

## TATA BOUSCULE LE MARCHÉ

# Une voiture à moins de 200 000 DA

**Tata Motors vient chambouler l'ordre du marché mondial des véhicules. Le constructeur indien a mis au point un véhicule de tourisme qu'il commercialise à 1 700 euros. Soit moins de 200 000 DA, bousculant ainsi d'une manière peu commune le segment du lowcost.**

**Nabil M. - Alger (Le Soir) -** Le Nano puisque c'est de ce modèle dont il s'agit, supprime toutes les initiatives en rapport. Véritable voiture du peuple, Nano est une citadine de cinq portes qui fait le bonheur des petites bourses dans son pays d'origine, dans des pays émergents, voire même dans le très concurrentiel marché européen.

Un véhicule neuf à 1 700 euros est assurément un challenge que peu de constructeurs peuvent réaliser. Une interrogation s'impose d'elle-même. Qu'est-ce qui permet à Tata de vendre un véhicule à ce tarif ?

## Le flair de la bonne affaire

Tata Motors n'est pas l'inventeur du concept qui a donné naissance à Nano. Le constructeur indien a tout simplement sauté sur un projet sur lequel les fabricants généralistes de France n'ont pas accordé trop d'importance. En effet, le concept de cette voiture lowcost, a été développé par MDI, une entreprise basée au sud de l'Hexagone. Après des démarches infructueuses en France, le produit a fini par capter l'attention d'un fabricant étranger. Ce fabricant n'était autre que Tata. Le contrat de transfert des technologies a été signé en 2007. Quelque temps plus tard, Nano est née.

## Un véhicule allégé

Ce qui permet à Tata de produire un véhicule aussi bon

marché, c'est la maîtrise des frais. Une maîtrise qui provient notamment des coûts somme toute raisonnables de la main-d'œuvre locale. A cela s'ajoute, une approche qui s'articule autour du principe d'assembler un véhicule qui est une simple expression de la citadine. Avec néanmoins un design tendance.

A ce propos, Tata n'a pas été chercher loin. Il reproduit presque des formules qui ont déjà marché par le passé. A commencer par le moteur. En effet, le Nano n'est assurément pas fait pour les amateurs des fortes sensations. Cette voiture est animée par une mécanique à deux cylindres d'un diamètre de 623 cm<sup>3</sup>. Ce moteur ne produit que 33 CV. Juste de quoi déplacer la carrosserie. En plus, ce moteur tiendrait facilement dans la partie coffre, laissant les espaces de chargement pour le capot. Cette motorisation est couplée à une boîte de vitesses de quatre rapports. D'aucuns auront remarqué que le design du Nano tient un peu de la Spark de Chevrolet mais en un peu plus menu. Les dimensions sont modestes, 3.10 m de long, 1.50 m de large et 1.60 m de hauteur. Ces mensurations donnent lieu à un habitacle qui promet de transporter 4 adultes. Nano qui a été dévoilé lors de la dernière édition du salon de l'automobile de New Delhi, existe en deux versions. La première est une déclinaison d'entrée de gamme baptisée standard. Digne représentant du segment



Une voiture bon marché et écolo.

A-0 aucun équipement n'a été prévu par le constructeur. Cette finition est reconnaissable grâce à ses boucliers en plastique brut. La version supérieure est la Luxery. Cette dernière prévoit par contre des boucliers ton caisse ainsi que quelques équipements de confort comme la direction assistée et la climatisation. Il va sans dire que cette version reviendrait un peu plus cher que 1 700 euros. Ceci dit, elle viendrait jamais à dépasser la barre des 2 500 euros.

## Econome et écolo

Selon les données fournies par le constructeur indien, le

Nano est un véhicule peu gourmand avec une tendance écolo. La mécanique bi-cylindre ne consomme que 5 litres au 100 kilomètres. Cette faible consommation est associée à un taux d'émission qui permet à Tata de lorgner du côté du Vieux Continent. Les mêmes données estiment les émissions à moins de 60 g de CO<sub>2</sub> par kilomètre. Tata Motors annonce la production de 200 000 unités par an. Cette production est essentiellement réservée au marché indien mais jusqu'en 2011 où la phase d'exportation qui commencera.

N. M.

## Qui est Tata Motors ?

**Tata Motors est la filiale automobile du groupe Tata. Ce constructeur figure à la 18<sup>e</sup> place mondiale des grands fabricants d'automobile. Tata possède 96 filiales qui vont du thé à la fabrication de camions en passant par la sidérurgie, la chimie, les télécommunications, l'informatique et les services financiers. En 2006-2007, Tata Motors a généré des bénéfices de 7,2 milliards de dollars US. Ce fabricant représente 3% du PIB de l'Inde.**

**Tata compte racheter auprès de Ford deux marques phares, à savoir Jaguar et Land Rover.**

N. M.

## TROISIÈME SALON DE L'AUTO DE BÉJAÏA

# Environnement et respect du code de la route à l'honneur

**Prêt pour le coup d'envoi du troisième Salon de l'automobile de Béjaïa qui ouvrira ses portes, ce jeudi à la grande surface du Lac.**

Cette année, de nouveaux exposants seront sur la liste de cette manifestation. RH. International Communication, organisatrice de cette édition veut faire de ce rendez-vous un espace où l'environnement et la lutte pour le respect du code de la route soient au cœur de l'organisation.

De même que le ministère de la Santé, à travers une initiative des organisateurs, saisira cette occasion pour contribuer au succès de cette manifestation, à travers l'ani-

mation d'un stand pour procéder à des consultations ophtalmologiques sur un échantillonnage de visiteurs et ce, pour démontrer que l'œil peut être un facteur d'accident de la circulation.

Les concessionnaires l'ont compris et ils comptent apporter leur contribution à travers les divers messages qu'ils diffuseront tout au long de ces neuf jours. Les surfaces seront occupées, pour la première outre le véhicule touristique, par l'engin TP et le machinisme agricole. Chaque opérateur semble prendre déjà à cœur l'intérêt de cette exposition qui offre ainsi une visibilité très large sur les

nouvelles technologies.

Des promotions se bousculeront et inciteront le grand public à profiter de ces opérations de marketing, pour voyager à travers les nombreuses marques, ce qui ferait le bonheur des concessionnaires qui prieront pour que la clientèle soit convaincue de la qualité, du prix et du confort de ces nouveaux types de véhicules, qui poussent au bas-côté de la route des autres marques qui croient avoir gagné la partie.

A l'affiche, il y aura Chery auto et des surprises sont au programme; selon le concessionnaire. Il y aura également ACTS, Hyundai, Fiat, Mazda,

Mahidra Scorpio, Burgan GMC, Renault Trucks, Foton, GM Trade du Groupe Mazouz, Mitsubishi, Big Image (P. Toyota) Mami Pneus, Verdis Auto, Iveco, CDFMPA, spécialiste du machinisme agricole et bien d'autres marques qui feront le bonheur des 40 000 visiteurs attendus. En marge de cette manifestation, le ministère des Transports animera une journée professionnelle sur le thème central Sécurité routière et contrôle technique.

M. Messaoud Hadj Nacer mettra l'accent sur ce volet, qui secoue l'actualité et qui fait la «une» des médias.

R. N.

## VISANT L'AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DES SERVICES

# Un contrat de performance signé entre le secteur du tourisme et la SIH

La question de la démarche «plan qualité tourisme» a été développée hier par le ministre de l'Aménagement du territoire et de l'Environnement avec la signature d'une convention d'engagement avec la Société d'investissement hôtelier (SIH). Il s'agit de l'évaluation de la qualité des services offerts dans le secteur touristique.

Le but visé par cette initiative est de tenter de soigner encore une fois la notoriété de la destination Algérie et des offres envers la clientèle nationale et internationale.

La démarche en question permettra aussi, selon les responsables du secteur, de systématiser la professionnalisation des services et prestations touristiques d'une part, et de matérialiser la notion de qualité dans la pratique à tous les niveaux de la production touristique d'autre part.

Le plan qualité tourisme, rappellera le ministre, est loin d'être une action coercitive mais repose plutôt sur la conviction et l'adhésion de tous les opérateurs du secteur. Il s'agit pour ces derniers de briguer un statut de véritables professionnels offrant des services labellisés. Ils s'engageront ainsi à offrir une qualité de services répondant aux normes internationales. Ils auront de ce fait à signer la convention «plan qualité tourisme» et jouiront sur le plan international de l'engagement de l'Etat lors des opérations effectuées notamment lors des propositions des produits à l'étranger.

Il est à noter qu'aussi bien les hôtels, les restaurants que les agences de voyages et de transport ainsi que les aéroports et ports seront impliqués dans ce projet. La signature d'une série de conventions qui englobera tous les opérateurs du secteur sera lancée en vue de l'aboutissement du projet.

Pour sa part, M. Cherif Rahmani a évoqué le fait que le plan qualité tourisme s'inscrit dans le cadre du schéma directeur d'aménagement touristique à l'horizon 2025. Ceci alors qu'un contrat a été signé hier dans un premier temps avec l'hôtel Sheraton géré par la SIH, en attendant la généralisation à d'autres opérateurs.

Ce sont les représentants d'un bureau d'étude de dimension internationale qui visiteront les hôtels intéressés par la signature de l'engagement de qualité.

Selon le ministre de l'Aménagement du territoire, de l'Environnement et du Tourisme, une étude a été lancée en vue de la mise en place d'une banque d'investissement en collaboration avec le ministère des Finances et ce, dans le but de faciliter la réalisation des projets engagés par les investisseurs dans le secteur du tourisme.

F. Zohra B.