

Alpine, un bijou « made in Normandie »



La nouvelle Alpine a été dévoilée hier à Monaco (photo AFP)

Automobile. Renault a dévoilé hier la nouvelle Alpine. Produite à Dieppe, elle sera commercialisée en 2017.

Après plus de vingt ans de hiatus, Renault a relancé hier Alpine, mythique marque de voitures sportives, avec un prototype « très proche » de l'automobile de série attendue en 2017, selon le PDG Carlos Ghosn. « Légèreté, agilité, sensualité et attention portée aux détails » : la future Alpine, qui sera construite dans l'usine historique de Dieppe, « respectera l'héritage » de la marque mais sera « complètement moderne », a affirmé Carlos Ghosn lors d'une conférence de presse à Monaco.

Le prototype Alpine Vision reprend, en plus abouties, les lignes du concept Alpine Célébration qui avait fait tourner les têtes aux 24 Heures du Mans en juin 2015, lui-même une interprétation de la « Berlinette » A110 des années 1960-1970. On en retrouve en particulier la silhouette râblée, la face avant à quatre phares et la surface vitrée. Seule entorse, le concept-car biplace dévoilé hier à Monaco, en présence du prince Albert II, était peint en blanc et non du « bleu de France » habituellement associé à ces autos.

« L'Alpine Vision est très proche, très proche de la voiture de série qui sera dévoilée d'ici à la fin de l'année, et arrivera dans les concessions en 2017 », a promis le patron de Renault, lors de cette présentation en anglais. Selon Carlos Ghosn, cette voiture « accélérera de zéro à 100 km/h en moins de 4,5 secondes », soit mieux qu'une Porsche 911 Carrera.

Renault réveille ainsi une marque mythique, fondée en 1955,

tombée dans son escarcelle en 1973 mais qui avait été mise en sommeil il y a 21 ans. « Bien qu'aucune Alpine ne soit sortie des chaînes depuis 1995, Alpine représente toujours le rêve de la gloire en course, la performance et la passion pour des passionnés dans le monde entier », argumente Carlos Ghosn.

Les futures Alpine seront vendues d'abord en Europe, puis en dehors du continent à terme, a assuré le PDG, qui a dit voir en Alpine « une opportunité stratégique pour le groupe Renault », « une façon évidente d'entrer sur le marché des voitures de sport « premium » » pour trouver de nouveaux clients.

MARCHÉ DE NICHE

Depuis 20 ans, l'usine dieppoise (300 salariés) s'était reconvertie dans la fabrication de modèles Renault. Le retour d'Alpine était évoqué depuis quatre ans, mais des doutes avaient émergé après l'échec d'un partenariat avec le britannique Caterham. Le projet devait beaucoup à Carlos Tavares, numéro deux de Renault passionné de sports mécaniques qui était passé à la concurrence début 2014 en prenant la tête

de PSA Peugeot Citroën. Renault a nommé lundi un nouveau patron pour la marque, le Néerlandais Michael van der Sande, jusqu'alors directeur du marketing du groupe au losange, et passé par des constructeurs de « niche » comme Aston Martin, Tesla et Rolls-Royce.

Reste la question des perspectives commerciales d'un tel produit, alors que depuis la crise de 2008-2013, l'heure est plutôt à la rationalisation des gammes. Cependant, Renault n'a pas le couteau sous la gorge, puisqu'il a dégagé en 2015 presque trois milliards d'euros de bénéfice net. « C'est le bon moment pour relancer Alpine. Le groupe Renault est actuellement en croissance, et ses comptes sont solides », souligne Carlos Ghosn. Les concurrentes naturelles de la future Alpine sont les Porsche Cayman, Alfa Romeo 4C et Lotus Elise, qui se vendent entre 45 000 et 65 000 euros. Renault n'a pas communiqué de tarif dans l'immédiat. Les petites Porsche, auréolées de leur image de marque, restent « les leaders incontestés de la catégorie », observe Ian Fletcher, spécialiste du secteur automobile chez IHS. Ces consultants ne voient pas Renault réussir à vendre plus de 1 300 Alpine par an à l'horizon 2018. « L'Alfa 4C ne s'est écoulée qu'à 2 500 exemplaires dans le monde en 2015, y compris aux États-Unis » où Renault n'est pas présent. Et d'ajouter : « Ça vous donne l'échelle du marché. » Mais la nouvelle Alpine, vecteur d'image, peut aussi constituer selon Ian Fletcher l'amorce d'une marque aux ambitions haut de gamme. « On parle déjà du potentiel d'un 4x4 urbain ou d'autres modèles, ce qui augmenterait la visibilité et donnerait à la marque des perspectives à long terme », note-t-il.

■ Sur paris-normandie.fr, la nouvelle Alpine sous toutes ses coutures en photos et en vidéo



Les quatre phares à l'avant, une signature Alpine (photo Greg White/Sid Lee)