

1^{er} RÉSEAU de COMPÉTENCES
du SECTEUR AUTOMOBILE

LA LETTRE DE T.E.A.M. N°34

Editorial	1	Partage du savoir	4 - 6
Les nouveaux membres.	2	Opinions	6 - 7
CLUB T.E.A.M. AUTO.	2 - 3	Tendances	8 - 9
T.E.A.M. Rhône-Alpes	3 - 4		

Editorial

En ce début d'année 2015 deux salons automobile viennent alimenter notre passion : le Salon de Genève et le Salon Rétromobile.

Tout le monde apprécie le salon de Genève pour sa taille, sa neutralité - Suisse oblige - sa situation géographique bien pratique pour les Européens et son ambiance si particulière. Les Suisses aiment l'automobile ; on ne peut pas en dire autant des politiques français qui déploient tous leurs efforts pour la brider en permanence quitte à créer des "plans de relance" pour sauver son industrie si pourvoyeuse d'emplois qualifiés.

Les Suisses ont justement cette "chance" de ne pas avoir de constructeur national. Ils ne peuvent donc pas être taxés de chauvinisme et la constitution de leur marché est le vrai reflet des performances de tous les constructeurs du monde entier. Certes le marché du 4x4 y est un peu plus développé que dans les autres pays pour des raisons évidentes, mais la part de marché de chacun est uniquement due aux qualités des voitures commercialisées et à son réseau. Ce pays est, à mon humble avis, le meilleur instrument de mesure des performances européennes des constructeurs mondiaux.

Rétromobile s'adresse aux passionnés, il en subsiste beaucoup fort heureusement, dont votre aimable serviteur. Dans les années 60 on représentait les voitures de l'an 2000 comme des soucoupes volantes ou des engins à sustentations diverses. Et pourtant ! Le XXI^{ème} siècle a déjà 15 ans et les constructeurs puisent leur inspiration dans ce que leurs aînés ont conçu 50 ans plus tôt !

La Cox chez VW, la 500 chez Fiat, la Mini chez BMW/MINI, Renault qui nous fait languir avec sa prochaine Berlinette Alpine, Ford qui nous fait frissonner avec sa Mustang et sa GT40, Mercedes qui a repris les portes papillon de sa mythique 300SL, Citroën qui crée carrément une marque à partir de "la" DS et Alfa Romeo qui ressort de ces cahiers des noms de voitures inoubliables comme Giulia ou Giulietta ce qui a quand même une meilleure allure que 159 ou 147, même si ces deux modèles possédaient une pureté de ligne remarquable.

Nous sommes bien loin des soucoupes volantes avec cockpit en plexiglas, et c'est tellement bien ainsi.

Bonnes visites !

Bruno Haas
Président de T.E.A.M.



Directeur de Publication : T.E.A.M. 111 avenue Victor Hugo - 75784 Paris cedex 16
Comité de Rédaction : Bernard Coste, Bruno Haas, François de Belizal, Philippe Neyroud
Abonnement gratuit : www.team-auto.org E.Mail : team.newsletter@team-auto.org

Les nouveaux membres

Nous sommes heureux d'accueillir :

- **Ali Berkane**, 46 ans, ENSPM + IAE de Paris

Depuis 2009 : Consultant, Coach et Formateur indépendant, Path to Greatness

De 2009 à 2012 : Directeur Stratégie et Supply Chain dans les énergies renouvelables, Maya Solar Solutions après 18 années comme ingénieur R&D à Directeur Projet Industrialisation et Supply Chain, Renault en France et à l'étranger

Auparavant : Enseignant associé à l'IAE de PARIS : Management des Opérations au sein du Master d'Administration des Entreprises pendant 6 ans



- **Laurent Decognet**, 50 ans, Arts et Métiers

De 2000 à 2014 : Fondateur et gérant Carism - Car Information System - positionnée sur le secteur de la veille technologique automobile, de la gestion de l'information et de la capitalisation des connaissances.

Auparavant : 20 ans chez PSA dont 3 ans (1997 à 2000) comme Responsable de la veille technologique PSA, après 4 ans (1992 à 1996) à la mise au point des systèmes de transmission et 3 ans (1988 à 1991) comme analyste qualité.



- **José Viegas**, 57 ans,

Depuis 2009 : Directeur Général du Groupe de distribution automobile Loret

Auparavant (6 ans) : Directeur Financier du Groupe de location automobile UCAR après 11 ans comme Directeur Financier puis Directeur Général pour CICA



- **Frédéric Bos**, 40 ans, GARAC

Depuis 2013 : Responsable Grands Comptes au G.N.F.A

Auparavant (de 2001 à 2013) : Responsable de l'agence Ile de France puis chargé de clientèle grands Comptes pour le G.N.F.A après 2 ans dont 1 an motoriste et 1 an en charge du benchmark moteur pour Renault Sport.

Début de carrière comme technicien compétition pour La filière ELF



- **Virgine Mayo**, 44 ans, HEC (Executive Coaching)

Depuis 2014 : Conseil, formation, coaching (certifié HEC). Accompagnement de la performance commerciale des managers et des équipes commerciales.

Auparavant : 18 années d'expérience commerciale en B2B dont 8 ans dans des fonctions vente dans le domaine du financement automobile (Cofica et pour le Groupe Toyota) puis 10 ans en tant que Key Account Manager et Manager Commercial en cabinet de conseil (Lowendalmasai et Agrege Solutions)



CLUB T.E.A.M. AUTO

Microsoft et la voiture connectée

A l'occasion du cinquième événement du Club TEAM Auto, qui fêtait son premier anniversaire, Bernard Ourghanlian Directeur Technologie et Sécurité de Microsoft nous a enthousiasmé le 11 décembre dernier au Parc Nautique de Sèvres en nous invitant à : "Ré imaginer les automobiles dans un monde connecté".

Trois thèmes ont été abordés :

- Les acteurs de la collecte de données, leur rôle et leurs objectifs
 - Les réseaux sociaux
 - Les fournisseurs d'accès

- La nécessité de réguler le monde digital de la collecte de données
 - Qui est propriétaire de la donnée ?
 - Quelle éthique doit-on avoir ?
 - Un règlement doit être mis en place tout en laissant de la place à l'initiative.
- Le rôle de Microsoft dans ces différents domaines.
 - Un support aux utilisateurs et aux entreprises dans le monde

Notre invité nous a brillamment expliqué la nécessité de s'adapter et innover pour survivre et que l'industrie automobile est en cours de transformation dans une logique de rupture : transformation des réseaux commerciaux et des expériences client et de la mobilité. Il nous a indiqué que l'automobile est absorbée par l'écosystème connecté, que nous sommes en train de passer à une culture centrée sur la donnée et que les ordinateurs apprennent de nos expériences. Au-delà d'une profonde maîtrise technique du sujet, Bernard Ourghanlian nous a passionnés par son questionnement prospectif où le rôle de chaque acteur est à construire dans le cadre d'un nouveau "business model".

Il a également placé ce sujet dans un cadre sociétal et philosophique avec le thème de la liberté.

A très bientôt avec d'autres thèmes synonymes de notre passion de l'automobile avec le Club TEAM Auto

Laurent Helman
laurenthelman@gmail.com



T.E.A.M. Rhône-Alpes

Le musée Henri Malartre à Rochetaillée

Un peu d'histoire, en ces périodes où tout va vite, prenons le temps de découvrir la richesse de notre patrimoine Rhônalpin : le musée de l'automobile Henri Malartre à Rochetaillée.

Si vous venez dans notre belle région pour le ski, arrêtez-vous un moment ...

Le musée a été constitué en 1960 par Henri Malartre (1906-2005), à partir de sa collection de véhicules anciens conservés par ses soins depuis les années 30.

L'établissement est devenu musée de la ville de Lyon, le 29 mai 1972, à la suite de l'achat contre rente viagère de l'entière collection, du parc et de l'ensemble des bâtiments par une délibération du conseil municipal de Lyon.

Le musée Henri Malartre a été le premier musée automobile de France. Il possède des modèles uniques, dont un prototype de 2CV de 1936.

Les collections consistent en trois expositions :

- les voitures et cycles dans le château ;
- les voitures des années 1930 dans le Hall Gordini ;
- les tramways de Lyon dans le Hall des transports.

Ainsi est recréé plus d'un siècle de locomotion. Tous les modes de traction sont représentés :

- la traction animale, avec un fiacre et un tramway à cheval ;
- la traction à vapeur, avec une locomotive Weidknecht et un omnibus ;
- la traction thermique avec les motos et voitures ;
- la traction électrique avec des voitures électriques et des tramways.

Le musée présente quelques pièces historiques comme la Packard d'Édith Piaf, l'Hispano-Suiza du Général de Gaulle, la Delahaye du Maréchal de Lattre de Tassigny, la Renault Espace de Jean-Paul II et une Mercedes-Benz blindée 770K de 1942 présentée comme la voiture de parade d'Adolf Hitler.

Philippe Neyroud
philippe.neyroud@gmail.com



Partage du savoir

OilFactory.fr

Plus de 10 ans après le pneumatique, le lubrifiant trouve enfin le chemin du commerce B2B en ligne. En effet, OilFactory.fr est le premier à proposer un site d'achat destiné aux professionnels de la réparation automobile.

OilFactory.fr offre un très large choix de lubrifiants, fluides, et graisses parmi les meilleures marques du marché telles que BP, ENI, Mobil, Petronas, Texaco, AdBlue, Okuri, Samoa...

Avec plus de 1000 références en stock, OilFactory.fr répond à 100% des homologations constructeurs en apportant une réponse financière aux professionnels par une rentabilité préservée grâce à des tarifs allant jusqu'à -30% des prix généralement constatés.

OilFactory.fr, c'est un service de proximité avec une boutique ouverte 24h/24 et 7J/7 et des conseillers techniques et clientèles à l'écoute des clients et disponibles par téléphone (0820 440 200) et mail (contact@oilfactory.fr). Ces conseillers sont également présents pour s'assurer de la satisfaction des professionnels et un suivi de commande personnalisé. Proactif dans son service, OilFactory.fr anticipe les demandes de ses clients.

En complément de votre activité, OilFactory vous propose un challenge motivant et attractif pour promouvoir son offre. Rejoignez nos ambassadeurs en régions et participez à l'essor de notre société qui compte désormais plus de 500 comptes actifs. Pour en savoir plus, contactez-nous au 01 53 75 15 85 ou par email g.lorito@oilfactory.fr.

16 décembre 2014
Gregory Lorito
g.lorito@oilfactory.fr
06 32 86 43 93

Partage du savoir

Devenir fournisseur de l'automobile en Europe : le parcours du combattant.

Depuis la "crise" de la fin de la dernière décennie, les constructeurs et équipementiers automobiles, Français en particulier, sont devenus très "frileux" concernant l'entrée de nouveaux fournisseurs dans leurs panels.

Les principales clés d'entrée ont toujours été la compétitivité, la qualité et la capacité. En effet, si on faisait une offre d'au moins 10% sous le prix de marché, on avait de fortes chances d'en avoir au moins une partie. Si le client avait un problème grave de qualité avec son fournisseur courant et que l'on arrivait à le convaincre que l'on était spécialiste de la fonction, on pouvait aussi prendre rapidement une partie du volume. Enfin, dans le cas d'une augmentation drastique des volumes ou de la banqueroute d'un concurrent, le client se retrouvait avec un besoin qui privilégiait la rentrée d'un fournisseur capacitairre à moindre coût d'investissement.

Ces trois raisons sont toujours d'actualité, mais il faut en plus compter maintenant avec le fait que la majorité des fournisseurs courants ont beaucoup de capacités libres dues aux baisses de production de véhicules en Europe. De ce fait, ils sont demandeurs et ont des prix d'un contexte fortement concurrencé, c'est-à-dire à ras de leurs marges minimum. Il faut rajouter à tout cela le manque de personnel chez les constructeurs et les équipementiers dû aux "purges" successives, et aussi le manque de budget pour de nouvelles "certifications" de fournisseurs. En effet, sur ce dernier point, les différentes normes internes de chaque entreprise se sont fortement compliquées ces dernières années et ont donc un coût élevé de réalisation qui ne fait plus partie de leurs priorités.

Toutefois, si l'on fait partie des fournisseurs en forte croissance dans des secteurs technologiques moins concurrentés, devenir fournisseur d'un constructeur ou d'un équipementier de premier rang est encore possible...

C'est ce que mon entreprise Sercosa (que je cède pour cause de retraite) fait depuis presque 10 ans.

*Christian Méric
sercosa@sfr.fr
06 30 77 32 88*



Partage du savoir

Le sport, la gastronomie et la convivialité sont des boosters d'activités

Selon une étude menée par Concur, spécialiste des services intégrés des déplacements professionnels, 81% des cadres commerciaux français jugent que l'augmentation du nombre de voyages d'affaires ou investissements destinés à rencontrer de nouveaux clients potentiels en face à face leur permettrait d'augmenter leur volume de ventes.

Ils ont par ailleurs été invités à lister les dispositifs qui facilitent la conclusion d'accords.

La gastronomie (36%), la convivialité (14%) et les événements sportifs (14%) représentent les trois impacts les plus importants sur le succès d'une vente.

Chaque année une convention d'affaires atypique fait la synthèse de ces données : les *International Business Days Le Mans* qui proposent à chaque participant des rendez-vous individuels pour nouer de nouveaux partenariats commerciaux et/ou technologiques, dans l'environnement unique des 24 Heures du Mans auto.

Cette année verra la 8^{ème} édition des *International Business Days Le Mans* qui aura lieu les 10 et 11 juin prochains, sur le Technoparc du circuit des 24 Heures. Cette convention d'affaires est ouverte aux acteurs de l'automobile, de l'aéronautique, du ferroviaire, du médical, de la défense et de l'industrie en général. Elle réunit chaque année, depuis 2008, près de 80 participants venus de 15 pays et 3 continents et repose sur un concept unique qui combine harmonieusement business, sport mécanique et gastronomie.

Pour l'aspect business, les participants bénéficient le 2^{ème} jour de l'événement, le jeudi, les participants pourront avoir jusqu'à 11 rendez-vous individuels pré-ciblés. Ils peuvent aussi mettre en avant leurs process, savoir-faire et produits via un espace d'exposition et de démonstration et des présentations audio-visuelles.

Les participants aux *International Business Days* profitent également pleinement de l'ambiance de la plus ancienne et célèbre course d'endurance du monde qu'ils ont la possibilité d'approcher au plus près, en accédant à des zones du circuit strictement réservées aux professionnels telles que les stands, les paddocks et les lieux d'accueil des écuries pendant les séances d'essais du mercredi après-midi et soir. Enfin, ils ont la possibilité de découvrir la richesse du terroir sarthois via la dégustation de produits locaux et un dîner gastronomique à l'Auberge de Mulsanne, au bord de la célèbre ligne droite des Hunaudières.

Les International Business Days Le Mans s'adressent aux acheteurs, responsables commerciaux, ingénieurs, responsables de production et décideurs d'entreprises de toutes tailles.

Les participants représentent des écuries de compétition, des constructeurs automobiles, avionneurs, équipementiers, fournisseurs de composants, produits et ensembles, prestataires de services, organisateurs de salons professionnels, associations professionnelles, Institutionnels et médias.

L'événement est ouvert aux groupes internationaux, aux entreprises de taille intermédiaire, aux PME/PMI et aux très petites entreprises.

*François Lassalle
FLConsulting
flconseil@aol.com*



Chrysler, des voitures et des hommes

L'époque du renouveau (les années 1980 à 2000) de Chrysler et de son développement à l'export en Europe. Un témoignage vu de l'intérieur, par l'un des membres de l'équipe du lancement sur le marché français.

C'est probablement la période la plus créative de l'histoire de ce constructeur, en termes de produits, de design comme de création de concept-cars.

Au-delà du succès incontestable du Voyager et de la croissance annuelle des ventes à deux chiffres pour ce qui concerne la France, Chrysler a accumulé de nombreux records, depuis la réduction du temps de développement des nouveaux produits (4 ans, puis 3 ans contre plus de 5 ans pour la plupart des constructeurs) jusqu'à la qualification très enviée de "constructeur le plus rentable au monde" par le CEO d'une célèbre marque allemande.

Michel Boudol a abordé sa présentation en résumant les nombreux aspects liés au développement des produits et à leur marketing. Il s'est surtout focalisé, ensuite, sur le management de l'époque, et les hommes auxquels on doit les produits du succès, et le succès des produits.

Dans son exposé Michel Boudol a naturellement présenté le très emblématique Lee Iacocca, et souligné le parcours et les réalisations de Bob Lutz (Viper, etc.), leader charismatique doté d'une personnalité hors du commun, et l'apport "French Touch" de François Castaing (Cherokee, Grand Cherokee, etc.). Tous deux étaient à l'origine ou ont fortement contribué à une transformation radicale des produits Chrysler et Jeep, depuis leur conception (platform-teams) jusqu'à leur design (concept-cars) et leur comportement routier.

Un regard passionné dans le rétroviseur...

Michel BOUDOL a rejoint en 1989 SONAUTO, la filiale de Porsche qui importait Chrysler en France, activité devenue ensuite filiale du constructeur sous le nom de Chrysler France. Il y a occupé plusieurs fonctions, depuis le poste de Chef de Région jusqu'à la responsabilité de l'équipe Marketing produit.

La période commentée dans l'exposé concerne celle qui précède le rachat du constructeur par Daimler.

20 janvier 2015
Michel Boudol
mbo@noos.fr



L'intégralité de ces communications est accessible directement sur le site T.E.A.M. pour tous les membres de l'Association (Espace Membres/PARTAGES/Partage du Savoir).

Pour les lecteurs non-membres qui souhaitent lire ces présentations, contacter les auteurs des articles ou la rédaction.

Opinions

L'Allemagne et l'utilisation des voitures sans chauffeur ou conduites par des robots

Le ministre des Transports allemand (Alexander Dobrindt) a récemment annoncé qu'il allait fixer les orientations juridiques pour l'utilisation de voitures sans chauffeur sur les autoroutes du pays.

Ce qui est hautement appréciable dans l'approche des Allemands sur ce sujet, c'est la composition du comité qui planchera sur le thème : recherche, industrie, politique. J'imagine la composition du comité Théodule en France : quelques énarques vieilles barbes qui ont vécu toute leur carrière assis à l'arrière droit de leur C5 de fonction, un ou deux préfets, accompagnés d'une trêlée de politiques bon teint. Autrement dit : politique, politique et politique...

Si je suis bien informé, je crois que le politique qui était en charge de la "chose routière" à Paris n'avait pas son permis de conduire ! Une fois de plus les Allemands ont trois longueurs d'avance sur les Français. Des règles claires qui satisfont la grande majorité émergeront de ce comité et la mise en place du *modus operandi* se fera sans grincement, sans grève, sans casse.

Bruno Haas
brunohaas15@gmail.com



Opinions

Renault dévoile Kadjar, le grand frère de Captur

Surprenant et beau véhicule ! Je suis plus que preneur...

Domage toutefois que nos constructeurs nationaux ne s'allient frontalement et officiellement vis-à-vis des citoyens français pour afficher un rapprochement avec les constructeurs chinois.

Si Dongfeng s'installe comme un partenaire pour chacun de nos constructeurs nationaux, ne doit-on pas le rappeler ?... Pour une juste appréciation. Et en toute objectivité comme beaucoup d'autres constructeurs européens...

Comment se passe le partenariat ? Financier ? Développement technique ? Bases communes avec des véhicules "made in China" ?... Je suis demandeur de plus de précisions. Demain je ne voudrai pas voir un de nos véhicules "Français" être concurrencé par un véhicule "Chinois" alors qu'il s'agit du même... au profit d'intérêts non francophones ! Quelles en seront les conséquences pour nos réseaux de distribution nationaux ?...

Christian Tauleigne
christian.tauleigne@gmail.com



On pourrait écrire une saga "Alliantesque" sur ce projet.

Prévu initialement à Sunderland sur une base roulante très standardisée avec le Qashqai, Nissan est sorti du bois un peu tard en disant qu'il n'avait plus la capacité pour le produire, d'où transfert envisagé d'abord à Palencia, puis à Douai qui va donc fabriquer et lancer sur 2 ans et demi Espace, Kadjar, nouvelle Laguna (2 caisses), puis nouvelle Scénic (2 caisses). Good luck ! D'autant qu'à Douai, il n'y a plus qu'une ligne de montage, et que ces produits sont très diversifiés.

J'oubliais, les errements décisionnels sur la localisation et du fait de Nissan ont coûté pas loin d'un an de retard, sur le segment le plus RENTABLE accessible à Renault... Vive l'Alliance !

Luc Bastard
luc.bastard78@gmail.com



Cette rubrique est destinée à exprimer les opinions et expériences personnelles des membres de l'association T.E.A.M. ; le contenu des articles n'engage que leurs auteurs.

La Salon des Entrepreneurs

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'entreprise sans jamais avoir eu le temps de le demander est disponible en une paire d'heures sur ce salon. Et ce n'est pas la peine de préparer les questions à l'avance car vous les avez déjà emmagasinées dans votre subconscient depuis que vous songez à prendre enfin un jour le temps pour en obtenir les réponses. Il suffit de parcourir les stands pour qu'elles vous reviennent, comme par enchantement !

Pour ma part, je suis un mécanicien bien loin des mondes de la fiscalité, du juridique et de la comptabilité..., C'est à l'issue de ma première participation au salon, il y a une dizaine d'années, que j'avais pu enfin choisir le meilleur compromis juridico fiscal et connaître les principales aides dont j'ai pu bénéficier lors de la création de mon entreprise, suite à un licenciement, à 50 ans, et une recherche d'emploi de plusieurs mois, infructueuse.

A l'heure de prendre les "grandes vacances" que m'offre mon "statut" d'ingénieur, j'y suis donc revenu, toujours sans rien préparer. Il suffit seulement de "toiser" les personnes qui vous semblent avoir le plus d'expérience sur les stands pour obtenir les réponses précises, faites par des spécialistes chevronnés, aimables et passionnés, à toutes vos questions. Qu'il s'agisse des formalités pour obtenir la retraite des régimes général, salarié ou d'indépendant... de la valeur de l'entreprise que vous voulez céder avant de partir, des meilleurs arguments pour la négocier, des conditions fiscales optimales et des aides de tous bords qui sont à votre disposition par des associations ou banques ou entreprises spécialisées dans le secteur.

Si on est à la recherche de ce genre d'informations dans un autre contexte que ce salon, il est indéniable qu'on aura beaucoup de mal à les obtenir en quelques heures. C'est donc pour cela que le Salon annuel des Entrepreneurs de la porte Maillot à Paris est un vrai gain de temps très rentable pour répondre à toutes les questions éloignées de notre labeur de tous les jours qui est notre passion : l'Automobile.

*Christian Méric
sercosa@sfr.fr
06 30 77 32 88*



Detroit Auto Show

L'indécente bonne santé du marché nord-américain transpirait chez tous les constructeurs présents lors de l'édition 2015 du salon de Detroit. Point de véhicules blancs avec des prescriptions médicales à base de CO2 sur les portes, point de véhicules pseudo-propres et encore moins de chasse aux émissions. Detroit est la capitale de l'automobile, elle l'assume pleinement, ce qui ne l'empêche pas d'être éco-responsable puisque le downsizing opère aussi en Amérique du Nord. Chevrolet présentait d'ailleurs la nouvelle Volt et le concept préfigurant la future Bolt 100% électrique. Au Cobo Hall, les allées du salon célébraient l'automobile, toutes les automobiles.

Toyota, de son côté, dévoilait son nouveau pick-up Tacoma, concurrent du récent Chevrolet Colorado (et son jumeau le GMC Canyon). Prochainement Ford devrait lancer un Ranger sur ce segment des pick-up midsize. Honda nous offrait la version finale de la nouvelle NSX, finalement peu différente des *NSX concept* qui ont écumé les salons du monde entier depuis deux ans.

Excellent coup de communication pour Ford avec le lancement de la nouvelle Ford GT. Une Supercar de 600 ch animée par un V6 Ecoboost (3.5L suralimenté). C'était une véritable révélation puisque Ford a développé ce modèle dans le plus grand secret, sans organiser ni de fuite avec de fausses photos espions, ni de teaser sur les blogs et les réseaux sociaux. Aux côtés de la GT, Ford présentait la nouvelle Mustang GT350 et le F-150 Raptor. Fiat Chrysler Automobiles réaffirmait le grand retour d'Alfa Romeo aux Etats-Unis avec la nouvelle 4C Spyder. L'espace Dodge faisait la part belle aux dérivés sportifs des Challenger et Charger, dont les versions Hellcat de 707 ch.

Le fait marquant de l'édition 2015, c'est la présence pour la première fois d'équipementiers automobiles. Jusqu'à l'année dernière, seul Michelin était présent pour des raisons historiques. Cette année, les équipementiers étaient nombreux avec les institutions, et autres sociétés, présents à la fois à l'étage principal et au sous-sol. Une piste d'essais pour véhicules électriques était installée également à l'étage inférieur.

La reprise du marché américain enthousiasme l'ensemble de la filière largement au-delà du salon. Lors de conférences, de cocktails et de forums, l'atmosphère est effervescente. Les professionnels de l'automobile, bureaux d'études, équipementiers, sous-traitants, consultants, cabinets d'analyse, tous débordent d'activité. Les opportunités sont nombreuses et cela contraste avec la longue convalescence qui caractérise la situation en Europe. Il faut souhaiter que la reprise s'annonce rapidement pour rejoindre les Etats-Unis dans leur nouvelle dynamique.

Bertrand Rakoto
bertrand.rakoto@gmail.com



Courrier des lecteurs : Envoyez vos suggestions à : la.lettre.de.team@team-auto.org