



BMW/LMW Préparatifs pour le grand retour



Les préparatifs battent leur plein dans les locaux devant abriter prochainement les installations de BMW dans la région de Bordj-El-Kiffan à l'est d'Alger. La société algéro-émirat, Luxury Motors Work (LMW), s'emploie activement à préparer les conditions pour une prise en charge efficace, professionnelle et conforme aux standards de cette marque premium des besoins des clients en matière de vente de véhicules neufs et de service après-vente. Contactée par nos soins, la responsable du marketing et de la communication chez LMW, Nahla Kaddour, souligne : « Nous sommes actuellement en phase de démarrage du service après-vente à Bordj-El-Kiffan, au 114 route de Bordj-El-Bahri. Les clients désirant faire une révision ou ayant besoin de support technique peuvent nous appeler au 021 21 51 28 afin de prendre rendez-vous, et ce, en attendant notre agrément définitif d'importation. »

Abordant les dispositions du nouveau cahier des charges qui sèment le doute au sein de la corporation des concessionnaires automobiles, notre interlocutrice entend apporter la précision suivante : « Les nouvelles dispositions ne nous concernent pas ; tous les modèles BMW et Mini disposent de l'ensemble des équipements de sécurité exigés par cette réglementation. »

A la question de savoir si le GPL et le quota désormais demandé par les pouvoirs publics peuvent être un handicap à la présence de BMW en Algérie, M^{me} Kaddour affirme : « Quoique BMW Group n'ait pas de solution GPL pour le moment, il propose des motorisations électriques et hybrides qui peuvent répondre aux mêmes objectifs, c'est-à-dire une efficacité énergétique améliorée et un impact environnemental réduit. Donc, dans un premier temps, Luxury Motor Works SPA va commencer par introduire une gamme de motorisations au diesel, qui compte pour plus de 90% du marché du premium en Algérie. Dans un second temps, chercher une solution technique en local pour l'adaptation d'une catégorie de motorisation à essence au GPL. »

B. B.

MI COUPÉ, MI BERLINE

Le style original de Hyundai Veloster

Entre une berline classique et un sportif extravagant, Hyundai a préféré jouer la carte de la séduction et de l'étonnement. Un véritable challenge dans un environnement automobile peu enclin à l'originalité. Le Veloster propose de revisiter le concept du coupé avec une offre inhabituelle, une porte sur un flanc et deux sur l'autre. Une berline d'un côté et un coupé de l'autre. Une prétention clairement affichée de ne ressembler à nul autre modèle.

Une architecture générale qui surprend les badauds et ne laisse guère indifférents les initiés. On y voit une sortie osée dans l'industrie automobile sud-coréenne qui connaît une rapide évolution qualitative. Et dès sa première présentation au Salon d'Alger, le Veloster avait, rappelons-le, suscité la curiosité des visiteurs et constitué leur principal centre d'intérêt aux côtés naturellement de la vénérable Accent.

Son design s'inspire de la nouvelle stratégie de la marque qui vise à rehausser l'image de la gamme et se débarrasser définitivement de la mue de banalité stylistique qui lui a longtemps collé à la peau. C'est sans aucun doute le secret de la réussite de ce géant qui passe en l'espace d'une décennie de la 12^e à la 4^e place dans le classement mondial des

constructeurs derrière Toyota, General Motors et Volkswagen. ment, cette nouvelle démarche qui a visé la refondation du style de Hyundai qui a permis la mise sur les marchés internationaux d'une gamme de véhicules modernes et adaptés aux nouvelles attentes de la clientèle dans le domaine du confort, des performances, des équipements, de la sécurité et aussi de la connectivité.

Le Veloster s'inscrit naturellement dans cette optique en apportant une touche d'originalité et de fun, et diversifier encore plus l'offre de ce label. On retrouve ainsi les éléments de style des dernières innovations de Hyundai avec une face avant imposante, des optiques au dessin particulier, une calandre hexagonale chromée et largement expressive sur laquelle trône le logo redimensionné et des projecteurs antibrouillards intégrés au bas du



constructeurs derrière Toyota, General Motors et Volkswagen.

Un renouveau stylistique

Il est loin le temps où les produits Hyundai étaient assimilés à une offre low cost et à la qualité moyenne. Cette fulgurante remontée de la notoriété s'est en effet accompagnée d'une qualité de finition de mieux en mieux élaborée et d'une fiabilité que redoutent désormais les ingénieurs et les concepteurs du leader mondial, le japonais Toyota. Et c'est précisé-

bouclier. Le Veloster se distingue également par un choix de coloris tout aussi inédit que ce concept. A l'arrière, les concepteurs de ce coupé berline ont là aussi joué à fond la carte de l'inédit, à travers un hayon qui largement dominé



Photos : DR

par un toit panoramique qui se prolonge presque jusqu'au bouclier arrière.

Une allure de sportivité

Une allure délibérément sportive, une assise basse et un aérodynamisme prononcé qui situe d'emblée l'approche que doit choisir le conducteur qui accède pour la première dans l'habitacle du Veloster. Les sièges enveloppants et surtout leur basse position contribuent pour leur part à accroître cette sensation de sportivité. La planche de bord s'intègre dans le cadre de cette refondation stylistique globale et arbore un style séduisant avec un écran tactile intégrant une multitude de fonctions, audio et de téléphonie avec un jumelage aisé avec différents supports, téléphone, iPod, etc. Côté équipements, la dotation est suffisamment large pour couvrir l'ensemble des attentes de confort et de sécurité et autres aides à la conduite, climatisation automatique, pléthore d'airbags, ABS, ESP, pédalier en aluminium, lampe de lecture, régulateur de vitesse, toit panoramique, caméra

de recul... Sous le capot, on découvre un bloc unique essence de 1.6 l de cylindrée qui délivre une puissance réelle de 130 Ch. Il est associé à une boîte de vitesses automatique à 6 rapports.

En route, le Veloster, et contrairement à l'impression générale de dynamisme qu'il dégage, est loin d'être un bolide. Son moteur pêche, hélas, par une mollesse déconcertante qui n'arrange guère les choses en situation difficile d'autant que la boîte de vitesses ne fait pas non plus preuve de souplesse dans le passage des rapports et gêne un tant soit peu par des à-coups désagréables. Pour le reste, on relève une tenue de route respectable et un confort paradoxalement bien propre à une sportive. Du côté de Hyundai Motors Algérie, le représentant officiel de la marque coréenne, on nous annonce l'arrivée prochaine d'une nouvelle version équipée d'une motorisation avec turbo de 200 Ch à même de renforcer Veloster dans son ambition de coupé-berline sportif. Son prix de vente débute à 2 100 000 DA TTC.

B. Bellil

SOVAC

Un «printemps» pour la pièce de rechange

C'est l'intitulé de l'opération initiée par le groupe Sovac dans le but d'un meilleur rapprochement entre le client et le service après-vente des différentes marques qu'il représente. Ces portes ouvertes dureront jusqu'au 13 de ce mois de juin et se proposent d'ores et déjà de renseigner les clients sur toutes les questions relatives aux multiples étapes du processus d'accueil et de prise en charge dans le service après-vente. Des remises sur la pièce et la main-d'œuvre sont prévus pour les clients des différents marques commercialisées par Sovac, à savoir Volkswagen, Seat et Skoda. Les clients peuvent en effet profiter gratuitement d'un contrôle de sécurité et de prévention sur leurs véhicules lors de leur passage

en atelier pour une vidange. Aussi, une promotion de 15 à 20% sera disponible durant ces journées portes ouvertes sur plusieurs services d'entretien du véhicule à l'exemple des disques de freins, de la courroie, des amortisseurs, des pneumatiques, de la climatisation... et bien d'autres surprises.

Des promotions seront élargies même à la vente des pièces telles que le kit embrayage et l'alarme.

Des équipes professionnelles seront présentes durant toutes ces journées portes ouvertes pour rencontrer les clients et leur fournir des explications techniques, à titre informatif, sur l'ensemble des questions traitant de l'entretien du véhicule.

AUDI ALGÉRIE

Enfin des prestations premium

La marque Audi du groupe allemand Volkswagen et à travers sa représentation en Algérie, Sovac, entend assumer pleinement ses missions premium vis-à-vis de sa clientèle locale. En effet, un nouveau service est proposé en collaboration avec Algérie Assurance, filiale de la société espagnole, Mapfre.

Au cours d'une conférence de presse, les responsables d'Audi Algérie ont longuement développé les différents aspects de cette nouvelle offre qui consiste à assister le client victime d'un incident technique ou d'une panne quelque part sur notre vaste contrée. C'est un service qui est proposé automatiquement et gratuitement pour les clients de véhicules neufs et reste valable durant toute la période des trois années de garantie.

Pour les autres, l'offre est payante. Une offre complète d'assistance routière opérationnelle 7 jours sur 7 et H24 et qui intègre le remorquage du véhicule du point de sinistre jusqu'au site de réparation Audi le plus proche ainsi qu'une prise en charge du conducteur et de ses passagers, pour l'hébergement ou le transfert vers leur lieu de destination. Et si l'immobilisation du véhicule devait s'étaler dans le temps, Audi Algérie proposera un véhicule de remplacement du même segment ou supérieur. Autrement, cette assistance se charge également des incidents mineurs comme une crevaison, une



panne de carburant, de liquide de refroidissement, de condamnation des portes... En cas d'accident, ce nouveau service prévoit de prendre en charge toutes les opérations liées à l'extraction de la voiture accidentée, à l'envoi de messages aux proches et le rapatriement de la carcasse vers les lieux de dépôt ou de réparation agréées par Audi.

De même qu'il fut question lors de ce point de presse de l'Audi Top Service qui est aussi proposé aux clients algériens. Une prise en charge attentionnée depuis la prise de rendez-vous jusqu'à la livraison en passant par les actions de qualité et le plan d'entretien numérique ou carnet digital qui remplace le carnet d'entretien classique. Un système qui permet de créer et de stocker en format numérique l'historique des différentes opérations d'entretien et de réparation dans une base de données centralisée qui peut être consultée dans tout le réseau Audi en Algérie et dans le monde. Ceci étant, ne serait-ce pas une lapalissade que de parler de premium pour une marque premium ? Est-ce à dire que les clients algériens n'avaient pas jusque-là le privilège de bénéficier de prestations aux normes du constructeur ?

B. B.