

ESSAI

NOUVELLE HYUNDAI I40

De solides atouts pour convaincre

Un style en nette évolution, des lignes douces, un design moderne qui marque incontestablement une rupture par rapport aux habitudes de la maison sud-coréenne. La i40 représente sans aucun doute le renouveau stylistique amorcé depuis quelque temps par ce constructeur dont les ambitions hégémoniques mondiales ne sont plus à démontrer.



Un design en nette évolution et un style qui séduit.

On est bien loin de l'architecture rigarde des anciens modèles badgés Hyundai. Il est évident que des investissements importants ont été engagés pour élever le style de Hyundai aux nouveaux standards appliqués par la concurrence. Les centres de recherche et de développement de la marque implantés dans plusieurs régions du monde ont mis au point un nouveau style appelé «Fluidic Sculpture» qui résume dans ses multiples expressions la volonté de la firme de se hisser au niveau des meilleurs constructeurs automobiles mondiaux. Un style qui a fait sortir définitivement Hyundai de l'anonymat et la positionne désormais comme référence en matière de fiabilité et d'endurance. La nouvelle i40 s'inscrit donc dans cette perspective et se dote d'une architecture séduisante qui ne laisse guère indifférents. Les têtes se tournent sur son passage et certains osent même la question : «C'est un nouveau modèle de Hyundai ?» Pourtant, la i40 est commercialisée en

Algérie depuis quelque temps déjà. Est-ce à dire qu'elle n'a pas bénéficié des mêmes promotions que le reste de la gamme distribuée par le représentant de la marque, Hyundai Motors Algérie, une filiale du groupe Cevital ? D'autant qu'elle jouit d'un positionnement favorable dans son segment face à des concurrentes qui ne lésinent pas sur les moyens pour séduire une clientèle exigeante.

Une dotation haut de gamme

La i40 n'a en tout état de cause pas à en rougir. Elle arbore dans sa version berline 4 portes, un style statuaire largement plébiscité par la clientèle de cette catégorie tant des entreprises et institutions de l'Etat que des particuliers. Les responsables du marketing de HMA en sont conscients et entendent lui rendre les honneurs qui lui reviennent de droit. On nous annonce déjà un regain de ses ventes au cours de ces derniers en dépit du blocage instauré

par les pouvoirs publics sur l'activité automobile dans notre pays.

La i40 se distingue par une face avant attirante avec sa calandre en



Les attributs de la modernité et de la connectivité ne manquent pas à bord de la i40.

forme hexagonale encadrée par des projecteurs antibrouillard surdimensionnés, des feux diurnes à LED à la signature originale en signe de circonflexe qu'on ne peut rater. A l'arrière, les feux travaillés s'étirent sur les flancs et confèrent à la voiture une allure tout aussi statuaire que la proue. Le profil est fluide avec un pavillon aux lignes particulièrement douces. Le coffre à bagages offre des capacités de chargement respectables.

Dans l'habitacle, la berline de charme de Hyundai propose à ses occupants un confort digne des modèles de segments supérieurs. Une sellerie cuir aux formes accueillantes aussi bien à l'avant qu'à l'arrière et en plus avec une

multitude de réglages notamment pour le conducteur et son passager avant. L'habitabilité est tout simplement royale. L'empattement de 2,77 m s'est naturellement exprimé par une grande générosité en espace aux jambes et de bien-être à bord. Et dès l'installation, on est agréablement surpris par une douce mélodie qui précède la mise en contact avec une avancée ou le recul automatique du siège électrique et qui offre ainsi un large accès au conducteur.

Une qualité de finition remarquable

La planche de bord au design élégant privilégie clairement l'ergonomie dans l'utilisation des différentes commandes de confort et de sécurité et bénéficie dans sa conception de matériaux de bonne facture agréable au regard et au toucher. Une qualité de fabrication et de finition qui confirme l'évolution chez Hyundai et renseigne sur les ambitions de conquête de nouvelles parts de marché aussi bien en Algérie qu'à travers le monde. On ajoutera également l'ambiance nuit bleutée qui ne manque pas d'effet sur les passagers du véhicule. On y trouve par ailleurs une multitude de rangements disséminés dans les coins et les recoins de l'habitacle, bacs de portières, bacs sous l'accoudoir avant et profond porte-lunettes, boîte à gants, etc.

Côté équipements, on ne s'attardera pas sur les fondamentaux de ce segment, mais on citera néanmoins les aides au stationnement avant et arrière, le frein de parking électrique, le régulateur de vitesses, la climatisation automatique bi-zone, un système audio de haute performance, les sièges en cuir, les feux avant xénon, le système de démarrage sans clé... Sous le capot, on découvre un bloc diesel de 1.6 l de cylindrée développant une puissance de l'ordre de 136 ch pour un couple maxi de 330 Nm dès

2 000 tr/mn et qui offre à la voiture des performances appréciables et une agilité qui lui permet de se dégager correctement des situations les plus complexes de la conduite sur nos routes surchargées sur lesquelles sévissent impunément des délinquants de la route. Ce bloc est associé à une boîte de vitesses manuelle ou automatique de 6 rapports. Sur la route, notre i40 d'essai se révèle d'une grande souplesse avec des reprises qui autorisent allègrement des dépassements sécurisés, sa direction précise dans les trajectoires pêche toutefois par un rayon de braquage un tant soit peu réduit qui n'arrange pas les manœuvres dans certaines situations urbaines exigües. Un agrément de conduite et une stabilité en courbes rendent un long voyage à bord de la i40 des plus plaisants.

Proposée à des prix à partir de 2 714 000 DA TTC, cette berline, disponible



La planche de bord apporte une note d'élégance et d'ergonomie supplémentaire dans le bien-être à bord.



La partie arrière dégage autant qu'à l'avant une allure statuaire tant recherchée par les clients de ce segment.

également en version SW dispose d'un argumentaire solide et convaincant pour se frayer une bonne place dans ce segment à forte concurrence.

B. Bellil

SKODA/SOVAC

Une gamme «Edition» à l'honneur

La marque tchèque poursuit l'effort de diversification de son offre en Algérie avec la commercialisation d'une nouvelle série limitée baptisée «Edition» et qui se propose de fêter un double anniversaire.

En effet, dans un communiqué parvenu à notre rédaction, le représentant de la marque et du groupe Volkswagen, la société Sovac, précise que cette déclinaison intervient pour rappeler deux événements majeurs dans la vie de l'entreprise, à savoir l'anniversaire de sa création en 1895, soit une existence de plus de 120 ans et celui de la sortie de ses usines de la toute première «Voiturette A» en l'an 1905.



Cette offre «Edition» est d'ores et déjà proposée sur les modèles Rapid, Rapid Spaceback, Octavia et Yeti. Elle s'exprime à travers des équipements supplémentaires aussi bien en confort que sécurité et serait surtout selon le communiqué, l'expression «de la volonté du constructeur et son engagement à être toujours à l'écoute de son client là où il se trouve».

Pour le modèle Rapid, Sovac propose en plus de la dotation de série, une climatisation «Climatronic» à régulation électronique, le pack xénon, des projecteurs antibrouillard avant avec fonction corner light, une inscription décorative «Edition», une boîte à gants réfrigérée... De son côté, le Yeti «Edition» se distingue par des spécificités telles que la climatisation automatique bi-zone, le pommeau de levier de vitesse avec le logo «Edition», des phares bi-xénon, des feux de jour à LED, des jantes en alliage léger «Annapurna», un intérieur avec sellerie black et surpiques grises... Dans son communiqué, le concessionnaire rappelle également que «depuis qu'elle a rejoint le Groupe Volkswagen en 1991, la marque Skoda a enregistré une progression très importante. Le renouveau de la légendaire entreprise automobile a été aussi rapide qu'impressionnant : initialement très ancrée au cœur de l'Europe, la marque s'est transformée en constructeur mondial de premier plan, proposant aujourd'hui sept gammes de voitures et plus de 40 versions différentes. En 2014, pour la première fois de son histoire, Skoda a franchi le cap du million de véhicules produits et commercialisés sur une année. En 2014, les ventes mondiales ont atteint un chiffre record de 1,04 million.

Le constructeur tchèque a déployé sa stratégie de croissance non seulement en Europe, mais également sur les marchés internationaux à forte croissance. En Algérie, la marque Skoda figure désormais dans les Top Ten des ventes».

- Les prix de ces nouvelles offres sont :
- Skoda Rapid Edition 1.6 TDI : 1 899 000 DA TTC
- Skoda Rapid Spaceback Edition 1.6 TDI : 1 899 000 DA TTC
- Skoda Octavia Edition 2.0 TDI : 2 499 000 DA TTC
- Skoda Yeti 4x4 Edition 2.0 TDI : 2 599 000 DA TTC

L. S. A.



VOLKSWAGEN

Recul des ventes en 2015

Lorsque la grande crise a touché de plein fouet le marché de l'automobile fin 2007, le groupe Volkswagen s'est particulièrement bien défendu face à la baisse générale des ventes en Europe et dans le reste du monde. Le géant allemand a même continué de croître, au point de devenir le principal challenger de Toyota pour le titre de «plus grand constructeur automobile du monde». En 2014, Volkswagen s'est finalement contenté de la deuxième place mondiale juste derrière le groupe japonais. Aux dernières nouvelles, les prévisions pour 2015 laissent penser à un changement de l'ordre en tête avec un léger ralentissement pour Toyota et une croissance continue pour Volkswagen.

Mais l'année 2015 ne s'annonce pas si facile que ça pour Volkswagen. Le géant allemand est toujours à un niveau de ventes très élevé. Mais pour la première fois depuis l'année 2010, le constructeur allemand vient de publier des chiffres de vente en baisse pour le dernier mois d'avril. Le groupe Volkswagen enregistre en effet une baisse de 1,3% dans le monde sur cette période, avec «seulement» 853 200 unités écoulées sur la planète. Un



recul principalement dû à la marque Volkswagen seule, qui recule de 4,8% sur le mois d'avril. La marque est toujours en délicatesse aux Etats-Unis (recul de 7,5% sur ce seul marché), alors que le marché sud-américain est en chute libre à -19,4%. Volkswagen résiste pourtant bien en Europe avec une hausse de 2,4% constatée en avril. Concernant les autres marques du groupe, tout va bien. Audi est à +2,5%, Skoda est à +2,8% et Porsche affiche une hausse hallucinante de 32% grâce au Macan. Mais depuis le début de l'année, la marque Volkswagen signe une

baisse de 2,2% et le groupe entier n'est plus qu'en hausse de 1%. Bref, la conquête de la première place dans le monde risque d'être plus compliquée que prévu à obtenir si la marque Volkswagen ne parvient pas à inverser enfin la tendance aux Etats-Unis et à contrôler la baisse en Asie et en Amérique du Sud. Rendez-vous à la fin de l'année pour savoir qui de Volkswagen ou Toyota s'est finalement imposé en 2015. Au chapitre de la marge opérationnelle en tout cas, il paraît que les Japonais sont toujours les rois actuellement.