











**Top 5** du mois de septembre 2009**Légère reprise**

	1 Renault	3 178	+6,47%
	2 Peugeot	1 542	-0,96%
	3 Toyota	1 311	+4,21%
	4 Chevrolet	1 183	+2,60%
	5 Suzuki	942	-33,47%

**Meilleures ventes par modèle**

1	Renault Symbol	
	<b>1782</b>	<b>+49,62 %</b>
2	Suzuki 800STD	
	<b>861</b>	<b>-32,15 %</b>
3	Dacia Logan	
	<b>676</b>	<b>+1,50 %</b>
4	Peugeot 207	
	<b>632</b>	<b>+7,85 %</b>
5	Chevrolet Aveo	
	<b>587</b>	<b>+9,31 %</b>

**ÉMISSION TÉLÉVISÉE**  
**«AÂLAM ESSAYARAT»****Le Salon, l'automobile et le rêve**

Pour ce vendredi, c'est encore un retour sur le dernier Salon d'Alger avec ses nombreuses nouveautés qui ont séduit les visiteurs, son concept car qui a attiré les foules autour de son design futuriste et sa conception savoureuse, les sportives pures et dures qui n'ont laissé guère indifférents les badauds, même les bons pères de famille n'ont pas résisté à la forte tentation de prendre des photos en compagnie de



leurs progénitures aux côtés de ces bolides, ou ces 4X4 qui entretiennent le rêve et la passion.

Autant d'images qui relancent dans les esprits des milliers de visiteurs l'envie d'acquiescer cet objet de tous les désirs. Mais le retour à la dure réalité est encore plus abrupt. Une chose est sûre, le 13<sup>e</sup> Salon d'Alger a réussi tout au moins à rétablir le rêve dans ses droits.

L.S.A

**NISSAN ALGÉRIE****Succursale de proximité à Blida**

M. Hasnaoui, DG de Nissan Algérie, au dernier Salon d'Alger.

**Nissan Algérie, représentant exclusif du constructeur automobile japonais, a procédé mercredi dernier à l'ouverture d'une nouvelle succursale à Blida.**

Nissan y occupera une place de choix avec une surface globale de plus de 2400 m<sup>2</sup>. En effet, cette nouvelle structure aura un rayonnement régional avec comme mission supplémentaire l'animation du réseau dans la région centre du pays. Elle abritera, aussi, une plate-forme logistique pour alimenter les agents de toute la région.

Les normes imposées par le cahier des charges du constructeur japonais sont vigoureusement respectées.

Ce cahier des charges précise, en effet, les critères dictés par le concept «3S» qui fixe les conditions dans lesquelles l'activité de représentation doit s'exercer. Ainsi, les succursales et agents actuels et futurs se mettent au diapason des nouvelles exigences qui font obligation de disposer d'un show-room, d'un atelier et d'un magasin de pièces de rechange d'origine. Il s'agit, également, de l'homogénéisation de l'identité visuelle à travers l'ensemble du réseau national. Les représentations doivent arborer le même design et identité visuelle pour traduire la qualité, l'esthétique et l'innovation des modèles Nissan ; ceci sans perdre de vue l'objectif premier, à savoir offrir à la clientèle un espace qui lui permettra d'acquiescer, d'entretenir et de réparer les véhicules selon les standards de la marque.

Outre le show-room, la nouvelle succursale assure des prestations de service après-vente grâce à un atelier de réparation avec des équipements d'une très haute qualité et d'un personnel formé sur la technologie Nissan. L'atelier est approvisionné par un magasin de pièces de rechange certifiées d'origine.

M. Sefiane Hasnaoui, vice-président de Nissan Algérie, a souligné : «A travers cet investissement, Nissan Algérie vise plus de proximité et une amélioration de la qualité de service qui restera un engagement primordial vis-à-vis de nos clients. Cette succursale est la continuité de notre stratégie de développement qui sera renforcé par d'autres réalisations lors des prochains mois.»

**M. ALI HAMOUTÈNE, DG D'ELSECOM ISUZU : «On doit imposer les produits de qualité»**

**Le Soir d'Algérie :** Peut-on connaître votre appréciation de ce Salon du bus et quel sens donner à votre présence ?

M. Ali Hamoutène : Notre présence à ce salon s'inscrit dans notre démarche visant à améliorer en permanence la qualité de nos produits et celle de nos prestations de service. Nous sommes venus nous enquêter des progrès réalisés par les constructeurs d'une manière générale et la marque Isuzu en particulier qui présente des produits en nette évolution qualitative. Nous avons entrepris chez Elsecom Isuzu une phase de sensibilisation de nos clients sur la nécessité de préserver la qualité de leur outil de production et d'assurer, en définitive, un service acceptable au profit du client. Nous devons travailler de concert pour élever notre image de marque et, du coup, celle du pays. Nous avons instruit nos structures de service après-vente et celles de nos agents agréés afin de procéder à la restauration des véhicules datés de 1998 dans le but de rehausser l'image de Isuzu d'autant que ces véhicules sont les témoins privilégiés d'une fiabilité et d'une endurance tant recherchées par les utilisateurs.

**Comment appréciez-vous les changements apportés sur les derniers produits de Isuzu ?**

C'est une évolution qualitative importante qui renseigne sur le degré de maturité du constructeur et de sa maîtrise des technologies nouvelles. Le résultat est probant avec des véhicules aux normes Euro5 destinés principalement aux marchés européens. Autrement dit, des bus d'une qualité de production et de finition élevée qui seront naturellement importés en Algérie mais avec des adaptations techniques à la qualité de notre carburant et aux conditions de roulage difficiles qui sont les nôtres.

Et même si leurs prix seront à l'évidence en légère hausse compte tenu des multiples améliorations, nous restons convaincus que nos clients sauront apprécier cette montée en gamme et anticiper sur la montée en cadence des exigences des Algériens. L'on se doit en effet de mettre à leur disposition des moyens de transport modernes, confortables et performants. En tout état de cause, le marché national est actuellement apte à opérer cette mutation vers une qualité supérieure. La demande ne cesse de progresser dans cette perspective. Et les véhicules aux finitions améliorées que nous avons importés récemment ont eu un grand succès auprès de nos clients.

**Le service après-vente constitue le talon d'Achille dans le secteur automobile en Algérie. Elsecom Isuzu n'est pas à l'abri de critiques dans ce sens. Quelles sont les dispositions que vous avez prises pour endiguer cette situation ?**

C'est une préoccupation majeure chez nous. Et un axe important dans notre stratégie de développement. S'il est vrai que beaucoup d'efforts ont été accomplis dans l'amélioration des prestations assurées par la succursale, beaucoup reste à faire en revanche au niveau du réseau. Nous sommes en phase de renouvellement selon un cahier des charges des plus rigoureux qui impose à nos futurs partenaires les espaces nécessaires pour pouvoir exercer dans le respect des standards du constructeur et en conformité avec la réglementation nationale en vigueur. Ce sont les trois activités principales d'une concession automobile, en l'occurrence un show-room, un magasin de pièces de rechange et des ateliers d'entretien et de réparation.

Nous nous sommes astreints par ailleurs et dès le début de notre partenariat avec Isuzu à la disponibilité régulière de la pièce de rechange d'origine. Et malgré la tendance chez certains de nos clients à choisir la pièce contrefaite pour ses bas prix, nous n'hésitons pas à adopter une action didactique et pédagogique pour expliquer les dangers d'un tel choix qui s'avérera souvent encore plus coûteux en raison des dégâts collatéraux qui en découlent tant au niveau du véhicule que sur les passagers. C'est vous dire que la qualité et la sécurité doivent transcender les considérations financières et les petits calculs de commerçant.

**Etes-vous satisfait de ce partenariat avec Anadolu Isuzu ?**

Absolument. C'est un partenariat qui a été bénéfique à toutes les parties, notamment les clients qui ont bénéficié de produits au rapport prix/qualité très compétitif. C'est un constructeur en perpétuelle évolution. Nous constatons chaque année des améliorations constantes dans le processus de fabrication, ainsi que sur la qualité des véhicules. C'est un constructeur qui consacre un budget colossal au volet recherche et développement, et qui a surtout acquis au fil des années une maîtrise de plus en plus remarquable des technologies nouvelles dans ce domaine. C'est surtout un constructeur qui a plus de 20 % du marché des bus en Europe et qui est toujours leader en Turquie.

Propos recueillis par B. Bellil