
















**Top 5** du mois de juin 2009

	<b>1 Renault</b>	<b>3 628 (+4,94%)</b>
	<b>2 Peugeot</b>	<b>2 286 (+3,76%)</b>
	<b>3 Chevrolet</b>	<b>2 226 (+0,31%)</b>
	<b>4 Hyundai</b>	<b>1 903 (-0,96%)</b>
	<b>5 Dacia</b>	<b>1 638 (-9,20%)</b>

**Meilleures ventes par modèle**

	<b>1 Renault Symbol</b>	
	<b>1 400</b>	<b>-22,17%</b>
	<b>2 Chevrolet Aveo</b>	
	<b>1 411</b>	<b>0%</b>
	<b>3 Dacia Logan</b>	
	<b>1 116</b>	<b>-15,58%</b>
	<b>4 Hyundai Atos</b>	
	<b>648</b>	<b>-0,87%</b>
	<b>5 Peugeot 207</b>	
	<b>790</b>	<b>-18,38%</b>

**RENAULT ALGÉRIE LEADER DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE****Un fer de lance nommé réseau**M. Stéphane Galoustian  
DG Renault-Algérie.

**Dans un marché qui a clôturé le premier semestre de l'année en cours par un léger fléchissement de ses volumes, le constructeur français Renault affiche, à la grande et légitime satisfaction du directeur général de sa filiale algérienne et de son équipe, des performances commerciales en nette progression par rapport à la même période de l'exercice 2008.**

En effet, au cours de sa rencontre traditionnelle avec la presse, M. Galoustian dissimulait difficilement sa joie face à des résultats qui ont, dès le début de cette année, emprunté la voie de l'ascension avec notamment des chiffres records pour Symbol, jamais égalés auparavant y compris par le Hilux de Toyota du temps de sa gloire. Et tout en

révélant les chiffres tant attendus par les journalistes, il s'est employé à souligner l'importance de ces résultats dans une conjoncture peu favorable à la croissance et qui ont permis, néanmoins, à Renault Algérie de dominer les «débats» tout au long de cette première phase de l'année. Il est relayé par ses collaborateurs qui ont présenté, chacun selon ses prérogatives, les moments forts de l'activité de l'entreprise. Ainsi, il a été fait part à l'assistance de la multiplication du nombre d'agents agréés à travers l'ensemble du territoire national avec cette nouveauté consistant à créer un véritable réseau de concessions badgées exclusivement aux couleurs de Dacia. Le réseau global de la filiale s'élève actuellement à 55 agents couvrant toutes les régions du pays. D'autres inaugurations, nous appren-



Photos : DR

Pour sa part, M. Galoustian rappellera que l'ensemble de ces affaires commerciales répondent aussi bien aux normes du constructeur que celles du cahier des charges instauré par les autorités algériennes et qui est entré en application depuis le 30 juin dernier. Ce réseau qui a nécessité de lourds investissements est naturellement objet de fierté pour les responsables de Renault Algérie

pect des standards internationaux.

En troisième lieu, c'est Renault Assistance avec sa flotte de voitures de dépannage opérationnelle H24 et 7j/7 qui est cité par l'intervenant en raison précisément de sa contribution à l'amélioration de l'image de la marque. Il en est de même pour Renault Minute, Renault Crédit, Renault Leasing et l'extension de la garantie à 24 mois ou 100 000 km qui se révèlent, au fil du temps, comme de précieux services proposés aux clients.

Par ailleurs, un exposé a été réalisé par M<sup>re</sup> Zineb Ghout sur les évolutions qualitatives enregistrées sur la nouvelle identité visuelle de Dacia qui est désormais «un acteur majeur du paysage automobile et un pilier incontournable du groupe Renault». L'oratrice poursuivra : «Dacia a instauré un nouveau mode de consommation automobile. Elle séduit par ses prix et rassure par son lien avec Renault. Les clients reconnaissent en elle le meilleur rapport prix/prestations du marché. Elle est surtout l'expression d'une gamme jeune, Logan, Logan MCV et Sandero disponible en Algérie.» Elle informera l'assistance de la vente de plus de près d'un million de Logan depuis son lancement en 2004 et que la progression des ventes était de 11,7% en 2008 et qu'elle est déjà à 15,5% pour le premier semestre 2009. Fort de cette audience, un nouvel univers graphique simple, moderne et reconnaissable est depuis quelques mois proposé pour apporter une note de jeunesse.

Reprenant la parole, le patron de Renault Algérie insiste longuement sur la qualité des prestations offertes aux clients et souligne les efforts accomplis pour les améliorer tout en reconnaissant que des actions restent à entreprendre pour être au diapason des attentes de la clientèle.

Rendez-vous est d'ores et déjà pris pour d'autres rencontres et d'autres conquêtes.

B. Bellil



dra M. Hichem Nacer Bey, responsable réseau, sont en cours de finalisation pour permettre aux marques du groupe Renault de se rapprocher encore plus de leur clientèle.

dès lors qu'il contribue grandement au développement des ventes de la filiale.

**Des résultats commerciaux en hausse**

Commentant les résultats commerciaux enregistrés à la fin du mois de juin dernier, le premier responsable de Renault Algérie revient sur les raisons qui expliqueraient cette déferlante jaune et bleu. Il évoquera en premier la diversification de la gamme proposée au client algérien à travers des nouveautés arrivées au cours de cette période, à l'image du nouveau Kangoo Express, de la nouvelle Logan MCV, de la nouvelle Mégane, de Nouvelle Clio phase II et Nouvelle Clio version diesel.

Autant de modèles qui apportent une note de fraîcheur et qui s'adaptent encore plus aux attentes et besoins de la clientèle. A cela on ajoutera l'audience exceptionnelle de Symbol qui continue à ratisser large avec un taux de progression comparativement à la Clio Classic en 2008 qui atteint les 35%.

Le second argument développé concerne le déploiement du réseau qui reste effectivement l'un des plus fiables dans le secteur de l'automobile avec une présence marquée aux quatre coins du pays et dans le res-

**CITROËN ALGÉRIE****Redéploiement en perspective**

M. Sofian Touabia.

La société Saïda, qui a repris depuis 2008 la représentation exclusive du label Citroën en Algérie et après une période d'adaptation et de réorganisation, amorce aujourd'hui une nouvelle phase marquée surtout par une refondation de sa stratégie de marketing et de communication.

Le nouveau responsable de ce département, M. Sofian Touabia, qui reste suffisamment imprégné des valeurs de la

marque pour avoir déjà présidé par le passé aux destinées de cette structure, affiche une mine optimiste en évoquant les perspectives de redéploiement de la marque aux chevrons dans notre pays. «Il est temps, dira-t-il, que Citroën reprenne la place qui lui revient de droit dans le paysage automobile algérien. C'est un logo qui a marqué des générations d'Algériens à travers ses modèles et ses technologies révolutionnaires. Il est évident que cette marque jouit dans notre pays d'un capital sympathie et confiance considérable qu'il s'agit aujourd'hui de traduire sur le terrain par un redéploiement qualitatif de marketing et communication avec une approche plus agressive et des offres promotionnelles encore plus attractives.» Selon M. Touabia, deux modèles phare seront dans une première phase particulièrement ciblés, à savoir C4 et C5.

Cette redynamisation passerait aussi et surtout par une révision

stylistique des visuels de communication pour les rendre plus captivants au regard. Et au nouveau responsable marketing de Saïda d'ajouter : «Nous ambitionnons d'élever la qualité de notre présence dans les médias à la hauteur des attentes de notre clientèle et des capacités créatrices et inventives de Citroën.» Il nous évoquera brièvement quelques inaugurations et présentations de nouveautés qui sont prévues au cours des prochains jours et qui permettront aux responsables de cette société de renouer avec les événements et replacer les chevrons sur les rails de nouvelles conquêtes commerciales.

B. B.

