

BRÈVES... BRÈVES... BRÈVES

## «CHRONO DAYS» Les offres alléchantes de Renault

Renault Algérie lance une nouvelle opération marketing baptisée «Chrono Days» qui s'étale du 17 au 31 juillet avec un nombre limité sur trois modèles, Nouvelle Clio, Captur et Symbol. Dans sa campagne e-mailing,

Renault Algérie annonce qu'un nombre limité à 300 unités de la nouvelle Clio proposée seulement à 1 395 000 TTC, 30 Renault Captur à 1 669 000 DA TTC et seulement 40 Renault Symbol au prix de 1 171 000 DA TTC, taxe VN comprise, sont disponibles, avec livraison immédiate, dans tout le réseau Renault Algérie.



## AUDI QUATTRO 6 millions déjà



Audi fête fièrement le 6 000 000<sup>e</sup> véhicule quattro sorti de ses chaînes de production.

Si Audi a réussi à se hisser au niveau de BMW et de Mercedes dans le rang des constructeurs premium allemands, c'est grâce à une fine stratégie mise en place par Ferdinand Piech à la fin des années 70. Grâce à des choix technologiques soignés, une implication en sport automobile et une transformation du style, Audi a complètement changé de statut en seulement 20 ans.

La technologie «quattro» (sans «Q» majuscule, paraît-il) a largement contribué à ce changement d'image. La marque aux anneaux faisait de la transmission intégrale son principal cheval de bataille, en la déclinant sur tous les modèles de la gamme au fil des décennies. Aujourd'hui, Audi arrive au chiffre impressionnant de six millions de véhicules quattro produits au total.

A noter que le 6 000 000<sup>e</sup> exemplaire sorti de l'usine était un SQ5 destiné au marché américain, et que ce Q5 reste le modèle quattro le plus vendu sur la planète.

## VESTA CONCEPT Une révolution chez Lada



Après avoir dévoilé son nom en mars dernier, Lada présente une première photo de sa nouvelle berline destinée à remplacer la vieille Priora. Après le 4x4 XRAY remarqué l'an dernier au Salon de Moscou, c'est le deuxième modèle du plan produit dévoilé parmi les six attendus. Lada vient de présenter une première photo de sa future berline tricorps remplaçante de l'actuelle Priora : la Vesta.

Le Concept Vesta sera officiellement dévoilé le 27 août lors de l'ouverture du Salon de Moscou 2014. En attendant, le constructeur russe nous fait patienter avec une première photo teasing nous permettant d'observer le tournant abordé par la marque, en termes de style mais aussi de qualité.

La Vesta doit son design à Steve Mattin, ancien designer de Volvo et Mercedes. Elle représente un pas en avant supplémentaire dans le repositionnement de la marque, qui cherche clairement à monter en gamme et prendre sa part dans le marché russe. Rappelons que AvtoVAZ, le premier constructeur russe, est récemment passé sous le contrôle de l'alliance Renault-Nissan.

## TRANSFERT DANS SON NOUVEAU SIÈGE

# Un challenge qualité pour Skoda

Quelques jours après le transfert des activités de Seat dans ses nouveaux locaux flambant neuf sur les hauteurs d'Alger, c'est au tour de l'autre marque du groupe Sovac, en l'occurrence Skoda, de rejoindre ses nouveaux quartiers sur le nouveau site des Dunes inauguré dernièrement et qui intègre désormais toutes les activités commerciales et techniques des deux marques citées ainsi que celles de Volkswagen utilitaire qui s'érige elle aussi en département autonome.

L'inauguration de cette structure s'est effectuée lors d'une soirée ramadhane en pré-



Photos : DR

résultats dynamiques qui reflètent l'image de fiabilité que véhicule avec force une gamme rajeunie, modernisée et adaptée aux besoins d'une clientèle séduite par le style du label germano-tchèque. M. Oulmi relèvera aussi l'évolution importante connue par les véhicules Skoda sur les plans technologique et du

dans des espaces de convivialité et de détente tout en observant à travers une baie vitrée l'activité des ateliers d'entretien et de maintenance.

Le service après-vente occupe une superficie de 885 m<sup>2</sup> et une dizaine de ponts dédiés aux opérations de maintenance et d'entretien ainsi qu'au service rapide. Cet atelier est doté des équipements les plus sophistiqués et géré par des compétences nationales formées aux technologies spécifiques de la marque et par des ingénieurs et techniciens dépêchés par le constructeur.

Dans la stratégie de développement de Skoda, une priorité est accordée à la qualité des prestations offertes aux clients tant au plan des services commerciaux que l'après-vente et à son amélioration continue. Sur le plan international, Skoda organise une émulation entre les membres de son réseau de concessionnaires, appelée «Challenge Service Skoda», dont la 4<sup>e</sup> édition a vu la participation de 140 finalistes venus de 33 pays. L'Algérie y a décroché la 2<sup>e</sup> place au niveau mondial dans la catégorie pièces de rechange.

B. Bellil



sence des représentants de la presse et du P-DG du groupe, Mourad Oulmi, qui n'a pas manqué de rappeler les performances commerciales de la marque Skoda ces derniers temps et qui lui ont permis de figurer parmi les meilleures ventes au niveau national. Avec 6 182 unités écoulées durant le premier semestre 2014 et un taux de progression qui dépasse les +16%, Skoda affiche des

design. Il précisera surtout que les «véhicules Skoda enregistrent le plus faible retour en garantie du groupe».

La nouvelle structure de Skoda se compose d'un showroom s'étendant sur une surface de 310 m<sup>2</sup> et qui arbore en première nationale la nouvelle identité visuelle de la marque et où les véhicules exposés sont bien mis en valeur. Une mezzanine de 140 m<sup>2</sup> accueille les clients

## NOUVELLE SKODA FABIA

# Un design moderne et dynamique

La troisième génération de la nouvelle Škoda Fabia reprend de nombreux éléments de design dévoilés sur le concept Škoda VisionC ; une automobile expressive, moderne et dynamique, un design équilibré avec des proportions harmonieuses grâce à une voiture plus basse et plus large. Elle propose aussi une possibilité de personnalisation avec un concept de design intérieur inédit, moderne, dynamique et émotionnelle ; la nouvelle Škoda Fabia va bientôt défiler sur les podiums des grands salons automobiles. Cette première esquisse dévoile une voiture jeune, urbaine et craquante. L'ADN de Škoda est palpable dans cette voiture pleine de caractère. Pour la première fois sur un véhicule de série, on retrouve des éléments tirés du concept-car Škoda VisionC. Le centre de Design a associé l'équipe Škoda



Motorsport pour l'élaboration du dessin final de l'auto.

Ces deux entités ont travaillé de concert pour rendre cette troisième génération de Škoda Fabia plus dynamique et moderne. Ses formes sont soignées, accordant parfaitement détails cristallins et lignes tendues.

La nouvelle Fabia berline se caractérise par ses proportions justes et équilibrées. Cette troisième génération est 9 cm plus

large et 3 cm plus basse que son aînée. Pour la première fois, la Škoda Fabia propose un intérieur personnalisable, avec de nombreuses options offertes pour créer sa propre voiture.

La toute nouvelle Škoda Fabia est une étape importante dans la plus grande campagne produite de l'histoire de la firme tchèque, montrant une fois de plus les ambitions du constructeur.