



C-ÉLYSÉE ET C4 L Deux nouveautés chez Citroën



Citroën accélère son développement mondial et renforce son statut de marque globale. Elle enrichit et modernise sa gamme principale avec 2 nouveaux modèles. L'objectif : renforcer son offre produit, en se positionnant en particulier sur le segment C, pour investir en priorité les marchés internationaux à forte croissance tels que le bassin méditerranéen, la Chine ou la Russie.

Le marché des compactes est en effet le marché le plus important au monde avec plus de 20 millions de véhicules immatriculés en 2011, soit près du tiers des ventes mondiales de véhicules particuliers.

La nouvelle Citroën C-Élysée répond spécifiquement aux attentes d'une clientèle exigeante en recherche d'une automobile tricorps à la fois attractive et accessible. Elle affiche un style équilibré, valorisant et robuste, exprimant son appartenance à la marque. Innovante dans sa conception, la Citroën C-Élysée offre une habitabilité généreuse (espace arrière digne des berlines de la catégorie supérieure, coffre de 506 l VDA) grâce à un empattement de 2,65 m, le plus long de sa catégorie, lui permettant d'assurer pleinement son rôle de voiture familiale.

Elle peut être dotée de nombreux équipements de confort tels que la climatisation avec affichage digital, l'autoradio MP3 avec kit mains libres bluetooth, mais aussi, pour certains marchés, d'un nouveau moteur de dernière génération, le VTi 72 qui, grâce à sa technologie, associe performances, consommation maîtrisée et durabilité.

La Citroën C4 L vise la partie haute du segment C. Visiblement statuaire et élégante, elle intègre, à l'image de la nouvelle Citroën C4, des prestations emblématiques de la marque : une qualité de finition au meilleur niveau, un confort de suspension et un bien-être à bord de référence. Elle dégage ainsi une réelle énergie positive, un sentiment de bien-être peu commun.

Première création du Centre de style de Shanghai, elle évoque dès le premier coup d'œil une silhouette statuaire aux lignes élégantes et dynamiques, mise en valeur par une signature lumineuse avant et arrière. À bord, le conducteur et ses passagers vivent un voyage en première classe grâce à un réel bien-être acoustique et thermique, mais aussi grâce à un espace arrière Lounge (empattement allongé, sièges enveloppants, inclinaison des dossiers à 29°, appui-tête Confort) et aux technologies innovantes dédiées au confort (accès et démarrage mains libres, système de navigation avec écran tactile et caméra de recul, pare-brise chauffant intégral, ioniseur d'air...).

OMAR REBRAB, PDG DE HYUNDAI MOTORS ALGÉRIE, AU SOIR D'ALGÉRIE : «L'évolution du marché est conjoncturelle»

Quelle analyse faites-vous de cette évolution spectaculaire du marché de l'automobile en Algérie ?

C'est une progression naturelle dès lors que le marché en est demandeur. Après une longue fermeture des importations de véhicules et une croissance tout aussi importante des besoins des citoyens, il est pour le moins conséquent de voir les ventes de véhicules prendre une courbe aussi ascendante. A cela on devrait ajouter les augmentations des salaires décidées par les pouvoirs publics et les rappels qui en ont découlé et qui ont permis, en définitive, à des milliers d'Algériens d'accéder au titre tant convoité de propriétaire de voiture neuve. D'autant que les possibilités d'acquiescer un logement à des conditions financières abordables s'amenuisent considérablement en raison de la flambée des coûts dans le secteur. Alors la voiture n'est plus ce rêve inaccessible et suscite l'intérêt de tous les ménages. Nous ne devrions pas non plus perdre de vue les facilités accordées par le gouvernement aux jeunes dans le cadre du programme Ansej pour la création d'entreprises et autres activités nécessitant la mobilisation de moyens de transport.

Pensez-vous que cette évolution se poursuivra encore ?

Il est évident que cette progression sera encore plus marquée vers la fin de cette année, mais il reste peu probable qu'elle soit reconduite en 2013. J'estime que le marché reviendra à des valeurs de ventes normalisées avec une compétitivité des concessionnaires et une refondation des relations avec le client basée sur l'amélioration



Photos : DR

des conditions d'accueil et des prestations qui lui sont proposées. Le service après-vente devra être une préoccupation majeure chez les uns et les autres et les investissements consentis dans ce cadre détermineront la pérennité des marques dans notre pays.

Quel est l'état de cette évolution chez Hyundai Algérie ?

A l'instar des autres concessionnaires, nous avons aussi notre part de développement avec un cumul de 16 000 commandes enregistrées actuellement et qui attendent d'être honorées. Nous avons, hélas, épuisé l'ensemble de nos stocks et nous sommes maintenant contraints de proposer à nos clients des délais importants sur certains modèles à forte demande. Une situation qui s'est accentuée en raison du succès international des vedettes de la marque et surtout des retombées négatives de la crise économique de 2008 et des lourds investissements qui avaient été réalisés par le constructeur dans plusieurs régions du monde. Aujourd'hui, cette situation regrettable relève progressivement du passé. Nous avons néanmoins réussi à négocier avec Hyundai Motors Compagnie des quotas

supplémentaires de véhicules afin de satisfaire à partir de 2013 les besoins de nos clients.

Vous souligné plus haut que le service après-vente constituera sans aucun doute un volet primordial pour les prochaines années. Qu'en est-il chez Hyundai Algérie ?

Nous accordons la plus haute importance à cette activité. Nous avons renforcé nos équipes par l'arrivée de compétences nouvelles capables de redynamiser le service et d'assurer une mise à niveau des personnels. Des stages de formation et de perfectionnement vont permettre à terme de rehausser

le début des opérations à Jijel, acquis un terrain dans les alentours du port d'une superficie de 300 000 m² qui nous permet aujourd'hui d'effectuer l'ensemble des opérations dans la sérénité y compris la livraison aux clients pour les véhicules utilitaires et les bus.

La toute nouvelle Eon a connu, dès le début de sa commercialisation en Algérie, un problème technique qui a provoqué une série de retours. Comment avez-vous abordé cette question ?

Nous avons en effet enregistré sur la nouvelle Eon un problème d'allumage au niveau des bougies qui avaient un écartement inappro-



le niveau de nos prestations et de les conformer aux standards internationaux et aux normes du constructeur.

Certains concessionnaires se plaignent des conditions de débarquement, de stockage et d'enlèvement des véhicules particulièrement au port de Jijel. Est-ce le cas de Hyundai ?

Contrairement aux autres concessionnaires, nous avons, dès

prié ainsi qu'une qualité d'huile en-deçà des normes. Après la constatation de l'incident par les ingénieurs de Hyundai, le problème a été définitivement réglé.

Les clients concernés ont été pris en charge et on même proposé un changement de voiture à certains cas. Ceci étant, Eon reste un bon véhicule qui propose un rapport qualité/prix avantageux.

Propos recueillis par B. Bellil

ANS-LADA ALGÉRIE

Une gamme renouvelée et modernisée

La marque russe revient sur le devant de la scène automobile algérienne. Lancée au début de l'année par la société Agence nouveau service (ANS), elle entame aujourd'hui une phase de redynamisation et de déploiement à travers le pays avec une gamme qui se modernise et se diversifie progressivement.

Spécialisée dans le multimarque, ANS cumule une longue expérience dans le domaine et bénéficie d'une expertise qui lui permet aujourd'hui de s'ériger en interlocuteur direct des constructeurs automobiles. Son responsable, Karim Chetouane, estime que la professionnalisation du métier de l'automobile est fondamentalement un gage de pérennité et de confiance aussi bien pour les partenaires que pour les clients. Il reste convaincu que «des investissements doivent être faits pour hisser l'image des marques que nous représentons et se conformer aux normes internationales et aux clauses du cahier des charges des pouvoirs publics algériens». Il nous annoncera l'inauguration prochaine d'un nouveau site de la marque sur les hauteurs d'Alger, à Hydra, qui offrira toutes les commodités aux clients et dont la beauté du show-room saura mieux mettre en valeur les véhicules exposés.

Déterminé par ailleurs à rapprocher la marque Lada de ses clients, M. Chetouane nous informera qu'un réseau d'agents agréés est en cours de développement dans les principales régions du pays. Trois sites sont déjà opérationnels à Annaba, Oran et Ain Defla et assurent l'ensemble des prestations qui incombent à une concession automobile, à savoir la vente de véhicules neufs, la vente de pièce de rechange ainsi que des ateliers d'entretien et de réparation. Pour la région d'Alger, le service après-vente est assuré au niveau des structures de l'entreprise à Bab El Oued (Triplet). La gamme



Lada commercialisée en Algérie se compose de trois modèles, Priora, Kalina et Niva. Abordant la qualité de production de ces véhicules, le responsable de ANS nous révélera que l'usine de Russie a connu une modernisation soutenue depuis le rachat d'une partie des actions du groupe par l'Alliance Renault Nissan et le renouvellement de ses installations de production. La Lada Kalina, une berline en version 4 et 5 portes, propose une dotation riche et variée d'équipements de confort et de sécurité selon les niveaux de finition, climatisation, verrouillage centralisée des ouvrants, ABS, airbag, vitres électriques, anti-démarrage électronique... Elle est équipée d'un moteur essence EuroV de 1.4 L de cylindrée et développant une puissance de 89 ch. La Priora est déclinée en versions 5 portes et 5 portes break avec un large choix d'équipements de sécurité et de bien-être à bord. Son moteur essence de 1.6 L de cylindrée délivre une puissance de 97 ch.

De son côté, le 4x4 Niva a subi 250 modifications par rapport à l'ancienne version. Certes peu de changement sur l'aspect extérieur de la voiture qui reste conforme au style originel, mais une pléthore de réajustements techniques visant à améliorer le comportement routier et la



stabilité, voies avant élargies, amortisseurs modernisés alignés sur les roues, nouvel embrayage, nouvelle pompe à eau, boîte de transfert de nouvelle génération...

En tout état de cause, les passionnés d'automobile en Algérie retiendront pour longtemps les performances remarquables de l'incroyable Lada Niva. Un 4x4 pur et dur qui rappelle par la simplicité de son design et la compacité de sa structure la mythique Jeep Willys. Des capacités de franchissement qui avaient, rappelons-le, épaté les concurrents du Paris Dakar des années 80 et qui ont su séduire des milliers de clients algériens. Des exemplaires continuent toujours à crapahuter sur les pistes et les routes du pays et qui sont, si besoin est, un argument convaincant de la résistance et la solidité de ce véhicule et de son adaptation à des conditions de route extrêmes.

Des nouveautés sont annoncées pour l'année prochaine et qui viendront diversifier encore davantage l'offre de Lada en Algérie.

Tarifs des véhicules :

- Lada Kalina à partir de 965 000 DA TTC
- Lada Priora à partir de 1 040 000 DA TTC
- Lada Niva à partir de 1 050 000 DA TTC.

B. Bellil