

# Avec la Taycan, Porsche ne vise pas Tesla

**ERIC LEFRANÇOIS**

Collaboration spéciale

**MONTREAL** — L'occasion était sans doute trop belle. Le 9 septembre dernier, à l'usine de Zuffenhausen, le démarrage de la production de la première Porsche électrique, la Taycan, a incité certains dignitaires et collaborateurs à décocher quelques piques à l'en-droit de Tesla.

Taycan ne cible ni ne se compare à Tesla, mais se doit plutôt d'être évaluable par rapport à [leur] gamme actuelle».

Même si elle se refuse à en dévoiler le nombre, Porsche fait déjà carton plein auprès des consommateurs. Les quelque 20 000 unités appelées à être produites dans la prochaine année ont déjà toutes été vendues, dit-on.

## PLUS DE 2 MILLIARDS \$

La marque allemande se montre plutôt évasive sur sa capacité à en produire davantage. L'usine, qui se trouve en plein cœur de la ville,

est morcelée en plusieurs parcelles et a notamment nécessité la construction d'un pont aérien de 900 mètres de long pour relier l'atelier de peinture et la zone d'assemblage. Porsche a consacré plus de 2 milliards \$ CAN à sa fabrication, sans compter les sommes engouffrées en recherche et développement relativement à la création de ce modèle appelé à se diversifier.

En effet, pour sa première année de production, la marque allemande se consacre uniquement à la construction des déclinaisons les plus performantes (Turbo et Turbo S) de la Taycan, dont le prix

de départ canadien a été fixé à 173 900 \$.

D'autres versions financièrement plus accessibles, offrant une autonomie moindre et des performances atténuées, sont programmées. Une annonce sera faite dans les «prochaines semaines», dit M. Ouayoun.

La direction canadienne de Porsche devrait également faire connaître d'ici peu l'étendue et les modalités liées à la recharge de ce véhicule.

La commercialisation de la Taycan au Canada commencera d'ici le printemps 2020.

septembre suivent essentiellement la tendance générale de l'année, qui montrait une baisse des ventes de 4,1 % à la fin de septembre.

Ford du Canada, qui a enregistré une baisse de 4,2 % de ses ventes de septembre par rapport au même mois l'an dernier, a connu la meilleure performance parmi les grands constructeurs américains. General Motors s'est classée deuxième, en dépit d'une baisse de 8,7 % de ses ventes. Fiat Chrysler Automobiles s'est classé au troisième rang des ventes, en enregistrant une baisse de 1,2 % de ses ventes.

Certaines marques haut de gamme ont enregistré des gains malgré les baisses globales. Les marques Lexus, Volvo et Acura ont notamment enregistré des hausses de 21 %, de 12 % et de 10,7 % respectivement. LA PRESSE CANADIENNE

## Des nouvelles de vos CONCESSIONNAIRES

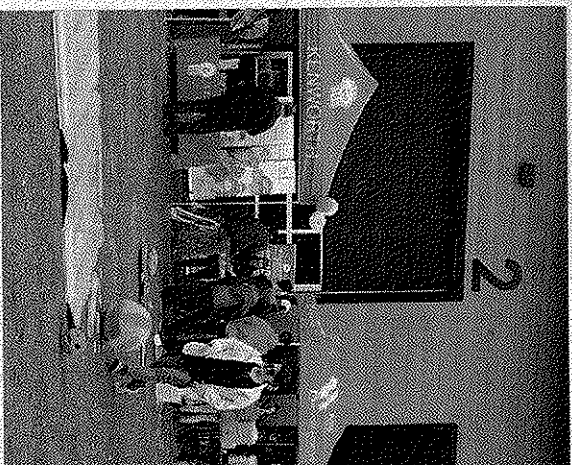


TEXTE PUBLICITAIRE

## UNE JOURNÉE PRIVILÈGE À SAINT-GEORGES DE BEAUCE

Le 28 septembre, la succursale Kenworth Québec de Saint-Georges a ouvert ses portes à la population beauceronne.

Tours de camions, succulent repas et différents tirages ont permis d'amasser des fonds afin de soutenir l'Association pour l'intégration sociale (AIS) Beauce-Sartigan. Kenworth Québec est fier d'avoir pu contribuer à la mission de l'organisme par un don de plus de 2600 \$ et tient à remercier ses précieux partenaires qui ont fait de cette journée une réussite. Les distributions Malbert, D.M. Breton, le CFTC, Beauce Boeuf, Hitachi, Paccar Financials, Travelers ainsi que ses employés bénévoles.



## MARCHER POUR UNE BONNE CAUSE

Le 8 septembre s'est tenu le Parcours Parkinson de Québec et Chaudière-Appalaches

Pour une deuxième année consécutive, la présidente d'honneur, Rachel Léonard de Volvo de Québec, a soutenu cette cause et a remis à deux personnes vivant avec la maladie de Parkinson un an de physiothérapie adaptée à la maladie, en collaboration avec la Corporation Mobilis, par l'entremise de Synapse, qui collabore aux traitements.

Photos: Jean Robitaille, bénéficiaire du projet, Benoit Labbé, physiothérapeute chez Synapse neuroadaptation, et Rachel Léonard de Volvo de Québec

