



HYUNDAI ALGERIE

# La poursuite des investissements

## MAZDA

### Enfin le retour !



Le pick-up et la nouvelle 626, deux arguments forts de Mazda en Algérie.



Le constructeur japonais Mazda sera bientôt de retour en Algérie à travers une représentation exclusive confiée à la société de droit algérien dénommée Jamal.

Le lancement officiel des activités de cette concession est prévu pour le début du mois de février prochain.

Les travaux sont en voie de finition pour lever le voile sur une structure au design très attractif et à l'architecture moderne, aux couleurs et aux normes graphiques de Mazda. Ce bâtiment abrite un show-room qui ne manquera pas de susciter des envies, un service commercial, les bureaux de la direction générale et des espaces pour l'accueil et la livraison des clients. Les Algériens ont gardé du label Mazda un bon souvenir. Des

véhicules longuement éprouvés et appréciés pour leurs robustesse et fiabilité comme la 626 et le pick-up qui sillonnent toujours, plus de vingt ans après, les routes d'Algérie et parfois dans des conditions d'utilisation extrêmes.

Dans une première phase, M. Bairi, directeur général de Jamal, annonce la commercialisation d'une gamme réduite à la nouvelle 626, le nouveau pick-up dans ses versions simple et double cabine, et le fourgon.

Il est attendu que la cérémonie de lancement soit rehaussée par la présence du directeur général de Mazda, de l'ambassadeur du Japon à Alger, de ministres et d'autres personnalités.

B. Bellil



Le Tucson, un 4x4 de ville au prix compétitif.

Le directeur général de Hyundai Algérie, M. Omar Rebrab, a organisé récemment une rencontre conviviale (déjeuner) avec les journalistes qui ont saisi l'opportunité pour s'échanger les points de vue sur le marché de l'automobile en Algérie et son extraordinaire développement qui a surpris observateurs et constructeurs.

De son côté, M. Rebrab est revenu sur les performances de son entreprise en 2004, qui a enregistré une progression appréciable de ses ventes, avant de s'attarder sur les perspectives de développement pour 2005. Ainsi, il a signalé la mise en activité très prochaine

de l'atelier d'entretien et de réparation pour véhicules lourds qui sera de par ses capacités et ses équipements le plus important en Algérie.

Un investissement qui s'inscrit dans le programme de développement de Hyundai Algérie qui prévoit également la réalisation d'une tour de plusieurs étages devant abriter un show-room de standing mondial, des services administratifs et commerciaux et d'un parking de stockage des véhicules neufs sur le reste des étages.

M. Rebrab a longuement insisté sur la nouvelle mesure prise par son entreprise pour disposer en permanence d'un stock de véhicules neufs et permettre désormais aux clients de Hyundai de pouvoir partir le jour même avec leur nouveau véhicule.

Concernant la gamme commercialisée en Algérie, le directeur général de HMA a annoncé

l'arrivée imminente du nouveau Tucson, un SUV (sport utility vehicle), autrement dit, un 4x4 de ville et de quelques virées champêtres.

De moindre envergure que le Santa Fe, le Tucson affichera surtout un prix très compétitif qui le positionnera convenablement par rapport à la concurrence.

Lancé il y a quelques mois, le Tucson connaît déjà un grand succès dans des marchés aussi concurrentiels que les Etats-Unis et l'Europe.

Enfin, ce genre d'initiative reste à saluer dès lors qu'il permet d'entretenir la relation entre les uns et les autres et donc une meilleure compréhension et coopération.

Signalons, par ailleurs, que Hyundai Algérie prévoit de réaliser au cours de l'année 2005 un volume de ventes fixé entre 20 000 et 25 000 véhicules.

B. Bellil

## BREVES

### > Barchetta tire sa révérence

A l'occasion de son dixième anniversaire et pour achever sa carrière en beauté, la Fiat Barchetta se décline en une nouvelle finition "Consacrazione".

Une série limitée qui sera tirée à 75 exemplaires avant la disparition complète de ce roadster italien, concurrent de la britannique MG TF et du japonais Toyota MR.

Chacune de ces 75 Barchetta sera badgée, numérotée et proposée en deux coloris (rouge corse et gris shine) assortis à une sellerie de sièges noire.

Dernière version disponible pour l'année 2005, cette Barchetta "Consacrazione" succède donc à la version Spider Europa dont elle reprend les principaux équipements ainsi que le moteur : un 1.8 16V de 130 ch.

### > La Chine suscite les envies

Les ventes de voitures en Chine ont augmenté l'an dernier de 15,17%, à 2,33 millions d'unités, et la production de 11,99%, à 2,32 millions d'unités, a rapporté jeudi le ministère chinois du Commerce sur son site internet.

Toutes catégories de véhicules confondues,

les ventes ont progressé de 15,5%, à 5,07 millions d'unités, et la production de 14,11%, également à 5,07 millions d'unités, a ajouté le ministère.

En 2003, les ventes de voitures avaient progressé de plus de 80% pour atteindre 2,01 millions d'unités. En décembre 2004, les ventes de voitures ont atteint 247.500 unités, soit 22,02% de plus qu'en novembre, alors que la production a chuté de 11,44% par rapport au mois précédent à 171.400 unités, toujours selon le ministère.

Toutes catégories confondues, les ventes d'automobiles ont augmenté de 7,71% en décembre par rapport à novembre pour atteindre 486.700 unités, alors que la production chutait de 7,43% sur un mois à 403.500 unités.

### > La baladeur embarqué

Quelques-unes des marques automobiles les plus prestigieuses du monde ont décidé de surfer sur le succès phénoménal de l'iPod d'Apple aux Etats-Unis et d'offrir à leurs clients la possibilité d'écouter leur baladeur préféré dans leur voiture.

Dès le mois d'avril, les clients de Mercedes-

Benz USA qui auront jeté leur dévolu sur la toute nouvelle M-Class pourront profiter d'un kit d'intégration iPod qui permet de brancher le baladeur sur le système sonore de la voiture.

Cette annonce a été faite à San Francisco à l'occasion du Salon MacWorld, le grand rendez-annuel des fans de la marque à la pomme. Volvo compte faire de même sur l'ensemble de sa gamme 2005 aux Etats-Unis et Nissan, Alfa Romeo et même la très prestigieuse marque italienne Ferrari proposeront la même chose à leurs clients au courant de l'année.

En 2004, avant que l'iPod ne devienne l'un des plus grands succès de l'électronique grand public, le constructeur allemand BMW avait déjà choisi d'offrir la possibilité d'installer le petit appareil blanc sur le tableau de bord, tout comme sa filiale Mini Cooper, elle aussi un phénomène de mode.

Sous la houlette de Steve Jobs, le cofondateur d'Apple, le fabricant informatique a réussi à se tailler la part du lion sur le marché de la musique numérique grâce aux différentes déclinaisons de l'iPod et du site de téléchargement de musique iTunes.

Apple a annoncé mardi avoir vendu 4,5 millions d'iPods lors du trimestre qui s'est clos en décembre.

## KIA SPORTAGE

### LE FRUIT D'UNE MONTEE EN PUISSANCE

Grâce à la montée en puissance de l'industrie automobile coréenne, la jeune marque KIA s'impose de plus en plus comme un acteur crédible sur le marché européen. Doté d'une gamme complète allant de la petite Picanto à la grande Opirus, le constructeur poursuit son offensive en s'attaquant au segment porteur des 4x4 compacts.



Un marché en pleine expansion où le nouveau Sportage vient tenter sa chance au milieu d'une concurrence déjà bien installée. Celle des Toyota RAV-4 — roi de la catégorie —, Nissan X-Trail et autre Honda CR-V. Sans oublier son rival de cousin, le Hyundai Tucson, avec lequel il partage certains éléments tels que son moteur diesel CRDI. KIA n'en a cependant cure et espère bien écouler 3.000 unités en 2005.

En fait de nouveauté, le Sportage succède à l'ancien modèle du même nom, apparu en 1993 et produit à 550.000 exemplaires. Un 4x4 rustique reposant sur un châssis séparé qui laisse derrière lui une place vacante sur le créneau déserté des petits franchis-seurs.

Son remplaçant voit en effet plus grand avec ses 4,35 m de long. La raison de cette fuite en avant : offrir toujours plus de polyvalence. A savoir, réunir les avantages d'une berline et d'un monospace avec en prime la possibilité de sortir des sentiers battus. Même si l'on sait que la clientèle des 4x4 n'exploite presque jamais ce potentiel.

Image oblige, le Sportage cultive un goût pour l'aventure à travers sa ligne, plutôt réussie si l'on fait abstraction de certains détails disgracieux comme les protections en plastique autour des passages de roues. Les boucliers brillants gris anthracite, les barres de toit ou encore la double sortie d'échappement rectangulaire ajoutent au caractère de ce baroudeur des villes, très en phase avec son temps.

Le traitement intérieur illustre aussi cette volonté d'être dans le coup. Point de faux bois ringard, l'emploi de matériaux actuels est de mise, à l'image de l'habillage façon aluminium et de la sellerie cuir bi-ton orange et noir, disponible en option. Malgré des plastiques uniformément durs et l'assemblage imprécis par endroits, la qualité perçue se rapproche des standards européens.

## TOYOTA AVENSIS 2.4.1

### UNE VALEUR SÛRE

Agréable à l'œil à défaut d'être esthétiquement bouleversante, en accord total avec les mentalités européennes en matière de châssis et de finition, la Toyota Avensis a su s'imposer sans faire de bruit parmi les valeurs sûres d'un segment en relative perte de vitesse. Entre Opel Vectra et Ford Mondeo, sa part de marché croit ainsi régulièrement chaque année (de 1,1 % en 2002 à 3,4 % en 2004). Preuve si l'on en doutait encore que son charme, certes austère, agit pourtant bel et bien.

Afin d'intensifier cette attirance, la filiale nipponne aura le privilège d'inaugurer le prochain diesel de la marque. Un bloc dont la puissance annoncée à 180 ch ne devrait avoir d'égalé que sa propreté, avec des taux d'émissions record, annoncés comme inférieurs de moitié aux normes Euro IV et surtout la réduction simultanée des émissions d'oxydes d'azote et de particules nocives pour la santé, grâce à un catalyseur à quatre voies (DPNR). En attendant la greffe de ce moteur révolutionnaire,



l'Avensis parfait son haut de gamme... essence. Autant dire tout de suite qu'il ne faut pas attendre monts et merveilles côté ventes de cette version 2.4 165 VVT-i (une prévision insignifiante de 3 % et 300 ventes face aux 81 % revendiqués pour le D-4D de 116 ch).

Qu'à cela ne tienne... Chez Toyota, on croit aux blocs essence à injection directe, qui pourraient bien être la solution d'avenir

si d'aventure le prix du gazole continuait de croître. Après le 2.0 VVT-i de 145 ch, c'est au tour du petit dernier 2.4 VVT-i d'exploiter la même technologie.

Ce bloc — le plus puissant jamais monté sous le capot d'une Avensis — développe 163 ch à 3.800 tr/min. Conséquent, d'autant que près de 90 % du couple de 230 Nm (+ 34 Nm par rapport au 2.0) est disponible dès 1.800 tr/min : on n'est désormais plus très loin des chiffres revendiqués par les diesel les plus modernes.

Avec la pression d'injection la plus élevée (de 80 à 130 bar) des blocs essence à injection directe du marché, on aurait pu imaginer quelque répercussion néfaste quant au niveau sonore.

Que nenni ! Aussi disponible qu'onctueux, ce 2.4 VVT-i se révèle également particulièrement discret tant sur les plans acoustique que vibratoire, grâce à la présence d'un double arbre d'équilibrage et de pignons en résine synthétique — une première mondiale.