

## CLOTURE DU SALON DU VEHICULE INDUSTRIEL

SAIDA

### Des performances en hausse

La société Saida, représentant les marques Citroën, Mahindra et Scania, a participé au Sivi avec une gamme utilitaire riche et variée qui correspond dans sa diversité à une multitude d'applications professionnelles. Le Salon était une opportunité pour le directeur général de la société, Patrick Coutelier, de revenir sur les réalisations du groupe en Algérie en confirmant une croissance des ventes de l'ordre de 28% par rapport à l'année dernière.

Chez Citroën, la vedette de la gamme continue encore à se prénommer C3 qui a enregistré une progression



Citroën utilitaire représente plus de 20% des ventes.

segment avec 22% de parts de marché. Un véhicule qui plaît par la polyvalence de ses espaces et sa richesse en équipements de confort et de sécurité.

La famille des utilitaires, rappellera M. Coutelier, a poursuivi sa progression avec un taux qui atteint les 45% au cours de cette

occupent une place de choix dans le segment des fourgonnettes et suscitent toujours l'intérêt des clients locaux qui apprécient leur efficacité professionnelle et leur adaptation à leurs attentes.

Le conférencier soulignera aussi que «les objectifs assignés à Citroën pour l'année 2011, soit 6 000 véhicules, seront largement atteints et dépassés, et que l'opération de redéploiement du réseau se poursuivra afin «d'atteindre une représentativité de notre marque sur tout le territoire».

La qualité de service et l'amélioration des prestations offertes aux clients constituent «l'objectif majeur» dans la stratégie de Saida. Des dispositions sont prises pour la mise aux normes de l'ensemble des points de vente et la proposition de nouvelles offres commerciales destinées à des clientèles ciblées telles que le Citroën Business.

Du côté de Mahindra, l'autre marque représentée par Saida, les changements sont annoncés en profondeur. Le directeur général prévoit même une refondation en vue d'insuffler à cette marque réputée pour la robustesse et la fiabilité de ses modèles une dynamique nouvelle à même de la repositionner dans le marché algérien. On apprend ainsi qu'une restructuration est en cours pour l'ériger en entreprise autonome, avec ses effectifs propres, ses structures et ses challenges commerciaux.

Pour Saida, Mahindra «est un label important qui lui permet d'avoir une offre dans le segment des pick-up qui représente 10% du marché de l'automobile en Algérie».

L'arrivée attendue en 2012 de nouveautés telles que le Génio en pick-up et SUV permettra sans doute de diversifier encore plus la gamme disponible dans notre pays et proposer des véhicules modernes et dotés de technologies de nouvelle génération.

La nouvelle offre Mahindra pourrait également intégrer, selon M. Coutelier, un 4x4 authentique, le Thar, une réplique moderne de la mythique Jeep Willys avec des capacités de franchissement exceptionnelles.

Dernière marque inscrite dans le portefeuille de Saida, Scania. Son arrivée en Algérie représentait «un choix de développement important pour Saida avec la volonté de la positionner sur un marché complémentaire à celui de Citroën et de Mahindra». Les prévisions de vente pour l'année 2011 sont estimées à 150 camions alors que la structuration et le déploiement du réseau se poursuivent toujours.

B. B.

IVAL

### Une gamme plus variée



La société Ival qui dispose de la représentation exclusive de la marque italienne Iveco a, comme à ses habitudes, marqué le Sivi par une participation particulière avec une gamme élargie à de nouveaux produits adaptés aux nouvelles attentes de la clientèle algérienne, essentiellement dans la gamme des camions tracteurs avec le Stralis qui commence à convaincre, les porteurs et les camions hydro-cureurs.

Il faut d'emblée préciser qu'on dénombre chez Iveco pas moins de 60 modèles différents avec chacun une application professionnelle qui correspond à un besoin déterminé de la clientèle avec une capacité de chargement qui varie entre 3,5 t et 120 t, et un large choix de versions, 4x2, 4x4, 6x4, 6x6, 8x4 et 8x8. Autant dire que quelles que soient ses exigences, le client saura trouver une réponse à ses attentes parmi un large choix de véhicules. Il va sans dire que le Daily et ses multiples configurations reste le véhicule de choix de la clientèle algérienne et bénéficie d'un capital de confiance très appréciable en raison de sa robustesse, de sa fiabilité et de ses grandes capacités de chargement.

Selon les responsables d'Ival, les ventes de cette véritable icône du segment des fourgons sont en constante progression. Sur le plan organisationnel, on apprend que le réseau d'agents agréés est en phase de consolidation avec l'inauguration prochaine de nouvelles structures dont des succursales qui viendraient renforcer l'activité des agents. La seconde marque représentée par le groupe Ival est le japonais Mazda. Une gamme utilitaire réduite au seul et vaillant BT50 qui continue à défendre les couleurs de la firme auprès des clients algériens et dans une concurrence féroce dans le segment des pick-up. Le BT50 satisfait aujourd'hui bien des utilisateurs, et la nouvelle version attendue dans notre pays en 2012 contribuera sans aucun doute à renforcer son image et étendre son audience.

B. B.

HINO

### Une réputation bien établie

La marque japonaise Hino bien connue et éprouvée par les clients algériens retrouve son aura d'antan auprès des professionnels les plus exigeants avec des modèles modernes, au design sensiblement rafraîchi et au confort largement amélioré.

Réintroduite dans notre pays par Toyota, après une absence qui a duré 20 ans, elle propose aujourd'hui une gamme composée des séries 500 des moyens tonnages, la série 700 des gros tonnages en version tracteurs et bennes ainsi que les 300, la famille des petits camions qui séduit par sa maniabilité dans les centres urbains saturés et pour les utilisations courantes de livraison et de chargements réduits.

Ce constructeur japonais utilise une ingénierie et des technologies de fabrication de pointe, et produit des camions fiables, confortables et efficaces. Les clients algériens apprécient particulièrement leur



fiabilité à toute épreuve, y compris dans les conditions d'utilisation les plus extrêmes comme c'est le cas souvent chez nous. De même que leur consommation de carburant optimisée contribue grandement à améliorer leur image auprès de la concurrence.

A l'occasion du Salon des véhicules industriels, Hino a présenté plusieurs nouveautés et autres transformations destinées à des applications professionnelles précises telles que

les bennes tasseuses, les bennes à ordures, les nacelles, etc. Des promotions de 200 000 DA et une assurance tous risques ont été accordées aux clients.

Signalons par ailleurs que Hino se distingue par la première participation d'une marque japonaise au mythique rallye Paris-Dakar. Une présence constante depuis 1991 avec des résultats probants dans l'une des plus éprouvantes courses au monde.

B. B.

NISSAN

### Prolongation des promotions

Nissan Algérie, représentant exclusif du constructeur automobile japonais, prolonge ses promotions de la rentrée durant le mois d'octobre.

Ces offres sur de nombreux véhicules sont valables jusqu'au 15 octobre 2011 et concernent principalement ses gammes citadine et utilitaire. Ainsi, la nouvelle Nissan Micra, qui a fait son entrée au printemps dernier, bénéficie d'une remise de 50 000 DA valable dans tout le réseau Nissan Algérie. La Sunny, quant à elle, décroche une remise plus importante de l'ordre de 150 000 DA. D'autres bonus sont prévus pour ce véhicule. Il s'agit notamment d'une année d'assurance tous risques et d'un lecteur CD MP3. Une offre qui reste valable également chez l'ensemble des agents agréés de Nissan Algérie.

Par ailleurs, les acquéreurs du Pick-up 4x2 simple cabine YD25 se voient offrir la bâche, les ridelles et une remise de 100 000 DA lors de l'achat du véhicule alors que les clients du Hard Body 4x2 SC TD 27 standard et air conditionné bénéficient d'une radio CD



MP3 et d'un bac à benne d'origine. A noter aussi la remise très conséquente qui est proposée sur le Navara utilitaire double cabine et qui s'élève à 200 000 DA, et celle de 100 000 DA qui est accordée aux clients de l'Urvan 15 places en plus d'une assurance tous risques d'une année.