

# La Lettre de DaimlerChrysler France

MENSUEL D'INFORMATION PRESSE

N° 95 • NOVEMBRE 2007

MAYBACH



Mercedes-Benz

smart



CHRYSLER

Jeep

## COTE D'AMOUR

### Mercedes-Benz trois fois premier

*Les réseaux ont jugé leurs marques: en 2007, Mercedes-Benz est le constructeur le plus apprécié toutes marques confondues, mais également parmi les marques premium. Il est aussi celui qui participe le plus au profit des distributeurs.*

La 12<sup>e</sup> Cote d'amour des constructeurs du magazine *Auto Infos* est un véritable plébiscite pour Mercedes-Benz qui monte à trois reprises sur la plus haute marche du podium. Commandée par la branche des concessionnaires VP du CNPA, réalisée en septembre dernier par la société Images et Dialogue, cette enquête a été effectuée auprès de 1 146 distributeurs et réparateurs. 25 marques ont été passées au gril de 21 critères et 5 thèmes (VN, après-vente, gestion-informatique, publicité-promotion, véhicules d'occasion). Nouveaux critères introduits cette année dans la notation: le négoce des pièces de rechange (prix, disponibilité, marges) et la qualité des offres de financement VN proposées par les sociétés « captives » des marques.

Au terme de cette étude, Mercedes-Benz arrive en tête des constructeurs les plus appréciés du terrain avec la note de 8,42 sur 10. La



marque arrive également en tête dans la catégorie des marques « premium ». Et avec 92,30 % d'avis favorables, elle est encore considérée comme la marque qui participe le plus au profit des distributeurs.

Parmi les points les plus appréciés, figurent l'attrait de la gamme (9,10 sur 10), la qualité de ses véhicules (9,05 sur 10) et la formation après-vente. Le critère relatif aux marges VN est également mis en avant (8,03 sur 10).

Après une première place en 2005, c'est donc la deuxième fois que Mercedes-Benz est ainsi reconnue par son réseau. C'est le fruit des importants investissements réalisés par les deux partenaires dans la modernisation des installations, la qualité du service et de l'accueil, en particulier dans le cadre du programme CSI n° 1, le renouvellement et la qualité des produits, les relations de confiance entre un réseau et son constructeur.

## IMAGE

### « L'Étoile brille toujours de haut »

*Après dix-huit ans, Mercedes-Benz renouvelle l'identité visuelle de l'ensemble de ses types de communication pour toutes ses divisions.*

Depuis le 1<sup>er</sup> novembre dernier, Mercedes-Benz a mis en place une nouvelle identité visuelle présente dans tous ses types de communication écrite. Ce nouveau design est valable pour toutes les divisions, de la voiture particulière aux camions, et dans le monde entier pour toutes les filiales de distribution. La campagne publicitaire de la nouvelle Classe C break en sera la première manifestation visuelle. La signalétique des bâtiments n'est pas concernée par ce changement.

L'innovation majeure de ce nouveau design est que désormais l'étoile apparaît en deux dimensions (au lieu de trois), positionnée en haut et décalée à droite, séparée du nom Mercedes-Benz qui, lui, figure en bas, dans l'alignement de l'étoile. Quelle que soit l'image, son positionnement (vertical ou horizontal),



chaque message clé s'insère entre l'étoile et le nom de la marque. Le thème générique de cette identité est: « L'Étoile brille toujours de haut ». Visant à envoyer « un message clair et intégral » pour être reconnue instantanément quels que soient le lieu, le temps et le média selon ses concepteurs, cette nouvelle présentation figurera désormais dans toutes les communications de la marque, des publicités aux dossiers de presse.

« En plus de miser sur des produits excitants, une marque forte se différencie principalement par une présence et un positionnement qui la rendent immédiatement reconnaissable et impossible à confondre », a souligné Klaus Maier, vice-président exécutif Mercedes-Benz Cars, responsable des ventes et du marketing.



## MAYBACH

## Exceptionnelle Maybach

*Cette étude unique de Maybach Landaulet a été réalisée sur la base de la 62 S.*

Avec cette étude unique, la marque renoue avec une carrosserie très prisée avant-guerre: le roi de Grèce et l'empereur d'Éthiopie Haïlé Sélassié roulèrent en Maybach Landaulet.

Landaulet rime aujourd'hui encore avec toit ouvrant en toile au-dessus des places arrières – il s'ouvre en 16 secondes – et séparation chauffeur. Mais Landaulet rime encore et toujours avec luxe. Et cette Maybach conçue sur la base de la 62 S – V 12, 6 litres de 612 chevaux – n'en manque pas, surtout côté passagers: robe blanche Antigua White, jantes de même teinte au dessin unique, habitacle tendu de cuir et de moquettes de couleur blanche et contre-portes laquées de noir. Dans ce royaume du luxe, le plaisir n'est pas oublié puisque deux écrans plats sont intégrés à la séparation chauffeur alors qu'il est possible de sabrer le champagne à bord (réfrigérateur et coupes sont en effet de série).



## MERCEDES-BENZ

## Silverflow, la Mercedes de 2057 ?

*Le sujet du concours de design du salon de Los Angeles est cette année l'automobile en 2057.*

En imaginant cette Silverflow pour le salon de Los Angeles (16-25 novembre), les designers de Mercedes-Benz ont cherché à retranscrire dans le futur la glorieuse épopée des Flèches d'Argent des années 30. Particulièrement futuriste, cette monoplace effilée comme un cigare se transforme selon les désirs de son pilote par l'utilisation de « particules métalliques et magnétiques dans leur état semi-liquide »...

Vision osée? Toujours est-il que Silverflow, monoplace originelle, se mue au besoin en biplace ou même réduit sa taille pour circuler plus aisément en ville. Assurément pratique. Rendez-vous... en 2057!

Rappelons qu'il y a un an, dans le cadre de ce même salon, cette année-là placée sous le signe de l'environnement, les designers américains de Mercedes-Benz avaient présenté la Mercedes-Benz RECY tout entière de bois, de verre et de métal et entièrement RECYclable!



DODGE



## CHRYSLER

## Les nouveaux attraits de la 300 C

*Le vaisseau amiral de la marque Chrysler s'améliore et se perfectionne.*



Si ce restylage s'avère relativement discret à l'extérieur (feux arrière redessinés, spoiler intégré à la malle arrière et nouvelle gamme de jantes), c'est à l'intérieur que les modifications sont les plus visibles. Ainsi, l'ensemble des matériaux (nouvelles boiseries) de l'habitacle et de la

planche de bord s'améliore pour un résultat très qualitatif. Techniquement, la nouvelle 300 C accueille le désormais incontournable système multimédia avec disque dur 20 Go, « plug » USB, écran tactile en y ajoutant la nouvelle fonction « U-Connect ». Parmi, les autres nouveautés, on peut citer un régulateur de vitesse auto-adaptatif (sur les modèles V8), une nouvelle clé électronique et un démarrage à impulsion « TipStart ». La berline dispose de deux motorisations : un V6 CRD de 218 ch et le très sportif 6,1 SRT-8 de 431 ch, tandis que le break offre en plus une version V8 5,7 avec transmission intégrale. Le tarif de cette gamme à succès augmente symboliquement de 100 €, les prix s'échelonnant de 39 900 euros pour la berline 300C 3,0 CRD à 69 700 € pour la version Touring SRT-8.

## JEEP®

## Patriot, à vos souris !

*L'aventure de la nouvelle Jeep® Patriot débute sur Internet.*

La toute nouvelle Jeep® Patriot sera lancée le 15 novembre prochain dans le réseau Chrysler Jeep® Dodge en France. Le Patriot se positionne comme une alternative en entrée de gamme de la marque Jeep® puisque ce petit SUV sera proposé au même tarif que celui du Compass, de 25 500 € à

27 700 €, sur une seule et unique motorisation diesel 2,0 CRD. Le Patriot se positionne également comme un produit « fun » et jeune à l'image de la campagne de lancement Internet qui lui sera dédiée. Lancé le 15 novembre, le site [www.patriot-aventures.fr](http://www.patriot-aventures.fr) déclinerait un thème cher à Jeep® : « Choisissez votre aventure ». Ainsi, l'internaute sera emmené sur une fausse piste, celle d'un site d'une agence de voyage. Très vite, il découvrira une interprétation très inhabituelle et résolument décalée du voyage selon Jeep®...

La promotion du site sera assurée en grande partie grâce à un e-mailing qui touchera quelques 250 000 contacts et un jeu concours permettra au vainqueur de gagner un week-end en Patriot agrémenté d'une aventure qu'il pourra choisir... À vos souris !





## MERCEDES-BENZ

## Classe C Break à prix de lancement

*Dès le mois de décembre prochain, la Classe C Break sera proposée au même prix que la berline Pack.*

Le lancement de la gamme Break de la Classe C s'accompagnera d'une offre exceptionnelle. En complément de l'équipement de série, tous ces breaks pourront être équipés en option d'un pack de lancement comprenant peinture métallisée, détecteur de pluie, rétroviseurs extérieurs rabattables électriquement et ouverture/fermeture électrique du hayon, équipement unique dans la catégorie. Facturé 350 euros, ce « launch pack » offre un avantage de 1370 euros aux clients. Ainsi gréé, le Break Classe C s'affiche donc dès 31 700 euros en version essence (C 180 K Classic) et 33 400 euros en diesel (C 200 CDI Classic), soit le même prix que la berline Pack.



## SMART

## Dix ans déjà !

*C'est le 27 octobre 1997 que l'usine smart de Hambach a été inaugurée. Souvenirs.*

Inauguration en grandes pompes en ce début d'automne 1997 : Helmut Kohl et Jacques Chirac ouvrent officiellement l'usine de Hambach. Événement historique deux années seulement après la pose de la première pierre et moins de quatre ans après le lancement officiel du projet. La production peut débuter ! Mais il faudra encore attendre une année avant de voir les premières smart dans les show-rooms de la nouvelle marque. Dix ans plus tard, bilan positif pour une usine qui n'a pas chômé : la fortwo initiale - Type W 450 - y a été construite à 770 256 exemplaires, 43 000 roadsters y ont été assemblés, alors que la chaîne tourne à plein régime depuis le début de l'année pour produire une seconde génération qui connaît le succès. Prochaine étape : les États-Unis ! Puisque c'est de cette usine de Hambach, en Moselle, que la petite fortwo partira à la conquête de l'Amérique. Dans deux mois maintenant.



## DODGE

## La plus Rock des Dodge !

*Le célèbre groupe de rock Deep Purple accompagne le lancement sur Internet de l'Avenger !*

Quatrième produit de la gamme, la Dodge Avenger débarquera dans les show-rooms des distributeurs Dodge le 15 novembre prochain. La famille s'agrandit avec la plus Rock des Dodge ! Véritable alternative de caractère sur le marché des berlines moyennes, la Dodge Avenger se distingue avec son look de « muscle car », une motorisation 2,0 CRD de 140 ch et un prix particulièrement attractif à partir de 22 900 €.

À l'image de la marque, le lancement de l'Avenger sera très décalé puisque c'est au son des célèbres « Deep Purple » et au rythme de « Smoke on the water » que les internautes pourront découvrir sur [www.rock-avenger.com](http://www.rock-avenger.com) les premières images de cette berline très... rock. En outre, la navigation sur le site permettra à chacun d'étreindre en ligne ses talents musicaux. Un module de jeu a été développé, associé à un jeu concours dont les cadeaux ne sont autres qu'un écran plasma ou encore une guitare électrique et son ampli... Rendez-vous sur le site le 15 novembre prochain !



## CHRYSLER LLC

## Des « ultra-customisés » à Vegas

*Le célèbre salon de Las Vegas a permis de découvrir huit Chrysler, Jeep® et Dodge impressionnantes.*

Le plus grand salon de tuning au monde, présentant tout ce qui se fait de plus récent et de plus « fou » en matière d'accessoires et d'équipements pour automobiles, vient de fermer ses portes à Las Vegas. Chaque année, le département MOPAR Underground repousse un peu plus loin les limites de son imagination pour produire des véhicules toujours plus extrêmes. 2007 n'a pas fait exception avec la présentation de huit véhicules Chrysler, Jeep® et Dodge. À Vegas, on ne pouvait pas faire moins avec ce Chrysler Town & Country Black Jack et son habitacle transformé en salle de jeu. Côté Jeep®, c'est la nouvelle Jeep® Wrangler dans une version All Access qui occupait le devant de la scène dans une superbe robe « Surf blue ». Enfin, chez Dodge, à côté des Dodge Ram et autres Dodge Dakota, on a surtout remarqué une Avenger tout de blanc vêtue à la manière des « Stormtrooper », les soldats de Star Wars avec leurs fameuses armures blanches !





## SMART

## smart à Venice Beach

Quoi de mieux qu'un loft smart à Venice Beach pour lancer la fortwo aux États-Unis ?

C'est dans le fameux quartier de Venice Beach à Los Angeles, célèbre pour ses plages et son côté branché toujours à la pointe de la mode, que smart a décidé d'ouvrir un loft dédié. De quoi découvrir et faire découvrir le monde smart à la future clientèle locale. La fortwo y tient la vedette, alors que l'ambiance « lounge » est assurée au quotidien jusqu'au 25 janvier 2008. Client futur – rappelons que 30 000 Américains ont déjà réservé leur fortwo – et prospect pourront partager leur vision de la marque. Les premières smart seront disponibles aux États-Unis dès le début de l'année prochaine.

## MERCEDES-BENZ

## 250 000 Classe M

Le nouveau Classe M (type 164) est apparu en avril 2005. D'abord commercialisé aux États-Unis, là où il est fabriqué, il a ensuite débarqué en Europe où son succès reste incontestable. Le seuil des 250 000 exemplaires a ainsi été récemment atteint. Un tiers est resté aux États-Unis alors que 60 % des Classe M sont choisis en diesel. Anecdote : le ML 320 CDI représente 40 % des ventes mondiales, et même 20 % aux États-Unis où il est en vente depuis septembre 2006.

## EN BREF

## ■ SPÉCIAL ENTREPRISES

Mercedes Entreprises, entité spécialisée dans la vente de Mercedes et de smart aux sociétés, vient de mettre en ligne un site Internet dédié particulièrement attrayant. Sur [www.maflottesurmesure.com](http://www.maflottesurmesure.com), gestionnaires de parcs et managers pourront élaborer leurs futurs parcs roulants de façon simple, facile et accessible.



## ■ MERCEDES À AUGUSTA

Dès 2008, le plus célèbre tournoi de golf de la planète sera soutenu par Mercedes-Benz. Le vainqueur de cette compétition de renommée mondiale, qui se déroule sur les greens de l'Augusta National Golf Club en Géorgie (États-Unis), endosse traditionnellement un « blazer ». Selon Olaf Götting, Vice-Président Brand Communications de Mercedes-Benz Cars,

« ce partenariat est non seulement un fantastique moyen de communication, mais aussi un grand honneur. »

## ■ ROADSHOW FORTWO

De Nantes à Lille en passant par Bordeaux et Limoges : c'est le roadshow unique que la fortwo s'offrira ce mois-ci avec une première étape le 3 novembre à Bordeaux et une dernière le 1<sup>er</sup> décembre à Lille. Cette caravane itinérante et décoiffante dévoilera les atouts de la fortwo : sécurité, confort, écologie, agilité. À ne pas manquer !

### Service Presse Mercedes-Benz VP/Maybach/smart

Lionel Galichet

Tél. : 01 39 23 54 52

Aurore Vaillant

Tél. : 01 39 23 54 53 - Fax : 54 59

smart: Olivier Amélineau

Tél. : 01 39 23 59 84 - Fax : 54 59



CHRYSLER

Jeep

DODGE

## CHRYSLER LLC

## Chrysler cultive son champ !

*Chrysler a aménagé un champ de soja de 120 hectares pour la promotion des biocarburants !*

Situé à proximité de son site d'essais et de développement de Chelsea dans le Michigan, Chrysler a commencé la moisson d'un champ de soja de 120 hectares dont la récolte sera vendue, sans profit, pour la recherche sur les carburants alternatifs. Le soja est utilisé pour la production de biodiesel, un carburant propre renouvelable qui peut remplacer le gazole traditionnel, diminuant ainsi la dépendance énergétique du pays. Chrysler LLC est particulièrement engagée aux États-Unis dans la recherche et le développement sur les carburants alternatifs, notamment au travers de ses partenariats avec le Michigan State University et les sociétés Next Energy de Detroit et Biodiesel Industries Inc de Santa Barbara. Chrysler milite également fortement pour la mise en place au niveau national d'un standard B20 pour les carburants, soit 20 % de biodiesel. Rappelons enfin qu'en 2007 Chrysler produira plus de 250 000 véhicules flex-fuel capables de rouler avec du carburant E85, avec un objectif de 500 000 unités en 2008.



Dodge Ram, premier bio diesel.

## EN BREF

## ■ CAMP JEEP® EN CHINE



Des centaines de Chinois, propriétaires et fans de Jeep®, ont pu goûter aux joies du premier Camp Jeep® sur leur sol. Celui-ci s'est tenu à Shunyi, à proximité de Pékin. Construit sur le même format et avec les mêmes animations que ceux qui se tiennent en Europe et aux États-Unis, le succès de ce premier rendez-vous a décidé Simon Elliott, le nouveau président et CEO de Chrysler Group China Sales Ltd à reconduire l'opération pour les années à venir.

## ■ RÉSULTATS

Chrysler LLC continue de tirer les bénéfices de son offensive produit. Septembre 2007 a été un nouveau mois record pour les ventes hors Amérique avec 23 016 unités vendues. C'est le 28<sup>e</sup> mois consécutif de hausse, le meilleur mois de septembre jamais

enregistré, en progression par exemple de 28 % par rapport à celui de 2006. Régionalement, ce sont l'Amérique latine, la Russie et la Chine qui ont tiré la croissance des résultats vers le haut.

## ■ TOKYO

Le salon de Tokyo a été l'occasion pour Philip Murtaugh de faire sa première sortie officielle en tant que CEO pour les opérations en Asie de Chrysler LLC. Philip Murtaugh a en effet rejoint le groupe début octobre, ayant auparavant exercé ses talents chez SAIC Motor Corporation et surtout, pendant cinq ans, chez General Motors China en tant que président et CEO. Philip Murtaugh a la responsabilité des opérations pour l'ensemble de l'Asie, en particulier le Japon, la Chine et l'Inde.



### Service Presse Chrysler Jeep® Dodge

Guillaume Drelon

Tél. : 01 39 23 54 84

Virginie Carpentier

Tél. : 01 39 23 54 97 - Fax : 54 35



## SALON

## Mercedes-Benz à la RAI

*À Amsterdam, Mercedes-Benz présente un aperçu complet de sa gamme, assorti de quelques exclusivités.*

Lors du Salon international du véhicule industriel RAI d'Amsterdam qui se tient depuis le 26 octobre jusqu'au 3 novembre 2007 sur 3 600 m<sup>2</sup> d'exposition, Mercedes-Benz présente un aperçu très complet de son programme de véhicules actuel et de ses prestations de services en lien avec les transports. Parmi les onze utilitaires légers et les dix camions exposés par la marque figure une foule de nouveautés. On peut citer



en particulier les deux modèles spéciaux Viano « X-clusive » et Actros « Truck 'n' Roll Edition », une étude de camion qui devrait susciter quelques réminiscences chez les chauffeurs routiers. Il faut aussi y ajouter la présentation en première mondiale de l'Econic NGT 1828 au gaz naturel (NGT = Natural Gas Technology) en version tracteur avec un empattement de seulement 3 450 mm.

## PRODUIT

## Un Sprinter musclé

*Après le Viano, c'est au tour du Sprinter de faire une cure de jouvence dans les ateliers de Bottrop.*

Le préparateur Brabus a de nouveau frappé ! Cette fois-ci, la « victime » n'est autre qu'un Sprinter. La recette comme toujours est à base de jantes en aluminium, d'appendices aérodynamiques et d'optimisation du moteur. Les phares et antibrouillards supplémentaires ainsi qu'un intérieur personnalisé font également partie de la dotation. Sous le capot, les différentes motorisations s'offrent un surcroît de puissance allant jusqu'à



38 kW/52 ch. Avec l'augmentation de la cylindrée, les modèles haut de gamme 224, 324 et 424 développent jusqu'à 228 kW/310 ch.

L'intérieur peut être entièrement personnalisé selon la volonté du client avec les matériaux les plus nobles et

les accessoires les plus séduisants. De quoi réaliser, par exemple, un bureau mobile ultra-fonctionnel ou un véhicule multimédia doté de la meilleure technique audio et vidéo.

## PRODUCTION

## Freightliner au Mexique

*Freightliner investit pour un deuxième site de production au Mexique.*

Freightliner LLC va construire pour 300 millions de dollars une usine de camions à Saltillo, dans le nord du Mexique. Quelque 1 600 personnes y produiront chaque année 30 000 camions des marques Freightliner et Sterling. « La nouvelle usine souligne notre confiance dans le marché camions de l'Alena », déclare Chris W. Patterson, président et CEO de Freightliner LLC. La production doit démarrer début 2009, juste avant l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation antipollution. Avec cette nouvelle usine, l'entreprise se considère comme bien armée pour faire face à la forte poussée attendue de la demande. Saltillo sera le second site de production de Freightliner au Mexique.



## EN BREF

## ■ AFRIQUE DU SUD



Le camion lourd le plus populaire sur les highways des États-Unis est désormais présent sur les routes d'Afrique du Sud. En raison de sa conception à structure allégée, le Columbia 112 de Freightliner va surtout satisfaire les clients tributaires d'une charge utile élevée et qui cherchent en même temps un camion particulièrement économique.

## ■ CALIFORNIE



Au salon « World of Concrete 2007 » à Las Vegas, Sterling Truck Corporation a présenté son nouveau véhicule de chantier, le Set-Forward. Ce dernier est disponible en deux longueurs de cabine. Il retient l'attention par son look à la fois avenant et énergique. Le nouveau design du pare-brise élargit en outre de 12 % le champ de vision du chauffeur. Grâce au recours à la fibre de verre, le capot du Set-Forward est plus léger, mais aussi plus résistant.

## ■ JAPON

Le Salon de Tokyo, c'est aussi les camions avec une participation importante de Mitsubishi Fuso qui y fêtait ses 75 ans. A été dévoilé en première mondiale le Canter Eco-D Vision, nouvelle version hybride du Canter. Vues également, une version spéciale du « Super Great » basée sur la nouvelle génération de camions lourds lancée en avril dernier, ainsi que la nouvelle gamme de bus de ligne « Aero Queen ». Enfin, le salon a permis de découvrir le prototype Mitsubishi Fuso du « moteur mondial » développé au sein de Daimler Trucks.

Service Presse Mercedes-Benz VI & Corporate Services VP/VI

Hervé Poquet

Tél. 01 39 23 54 22

Caroline Bicking

Tél. 01 39 23 54 51

## ENVIRONNEMENT

## Alliance pour l'environnement

*DaimlerChrysler et Volkswagen ont pris une participation minoritaire au capital de Choren, fabricant du « SunDiesel ».*

Partenaires depuis 2001 pour Daimler et 2002 pour Volkswagen, les deux constructeurs ont pris une participation minoritaire au capital de Choren Industries, leader dans la fabrication de biocarburant de deuxième génération (Biomass to Liquid). L'objectif de cette opération est d'encourager et d'accélérer le processus de commercialisation du Sun Diesel mis au point par Choren, et actuellement testé par les deux constructeurs. Ce carburant permettrait d'économiser chaque année en



Europe environ 20 % d'émissions de CO<sub>2</sub> sur les routes, soit près de 200 millions de tonnes, selon une estimation de Daimler. Choren construit actuellement une première usine capable de produire 15 000 tonnes de BTL par an. Un second site est en prévision d'une capacité portée à 200 000 tonnes par an. D'ici 2020, l'objectif du groupe est de construire 10 à 15 autres unités pour une production totale annuelle de trois millions de tonnes de SunDiesel.

## ENVIRONNEMENT

## Du diesel en Californie

*Mercedes-Benz, le diesel et la technologie BLUETEC partent à la conquête de la Californie.*

En début d'année, la E320 BLUETEC était élue par un jury international de journalistes « Voiture verte mondiale de l'année ». Depuis octobre 2006 et l'introduction d'un carburant diesel à basse teneur en soufre, elle est disponible dans 45 États américains. Aujourd'hui, c'est en Californie que la E 320 BLUETEC est proposée à la clientèle, premier diesel à faire son retour dans un État qui bloquait depuis plusieurs années toute vente de diesel en raison d'une réglementation particu-



lièrement sévère en matière d'émissions polluantes. La technologie BLUETEC « nettoie » les gaz d'échappement de leurs émissions polluantes, en particulier les oxydes d'azote (NOx). Le V6 diesel de la E320 et ses 224 ch, quant à eux, affichent une consommation de 6,7 litres aux 100 km, permettant de parcourir jusqu'à 1 200 km avec un seul plein. Avec la Californie, la E320 BLUETEC sera ainsi disponible dans les 50 États américains, suivie en 2008 des SUV des Classe M, GL et R.

## PRODUCTION

## Une usine en Chine

*Mi-2009, l'usine de Fuzhou produira 40 000 Sprinter, Vito et Viano destinés au marché chinois.*

Dieter Zetsche, président de Daimler AG, et ses homologues chinois et taiwanais de Fujian Motor Industry Group (FJMG) et China Motors Corporation ont posé la première pierre de l'usine de Fuzhou, dans la province chinoise de Fujian. Fruit d'un partenariat baptisé Fujian Daimler Automotive Ltd (FJDA), cette usine aura une capacité maximale de production



annuelle de 40 000 véhicules, répartis pour moitié entre Sprinter, d'un côté, Vito et Viano, de l'autre. Environ 208 millions d'euros ont été investis dans des installations de production, de peinture et de montage qui s'étendent sur 130 000 mètres carrés. Mi-2009, au lancement de la production, le site emploiera quelque 2 800 personnes.

## EN BREF

## ■ WETSFALIA



Daimler AG a vendu Westfalia Van Conversion (WVC) à la société d'investissement Aurelius AG basé à Munich. Westfalia emploie aujourd'hui 230 personnes. Les Viano Marco Polo et Sprinter James Cook, présentés en 2006, continueront à être construits et développés par WVC.

## ■ PALMARÉS

Avec 5,2 milliards d'euros consacrés en 2006 à la recherche et au développement, Daimler figure au premier rang des entreprises de l'Union européenne et au cinquième rang sur le plan mondial, devancée par les Américains Pfizer, Ford Motor, Johnson & Johnson et Microsoft.

## ■ APPRENTISSAGE

2 600 jeunes viennent de débuter leur cursus d'apprentissage au sein d'une dizaine de sites Daimler en Allemagne, portant à plus de 8 000 le nombre de stagiaires. Cela représente environ 40 % des possibilités offertes en la matière par les constructeurs automobiles allemands.

## ■ TROPHÉE

Le constructeur de piles à combustible NuCellSys GmbH a remporté le prix « F-Cell Award 2007 » grâce à son adaptation du système de démarrage à froid. Développée initialement par Daimler, cette technique permet de démarrer une voiture équipée de pile à combustible à des températures allant jusqu'à moins 15 degrés Celsius.

## ■ ANNIVERSAIRES



Il y a 55 ans, en novembre 1952, les 300 SL de Kling-Klenk et Lang-Grupp finissaient première et deuxième de la troisième Carrera Panamericana longue de 3 111 kilomètres. En novembre 1982, étaient dévoilés la troisième gamme Mercedes, la W201, et ses modèles 190 et 190 E.