec six modèles électrifiés supplémentaires.

Cette année de crise a également été l'occasion de développer le e-commerce. Avec une moyenne de 4 000 ventes par mois au second semestre dans trois pays européens, le groupe a vendu 40 000 véhicules par ce canal. L'objectif du constructeur est d'atteindre les 100 000 ventes en ligne en Europe d'ici à la fin de 2021.

En Europe, les ventes du Groupe PSA se sont fortement redressées au cours du second semestre de 2020 (+ 40 % par rapport au premier semestre) : augmentation de sa part de marché au 4<sup>ème</sup> trimestre (+ 0,5 point par rapport au trimestre précédent), avec en particulier une hausse de la part de marché de Peugeot (+ 0,1 point sur un an), de DS Automobiles (+ 0,1 point sur le marché du haut de gamme en un an) et un rebond d'Opel-Vauxhall sur le quatrième trimestre (+ 0,3 point). Le constructeur a également réussi à maintenir sa position sur son principal marché, la France, gagnant 0,14 point de pénétration sur l'année.

En restant concentré sur sa performance CO2, le Groupe PSA a rempli les objectifs européens en 2020, conformément à son engagement, grâce au travail fait sur l'optimisation des moteurs thermiques et à une forte croissance de ses ventes de modèles électrifiés (120 000 immatriculations en 2020 sur le marché européen).

La part de marché du Groupe PSA au Moyen-Orient et en Afrique s'est établie à 7,2 % (+ 2,1 points).

Dans un marché en baisse de 14 %, les livraisons ont en effet augmenté de 21 %, à plus de 201 000 unités. Plusieurs pays affichent de belles performances en parts de marché : l’Egypte (+ 3,8 points), la Turquie (+1,4 point) et le Maroc (+ 0,7 point).

Après un premier semestre difficile, les ventes du Groupe PSA en Chine ont augmenté de mois en mois à partir de septembre pour atteindre en décembre 2020 le niveau de décembre 2019. Le nouveau modèle économique de DS en Chine est désormais en place avec une filiale à part entière axée sur l’exécution avec des voitures soit importées soit fabriquées localement. Le lancement de la DS 9 est prévu pour le premier semestre de 2021.

Les marchés latino-américains ont été durement touchés par la crise du coronavirus tout au long de l’année (avec des baisses allant de – 27 % à -31 % par rapport à 2019). Le Groupe PSA a cependant réussi à enclencher une reprise de ses ventes pour atteindre une part de marché au 4ème trimestre de 2020 supérieure à celle de la même période en 2019 : 2,5 %, contre 2,3 %.

En Argentine, sa part de marché est passée de 10,1 % en 2019 à 10,5 % en 2020, grâce aux lancements de la nouvelle Peugeot 208, produite localement (à Palomar) sur la plateforme CMP, et du Citroën C5 Aircross. Le pick-up Peugeot Landtrek a été lancé au second semestre au Mexique, pays dans lequel la part de marché du groupe est désormais supérieure à 1 % pour la première fois.

Dans la région Asie-Pacifique, la part de marché de PSA s’est améliorée en 2020, puisque ses ventes ont diminué seulement de 6,6 %, sur un marché en baisse 18,3 % par rapport à 2019. Le succès des trois marques du groupe au Japon se poursuit, notamment avec les récents lancements des Citroën Berlingo, Peugeot 208, 2008 et e-2008, et DS 3 Crossback et DS 3 Crossback E-Tense.

En Inde, l’arrivée de la marque Citroën est prévue pour le premier semestre de 2021 avec le Citroën C5 Aircross et sera suivie par de nouveaux modèles disruptifs conçus localement.

En Eurasie, alors que les performances de la région ont été affectées par la crise du coronavirus, les ventes du Groupe PSA ont augmenté. Sa part de marché a progressé de 0,2 point (à 0,9 %), en particulier dans les deux principaux pays, la Russie et l’Ukraine, avec respectivement + 0,1 point (à 0,5 %) et + 2,2 points (à 8,5 %). Toutes les marques Peugeot, Citroën, DS Automobiles et Opel ont contribué à cette performance, en particulier en Ukraine. Le récent lancement d’Opel en Russie est sur une bonne dynamique pour la première année complète de la marque dans ce pays.

## **COMMUNIQUE DE PRESSE GROUPE PSA (14/1/21)**

Par [Alexandra Frutos](#)

## **TATA MOTORS LANCERA UN NOUVEAU SUV SAFARI EN FÉVRIER**

**Tata Motors** présentera un nouveau SUV Safari le 26 janvier. Le véhicule sera ensuite commercialisé courant février sur le marché indien.

Le Safari (sept places) avait été dévoilé pour la première fois au Salon de New Delhi en 2019 sous le nom de code Gravitas.

Initialement prévu pour la mi-2020, le lancement du Safari a dû être repoussé en raison de la pandémie.

Le nouveau Safari est basé sur une version allongée de la plateforme du SUV Harrier. Il reçoit en outre un moteur diesel 4 cylindres de 2,0 litres et 168 ch.

### **HINDUSTAN TIMES (13/1/21)**

Par Juliette Rodrigues

## **HONDA CONTRAINT D'INTERROMPRE DE NOUVEAU SA PRODUCTION À SWINDON**

**Honda** a annoncé devoir à nouveau fermer pour plusieurs jours son usine britannique de Swindon, au **Royaume-Uni**, en raison d'une pénurie de semi-conducteurs engendrée par la pandémie.

"Des activités de production vont être arrêtées du lundi 18 au jeudi 21 janvier en raison de problèmes d'approvisionnement dans le monde, dont une pénurie de semi-conducteurs", explique Honda.

"Nous surveillons la situation et nous envisageons de reprendre la production vendredi 22 janvier", précise le constructeur.

Honda a dû suspendre ses activités à plusieurs reprises dans l'usine ces dernières semaines, notamment deux jours les 5 et 6 janvier pour les mêmes raisons.

Il avait dû également la fermer un temps en décembre faute d'un nombre suffisant de pièces détachées en raison de l'encombrement de plusieurs ports au Royaume-Uni avant la fin de la période de transition vers le Brexit.

L'usine de Swindon est la seule du constructeur en Europe et doit fermer en 2021, avec la suppression de 3 500 emplois.

AFP (13/1/21)

Par Juliette Rodrigues

## **KAMAZ COMPTE ARRÊTER LA PRODUCTION DES CAMIONS K4 À PARTIR DE 2024**

**KAMAZ** prévoit d'arrêter la production des camions de génération K4 à partir de 2024 et de se concentrer sur le segment haut de gamme : les tracteurs K5, a fait savoir le directeur général du Sergey Kogogin.

"Nous continuerons à produire les K3, qui sont encore utilisés par les forces de l'ordre d'une part, et, d'autre part, qui restent une valeur sûre et abordable pour le secteur agricole", a-t-il précisé.

KAMAZ a vendu environ 36 500 camions (+ 3 %) en 2020, dont 32 200 unités sur le marché russe (+ 6 %) et environ 4 300 à l'exportation (- 14 %).

Kamaz estime par ailleurs que ses ventes atteindront 37 000 unités en 2021, dont 32 000 sur le

marché russe.

## **AUTOSTAT (13/1/21)**

Par Juliette Rodrigues

# **FIAT COMPLÈTE LE RENOUVELLEMENT DE SA GAMME AVEC LA FAMILLE 500**

**Fiat** a accéléré fin 2020 le renouvellement de sa gamme. C'est au tour de la famille 500 de faire peau neuve.

Ainsi, après la Panda et la Tipo, et l'arrivée de la nouvelle 500e, Fiat dévoile la nouvelle famille 500, avec de nouvelles couleurs, cinq niveaux de finition (Cult, In Connect, Cross, Sport et Dolce Vita) et trois ensembles d'options.

Son prix en Italie démarre à 9 900 euros.

La famille 500 se décline en trois types de carrosseries, la classique 500 (3 portes), la 500X (SUV, 5 portes) et la 500L (« familiale », cinq portes).

La 500 est disponible avec le moteur 1.0 Mild Hybrid de 70 ch et une transmission manuelle à six vitesses qui a été dévoilée en février dernier.

La 500X est désormais proposée avec deux moteurs à essence (Firefly 1 litre de 120 ch et 1,3 l de 150 ch) et deux moteurs diesel (Multijet 1,3 de 95 ch et 1,6 de 130 ch).

La 500L est équipée d'un moteur à essence 1,4 de 95 ch ou d'un diesel 1,3 Multijet de 95 ch.

## **COCHE GLOBAL (11/1/21)**

Par Juliette Rodrigues

# **LE SITE GOUVERNEMENTAL HISTOVEC INTÈGRE LES DONNÉES DU CONTRÔLE TECHNIQUE**

Le site **HistoVec**, porté par le ministère de l'Intérieur, intègre depuis le 12 janvier de nouvelles données pour enrichir les rapports édités. Les informations relatives aux véhicules d'occasion comporteront désormais les dates et les résultats des contrôles techniques effectués. Un moyen de confirmer par ailleurs le kilométrage affiché au compteur.

Cet ajout d'informations vient compléter celles issues du système d'immatriculation des véhicules (SIV). Des données qui, pour rappel, indiquent toute forme d'opposition à la vente en raison d'une créance, une garantie bancaire ou une demande de saisie du véhicule, d'amendes en attente de paiement, d'une procédure « véhicule endommagé », d'une suspension ou un retrait du titre de circulation du véhicule, mais également d'une déclaration de vol, ainsi que l'historique des interventions (changement de titulaire, réparation contrôlée, etc.).

Entre janvier 2019, date de lancement du service, et décembre 2020, plus de 3 millions de rapports ont été édités gratuitement sur le site HistoVec. En moyenne, l'audience s'élève à 15 000 visiteurs uniques

par mois. Un chiffre encourageant, mais qui reste relativement bas si l'on considère l'étude de la DGCCRF faisant état de fraudes mineures ou graves dans la moitié des transactions de VO en France. A ce jour, le taux de satisfaction a été mesuré à 4,64/5.

## **JOURNALAUTO.COM (13/1/21)**

Par [Alexandra Frutos](#)