

**M. HAKIM BOUTEHRA, DIRECTEUR COMMERCIAL
DE RENAULT ALGÉRIE, AU SOIR D'ALGÉRIE :**

«Le service après-vente, notre préoccupation majeure»

Le marché de l'automobile en Algérie vit en ce moment une conjoncture particulièrement tendue du fait de contraintes diverses liées aussi bien à la situation nationale qu'internationale. Des thèmes que nous avons abordés avec le directeur commercial de Renault Algérie, M. Boutehra. Dans l'entretien qui suit...

Peut-on connaître votre appréciation de l'évolution du marché en Algérie dans ce contexte particulier ?

Une lecture des chiffres globaux des ventes, en dehors de ceux des véhicules chinois dont nous ne disposons pas de données, pour les neuf premiers mois de l'année en cours, nous renseigne sur une franche progression comparative à la même période de l'année dernière, soit un cumul de 112 000 ventes pour un taux de l'ordre de 31,6%. Dans le détail, nous relevons une évolution significative du véhicule particulier avec un taux de 38% alors que l'utilisateur s'est contenté de 7% seulement. De même que nous soulignons la progression du segment du 4x4 qui a vu ses



M. Hakim Boutehra.

progression de l'ordre de 85% alors que le particulier affiche 31% avec une large domination des modèles Clio Classic et Logan suivis de la famille Clio. Nous relevons encore une fois que les petites voitures au rapport prix-équipements le plus attractif constituent aujourd'hui un critère fondamental dans le choix des clients.

Le marché de l'automobile en Algérie a subi une perturbation au milieu de l'été écoulé en raison de l'imposition par l'Etat d'une taxe sur la vente des véhicules neufs. Une mesure qui a été diversement commentée et appréciée. Peut-on connaître votre point de vue ?

Notre position concernant cette question rejoint naturellement celle développée par l'association des concession-

d'emplois tant au niveau des succursales qu'auprès du réseau.

Renault a été récemment la cible des autorités concernées au sujet du manque de gros investissements en Algérie. Que vous inspire une telle affirmation ?

Permettez-moi d'abord de préciser que tout investissement dans le secteur de l'automobile nécessite au préalable la mise en place d'un tissu de sous-traitance important sachant que 70% des composants de la voiture sont réalisés par des sous-traitants et surtout l'obligation de produire au minimum 200 000 voitures pour assurer l'amortissement du projet. Deux paramètres qui ne sont pas, en l'état actuel des choses, réunis. Aussi, il est à notre avis encore tôt pour évoquer l'éventualité d'un investissement industriel de cette taille dans notre pays d'autant que la conjoncture mondiale actuelle n'est guère favorable. A cela il faudra ajouter le manque de personnel qualifié et une saturation des capacités industrielles existantes à travers le monde.

Le service après-vente est le talon d'Achille de la majorité des concessionnaires automobiles et constitue pour eux un challenge à relever pour s'assurer la pérennité. Qu'en pensez-vous ?

Sans l'ombre d'un doute, le service après-vente est aujourd'hui un gage de succès pour tout concessionnaire automobile qui inscrit dans la durée sa présence dans notre pays. Pour Renault Algérie, c'est une préoccupation au quotidien depuis longtemps. Le gros de nos investissements depuis 2005 concerne précisément le développement de nos capacités d'accueil et celles de notre réseau pour pouvoir prendre en charge efficacement les besoins de notre clientèle et lui assurer une meilleure qualité de nos prestations.

Notre réseau, qui se compose de 50 agents répartis à travers l'ensemble du territoire

national, est soumis aux exigences et aux normes du constructeur, notamment la disponibilité des trois services, vente de véhicules, service après-vente et magasin de pièce de rechange. Le personnel technique et commercial bénéficie régulièrement de séminaires et de stages de perfectionnement en Algérie et en France en vue d'adapter ses connaissances aux technologies les plus sophistiquées y compris celle de Laguna III. En matière d'équipements, il va sans dire que toutes nos structures (succursales et agents agréés) sont dotées des appareils de dernière génération pour détecter et diagnostiquer tout type d'incident technique qui pourrait survenir sur tous les modèles de la gamme que nous commercialisons. C'est vous dire tout l'intérêt que nous accordons à ce volet fondamental de notre activité qui fait l'objet d'investissements importants, à l'image du siège de notre succursale à Oued Smar avec son atelier de service après-vente moderne et encore plus accueillant et qui sera inauguré en juin 2009. C'est vous dire surtout les efforts financiers importants consentis tant par la filiale que par les membres du réseau et dont le coût de certaines affaires a dépassé les 3 millions d'euros.

La pièce de rechange est incontestablement l'autre pierre d'achoppement pour nombre de concessionnaires. N'est-ce pas votre avis ?

Notre conviction profonde demeure la satisfaction des besoins de notre clientèle en matière de disponibilité de la pièce de rechange d'origine. Notre investissement le plus significatif dans ce domaine est le magasin central situé à Tessala El-Merdja, près de Boufarik, et dont la mission principale est la régulation et la disponibilité de la pièce auprès de l'ensemble de nos structures.

Quelles seront les nouveautés que vous comptez présenter aux Algériens au cours des prochains mois ?

Le client algérien pourra apprécier prochainement le nouveau Kangoo, revu et corrigé, affichant des aptitudes plus consistantes ; Logan MCV bénéficiant des récentes retouches stylistiques inaugurées dernièrement sur la berline ; la nouvelle Mégane présentée en première mondiale durant le dernier Mondial de Paris au cours du premier semestre 2009 et le tout terrain Koleos avant la fin de la même année.

Entretien réalisé par
Belkacem Bellil

NOUVEAUTÉS DU MONDIAL Wallys Izis, la Jeep tunisienne

Il est toujours sympathique de voir que l'automobile pousse encore des passionnés à prendre leurs rêves pour des réalités potentielles. Zied Guigua, 27 ans, est tunisien et passionné d'auto. Depuis 2005, il s'est mis en tête de fabriquer sa voiture.



Ce n'est peut-être pas la première mais elle est une des rares voitures de conception tunisienne. WallysCar, un consortium d'actionnaires des pays du Maghreb et de Singapour, est créé dans la banlieue de Tunis et va travailler à la conception de cette voiture tout-terrain, descendante des Jeep Dallas des années 70/80. D'ailleurs, un ancien de Grandin qui fabriquait les Dallas fait partie de l'aventure. En collaboration avec une société de conseils en homologation automobile basée à Montceau-les-Mines, la Izis va naître et en moins de 2 ans. Elle est aujourd'hui en cours d'homologation mais répond aux normes Euro IV.

Honda Insight, un pas vers le futur



Honda surprend tout le monde en annonçant la présentation à Paris d'un nouveau concept hybride très proche de la série, la Insight. Une surprise qui sonne comme un avertissement à Toyota qui s'ap-

prête à dévoiler sa nouvelle Prius ! Apparue en 2000, l'Insight était alors un coupé deux places et le premier modèle hybride de la marque japonaise. Aujourd'hui, c'est une berline compact cinq places au design largement inspirée de la FCX Clarity, l'autre berline à pile à combustible qui fait en ce moment son arrivée aux USA. Grâce à une aérodynamique soignée et à la dernière génération du moteur IMA (Integrated Motor Assist), l'Insight annonce des émissions et des consommations encore plus faibles. Futur fer de lance de la gamme Honda, sa commercialisation est prévue au printemps aux Etats-Unis avec 200 000 unités par an escomptées, l'Insight est un pas de plus vers le futur hybride sportif CR-Z attendu pour 2010.

Du sang neuf pour Citroën C4

Première Citroën entièrement conçue sous la direction stylistique de Jean-Pierre Ploué, la C4 n'a eu aucune peine à faire oublier la bien classique Xsara. En témoignent les 900 000 exem-



plaires (berline et coupé) écoulés depuis son lancement fin 2004. Quatre ans plus tard, elle s'apprête à affronter de nouvelles concurrentes (Volkswagen Golf VI et Renault Mégane III en tête), bien décidées à jeter dans l'ombre toute la catégorie. Pour moderniser son allure, elle adopte un style qui fait le succès du Picasso. Le bouclier n'affiche plus qu'une entrée d'air unique (mais quelle entrée d'air !), le capot, lissé, a perdu son arête centrale et les antibrouillards sont désormais cerclés de chrome sur les versions haut de gamme. L'arrière est moins concerné, il reçoit simplement des feux au rendu «cristal» sur la version coupé. A bord, le combiné central, intégrant à présent un compte-tours, a été repensé. La coiffe de la planche de bord et les contre-portes revêtent, quant à eux, un nouveau matériau. Un nouveau velours et un cuir «lama» inédits apparaissent aussi selon la finition, de même que de nouveaux décors.

Une voiture lavable



Sur le plan marketing, il fallait le trouver ce nom ! «La petite voiture qui roule sous les étoiles» ça fait un peu comme «petit nuage noir qui course le bison dans la prairie au-dessus de la petite maison sans fenêtres». Bref, la voiture Geronimo, annoncée comme une résurrection de la Mehari, a montré ses theromorphes sur le stand Heuliez qui pourrait devenir le fabricant si le projet aboutit. GTF Innovations est la société créatrice de cet engin de loisirs potentiellement utilitaire. Transporter du bois ou mener vos enfants à la plage, c'est sa mission. Mais comme dans les 2 cas cités, il vous faudra nettoyer la voiture ensuite, GTF Innovations a pensé à faire une voiture 100% lavable à l'eau.



Photos : DR

Nouvelle Mégane, une révolution stylistique importante.

ventes évoluer de 51% par rapport à 2007. La progression est tout aussi importante au niveau des segments i0 et M0 avec respectivement 51% et 49%, ce qui nous amène à penser qu'une tendance lourde est en phase d'apposer son empreinte sur l'évolution du marché national, à savoir une nette domination de la petite voiture.

Qu'en est-il de la situation au niveau du groupe Renault ?

Le groupe Renault, pour sa part, a enregistré une progression aussi appréciable que celle du marché avec un volume global de 35 343 ventes, soit +34% qu'en 2007 répartis entre 25 382 pour la marque Renault et 10 052 pour Dacia. Le véhicule utilitaire se démarque par une

naires automobiles et qui déplore l'absence de dialogue et de concertation avec les autorités du pays et qui auraient pu contribuer à mieux cerner le contenu du texte en fonction des modèles et des motorisations ainsi que les modalités d'application. Aujourd'hui, c'est le client qui est le plus pénalisé, particulièrement ceux qui sont en attente de livraison.

Certes, l'Etat dispose de la prérogative d'initier des changements fiscaux mais nous souhaiterions, en qualité de partie prenante dans cette question, apporter notre contribution pour offrir de meilleures conditions au client algérien.

Il ne faut surtout pas perdre de vue que l'activité automobile en Algérie a permis de créer des centaines