

Lancement officiel de la Jaguar X-Type

Un félin dans le marché

On ne change pas une équipe qui gagne, a-t-on l'habitude de dire. Cette maxime s'applique à merveille aux recettes qui réussissent, pour ainsi dire.

Après le succès de la S-Type, le constructeur britannique de Coventry reprend la même formule pour élargir sa gamme. Son objectif -sans vendre son âme bien sûr- faire profiter plus de gens qui rêvent de chevaucher une Jaguar. Ainsi est née la X-Type, pour bousculer un segment où les BMW Série 3 et Mercedes Classe C régnaient sans partage. Constructeur de grandes berlines haut de gamme, Jaguar a amorcé, sous la férule de son nouveau propriétaire Ford, son souci de toujours: la démocratisation de son produit. La S-Type, présente sur le marché depuis deux ans, a bel et bien marché sur les plates-bandes des Mercedes Classe E et BMW Série 5. Son succès est sans précédent.

Le lancement officiel le 11 octobre 2001 de la dernière-née des Jaguar, X-Type, par le Président du Groupe, Omar Benjelloun, a confirmé ce souci bien que l'on notait la présence de personnalités de la haute société. Autant dire la clientèle originelle de Jaguar.

Entrée

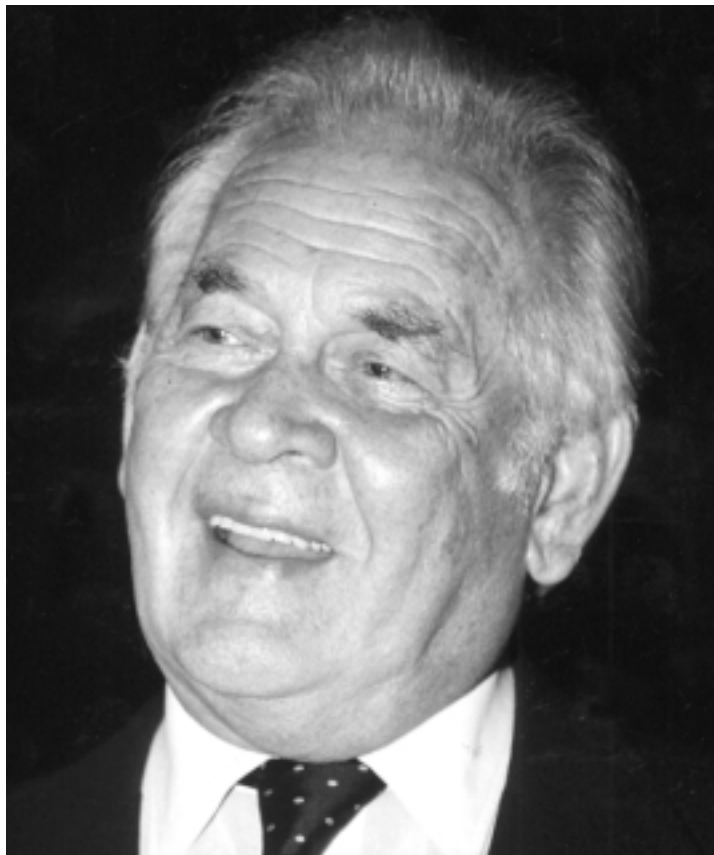
À tout seigneur, tout honneur. Le Consul général de la Grande-Bretagne aura été le clou de la soirée. Son homologue suédois, l'ambassadeur du Nigeria, le P-dg de BMCE Bank, le monde du showbiz, des affaires, de la finance, de la presse, mais aussi d'illustres inconnus avaient tenu, pour l'occasion, à dompter ce félin venu d'ailleurs. Au pied levé, l'équipe commerciale de Jaguar, dirigée par Abdelhaq Aberchane, a livré durant la soirée 2 X-Type à deux clients. Le coup est marqué. C'était pas une simulation. Annoncée sur le marché de l'automobile, il y a plus de deux ans déjà, sous un nom de code, pour peut-être semer la concurrence, la X-Type a fait son entrée, non sans fracas, sur les marchés européen et marocain en même

temps. Cette simultanéité vaut son pesant d'or. On la doit à la crédibilité du Président Benjelloun dont le Groupe est cité en référence. Sans tirer la couverture à lui, Omar Benjelloun met ce crédit sur le compte de la performance de l'équipe commerciale qu'il a mise en place en décembre 2000. Preuve. Le Maroc est classé 4^e juste derrière Dubaï, Koweït, Arabie Saoudite dans une zone géographique de 14 pays commercialisant Jaguar et 1^{er} en termes de progression des ventes 2001, par rapport à l'exercice précédent.

Allure

Une performance que le directeur commercial, Abdelhaq Aberchane, explique par la qualité du service Jaguar, entre autres par la mise à la disposition de la clientèle de 2 S-Type (Voitures de courtoisie) pour faire entretenir leurs voitures sans les imposer, de 3 ans de garantie (pièces de rechange et main-d'œuvre) et 6 ans pour l'anti-corrosion.

Des arguments de Service après-vente. Une Jaguar, c'est d'abord une ligne, un caractère. La der-



• Omar Benjelloun.

nière-née n'entend pas faire exception. D'où son esprit stylistique néo-rétro de sa sœur aînée, avec sa ceinture de caisse arc-boutée, feux arrière retravaillés ou encore la nervure courant le long des flancs. De dehors comme en dedans, la X-Type est res-

tée fidèle à l'esprit de la lignée. La planche de bord reprend le très classique dessin-maison, avec la console en fer à cheval et la présence assez fournie de bois rare. Les impératifs de style très british ont manifestement pris le pas sur le rapport habitabilité/équ-

pement. C'est un choix. La X-Type est la seule berline de luxe équipée d'une transmission intégrale permanente sur le Royaume. La version de base propose ABS, EBV, antipatinage, airbags frontaux, latéraux et rideaux, climatisation (manuelle) et sièges à réglage électrique. La finition supérieure y ajoute la boîte automatique, la climatisation automatique à deux zones, l'autoradio CD et la sellerie en cuir.

Une première chez Jaguar, au rayon motorisation, s'entend, concerne l'apparition d'un moteur diesel, qui apportera un souffle indéniable à la carrière commerciale de la X-Type et aux frileux de la consommation. Mais on attendra 2003.

En attendant, la X-Type va se contenter de deux motorisations essence, exclusivement des V6 : 3,0l 234 ch, déjà vu sous le capot de la S-Type S (disponible uniquement avec une boîte automatique 5 rapports), et 2,5 l de 197 ch. La X-Type a aussi l'autre argument de taille, son prix: 440.000 Dh pour la version de base 2,5 l et 560.000 Dh pour la 3,0l. La concurrence n'a plus qu'à bien se tenir. □

Bachir Thiam

Séminaire à Lisbonne sur les affaires au Maroc

OPPORTUNITÉS D'INVESTISSEMENT

La capitale portugaise a accueilli le 21 octobre dernier un séminaire sur les opportunités d'investissement au Maroc sous le thème "Comment faire des affaires au Maroc?" Organisé par la Banque portugaise des investissements (BPI) et la Chambre de commerce et d'industrie luso-marocaine (CCLIM) de Lisbonne ce séminaire était une occasion de concrétiser les apports de la réunion de haut niveau luso-marocaine.

Les résultats de cette réunion ne se sont pas fait attendre dans la mesure où la compagnie maritime marocaine Dextamar lancera une nouvelle ligne à destination de Lisbonne. Hebdomadaire, la nouvelle liaison maritime sera assurée par le porte-container Agadir. Au départ d'Agadir, cette ligne transitera par Casablanca et Tanger. Il est à signaler que le Maroc et le Portugal examinent la mise en valeur potentielle de plate-formes multi-usages entre ports de Casablanca et de Lisbonne.

L'ambassadeur du Maroc à Lisbonne, Salaheddine Tazi a mis en exergue le climat de paix dont bénéficie notre pays. L'instrument financier créé en mai et effectif depuis juillet 2001 peut être mis à profit par les hommes d'affaires portugais pour s'implanter au Maroc. Une enveloppe de 10 millions d'euros est prévue par ce mécanisme pour financer des projets de partenariat, notamment au niveau des petites et moyennes entreprises. Pour sa part, l'ancien ministre portugais de l'Industrie et actuel administrateur de la BPI, Lis Mira Amaral, considère que le Maroc est un grand marché de consommation au potentiel de croissance important. M. Amaral a mis en avant les profonds changements que vit notre pays tant sur le plan structurel que des moyens humains. Outre les opportunités innombrables qui s'offrent aux investisseurs portugais, le plus important, selon M. Amaral, est le changement des

attitudes et des comportements de l'administration. La preuve irréfutable, estime le directeur central de la BPI, Joaquim Pinheiro, est la portée des nominations des nouveaux walis dont la plupart ont une expérience de gestion d'entreprise et qui sont appelés à faciliter la tâche aux investisseurs au niveau de la région. Les participants, aussi bien du côté marocain que portugais, ont mis l'accent sur les divers avantages comparatifs du Royaume et sur les chantiers de l'avenir qui faciliteront la mission des investisseurs portugais. Ils n'ont pas manqué cette occasion pour critiquer le cadre législatif et administratif jugé par trop contraignant du fait de la lenteur et de la multiplicité des démarches. La CCLIM organisera prochainement une visite d'hommes d'affaires portugais au Maroc qui leur permettra de voir les efforts que déploie le Maroc pour faciliter les démarches d'investissement. □

A.D.A.