

## BILAN DU SALON D'ALGER

# La baisse des ventes se confirme

**Les champions de la 17<sup>e</sup> édition du Salon international de l'automobile se sont éteints samedi dernier sur un goût d'inachevé pour la plupart des concessionnaires.**

Une édition qui s'est révélée dans la continuité du processus de mévente affiché dès les premiers mois de l'année en cours. Les réalisations commerciales globales arboraient une courbe en dents de scie tant la disparité entre les uns et les autres est significative et renvoie sur une tendance à la baisse qui se confirme.

Paradoxalement, la foule des grands jours était au rendez-vous et prenait d'assaut les stands des constructeurs dès l'ouverture des pavillons. A l'évidence, l'envie d'acheter y est toujours et le besoin se faisant de plus en plus ressentir. Néanmoins, les priorités sont désormais ailleurs et face à une offre de logements aussi grande et variée qu'elle l'est aujourd'hui, l'hésitation s'installe rapidement et souvent la



Photos : DR

raison l'emporte sur l'appel du cœur et de la tentation. Subsistera alors le désir de s'en aller errer dans le dédale des stands à la quête des designs accrocheurs et des élégances architecturales. Plus d'une vingtaine de nouveautés ont fait le voyage d'Alger et ont su attirer les attentions et susciter de l'intérêt. Il faut souligner surtout que le regard du client algérien a beaucoup évolué. Son choix repose maintenant sur des paramètres objectifs de qualité, de beauté et de fiabilité et pas uniquement sur le prix.

Une première observation s'impose, la professionnalisation étend ses tentacules à l'écrasante majorité des exposants. Seuls quelques apprentis concessionnaires traînent encore le pas à travers des stands qui dégagent une forte senteur d'amateurisme, aménagement des espaces, embellissement, présentation des modèles, animation, communication... De son côté, la Safex continue à briller par une gestion de suffisance aux antipodes des standards internationaux, défaut d'entretien des pavillons datant pour la plupart du début des années 1960, défaut d'hygiène, horaires de fermeture inadaptés, peu ou prou de communication sur l'événement, absence de journée presse...

Sur les stands, la tentation excessive de la vente prend encore une fois le dessus sur l'esprit show d'un salon. Si les affichettes «vendu» ont disparu, on constate en revanche la généralisation à un grand nombre de concessionnaires de l'affichage sur les pare-brise des prix des véhicules. D'autres recou-

rent à un véritable racolage des clients potentiels par le biais d'hôtesse et commerciaux motivés vraisemblablement par d'éventuelles commissions.

Et comme à l'accoutumée, le Salon d'Alger est le rendez-vous tant attendu en raison des habituelles remises substantielles qui y sont proposées. Celles-ci varient d'un concessionnaire à un autre et ont permis néanmoins aux uns de faire de bonnes affaires et aux autres de combler des cases de ventes restées béantes des mois durant. Il est à signaler que la période des «soldes» ne se limite plus à la seule durée du Salon, elle est de vigueur tout au long de l'année et

avec des niveaux jamais atteints auparavant. Et c'est l'une des raisons qui ont favorisé un résultat satisfaisant durant l'année 2013.

Ajoutons à cela les innovations introduites par les concessionnaires et visant à proposer une disponibilité et une livraison immédiates. Certains proposent la remise du dossier administratif du véhicule le jour même. Une initiative louable et surtout des questionnements sur une opération qu'on croyait irréalisable tant les délais de livraison et de remise de ces dossiers relevaient parfois du cauchemar pour les clients. Les résultats de vente durant cette édition, varient, comme on le soulignait au début de notre propos, selon les concessionnaires. Pour les uns, les carnets de commande ont été saturés, pour les autres l'ambiance est à la morosité. En tout état de cause, on est bien loin de l'euphorie des éditions précédentes. Ceci étant et dans cette pièce à plusieurs actes, l'honneur revient, en définitive, au client. C'est vers lui que convergent toutes les

attentions et c'est vers lui aussi que s'adressent toutes les sollicitations. Du statut de plèbe méprisée et ignorée, il accède à celui de roi,



choyé et adulé ! Signe des temps, le parcours du combattant qui lui était réservé se transforme par la «magie» de la crise et de la mévente en tapis rouge déployé depuis la commande jusqu'à la livraison.

L'on ne peut ainsi qu'espérer que cette lune de miel entre le concessionnaire et le client se poursuive et que le professionnalisme remporte une victoire définitive et irrévocable.

B. Bellil

## FIAT Linea fait peau neuve



Chez Fiat et son représentant en Algérie, la société Sodi Automotive, filiale du groupe Cevital, on a découvert la nouvelle italienne Linea qui bénéficie d'un restylage en profondeur tant à l'extérieur qu'à l'intérieur. Sur le plan du design, la nouvelle berline italienne adopte un nouveau capot, nouveau bouclier, une nouvelle calandre ainsi qu'une nouvelle grille d'entrée inférieure et de nouveaux blocs optiques.

Les emplacements des feux antibrouillards ont eux aussi connu une évolution.

L'habitacle a été entièrement revu pour plus de convivialité à bord et un affichage optimisé. Pour le marché algérien, la nouvelle Fiat Linea sera disponible en deux motorisations 1.4 ess de 77 ch et 1.3 diesel JTD de 90 ch, également en deux niveaux de finition : Active qui inclut l'ABS, deux airbags, lève-vitres électriques avant, climatisation, direction assistée, condamnation centralisée des portes avec télécommande, siège conducteur réglable, direction télescopique à deux niveaux de liberté et la finition Dynamique qui offre en plus de la finition Active les lève-vitres électriques avant-arrière, des jantes aluminium 16 pouces, projecteurs antibrouillards et un pack chrome qui rehausse la ligne générale du véhicule et des rétroviseurs électriques.

## VOITURES DE L'ANNÉE Les couronnées du Salon



Deux vedettes couronnées occupent une place de choix sur leurs stands respectifs, la nouvelle Peugeot 308 élue voiture de l'année en Europe et la nouvelle Seat Leon élue voiture de l'année en Algérie. Si la première trône royalement sur son piédestal, la



seconde se fond dans la foule et laisse à peine émerger des cohues les lauriers tout frais de sa couronne... Pour la première l'encens et les confettis, et pour la seconde, le rictus d'une joie faussement exprimée...

B. B.

## HYUNDAI

### Vente à la criée



La quête des volumes semble stimuler fortement les concessionnaires. Après les remises, les cadeaux, les promotions, les crédits, c'est le retour... aux sources qui est suggéré. Celles du temps glorieux des marchés bigarrés de nos campagnes... Le temps des meddahs et de la vente à la criée. Le clin d'œil à cette pratique

ancestrale nous est proposé sur le stand de Hyundai où la foule est ameutée à coups de décibels par une commerciale à la voix enrouée à force de clamer haut et fort les mérites de tel ou tel autre modèle. Et à la clef, une offre alléchante sur un nombre limité d'exemplaires. L'important, c'est la vente !

B. B.

## CARTON ROUGE Le SAU de Diamal aux abonnés absents

Dans ces mêmes colonnes, nous rapportions au début du Salon la mise en place d'un centre d'appel chez Diamal en vue de la prise en charge des sollicitations des clients. Nous n'avions pas manqué de souligner l'importance de ce service dès lors qu'il constitue une fenêtre ouverte sur l'amélioration de la qualité des prestations et une oreille attentive à des appels stressés à la recherche d'une solution, d'un rendez-vous, d'une pièce, d'un conseil... Mais ne voilà-t-il pas que les numéros indiqués (021 24 90 00 / 021 24 30 30 / 021 44 96 00) sonnent dans un vide sidéral et augmentent l'angoisse des clients à la recherche d'une pièce de rechange salutaire. Un centre d'appel, c'est bien, un suivi et un contrôle de ses performances, c'est mieux.

B. B.

