

## FORD FOCUS La voiture la plus vendue au monde



La troisième génération de Focus est le porte-drapeau de la stratégie «One Ford», qui consiste, pour la marque américaine, à proposer le même véhicule sur tous les continents. Et la formule est payante puisque la Focus, à la base typiquement européenne, est devenue un best-seller mondial, volant le titre de voiture la plus vendue de la planète à la Toyota Corolla. L'auto a été présentée en janvier 2010 au Salon de Detroit. Elle a d'abord été lancée aux USA, elle est arrivée dans les concessions européennes en mars 2011, un peu tard pour être sur la plus haute marche dès cette année là. Elle s'était placée tout de même deuxième, avec près de 900.000 unités écoulées, derrière la compacte japonaise. La Focus a donc dû attendre le bilan de 2012 pour recevoir le titre de voiture la plus vendue au monde. 1 014 965 exemplaires avaient été écoulés à travers la planète, et l'auto a fait encore mieux en 2013 ! Selon les chiffres publiés par Ford, les ventes globales ont augmenté de 8,1% pour atteindre 1 097 618 exemplaires. La baisse des ventes rencontrée sur plusieurs mar-

chés, toujours logique passé l'effet nouveauté, a été compensée par la montée en puissance de l'auto en Chine. Dans l'Empire du Milieu, les ventes sont passées de 268 324 véhicules en 2012 à 403 219 en 2013 ! Actuellement, une Focus sur trois est donc immatriculée en Chine.

La compacte de l'ovale bleu devrait faire encore mieux en 2014, elle vient d'être restylée en profondeur à l'occasion du Salon de Genève. La Focus a mis à jour son équipement et son offre moteurs, mais a aussi et surtout adopté une robe plus attirante. Avec son look plus moderne, elle devrait se relancer en Europe. L'année dernière, la Focus ne s'est vendue «qu'à 224 000 exemplaires sur le Vieux continent», et était largement distancée par la Volkswagen Golf (470 000 immatriculations) (voir le top 10 des ventes en Europe). La firme américaine présentera dans quelques jours au Salon de New York la version rajeunie de la déclinaison quatre portes, destinée en priorité au marché américain. Dans plusieurs mois, Ford renouvellera la version sportive ST.

## KIA CARNIVAL Evolution et montée en gamme



La troisième génération du Carnival qui fera ses débuts au Salon de New York, le 18 avril, est un expert dans le transport de troupes, il propose huit places à son bord. Pour continuer de séduire, l'équipe design de Peter Schreyer s'est donc penchée sur son cas pour faire évoluer le design. Sur ce que l'on peut voir sur cette première image, le Carnival semble assez séduisant. La face avant devrait être assez proche du Carens, le petit monospace vendu en Europe. Ce qui marque le plus sur le nouveau Carnival, c'est la large surface vitrée latérale. Elle débute

à l'avant, derrière un montant fin pour s'étaler tout le long du monospace sans coupure.

Le montant arrière semble astucieusement dissimulé. Sous son capot, pour le marché américain, on trouve un V6 essence de 3,3l.

On sait également qu'il repose sur une nouvelle plateforme, de quoi lui donner quelques prétentions dynamiques. Comme on le voit, avec quelques réglages spécifiques de suspensions et un moteur diesel, le nouveau Carnival ferait aisément un bon concurrent (au moins sur le papier) au prochain Espace.

## RÉSULTATS DU 1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2014

# La descente aux abysses s'accélère

*La spirale du déclin s'accélère, le marché de l'automobile en Algérie est dans tous ses états, les signaux d'alerte s'allument, annonçant une année de disette et de vaches maigres.*

Les chiffres du 1<sup>er</sup> trimestre de l'année en cours tombent, confirmant ainsi la tendance à la baisse déjà annoncée par les observateurs. Près de 30% de recul est enregistré, et un volume global qui passe de 120 000 en 2013 à 85 000 ventes durant les 3 premiers mois de 2014. A l'évidence, on est loin de l'euphorie de l'année 2012 et de ses chiffres étourdissants, mais qui ne serait, en tout état de cause, être une référence pour des prévisions objectives de développement tant elle ne reflétait nullement la réalité du marché local et de ses potentialités intrinsèques.

La première indication qui se dégage de ces résultats, c'est le retour de Renault en haut de l'affiche en dépit d'un recul (-17%) de ses ventes par rapport à l'exercice dernier (13 884 au lieu de 16 858 en 2013). L'autre observation qui s'impose, c'est une baisse généralisée des performances commerciales de la plupart des concessionnaires, à l'exception d'une poignée qui a su remonter avec succès le fort courant descendant, à l'image de Hyundai qui a vu ses résultats échapper miraculeusement à la malédiction de la tendance et enregistrer 11 746 ventes, soit une progression de +11%. C'est aussi le cas de KIA qui voit ses chiffres évoluer de 4 335 en 2013 à 6 327 et une progression de +45% ainsi que



Photos : DR

Nissan qui passe de 3 995 en 2013 à 5 050 pour un taux de +26%. Dans le camp des infortunés, c'est la marque française Peugeot qui fait la plus lourde dégringolade, ses ventes chutent de 27 790 au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2013 à 9 393 pour la même période en 2014, soit un taux de -66%. Elle est talonnée par Dacia qui enregistre une baisse de -51% pour un volume de 7 860 unités écoulées. Côté modèles, la palme de leader du trimestre revient à Hyundai Accent qui a réalisé un score exceptionnel de 8 201 unités vendues et s'adjuge le statut de produit phare de la marque en Algérie avec près de 70% des ventes globales. Un succès qui se poursuit et qui surprend dès lors qu'il s'agit d'un véhicule en fin de vie et dont les derniers exemplaires de sa production internationale se trouvent exclusivement en Algérie. Le numéro deux du podium reste l'inénarrable Toyota Hilux qui a totalisé 4 577 ventes et plus de 50% des réalisations glo-

bales de la marque japonaise dans notre pays. Il est suivi de l'incontournable Dacia Logan avec 4 179 ventes et une domination écrasante des performances de la marque sur le marché local, +60%.

Cela étant, les résultats du 1<sup>er</sup> trimestre traduisent une inquiétude légitime et amplement justifiée de la part des concessionnaires, d'autant que ces performances interviennent au lendemain du Salon d'Alger, un rendez-vous tant attendu pour ses promesses de ventes traditionnelles, mais qui a failli cette année à ses «engagements». Dès sa clôture, la déception se lisait sur tous les visages, les signes d'un lendemain déchantant qui accentuent encore davantage les prévisions les plus pessimistes. Des ventes bien en deçà des espérances malgré le niveau historique des remises proposées aux clients.

Le moi d'avril avec l'incertitude ambiante dû à l'élection présidentielle ne semble pas annonciateur de bons augures...

B. Bellil

## Top 10 du 1<sup>er</sup> trimestre 2014

Renault revient

1- Renault	(16 858)	13 884	(-17%)
2- Hyundai	(10 574)	11 746	(+11%)
3- Peugeot	(27 790)	9 393	(-66%)
4- Toyota	(10 626)	9 066	(-14%)
5- Dacia	(16 340)	7 860	(-51%)
6- Volkswagen	(8 324)	6 399	(-23%)
7- KIA	(4 335)	6 327	(+45%)
8- Seat	(7 501)	5 251	(-29%)
9- Nissan	(3 995)	5 050	(+26%)
10- Chevrolet	(5 941)	4 374	(-26%)

## Top 5 de mars 2014

Renault revient  
en force

1- Renault	6 579	(+32%)
2- Dacia	4 062	(+55,9%)
3- Hyundai	4 025	(+08%)
4- Peugeot	4 023	(+32%)
5- Nissan	2 548	(+69%)

## Meilleures ventes par modèle

1<sup>er</sup> trimestre 2014

1- Hyundai Accent	8 201
2- Toyota Hilux	4 577
3- Dacia Logan	4 179
4- Renault Symbol	4 032
5- KIA Picanto	3 629
6- Seat Ibiza	3 359
7- VW Polo	2 460
8- Toyota Yaris	2 227
9- Peugeot 208	2 157
10- Peugeot 301	2 079

## Meilleures ventes par modèle

Mars 2014

1- Hyundai Accent	2 211	(-20%)
2- Renault Symbol	2 102	(+43%)
3- Dacia Logan	2 059	(+50%)
4- KIA Picanto	1 274	(+02%)
5- Seat Ibiza	1 185	(+34%)