

Renault relance les sportives Alpine

Sud Ouest du 16/02/2016 .



Afp / Jean-Christophe Magnenet France-Economy-Industry-Marketing-Car-Renault-Alpine © Afp
Jean-Christophe Magnenet

Après 20 ans de sommeil, le constructeur automobile français Renault a relancé ce mardi Alpine, mythique marque de voitures sportives

"Alpine est de retour" : à l'issue d'une campagne sur les réseaux sociaux, le PDG du groupe au losange Carlos Ghosn a officialisé ce mardi à Monaco ce que les aficionados des bombinettes bleues n'osaient plus espérer. " Légèreté, agilité, sensualité et attention portée aux détails " : la future...

"Alpine est de retour" : à l'issue d'une campagne sur les réseaux sociaux, le PDG du groupe au losange Carlos Ghosn a officialisé ce mardi à Monaco ce que les aficionados des bombinettes bleues n'osaient plus espérer. "**Légèreté, agilité, sensualité et attention portée aux détails**" : la future Alpine, attendue en 2017, "respectera l'héritage" de la marque mais sera "complètement moderne", a affirmé le PDG de Renault, Carlos Ghosn.

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 ce mardi à Monaco, en présence du prince Albert II, **était peint en blanc** et non du "bleu de France" habituellement associé à ces autos.



La nouvelle Alpine Vision dévoilée ce mardi à Monaco. © Photo AFP JEAN-CHRISTOPHE MAGNET



Carlos Ghosn sortant de la nouvelle Alpine Vision ce mardi. © Photo AFP JEAN-CHRISTOPHE MAGNET

"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 à Monaco. 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", a argumenté Carlos Ghosn. Les futures Alpine seront vendues d'abord en Europe, puis en dehors du continent à terme, a assuré le PDG.

Des signaux envoyés depuis 4 ans

Les signes d'une renaissance de **la marque Alpine** se sont multipliés depuis quatre ans. En 2012, un "concept-car" Alpine avait été présenté en marge du Grand Prix de Monaco de Formule 1. Un autre, l'Alpine "Célébration" avait effectué sous les vivats un tour de piste en prologue des 24 Heures du Mans l'année dernière. Il s'agissait d'une voiture aux lignes basses et fuyantes qui **multipliait les clins d'oeil à la célèbre "berlinette" A110** championne du monde des rallyes en 1973.



L'Alpine Celebration 60 en 2015 aux 24 heures du Mans. © Photo AFP JEAN-FRANCOIS MONIER



© Photo archives Giret Josselin

Parmi les autres modèles emblématiques de série d'Alpine figurent l'A310 produite de 1971 à 1984 et la GTA/A610 (1984-1995), qui avait quitté le monde des sportives légères pour se rapprocher du grand tourisme, plus confortable et équipée de puissants moteurs V6.

2014, l'année des doutes

Le projet du retour d'Alpine doit beaucoup à Carlos Tavares, ancien numéro deux de Renault passionné de sports mécaniques, qui est passé à la concurrence début 2014 en prenant la tête de l'autre grand constructeur français, PSA Peugeot Citroën. Des doutes s'étaient fait jour en 2014 après ce départ. Balayant ces doutes, **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.

Quelles sont les concurrentes ?

Les concurrentes naturelles de celle que la presse spécialisée a déjà baptisée "A120" sont les **Porsche Cayman, Alfa Romeo 4C et Lotus Elise**, qui se vendent entre 45 000 et 65 000 euros. 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 Etats-Unis" où Renault n'est pas présent, ajoute-t-il : "ça vous donne l'échelle du marché". Mais la

nouvelle Alpine, **vecteur d'image**, devrait constituer selon Ian Fletcher l'amorce d'une marque aux ambitions "premium". "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. Pour Alpine, résume Ian Fletcher, "commencer par une voiture de sport va générer **beaucoup d'intérêt, sans doute pas beaucoup de bénéfices**".