

## SALON INTERNATIONAL D'ALGER

KIV GROUPE

# L'industrialisation en ligne de mire

**Le groupe Khodja Industrie Véhicule (KIV) est l'un des plus importants intervenants dans l'importation et la commercialisation de véhicules tous segments confondus en Algérie.**

Créée en 2003 par Ahcene Khodja, cette société a gravi dans la sérénité les marches de la notoriété et se hisse aujourd'hui comme un opérateur incontournable dans le segment du véhicule lourd et utilitaire léger. Une stratégie de développement pertinente, une profonde connaissance des attentes des clients algériens et leurs besoins ainsi qu'une ambition de déploiement industriel clairement affichée par son premier responsable ont permis à KIV Foton Motors de hisser de plusieurs crans le niveau de qualité de ses prestations.

Tout a commencé au début de l'année 2003 à la faveur d'une virée dans la lointaine Chine et la prospection par M. Khodja des opportunités de partenariat avec des constructeurs automobiles en plein essor. Le choix est vite fait en faveur du groupe Futian dont l'évolution étymologique du nom donnera quelques années plus tard, Foton. Un label qui ne tardera pas à forger au fil des années une image de robustesse et de résistance à mesure que la maîtrise du processus de fabrication s'affinait et se perfectionnait dans les installations industrielles du constructeur.

Des véhicules compacts adaptés à des utilisations polyvalentes, urbaines et extra-urbaines et souvent dans des conditions extrêmes. La première gamme introduite se constitue de camions de petit tonnage se distinguant par un rapport qualité / prix largement compétitif et qui venait à point nommé accompagner les jeunes en vue de la création et la mise sur pied de leurs entreprises dans le cadre de l'Ansej. Une initiative qui fut le starter à une longue épo-

pée. Elle permit la dynamisation des ventes et de faire connaître les produits Foton à travers le pays.

## Le temps des structururations

Domicilié à Annaba, le groupe entame alors une phase de structuration et déploiement sur l'ensemble du territoire pour mieux se rapprocher du client. Un réseau de 30 agents agréés est mis en place selon un cahier des charges des plus rigoureux avec l'obligation d'assurer l'ensemble des fonctions inhérentes à une concession automobile, ventes de véhicules, entretien et réparation et magasin de pièces de rechange.

Des cycles de formation des différents personnels ont été initiés pour permettre la prise en charge efficace des doléances des clients. Khodja, président-directeur général de KIV, insistera particulièrement sur ce volet important dès lors qu'il conditionne le succès et la pérennité de la marque, «nous accordons la plus haute attention à l'amélioration de la qualité de nos prestations d'une manière générale, depuis l'accueil du client jusqu'au service après-vente et la disponibilité de la pièce de rechange d'origine.

Nous sommes profondément convaincus que c'est le service qui déterminera notre réussite et qui fera surtout la différence entre les uns et les autres». Pour lui, la satisfaction du client est un gage de confiance indispensable pour une présence pérenne. La gamme Foton commercialisée en Algérie se décline en une multitude de versions, camion plateau, benne, conteneur, frigo, citerne,



tracteurs routiers, pompe à béton, camion nacelle, benne tasseuse, camion bitume, bus, engins de travaux publics, bus, ambulance, etc. Cette diversité dans les produits dénote de la démultiplication du groupe Foton en autant de filiales spécialisées chacune dans un domaine d'activité précis et ce qui offre la possibilité à KIV groupe de proposer des solutions à toutes les applications de transport ou de travaux.

Par ailleurs, Ahcene Khodja nous rappellera que son entreprise a été pionnière dans le domaine de la transformation industrielle à partir de châssis nus de camion et répondre à des prix étudiés aux besoins des clients aux moyens financiers limités.

## L'avènement du véhicule particulier

La deuxième année charnière dans le développement du KIV, c'est 2010 avec la création de l'activité véhicules particuliers. Une première marque est lancée en Algérie, en l'occurrence le chinois BYD (Build Your

Dream). Le leader mondial des batteries rechargeables aussi bien pour véhicules électriques que pour téléphones portables. Il développera une activité automobile à partir de l'année 2003 en rachetant un constructeur local ayant déjà pignon sur rue. Et fidèle à sa tradition, BYD s'appliqua à mettre sur le marché chinois et mondial des véhicules de plus en plus respectueux de l'environnement avec des technologies propres et des modèles taxis électriques bénéficiant d'une large approbation des autorités chinoises et des clients.

Les produits BYD présentés lors du Salon d'Alger renseignent sur les efforts du constructeur à en élever la qualité et la hisser aux standards internationaux. Une gamme de 5 modèles répartis entre les segments les plus porteurs, citadines compactes avec la F0 agile et maniable, berline compacte, avec la F3 et son bloc essence de 106 ch, berline avec la F5 et son moteur turbo de 154 ch et une large palette d'équipements de confort et de sécurité et le SUV



Ahcene Khodja, P-DG KIV Group.

avec le S6 et son allure volontariste, ses lignes fluides et épurées et son confort haut de gamme.

Il va sans dire que la marque BYD est structurée autour d'un réseau spécialement dédié constitué de 20 agents agréés qui ont su lui assurer une audience auprès des clients algériens.

En 2011, c'est une autre marque de voiture qui arrive pour la première fois en Algérie sous la bannière de KIV groupe, à savoir le britannique Morris Garage (MG) racheté par les Chinois. Des véhicules à grande notoriété, un design distingué et une riche dotation en équipements.

Par ailleurs, le P-DG de KIV nous informera que son groupe prépare actuellement les conditions de création d'une activité industrielle dans l'assemblage des véhicules Foton. Une assiette de terrain est déjà dégagée d'une superficie de 160 000 m<sup>2</sup> dans la région de Annaba.

B. Bellil

## DECLERCK, CHEF DE PROJET PEUGEOT 308 :

# «Des sensations de conduite inédites»

## NOUVELLE RENAULT MÉGANE

### Génération multimédia

Dévoilée au dernier Salon automobile de Francfort, la gamme Renault Mégane, qui se renouvelle intégralement, fait sa première apparition lors de ce Salon d'Alger. Elle arbore dans son design les nouveaux éléments identitaires de la marque et inaugurés sur les récentes nouveautés.

Des lignes raffinées qui apportent une plus-value d'élégance et de dynamisme salubre par rapport à l'ancienne version. Et au-delà de son architecture, la nouvelle Mégane reçoit le système multimédia innovant et révolutionnaire initiée par la marque au losange, le R-Link.

La tablette multimédia intégrée Renault R-Link équipe en option ou de série la nouvelle gamme Mégane, selon les modèles et les niveaux de finition. Grâce à la connectivité, Renault R-Link fait le lien entre le monde automobile et la vie connectée. Renault R-Link regroupe l'ensemble des fonctionnalités multimédia-navigation, radio, téléphonie avec bluetooth et audiostreaming, connectivité pour les appareils nomades en 26 langues possibles.

B. B.

**Le chef du projet 308 chez Peugeot de passage à Alger a tenu à rencontrer les journalistes algériens pour leur faire part des détails technologiques et stylistiques qui ont présidé à la conception de ce modèle pas comme les autres pour le constructeur français.**

M. Laurent Declerck a situé, dès le début, l'importance de la nouvelle 308 dans la stratégie de Peugeot. «Elle incarne, dira-t-il, une montée en gamme qui se confirme et s'exprime par une nouvelle génération de produits aussi modernes et innovants les uns que les autres, une alternative forte.» Et pour se replacer dans le contexte du Salon d'Alger, le conférencier a affiché clairement les ambitions de leadership de cette voiture dans son segment en Algérie. Et quelques mois après sa sortie, la 308 a recueilli déjà l'assentiment des journalistes spécialisés européens qui lui ont décerné le titre de voiture de l'année 2014 à l'ouverture du dernier Salon de Genève. Une distinction qui a déserté depuis 12 ans avec le lancement de la 307. La nouvelle 308 a nécessité une période de développement de 4 années, la mobilisation de pas moins de 1 500 ingénieurs et techniciens dont une trentaine de



designers et un investissement global de l'ordre de 750 millions d'euros. Le cahier des charges établi par le constructeur reposait sur 4 exigences majeures, le design, le plaisir de conduite, l'efficacité et la qualité. Autant dire que toutes les conditions étaient réunies pour assurer à la nouvelle 308 une percée dans un segment à forte concurrence.

C'est un design plus conventionnel qui rompt radicalement avec l'originalité. Les lignes de la nouvelle 308 sont ainsi plus épurées et régulières qui ne surprennent plus mais qui dégagent de l'élégance et de la stature. Une force de caractère qui plaît et que recherche une clientèle à la fois familiale et professionnelle.

M. Declerck rappellera qu'il fait siens les nouveaux éléments stylistiques de la marque au lion notam-

ment la face avant avec sa calandre flottante, les optiques effilées et la double signature, logo et inscription chromée juste au-dessous du bord du capot. A cela s'ajoute un éclairage en LED selon les finitions. Des lignes fluides qui prennent naissance sur le capot et apportent une lecture stylistique de l'architecture générale de la voiture en se poursuivant sur les flancs par des ajouts de chrome positionnant la 308 dans l'univers du premium. A l'arrière, les feux renforcent l'image technologique et dynamique de la voiture. A l'intérieur, la nouvelle 308 dispose du nouvel habitacle de la marque que l'on retrouve sur les 208 et 2008. Dénommé i-Cockpit on y retrouve trois ingrédients majeurs : le petit volant en position basse, le combiné d'instrumentation placé en hauteur et la console centrale épurée



avec un large écran tactile regroupant presque toutes les fonctions du véhicule, (audio, navigation, audio, climatisation, téléphone...).

Le conférencier insistera également sur l'obsession de la qualité qui animait les équipes de conception. Un soin particulier a été accordé à la réalisation des moindres détails. Plus de 1 300 éléments ont été travaillés et améliorés par rapport à ses concurrents. Il ajoutera par ailleurs que dans le cadre de son développement, la Nouvelle 308 a été soumise à des essais routiers durant 3 millions de km. Et dès son lancement dans les différents marchés internationaux, la dernière née de la gamme Peugeot a reçu un accueil des plus chaleureux. Ses ventes connaissent une progression continue et les carnets de commandes seaturent.

B. B.