M. PATRICK COUTELIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE SAIDA, AU *SOIR D'ALGÉRIE* :

«Citroën inscrite dans la pérennité en Algérie»

Citroën reste l'une des rares marques dans le marché de l'automobile national à enregistrer encore des taux de progression de ses ventes respectables. Une stratégie de refondation globale de gestion semble placer ce label pas comme les autres sur une bonne voie commerciale. Le directeur général de Saida, le représentant de Citroën, a bien voulu aborder avec nous les différents aspects de cette reprise.

Photos : DR

M. Patrick Coutelier

***Le Soir Auto* : Quel bilan faites- vous de ces 18 mois de présence en Algérie ?**

Patrick Coutelier : C'est un bilan particulièrement positif. En l'espace de 18 mois nous avons pu nous mettre en conformité avec les exigences techniques et réglementaires qui sont aujourd'hui de rigueur dans le marché de l'automobile en Algérie. Il s'agit d'abord de l'obtention de l'agrément, ensuite de l'homologation des différents modèles que nous avons introduits, et surtout la diversification de la gamme et son adaptation aux conditions de roulage locales et aux besoins des différentes clientèles. C'est donc une gamme complète qui s'enrichit au fur à mesure des renouvellements et l'arrivée de modèles complémentaires à l'image du Berlingo First 7 places qui a été lancé dernièrement et qui est destiné principalement à un usage utile.

Sur le plan humain, nous avons atteint un niveau de structuration et d'organisation qualitatif qui nous permet aujourd'hui d'envisager l'avenir sous le signe du développement et de la croissance. De 100 les effectifs de Citroën sont passés à 170. Des recrutements qui ont concerné l'ensemble des départements : technique, commercial, finance et comptabilité, administration. Nous avons également procédé à la réouverture de notre centre de formation qui prend en charge désormais la qualification et le perfectionnement de nos différents personnels à travers un programme de formation et une évaluation préalable des capacités techniques du réseau.

C'est vous dire que Saida a pris maintenant toutes les dispositions pour accomplir convenablement ses obligations envers ses clients algériens et s'élever à la hauteur de leur confiance.

Qu'en est-il du développement du réseau ?

Le réseau occupe aujourd'hui une place prépondérante dans notre stratégie de développement. Il constitue un soutien capital à notre démarche et bénéficie de ce fait de toute notre attention tant sur le plan technique que commercial. Nous avons mis en place une structure au niveau de Saida composée d'une quinzaine de personnes avec pour mission d'accompagner les membres du réseau dans leur activité de distribution automobile et de service après-vente. Je peux vous affirmer que les fondations d'un avenir prometteur sont bien mises en place.

La nouvelle C3, un atout majeur dans le programme de développement de Citroën.

Le service après-vente est considéré comme un critère fondamental pour l'avenir de l'automobile en Algérie. N'est-ce pas votre avis ?

Tout en partageant ce souci majeur dans le secteur de l'automobile, permettez-moi de rappeler que tout au long des premiers mois de notre installation en Algérie, nous avons consacré l'essentiel de nos efforts à la mise à niveau du service après-vente de Saida et de son réseau d'agents agréés et sa conformité avec les exigences du constructeur et ceux de la réglementation algérienne.

De même que nous exigeons, dans le cadre des nouveaux recrutements de nos représentants à travers le pays, la nécessité de pouvoir exercer les trois principales fonctions automobile, en l'occurrence la vente de véhicules, l'atelier d'entretien et de réparation et le magasin de pièce de rechange. D'ailleurs, l'une des missions du centre de formation est précisément l'amélioration des aptitudes techniques des personnels du réseau et leur adaptation aux nouvelles technologies. Je citerai aussi l'ouverture du site de Oued Smar qui dispose d'un atelier moderne s'étendant sur une superficie de 4 000 m² et qui est dédié à 80% aux besoins des clients de Citroën.

Vous évoquiez plus haut une gamme complète et renouvelée, est-ce qu'il est prévu d'autres nouveautés au cours des prochaines semaines ?

Nous prévoyons de présenter en deuxième mondiale au cours du prochain Salon d'Alger la nouvelle C3 qui sera lancée commercialement un peu plus tard. Un modèle phare sur lequel nous misons beaucoup. Mais nous avons surtout enrichi notre gamme avec l'arrivée de modèles qui n'étaient pas présents en Algérie comme le C4 Grand Picasso, la C1, le Nemo et récemment encore la C3 Picasso. Nous pouvons aussi citer le nouveau Berlingo qui connaît un franc succès auprès des clients algériens et qui occupe le haut de notre palmarès des ventes et la nouvelle C5 remarquable par sa classe et sa beauté.Tous nos modèles sont équipés pour des conditions de roulage difficiles, c'est-à-dire des renforcements sur la suspension et le système de refroidissement.

La suppression du crédit automobile ne semble pas avoir des répercussions très négatives sur les ventes Citroën...

S'il est vrai que le crédit ne représente qu'une partie infime de nos ventes actuelles, l'on peut néanmoins redouter des incidences sur l'avenir. Chez Saida, nous comptons dynamiser les ventes flottes destinées aux entreprises et aux structures étatiques en se basant sur une tradition du groupe et sur une expérience personnelle de plusieurs années ainsi qu'une formation tournée vers les besoins professionnels dans le domaine. Une nouvelle structure appelée «Citroën Business» est exclusivement dédiée à cette tâche avec une sélection des produits adaptés au marché et qui présente à la clientèle une offre bien structurée. Les entreprises étatiques commencent à nous faire confiance et nous avons déjà pu multiplier par trois les ventes de ce secteur.

Quelles appréciations faites-vous des dernières mesures prises par le gouvernement pour réorganiser le secteur de l'automobile ?

Nous avons de tout temps adopté une attitude de respect à l'égard des décisions prises par les autorités locales. Notre souci permanent est d'être en phase avec les règles du pays car nous sommes convaincus que notre marché doit être organisé et structuré pour pouvoir progresser. Ce sont des décisions qu'on ne remet pas en cause mais qui ne nous laissent pas beaucoup de temps pour nous réorganiser en conséquence. En tout état de cause, nous nous adapterons.

Est-ce que l'expérience du multimarque avec la société Saida vous a donné satisfaction ?

Le multimarque ne peut réussir que si les fondamentaux de son organisation sont respectés, notamment la séparation des marques, chacune avec son back-office et ses spécialistes. Notre expérience dans ce domaine nous a permis d'aborder le multimarque en Algérie sous de bons auspices. De ce court bilan, nous en tirons une satisfaction globale pour les trois marques que nous représentons, Citroën, Mahindra et Brillance. Notre ambition c'est de réaliser des choses qui durent dans le temps. Saida est en Algérie pour plusieurs générations.

Entretien réalisé par B. Bellil

ENFANCE DÉFAVORISÉE

Le coup de cœur de KIA Algérie

Le concessionnaire KIA Motors Algérie a organisé le 17 septembre dernier une soirée conviviale en l'honneur des enfants circoncis du Village SOS de Draria. Une soirée de divertissement et d'animation qui s'est déroulée à l'occasion de Leilat El-Kadr correspondant au 27e jour du Ramadan. Les enfants, accompagnés de leurs marraines, ont apprécié les spectacles proposés et ont même été invités par l'animateur à y prendre part.

En début de soirée, le directeur général de KMA, M. Abdelhamid Achaibou, a pris la parole pour réaffirmer l'engagement de son entreprise et celui du groupe KIA Motors Corporation à poursuivre le travail d'aide aux personnes défavorisées à travers les associations impliquées dans le domaine. Une action décidée par l'ensemble des concessionnaires d'Afrique et du Moyen-Orient réunis avec le constructeur coréen à Marrakech en novembre 2008 et qui ont convenu d'adopter le slogan «Moving the world toghether» (changeons le monde ensemble) qui prévoit d'aider et soutenir les personnes défavorisées dans cette région du monde.

Pour l'Algérie des trousseaux scolaires ont été distribués pour plus de 450 enfants dans le besoin.

Kia Motors Corporation (www.kia.com) – un constructeur automobile de qualité – a été fondée en 1944 en Corée. KMC est l'un des plus anciens fabricants de véhicules à moteur. Membre du Groupe Hyundai Kia Automobile, Kia entend devenir l'une des marques mondiales de l'automobile. Plus de 1,4 million de véhicules par an sont produits dans 14 sites de fabrication et d'assemblage dans huit pays qui sont ensuite vendus et desservis par un réseau de distributeurs et de concessionnaires couvrant 172 pays. Kia a aujourd'hui plus de 40 000 employés dans le monde entier et son chiffre d'affaires annuel est de près de 17 milliards de dollars. Il est le principal sponsor de l'Open d'Australie. Kia est un partenaire officiel de la FIFA – l'organe directeur de la Coupe du monde de football –, ainsi qu'un partenaire Eurotop de l'UEFA. Kia Motors Corporation, la marque au slogan «Le pouvoir de surprendre», représente l'engagement mondial de la société à dépasser les attentes de la clientèle par le biais de l'innovation automobile.

ELSECOM FORD

Présence au Karting Evasion

Contrairement à cette tradition de certains à sponsoriser des animations artistiques sous les kheima, Elsecom Ford a tenu à perpétuer la tradition du groupe américain à associer son image aux activités sportives d'une manière générale. Ainsi, c'est sur les bords des pistes du Club Karting Evasion situé à Bordj-El-Kiffan que le concessionnaire de Ford a préféré installer ses panneaux publicitaires et quelques-uns de ses modèles pour susciter l'intérêt auprès des pilotes en herbe et surtout leurs parents tablés sur la terrasse un regard sur les prouesses de leur progéniture au volant des karting-cars et un autre sur les belles voitures badgées Ford que l'on ne peut s'empêcher d'admirer.