



Top 5 du mois de janvier 2009

Renault sur toute la ligne

	1 Renault	3 615	(+285,39%)
	2 Toyota	3 417	(+384,68%)
	3 Hyundai	2 790	(+40,20%)
	4 Chevrolet	2 404	(+38,55%)
	5 Peugeot	1 514	(+2,15%)

Meilleures ventes par modèle

1 Renault Symbol	
1 563 +323,57%	
2 Chevrolet Aveo	
1 270 +2,58%	
3 Toyota Yaris	
1 219 +317,46%	
4 Dacia Logan	
1 084 +125,8%	
5 Hyundai Atos	
823 +106,78%	

Découvrir l'univers de plus en plus sophistiqué d'un grand constructeur est toujours porteur d'enseignements utiles pour le visiteur, remonter dans son histoire souvent passionnante et captivante est, en revanche, un rare moment de communion avec l'automobile et ses glorieuses épopées.

C'est à cet exercice que quelques représentants de la presse nationale ont été conviés, la semaine écoulée, à s'engouffrer au cœur d'un des plus prestigieux constructeurs allemand et mondial, en l'occurrence Audi.

Située à quelque 80 km au nord de Munich (Allemagne), Ingolstadt ressemble à toutes les villes allemandes, à ce détail près qu'elle est entièrement dédiée à la marque aux trois anneaux, Audi. La vie y est régulée au rythme des bruits assourdissants des immenses presses qui module les feuilles de tôle selon les esquisses des designers. Tantôt un capot d'une A3, tantôt un toit d'une A4... Les rues désertes et couvertes d'une fine couche de neige renseignent encore plus sur la présence imposante de ce label. Mouvement incessant de camions chargés de voitures neuves ou tractant de volumineux conteneurs, placards publicitaires à la gloire du constructeur, domination

AUDI

Voyage au cœur d'un empire



Une organisation purement germanique.

presque absolue du parc automobile local par Audi. En plein centre-ville, un complexe tout en verre et flambant neuf annonce l'entrée majestueuse dans l'empire mécanique de la Basse-Saxe.

En apparence, ces bâtiments modernes semblent accueillir exclusivement les bureaux du quartier général de la marque, un musée, un centre de livraison. Mais qu'elle ne fut notre surprise de découvrir aussi que derrière ces façades de verre et de métal une chaîne de production avec ses différentes installations s'active de jour comme de nuit pour livrer des véhicules destinés à toutes les régions du monde dont l'Algérie. Un site qui marque pour les journalistes habitués pourtant à ce type de visite une rupture avec le schéma traditionnel des usines automobiles. On accédait à l'intérieur de ce site comme si on entrait dans un show-room ou un ensemble de bureaux. Et pour cause, les lieux respiraient la propreté et la parfaite organisation. Les bruits de l'armée de robots qui s'activent autour de tâches précises ressemblent à une grande symphonie ponctuée de temps à autre par le roucoulement des engins de maintenance à moteur électrique dont les conducteurs sont la seule présence humaine dans ce royaume de la robotique et l'électronique. On apprendra ainsi que le taux de robotisation des sections assemblage des caisses et soudure a atteint les «120%», et que ces engins aux mouvements réguliers et synchronisés assurent pas moins de 5 000 points de soudure sur chaque modèle.

Plus loin, le cheminement des chariots automatiques emportant les véhicules en fabrication nous emmène à une halte incontournable, celle appelée communément la phase de «mariage» et qui consiste en l'assemblage de la caisse avec le châssis, les trains roulants et le moteur. S'ensuit alors un véritable travail à la chaîne exécuté par un personnel qualifié et rodé aux différentes tâches qui lui incombent, qui pour installer un pare-brise, qui pour monter

une planche de bord, qui pour un tour de vis...

Une machine bien huilée

Dans cette succession de missions aussi diverses mais complémentaires, il arrive qu'un grain de sable s'invite



Des contrôles en série pour vérifier la fiabilité des équipements et la qualité des matériaux.

dans une machine pourtant réglée comme une horloge et qui provoque un léger dérèglement. Alors, un petit coup sur un fil qui s'étire tout au long de la chaîne de fabrication déclenche une alarme qui

avertit, selon l'importance de l'incident, de la nécessité de dépêcher une personne supplémentaire pour compléter le travail non effectué ou un technicien pour évaluer la panne détectée dans le processus et procéder à sa réparation.

Au bout de cette chaîne, une série de bancs d'essai pour tester les différents systèmes électroniques installés dans le véhicule et dont le nombre varie selon les modèles de 24 à 42, les systèmes électriques, le fonctionnement des moteurs ainsi que des tests de vérification de l'étanchéité des caisses sous des jets d'eau à haute pression.

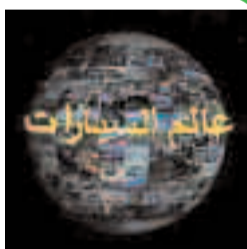
Le site d'Ingolstadt, principale et historique usine d'Audi, s'étend sur une superficie globale de 2 millions de m² et emploie plus de 31 000 travailleurs. Elle produit une multitude de modèles dont la A3, la A3 Sport, la A4, la A4 Avant, la A5, le Q5 et l'Audi TT.

Il serait superflu de préciser que ce site dispose également de toutes les commodités pour le bien et le confort des travailleurs, notamment un restaurant haut de gamme, une cafétéria, des boutiques et autres lieux de convivialité.

B. Bellil

**ÉMISSION TÉLÉVISÉE
«AÂLAM ESSAYARAT»**

Bilan chiffré de l'année 2008



Pour ce week-end, l'émission «Aâlam Essayarat» nous propose un bilan chiffré et illustré sur les résultats de l'année écoulée. Leader pour la quatrième année consécutive, Hyundai s'impose désormais comme un constructeur incontournable dans le paysage automobile national. Avec plus de 40 000 voitures vendues en 2008, il se distingue par un taux de progression significatif de ses ambitions à détenir encore davantage de parts de marché.

Par ailleurs, le véhicule le plus vendu de l'année a été encore une fois la Chevrolet Aveo qui confirme sa suprématie dans un segment où la concurrence y est des plus féroces. Son rapport qualité-prix a été ainsi déterminant dans le choix des clients.

Dans la catégorie des SUV, c'est le KIA Sportage qui se hisse au haut du palmarès suivi de près par son jumeau, le Hyundai Tucson.

LSA

«Aâlam essayarat» ENTV - Vendredi 18h30

Le design, un cheval de bataille

Il serait mal convenu pour le journaliste qui a sillonné les allées étincelantes de l'univers de cette marque emblématique de l'Allemagne



de ne pas faire un crochet par le bureau de design. D'autant plus que ce constructeur a toujours fait du style de ses modèles et de leur architecture son cheval de bataille.

Une phase capitale dans le processus de conception des voitures badgée aux quatre anneaux et confiée à quatre structures complémentaires basées en Allemagne, aux Etats-Unis, en Italie et Espagne. Le travail de ces centres de développement dénommé «Audi groupe design» s'occupe du dessin et de la conception des projets des marques Audi, Seat et Lamborghini en misant «particulièrement sur les émotions de la clientèle». Pour cela, les designers doivent mettre en avant les fondamentaux stylistiques du groupe, à savoir l'élégance, la sportivité et le haut de gamme. Chez Audi, le design se décompose en trois styles distincts et propres à chaque série, A, Q et R. Une ligne de sport et de loisir pour la première, une architecture prolongée et dynamique pour la seconde et un caractère résolument sportif pour la troisième.

La conception d'un nouveau modèle s'étale sur une période de 54 mois partagée en quatre phases, le choix du type et de la nature du véhicule, la création, la réalisation et le lancement.

Une équipe de jeunes designers issus de 10 nationalités différentes planchent dès le début du projet sur la prospection des tendances et des besoins de la clientèle avant d'entamer les esquisses et l'ébauche des maquettes qui seront proposées aux responsables du groupe pour approbation. Ce travail de conception est aujourd'hui consolidé par l'apport substantiel de l'informatique qui offre désormais la possibilité d'obtenir des dessins virtuels à trois dimensions pour mieux maîtriser l'évolution du processus.

B. B.