

















TOP 5 des ventes du mois de mars 2009

Renault creuse l'écart

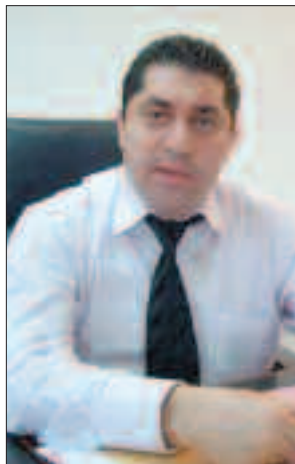
	1 Renault	3 281	(-2,46%)
	2 Peugeot	2 743	(+19,26%)
	3 Toyota	2 533	(-7,25%)
	4 Chevrolet	2 502	(+48,31%)
	5 Hyundai	2 372	(-13,93%)

Meilleures ventes par modèle

	1 Renault Symbol	
	1 822	+27,41%
	2 Dacia Logan	
	1 350	-1,81%
	3 Chevrolet Aveo	
	1 316	+28,14%
	4 Toyota Hilux	
	1 132	-4,14%
	5 KIA Picanto	
	1 046	+108,78%

MARCHÉ DE L'AUTOMOBILE EN ALGÉRIE

Les vérités de l'association des concessionnaires



Mohamed Baïri, président de l'Association des concessionnaires automobiles (AC2A)

Dans un contexte international profondément marqué par les effets d'une crise financière et économique multiforme secouant particulièrement le secteur de l'automobile dans les quatre coins de la planète, le marché algérien adopte, pour sa part, une attitude pour le moins paradoxale et qui confirme sa particularité.

Et pour cause, le premier trimestre de l'année en cours clôture les ventes avec un volume global en nette évolution par rapport à

2008, soit un taux de progression qui avoisine les 17%. Une tendance à la hausse qu'on retrouve, du reste, chez la plupart des concessionnaires dont certains réalisent d'ailleurs des performances commerciales jamais égalées par le passé. Une situation surprenante qui suscite de la part des observateurs moult interrogations tout en se perdant souvent en conjectures quant aux tenants et aux aboutissants. D'autant que la valse des prix des véhicules n'a pas suivi la même courbe descendante qu'ailleurs à travers le monde. On relève en effet des augmentations en série qui donne le tournis aux clients.

A quelle logique obéit l'évolution du marché de l'automobile dans notre pays ? Pourquoi et comment le client algérien se trouve non concerné par cette crise qui offre en revanche de meilleurs avantages pour les autres ? Autant de questions que nous avons abordées avec le président de l'Association des concessionnaires automobiles (AC2A), Mohamed Baïri.

«Permettez-moi d'abord, nous dira-t-il en substance, de souligner que la voiture est chez nous aujourd'hui une nécessité et non un caprice d'enfant gâté. Un besoin que les clients algériens expriment de plus en plus fortement pour faire face à leurs exigences de mobilité personnelle, familiale ou professionnelle. Le seul moyen fiable pour transporter dignement sa famille devant la défaillance criante du secteur des transports en commun censé prendre en charge correctement les aspirations de la population dans toutes les régions du pays.» Et à M. Baïri de renchérir : «Les concessionnaires automobiles installés dans notre pays ont en tout état de cause le mérite d'avoir permis à des dizaines de milliers de nationaux d'acquiescer la voiture de leur rêve, de permettre un renouvellement progressif du parc national vieillissant et de contribuer à réduire la pression sur les transports collectifs. Et tant que ces conditions objectives seront réunies, le marché national continuera à évoluer pour s'adapter à la demande. C'est vous dire aussi que l'automobile est loin d'être ce secteur maudit que certains voudraient affubler de tous les maux.»

Abordant l'augmentation inattendue des prix des voitures, le président de l'Association des concessionnaires automobiles estime que «ces augmentations sont la conséquence logique de la dépréciation du dinar par rapport aux devises étrangères et qui s'apparente plus à une dévaluation de notre monnaie nationale qui ne dit pas son nom. Néanmoins, les représentants des différentes marques tentent de maintenir

leurs tarifs à la hauteur des attentes des clients à travers des remises et autres opérations de promotions dont la presse se fait l'écho d'une manière régulière.» Invité à donner son avis sur les menaces à peine voilées des pouvoirs publics à durcir encore davantage les conditions d'accès à la voiture, notre interlocuteur affirme non sans amertume que «les autorités se trompent de cible. Ce n'est pas le secteur de l'automobile

40% des ventes globales réalisées chez nous sont au profit de l'Etat et de ses nombreux organismes et entreprises. Il est donc mal venu de continuer à pénaliser à tort le client qui n'hésite pas à s'endetter pour disposer d'un véhicule, dont le prix ne dépasse pas, dans la majorité des cas, les 1 000 000 DA ou de décourager les rares efforts d'investissement».

Cela étant, et entre les ambitions commerciales des



Photos : DR

qui consomme le gros du budget des importations. C'est au contraire une activité qui crée de la richesse et de l'emploi, et qui est en train de défricher le terrain à une future industrie automobile. Et il ne faut surtout pas perdre de vue que

uns et la volonté hégémonique des autres, le client algérien continue à nourrir l'aspiration à des produits fiables, un service de qualité, et une meilleure considération.

B. Bellil

**ÉMISSION TÉLÉVISÉE
«AÂLAM ESSAYARAT»**

Fiat Bravo et nouvelle Seat Leon au menu



Pour ce vendredi, l'émission «Aâlam Essayarat» nous propose un grand angle sur la Fiat Bravo au style tout italien qui ne laisse guère indifférents les badauds. Une évolution qualitative très perceptible tant au niveau de la caisse que de l'habitacle.

Des lignes fluides en harmonie avec la nouvelle identité visuelle du constructeur italien. Un intérieur qui marque une rupture avec le passé par la qualité de son design et des matériaux utilisés, et surtout la richesse de sa dotation en équipements les plus divers et les plus astucieux. En Algérie, et dès le début de

sa commercialisation, elle a réussi à susciter de l'intérêt auprès de la clientèle locale.

Le deuxième sujet concerne la nouvelle Seat Leon dont le léger restylage a fait l'objet dernièrement d'une présentation à la presse internationale dans son fief à Madrid, en Espagne, et à laquelle l'équipe de «Aâlam Essayarat» a pris part.

Au dernier chapitre de l'émission, une série de brèves locales sur l'activité des concessionnaires.

LSA

«Aâlam essayarat» ENTV - Vendredi 18h30

Voiture de l'année 2009

VW Golf VI haut la main



La Volkswagen Golf VI a remporté le titre de «World Car of the Year» succédant ainsi à la Mazda 2. Elle bat au dernier round les Ford Fiesta et Toyota iQ. D'autres prix ont été remis.

Le World Car of the Year 2009 a été attribué à la sixième génération de la Volkswagen Golf. La berline allemande a devancé les deux autres finalistes Ford Fiesta et Toyota iQ. Le jury, composé de 59 jurés issus du monde de l'automobile et originaires de 25 pays, a apprécié le style de la Golf, mais également son comportement sur autoroute, son insonorisation et son choix de motorisations et de boîtes, dont la DSG.

Le WCOTY (World Car of the Year) a aussi décerné d'autres prix. Le World Car Design of the Year 2009 est revenu à la Fiat 500 face aux Citroën C5 et Jaguar XF. Le World Performance Car est pour la Nissan GT-R. Elle coiffe sur le poteau les Corvette ZR1 et Porsche 911. Enfin, le titre de World Green Car 2009 (voiture verte) est attribué à la Honda FCX Clarity roulant à l'hydrogène. Les autres finalistes pour ce trophée étaient les Mitsubishi i Miev et la Toyota iQ.