PRESSE AUTOMOBILE EN ALGÉRIE

Aux origines d'une aventure

Il est incontestablement le pionnier de la presse algérienne spécialisée dans le domaine de l'automobile. Un pionnier qui a investi le terrain avec des moyens, certes modestes, mais des ambitions d'un rubriquage visionnaire. Lui c'est *L'Automobile Magazine*, le premier journal spécialisé dans notre pays. Une aventure entamée en 1993 par deux journalistes, Neguib Hammouche et Brahim Mezioud, qui étaient présents à toutes les phases de la conception d'un titre, rédaction, conception et maquette, montage et suivi de l'impression. Selon M. Hammouche, qui est en même temps gérant de l'entreprise éditrice Com Press Sarl, «la réalisation de chaque numéro relevait du miracle tant l'environnement était peu favorable à une telle expérience. A commencer par la collecte de l'information. On était loin de la richesse actuelle des intervenants dans le secteur de l'automobile. Le seul concessionnaire installé à l'époque, le sud-coréen Daewoo». Concernant l'origine de la diversité des informations qui étaient publiées, notre interlocuteur signalera : « L'activité locale était organisée autour des importations à la fois du seul concessionnaire Daewoo, ainsi que des nombreux importateurs de véhicules neufs et d'occasion qui foisonnaient encore et qui intervenaient pour une bonne part dans l'enrichissement et le renouvellement du parc automobile algérien.»

Il s'avère à l'évidence que ce contexte est loin d'encourager la pérennité d'un titre spécialisé dans ce domaine, d'autant que les ressources financières, censées provenir de partenaires annonceurs, se limitaient, toujours selon M. Hammouche, à «des contributions de Daewoo et de quelques revendeurs et importateurs de véhicules ou de pièces de rechange et d'accessoires».

L'Automobile Magazine, un tabloïde avec couverture en couleur édité mensuellement dans une première phase est structuré autour de plusieurs rubriques. On en citera «Banc d'Essai» qui aborde dans l'un des numéros que nous avons consultés la Punto, «une voiture plus que jamais Fiat», alors que dans la rubrique des brèves, on peut lire que «les Toyota en route. Une société d'exploitation Limited dénommée Jameel Algérie est constituée (en 1993) en vue d'exercer une activité de concessionnaire non exclusif». Une autre information fait état de l'initiative des «Aswak de Tipasa d'inaugurer un atelier d'entretien et de maintenance pour les automobilistes de passage sur cet axe routier. Plusieurs prestations sont offertes, vidange, graissage, réparations mécaniques diverses…» Ou aussi cette brève sur le déblocage de la situation des 550 véhicules de Daewoo immobilisés pendant huit mois dans le port d'Alger…

Ajoutons à cela la rubrique des conseils pratiques, des prix du neuf et la cote de l'occasion, des nouvelles énergies, de la moto...

L'aventure de *L'Automobile Magazine* prendra fin près de 16 mois après son lancement.

B. B.

ENTRETIEN AVEC DETLEF JENTER, RESPONSABLE DE COMMUNICATION PRODUIT CHEZ FORD EUROPE :

«Le Ranger, un véhicule moderne et adapté aux attentes de nos clients»

Rencontré lors des essais du nouveau Ford Ranger, Detlef Jenter, responsable communication produit, nous a livré ses impressions sur ce véhicule modernisé et américanisé qui apporte de nouvelles innovations dans le segment. L'occasion pour nous de lui poser quelques questions sur la nouvelle orientation du constructeur américain.

Le nouveau Ford Ranger plus athlétique et plus dynamique.

Photos : DR

Quelles sont les évolutions essentielles du nouveau Ranger ?

Plus qu'une évolution, le nouveau Ranger est une mutation profonde. Une carrosserie entièrement redessinée, des dimensions en évolution, une cabine plus spacieuse, un confort sensiblement amélioré et des équipements technologiques plus importants et dont certains inédits dans le segment. C'est un véhicule moderne qui s'adapte parfaitement aux attentes des clients dans toutes les régions du monde et qui propose désormais des équipements de sécurité de premier plan qu'on ne retrouve pas chez la concurrence. Il faut surtout souligner qu'il est le premier pick-up à remporter les 5 étoiles des crashs tests de l'Euro-NCAP.

M. D. Jenter.

Cette évolution qualitative importante ne pourrait-elle pas signifier un rapprochement plus de la berline que de l'utilitaire au sens basique ?

La conception du nouveau Ranger a obéi à un souci majeur, celui d'être à la hauteur des exigences de nos clients. S'il est vrai qu'il se distingue actuellement par une importante dotation en équipements de confort et d'innovations technologiques habituellement disponibles sur les véhicules particuliers, il est tout aussi vrai que ses capacités de chargement et de franchissement ont également été améliorées et développées pour convaincre les plus exigeants. C'est en réalité un compromis entre le souci de sécurité et de confort et une utilisation dans les conditions les plus extrêmes. La diversité des versions proposées et des niveaux de finition confirme la volonté de Ford de répondre aux besoins des uns et des autres par des propositions adaptées.

Quel sens donneriez-vous à cette similitude du design avec le modèle F 150 disponible aux Etats-Unis ?

L'explication de cette ressemblance est le fruit d'un travail concerté avec le bureau de design de Ford en Australie et d'une référence avec un modèle à succès aux Etats-Unis. Plusieurs éléments du style américain ont, en effet, été repris dans la conception du nouveau Ranger, notamment cette allure dynamique et expressément agressive qui plaît beaucoup. Un style qui favorise clairement et en même temps le confort et la richesse des équipements à bord et des grandes capacités de traction et de chargement.

Propos recueillis par B. Bellil

RENAULT TALISMAN

La tentation du haut de gamme

Pour l'instant chapeautée par la Latitude, la gamme Renault va se doter d'un porte-drapeau plus imposant, baptisé Talisman. Une longue berline qui cible surtout la Chine, où elle fait sa première apparition.

Cruelle comparaison : alors que Volkswagen a écoulé près de 1,72 million d'exemplaires en Chine l'an dernier, les ventes de Renault n'ont pas dépassé 24 275 unités.

A défaut de pouvoir rattraper ce retard, la marque au losange compte donc doubler sa diffusion d'ici à 2013. Pour ce faire, la marque mise notamment sur une grande berline, la Talisman, dévoilée lors du Salon de Pékin. Comme les Fluence, Koleos ou Latitude, il s'agit d'une Samsung rebadgée. Mais cette fois, c'est le haut de gamme SM7 (quatrième image) du constructeur coréen qui a fourni ses soubassements et la majorité de ses panneaux de carrosserie.

NOUVEAUTÉS

FORD ECOSPORT

La version finale prête

Pour les constructeurs, les nouveaux outils d'imagerie génèrent de fabuleuses économies en termes de communication. Le nouveau Ford Ecosport en est la démonstration. Présenté sous forme de concept au Salon de New Delhi en janvier, ce petit crossover revient sous sa forme définitive à Pékin. Entre les images publiées par Ford, en janvier, et celles de mars, seuls quelques petits clics de souris font la différence : présentée sur le même fond, l'auto se contente de changer de couleur et d'adopter des roues un peu plus petites (16 pouces pour le modèle Titanium), des optiques dépourvues de diodes et un cache pour la roue de secours.

A ce jour, on ignore encore si Ford compte revendre ses clichés au journal de Mickey pour son traditionnel jeu des sept erreurs. On peut au moins reconnaître à la marque américaine un certain professionnalisme qui n'est pas partagé par tous les constructeurs. Pour son nouveau SUV Urus, Lamborghini a, en effet, diffusé des images d'un modèle roulant sans conducteur à son volant…

Le lancement du nouveau modèle est l'occasion de grappiller quelques nouvelles informations à son sujet, même si Ford se refuse toujours à publier ses dimensions. On sait désormais qu'il affiche un Cx de 0,365, un score assez moyen, même pour un SUV. A l'intérieur, l'Ecosport dispose d'une vingtaine de litres de rangement.

VW NEW LAVIDA

Une berline pour la Chine

Volkswagen a présenté sa New Lavida lors du début du Salon de Pékin. Succédant au modèle lancé en 2008, cette compacte doit accroître l'influence de la marque de Wolfsburg en Chine.

La New Lavida a été dévoilée à l'occasion de l'ouverture du Salon de Pékin. Elle doit prendre la suite du modèle qui avait été lancé en juin 2008 à destination du marché chinois.

Après quatre ans de carrière, la compacte allemande bénéficie de la nouvelle philosophie de design de VW, baptisée «design DNA», dans la droite lignée de la nouvelle Passat.

La New Lavida est rendue disponible avec trois motorisations différentes et quatre niveaux de finition. La version d'entrée de gamme propose un ensemble de technologies au service de la sécurité comme l'ABS, l'ESP et les airbags frontaux. Conçue pour les besoins des clients chinois, la nouveauté de la marque de Wolfsburg bénéficie des technologies les plus avancées, d'une ligne intemporelle, d'une habitabilité de premier choix et d'un bon rapport qualité/prix, selon le constructeur allemand. A l'instar de sa devancière, la New Lavida pourrait être assemblée par la Shanghai Volkswagen Automotive, joint-venture entre la Shanghai Automobile Industry Corporation (SAIC) et le groupe Volkswagen.