



# SALON DU VEHICULE UTILITAIRE

## Le client prend de l'avance



L'autre événement du secteur de l'automobile pour l'année en cours a été, incontestablement, le deuxième Salon du véhicule utilitaire et industriel dont les lampions se sont éteints à la fin de la semaine écoulée. Une édition qui a surpris les observateurs et les professionnels par la qualité de ses stands et celle des produits exposés qui semblent correspondre de plus en plus à la spécificité de notre marché et aux besoins de la clientèle. Ce même sentiment de satisfaction se trouve partagé par les exposants eux-mêmes qui découvrent une clientèle de professionnels, sachant pertinemment la nature du produit recherché et ses applications sur le terrain. «Souvent, nous avouent certains, ils nous surprennent par leurs questions pointues sur le véhicule qu'ils souhaitent acquérir. Ce sont des clients de plus en plus exigeants qui arrivent avec des critères de choix précis sur un modèle déterminé choisi à l'avance en fonction de leurs besoins.» Une virée à travers les différents stands nous renseigne amplement sur le souci des visiteurs et non moins potentiels clients. Et pour cause, les marques les plus réputées en matière de robustesse et de fiabilité et donc proposant des produits à des niveaux de prix élevés connaissent l'affluence la plus importante du public. C'est dire surtout que c'est un salon qui prend de l'avance dans la professionnalisation du métier de l'automobile et qui augure déjà d'un repositionnement de l'intérêt du client algérien vers la qualité et la fiabilité.

B. B.

### MITSUBISHI FUSO

## Redéploiement en perspective



Pour se conformer à l'organigramme du constructeur japonais Mitsubishi, son représentant exclusif en Algérie, Falcon Motors, vient de lancer un département consacré uniquement aux véhicules lourds, camions et bus. Dans son stand, on a pu découvrir, en effet, une gamme très variée proposant le petit tonnage ou les camions aménagés en nacelle, en benne tasseuse, en plateau et version de dépannage ; les bus de moyenne et grande capacité dont l'architecture correspond parfaitement à la configuration de nos villes mériteraient une plus grande communication auprès de la clientèle qui reste canalisée

dans sa grande partie dans des produits concurrents avec des délais de livraison souvent contraignants. La nouveauté de cette année a été l'introduction du camion gros tonnage qui semble adapté aux travaux publics et aux besoins des différents grands chantiers qui se poussent comme des champignons sur tout le territoire.

M. Mubarak Hussam, directeur général de Falcon Motors, ne cache pas sa satisfaction face à l'évolution continue du marché algérien et s'engage à développer un service après-vente de bonne qualité pour être à la hauteur des attentes de la clientèle.

B. B.

### MAHINDRA

## Et l'aventure continue

C'est une véritable aventure que celle qui marque l'arrivée et le développement de la marque indienne, Mahindra, en Algérie. Une aventure que semble prendre à cœur les responsables de la société Saïda, membre du groupe GBH, pour asseoir solidement un label encore inconnu il y a un an et en faire une destination aujourd'hui pour des clients de plus en plus nombreux, soucieux de la solidité et de la résistance des véhicules et recherchant un rapport qualité-prix avantageux.

Si au début la gamme proposée aux Algériens se réduisait à deux ou trois modèles, elle se décline actuellement en plusieurs versions conçues et adaptées aux besoins des



utilisateurs et des professionnels : du Bolero simple cabine au Bolero double cabine 4x4, le Bolero avec ridelles en passant par le Scorpio dans ses différentes versions et qui se trouve aujourd'hui renforcé par de nouvelles offres pick-up frigo et conteneur. A cela on peut ajouter les double cabines 4x4 dotés d'accessoires pour les amateurs de fun. Côté service

après-vente, le directeur commercial, M. Tahar Alem, insiste pour rassurer la clientèle sur les objectifs de développement de Saïda et son déploiement à travers l'ensemble du pays. Il dira en substance : «Notre réseau d'agents agréés sera de l'ordre de 25 avant la fin de l'année et se distingue par sa conformité avec la charte du constructeur et nos exigences en matière de disponibilité de l'ensemble des prestations attendues par le client, à savoir la vente de véhicules, le service après-vente et le magasin de pièce de rechange. Une obligation contractuelle sur laquelle on est intransigeant.»

B. B.

### HINO

## Bientôt de nouveaux produits

Le retour de la marque japonaise Hino sur le marché algérien était annonciateur de bonnes perspectives pour un label que les Algériens ont longtemps connu et apprécié durant les années 1980 pour sa fiabilité et sa robustesse. Membre du groupe Toyota, ce constructeur de camions de différents tonnages a renoué donc le contact avec le pays avec deux séries, les 500 et les 600 en benne et tracteur, tout en profitant de l'étendue du réseau de Toyota Algérie à travers le territoire national. Au cours du dernier salon de l'utilitaire, il a été annoncé officiellement que Hino est désormais érigé en département autonome dans sa gestion et un directeur à la tête de la structure. Ce dernier, en l'occurrence M. Lachichi, a fait part devant la presse de son intention de développer encore plus les activités de Hino tout en se rapprochant plus de la clientèle. Il précisera à ce sujet qu'un réseau propre est en cours de constitution dans plusieurs régions et des camions ateliers sillonnent les routes du pays pour prendre en charge localement les besoins du client. «L'Algérie est un marché prometteur et nous comptons hisser la marque à un niveau de qualité supérieur, d'autant que la gamme sera prochainement élargie à d'autres produits, tels les bus, que nous proposerons au cours de l'année prochaine», dira M. Lachichi.

B. B.

### ALTRUCK

Le représentant de la marque suédoise Volvo en Algérie, la société Altruck Compagnie, membre du groupe Hasnaoui, qui bénéficie d'un capital crédible auprès de la clientèle locale appréciable, propose un stand agréablement aménagé qui met davantage en valeur les véhicules exposés. Un stand qui se distingue par la présence d'un simulateur de cabine basculante démontrant si besoin est l'importance vitale du port de la ceinture de sécurité à travers des inclinaisons fort prononcées qui mettent le corps humain dans une posture très proche de la réalité d'un accident. «Notre présence à ce salon est inscrite sous le thème de la sécurité qui constitue chez Volvo un élément important dans sa stratégie de développement. Il ne faut pas perdre de vue qu'il a toujours été leader dans ce domaine en initiant dès le début des crash-tests pour camions tout comme il a été le premier à installer des ceintures de sécurité sur camions et équipe actuellement ses véhicules du système FUSE pour la protection des véhicules légers lors des collisions», nous dira Daniel Moreau, directeur général. Installée depuis 2001, Altruck Compagnie commercialise une gamme composée essentiellement de tracteurs de type FH, FM et FE et dispose d'un service après-vente situé à Rouiba qui prend en charge l'ensemble des besoins de la clientèle. La société est représentée par des agents agréés dans plu-



## PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ

sieurs villes du pays, notamment Annaba, Constantine, Sétif, et prochainement Oran et Hassi Messaoud. Des séminaires et des formations sont organisés régulièrement chez le constructeur pour adapter et perfectionner les connaissances des techniciens aussi bien de la succursale que ceux des agents agréés. Concernant les clients de Volvo, M. Moreau souligne que «c'est une clientèle fidèle qui recherche la fiabilité et la qualité. Pour eux, la marque Volvo, c'est une référence dans le secteur et nous mettons tout en œuvre pour nous hisser à leurs attentes». L'année 2009 verra l'introduction des bus, notamment le modèle haut de gamme.

B. B.

## Mais où est passée la SNVI ?



Le constructeur national SNVI a brillé au cours de cette édition par son absence. Un événement aussi important qui ne semble paradoxalement pas recueillir l'assentiment des dirigeants de cette entreprise qui serait l'un des derniers dépositaires des formes carrées, un style d'un autre temps que même les constructeurs chinois les plus récalcitrants ont depuis longtemps abandonné. Il est vrai qu'avec un carnet de commandes débordant, cette société publique, au service prioritaire des institutions publiques, ne devrait pas disposer de temps libre pour se consacrer au client particulier.

B. B.

## IVAL Un pool de références



Une présence imposante dans un positionnement stratégique dans le hall central. Les trois marques représentées par le groupe Ival, Fiat, Mazda et Iveco présentent leurs modèles les plus recherchés par la clientèle. On retrouve ainsi la famille des utilitaires Fiat avec principalement le Doblo en deux longueurs différentes et le Ducato dans sa nouvelle robe plus élégante et plus attrayante. Le Mazda BT 50, cet infatigable pick-up, hante encore les rêves des agriculteurs et autres commerçants longtemps séduits par sa résistance à toute épreuve. Pour sa part, la fratrie des Iveco était représentée naturellement par l'inénarrable Daily et ses multiples déclinaisons qui connaît un grand succès auprès de la clientèle locale et à juste titre du reste, puisqu'il demeure incontestablement la référence du segment. De même qu'on retrouve le camion Trakker en benne et en tracteur. Les réalisations de cette marque italienne en Algérie sont en progression continue avec des projections de ventes qui se situeraient à terme autour de 900 unités par an.

B. B.