

**NISSAN ALGÉRIE  
FÊTE LE PRINTEMPS**
**Dites-le avec  
des remises**


La nouvelle Nissan Micra a séduit dès sa 1<sup>re</sup> apparition au Salon d'Alger.

Nissan Algérie, représentant exclusif du constructeur automobile japonais, célèbre les beaux jours du mois de mai en lançant des offres exceptionnelles dans l'ensemble de son réseau.

En effet, à quelques semaines des départs en vacances, Nissan a décidé de proposer des promotions allant jusqu'à 130 000 DA de remise.

L'un des premiers véhicules à bénéficier de ces offres sera la toute nouvelle Micra. Pour l'acquisition de la dernière génération de cette citadine, lancée lors de la précédente édition du Salon de l'automobile d'Alger, Nissan offrira aussi une année d'assurance tous risques et une livraison immédiate du véhicule.

De même, la Sunny profitera d'une remise de 130 000 DA, avec une année d'assurance tous risques et la disponibilité immédiate du véhicule. Les offres concernant ces deux véhicules seront valables sur un stock limité.

Les SUV de Nissan seront également concernés par ces avantages. Les clients désireux d'acquérir un X-Trail, un Qashqai ou un Pathfinder se verront offrir les mêmes avantages.

Par ailleurs, les véhicules utilitaires seront aussi à l'honneur. Le Navara et l'Urvan bénéficieront d'une remise de 100 000 DA. Cette offre est valable du 2 au 31 mai 2011 pour le premier et du 3 au 21 mai 2011 pour le second.

**ÉMISSION TÉLÉVISÉE  
«AÂLAM ESSAYARAT»**
**Des véhicules pas  
comme les autres**


Pour ce dimanche, c'est un retour sur le Salon d'Alger mais à travers la brochure de véhicules particuliers qui y étaient exposés.

Particuliers par l'originalité de leur conception et qui faisaient

plutôt figure de produits d'image proposés aux visiteurs de la manifestation. C'est le cas notamment de Peugeot RCZ rallye qui a été rehaussée par la présence aussi de ses pilotes attitrés qui se sont livrés au jeu des signatures d'autographes pour les dizaines de passionnés de sport automobile.

C'est également la Toyota Prius Hybride qui a constitué une première dans le domaine en Algérie.

L'engouement suscité par la foule autour



de cette technologie innovante a révélé un intérêt insoupçonné chez l'Algérien pour les énergies propres et renouvelables, en l'occurrence l'électricité, dont notre pays regorge en potentialités.

L'initiative de Toyota Algérie a permis en outre d'engager un débat sur l'avenir de ce type de carburant chez nous et d'anticiper un tant soit peu sur les résistances de certaines habitudes à la peau dure.

L. S. A

«Aâlam essayarat» ENTV - Dimanche 18h30

**CITROËN EN ALGÉRIE**
**Une audience  
en croissance continue**


Citroën C3 et Berlingo constituent une fierté pour Saïda.

La marque Citroën a enregistré au cours du mois d'avril des résultats records. Des chiffres jamais réalisés depuis la reprise de l'affaire par la société Saïda. 639 véhicules badgés au chevron ont été vendus, soit une progression de l'ordre de 27% comparativement à la même période de l'année dernière.

Cette même évolution, se retrouve sur le résultat global avec un cumul de 2 282 ventes pour les quatre premiers mois de l'année en cours, contre 1 700 pour la même période de l'exercice 2010. Cette amélioration inédite des performances de Citroën en Algérie s'expliquerait en partie par les efforts d'investissement consentis par le représentant de la marque et les membres de son réseau.

Des structures aux normes de la firme et une qualité des prestations en nette évolution pour se conformer aux exigences du constructeur et aux attentes des clients.

La nouvelle charte identitaire et graphique de Citroën est en cours d'application à l'ensemble de ses représentations sur l'ensemble du territoire

national. Et au-delà de cette avancée qualitative dans les structures, c'est également le renouvellement et la modernisation de la gamme des produits commercialisés dans notre pays qui a contribué au développement de son audience.

Et c'est incontestablement la gamme VP (véhicules particuliers) qui se distingue avec 1 734 ventes et 25% de progression alors que la famille des utilitaires a réalisé un bond de 70% par rapport à l'année dernière, soit 548 ventes en 4

mois. Sur le plan des modèles, c'est la nouvelle C3 qui caracole en tête en enregistrant 120% de progression de ses ventes.

Elle est suivie de l'incontournable Berlingo dont le succès auprès de la clientèle ne cesse de croître ces derniers temps en raison de son design qui allie avec finesse l'utilitaire et le touristique, et qui offre des possibilités de modularité et une polyvalence qui intéressent tant les utilisateurs.

Ses ventes ont augmenté durant les quatre premiers

mois de l'année de 40%. Par ailleurs, Citroën a tenu à capitaliser ses 90 ans d'innovation en mettant au point une nouvelle ligne de produits en complément de sa gamme principale qui s'appelle DS en hommage à un modèle mythique de la marque. Cette ligne a été inaugurée avec la sulfureuse DS3 et une DS4 altière et raffinée. Des modèles qui proposent une approche distinguée de la voiture avec des équipements résolument haut de gamme.

B. B.

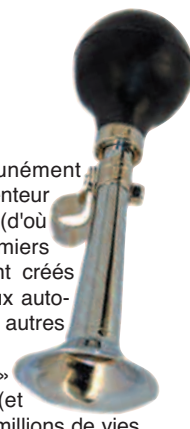
**LE SAVIEZ-VOUS ?**
**Le frein à disque**


Technologie directement issue de l'aviation, les freins à disque font leur apparition «sur la route» en 1953, à l'occasion des 24 Heures du Mans. Ce sont des Jaguar Type C qui en sont alors équipés et l'une d'elles remporte l'épreuve. Les grands constructeurs automobiles lorgnent alors sur cette nouvelle technologie, plus sûre et plus fiable que les disques à tambour traditionnels. Par rapport à ces derniers, les freins à disque ont en effet l'avantage d'être plus progressifs. En cas de freinage «dur», les roues ont moins de chance de se bloquer. Les freins à disque se généralisent au cours des années 1960. Aujourd'hui, seules les petites voitures disposent encore de freins à tambour sur l'essieu arrière.

**Le Klaxon**

On l'appelle communément Klaxon du nom de l'inventeur de «l'avertisseur sonore» (d'où la majuscule). Les premiers avertisseurs sonores sont créés en 1908 et permettent aux automobilistes de prévenir les autres d'un danger imminent.

Une idée toute «bête» qui a pourtant sauvé (et continue de le faire) des millions de vies.


**La ceinture  
de sécurité**

Officiellement, la ceinture de sécurité, telle qu'on la connaît aujourd'hui, a été inventée par le Suédois Nils Bohlin et montée pour la première fois en 1959 sur une Volvo. Toutefois, dès 1903, le Canadien Gustave Désiré Lebeau avait déposé le brevet de «bretelles protectrices» pour les passagers d'un véhicule. A partir des années 1960, tous les constructeurs automobiles se mettent à intégrer des ceintures de sécurité automobiles à leurs nouveaux modèles, mais il faudra attendre la fin des années 1980 — notamment en France — pour que le port de la ceinture de sécurité devienne une obligation pour les automobilistes et les passagers. La ceinture de sécurité n'est d'ailleurs pas encore obligatoire dans tous les pays du monde...

**Voitures sans  
chauffeur**

Le cauchemar de certains et/ou le rêve d'autres est en marche. Un projet européen, baptisé Sartre (sans aucun lien avec l'écrivain) a vu le jour dans le but de mettre au point et de tester l'ensemble technologique nécessaire pour que des véhicules puissent se conduire tout seuls en convoi sur les autoroutes.

Un gain indéniable pour les flux du trafic, les temps de trajet, un plus grand confort, et une réduction des accidents ainsi que des consommations et des émissions de CO2. Les premiers prototypes équipés de cette technologie seront testés sur les circuits d'essai cette année. Ils seront munis d'un système de navigation et d'un émetteur/récepteur communiquant avec un véhicule meneur.

Comme le système sera entièrement intégré aux voitures, il ne sera pas nécessaire d'équiper le réseau routier d'une manière particulière. L'idée est que chaque convoi routier aura à sa tête une voiture meneuse qui se comportera exactement comme n'importe quel véhicule lancé sur autoroute avec toutes ses fonctions habituelles.