RENAULT ALGÉRIE

Les femmes à l'honneur durant un mois

Plus qu'une journée, c'est tout le mois de mars qui est consacré par Renault Algérie pour rendre hommage à la femme algérienne. Dans un communiqué, la filiale du groupe français signale l'organisation de plusieurs festivités aussi bien dans la succursale de la capitale que dans plusieurs villes du pays. En plus d'une campagne médiatique sous le thème «Chez Renault, le mois de mars est pour elles», c'est une série de promotions qui sera proposée aux clientes dans les show-rooms, des chèques cadeaux et un séjour au Maroc pour 2 personnes. Le communiqué précise également qu'à partir du 12 mars courant, une «Tournée de la passion» sillonnera le pays pour aller à la rencontre de «nos clientes à Alger, Oran, Tizi-Ouzou, Annaba et Batna, afin de partager avec elles leurs passions. Des ateliers de peinture et de manucure seront organisés chaque samedi au niveau des show-rooms».

En parallèle, des actions sont prévues dans le domaine du service après-vente avec l'offre pour 20 clientes de bénéficier chaque samedi d'une révision gratuite, «ces dames auront la possibilité d'effectuer elles-mêmes leur révision, assistées par les mécaniciens expérimentés des ateliers Renault. L'objectif étant de les familiariser avec les spécificités techniques de leur véhicule et de leur apprendre toutes les bonnes astuces pour son entretien». Les rédacteurs du communiqué rappelleront que « cet intérêt pour la femme se traduit aussi par les efforts fournis en Algérie par le groupe Renault pour favoriser la parité homme/femme dans le cadre de l'emploi» en citant l'exemple de l'usine de Renault Algérie Production qui se distingue par un taux de 36% de femmes et la filiale de plus de 30%.

LSA

TURBOCOMPRESSEURS CONTREFAITS

La contre-attaque de Garrett

Le leader mondial de la technologie des turbocompresseurs, Honeywell, décide de passer à la vitesse supérieure pour préserver son image sur le marché algérien, en lançant le concept de Centres agréés Garret.

Photos : DR

Le choix du producteur s'est porté sur deux professionnels ayant déjà une présence affirmée dans le domaine et qui disposent des aptitudes nécessaires pour assurer une disponibilité des produits Garrett et surtout la maintenance et la réparation dans le respect des normes de fabrication.

Il s'agit des établissements Douadi Automotive et Afrique Engins qui auront désormais la mission de lancer le concept dans notre pays et dans une seconde phase créer un réseau de représentants sur le territoire national.

Au préalable, un cahier des charges rigoureux a été établi par les responsables de Garrett pour la région Afrique du Nord et Moyen-Orient afin de réunir les chances de succès et permettre une réhabilitation de la marque auprès des clients algériens qui étaient souvent contraints de recourir à des produits contrefaits de mauvaise qualité avec des dégâts encore plus importants sur leurs véhicules. Pour Clément de Valon, directeur de l'après-vente chez Garrett, «c'est un concept déjà existant dans plusieurs pays, dont la Turquie, et qui permet aux utilisateurs de disposer localement de la gamme de nos produits et de bénéficier de la garantie et surtout d'un service après-vente conforme aux standards internationaux et aux normes de la marque». Evoquant la qualité de la prise en charge localement, le responsable de Garrett souligne que «des sessions de formation seront organisées à partir du mois de juin prochain pour permettre aux techniciens de nos partenaires et ceux du réseau d'agents agréés de se hisser à la hauteur des attentes de nos clients». Pour notre interlocuteur, ces techniciens auront les capacités professionnelles de réparer aussi bien les turbocompresseurs d'ancienne génération que ceux de nouvelle technologie dotés notamment de roulement à billes à géométrie variable. Garrett, qui équipe l'ensemble des constructeurs automobiles, a par ailleurs mis à profit sa participation au dernier Salon Equip Auto pour sensibiliser les propriétaires de véhicules à ne pas se laisser tenter par les pièces contrefaites et leurs prix bas alors que les dégâts qui en découleraient seraient incommensurables.

B. Bellil

ELSECOM/ISUZU CAMIONS

Lancement du service après-vente

Contrairement aux habitudes du marché, le groupe Elsecom, le nouveau représentant officiel de la marque japonaise de camions Isuzu, vient d'annoncer le lancement de l'activité après-vente avant le début de commercialisation des véhicules. Dans un passé très récent, la vente précédait de loin l'installation des ateliers de réparation ou d'entretien et même la disponibilité de la pièce de rechange ; mieux encore, des clients se sont retrouvés livrés à eux-mêmes après la disparition sans suite de certains concessionnaires affairistes.

Ainsi, pour Isuzu camions et selon un communiqué de la direction du groupe, le service après-vente est officiellement ouvert au public et peut accueillir, dans des conditions adéquates, les clients et leur assurer des prestations conformes aux standards du constructeur. S'étendant sur «une superficie de 9 800 m², dont 1 000 m² réservés à l'atelier et 2 000 m² pour la pièce de rechange, le SAV de Isuzu Trucks, situé à Dar El Beida, est prêt à prendre en charge les 40 000 camions déjà en circulation». Elsecom Japan Motors, créé en novembre 2014, emploie actuellement un effectif de 12 personnes et dispose d'un réseau de 25 agents agréés sur le territoire national. De même qu'on apprend que le coût de l'investissement s'élève à 100 millions de dinars.

LSA

BMW

Vision Next pour les 100 ans

BMW fête aujourd'hui ses 100 ans ! Pour marquer le coup, la «Bayerische Motoren Werke» (Manufacture bavaroise de moteurs) a dévoilé dans son fief de Munich l'étonnant concept Vision Next 100, qui imagine à quoi ressemblera, dans un avenir lointain, le plaisir de conduire si cher à la marque. A l'origine fabricant de moteurs d'avions, BMW est aujourd'hui le roi du premium automobile. C'est donc en toute logique avec une voiture qu'il fête son centenaire. Dévoilée dans le cadre du lancement des festivités à Munich, la Vision Next 100 imagine à quoi ressemblera la berline BMW dans un futur... pas si proche. Car si les concepts ont toujours quelques années d'avance, la marque a souhaité cette fois se projeter vraiment loin.

La Vision Next 100 a été conçue autour d'une grande interrogation : alors qu'il ne fait guère de doutes que nos voitures seront bientôt autonomes, quelle sera alors la raison d'être d'une BMW, marque qui met en avant le plaisir d'être au volant ? Les designers et ingénieurs de la firme à l'hélice ont par ailleurs anticipé les tendances et technologies qui vont devenir incontournables dans les prochaines décennies. La Vision Next 100 semble ainsi totalement irréaliste aujourd'hui... mais devrait devenir possible dans 10, 20 ou 30 ans.

Comme cela avait été dit avec le concept Vision Future Interaction découvert en janvier dernier, le conducteur d'une BMW aura toujours la place centrale.

La Vision Next 100 est ainsi totalement autonome mais le pilote pourra toujours prendre les commandes s'il le souhaite. L'idée est de conduire quand la route peut donner le sourire et de laisser faire le reste du temps.

Les technologies de la voiture apporteront un soutien au conducteur, qui devient alors ce qu'appelle BMW un «Ultimate Driver», un pilote parfait. Celui-ci est notamment assisté par l'Alive Geometry, un original dispositif composé de près de 800 triangles mobiles. Ceux-ci communiquent avec le conducteur via leurs mouvements.

Ils forment des signaux intelligibles pour les occupants de la voiture (par exemple en indiquant qu'un véhicule arrive en sens inverse ou la bonne trajectoire à prendre). Ils sont couplés à l'affichage tête-haute, fondu dans le pare-brise. Il fait officie d'écran géant, le seul dans l'auto.

IVAL

Le marketing et le SAV primés

Le groupe Ival, représentant des marques Iveco, New Holland et Fiat, vient de recevoir une distinction de la part de son partenaire italien, CNH Industriel, pour ses «activités visant à promouvoir le service après-vente».

C'est lors du congrès annuel de ce groupe, apprend-on dans un communiqué de la société algérienne, que le conglomérat italien CNHI a décidé, en janvier 2016, à Antalya (Turquie), et à travers «le premier responsable du département de pièce de rechange et du service après-vente, Mauro De Pinto, de gratifier le représentant d'Ival du trophée de la meilleure activité marketing pièces et services pour l'année 2015».

Pour les responsables du groupe Ival, «cet exploit régional et continental est le résultat direct d'un grand travail accentué notamment sur le SAV durant toute l'année 2015».

Quant aux perspectives de l'exercice 2016, Ival compte proposer «un programme très riche en activités marketing et commerciales. Plusieurs actions, plans et initiatives ciblant particulièrement la pièce de rechange et le SAV seront menés durant cette période».

LSA