

SALON DU BUS DE BRUXELLES

Les nouveautés Isuzu en vedette

Il est sans aucun doute le plus important et le plus ancien rendez-vous des professionnels des transports de voyageurs dans le monde.

Le «Bus World» 2009 a en effet ouvert ses portes le 16 octobre dernier dans la banlieue de Bruxelles en présence de plus de 350 participants entre constructeurs et sous-traitants. Sur la route de Kortrijk, lieu de l'événement, les plaines s'étendent à l'infini et les «mats de Cocagne» de Brel sont remplacés par les éoliennes imposantes avec leurs hélices aux mouvements incessants... Une pluie fine et battante s'abat sans discontinuité sur des champs verdoyants et des forêts luxuriantes alors que les derniers nuages de la brume matinale levaient le voile sur un paysage automnal fait de feuilles mortes que la brise entame déjà.

Au loin, sur un vallon se dresse le centre des expositions avec ses bâtiments flamboyants aux couleurs de l'événement du jour. A l'intérieur, les espaces sont naturellement dimensionnés à la taille des véhicules exposés. Tous les labels connus dans ce secteur sont présents à l'exception de notre SNVI. Les petits et les grands, les anciens et les nouveaux. Des signatures incontournables, VanHool, Mercedes, MAN, Isuzu, Scania, Volvo, Iveco et tous les autres mais point de ces marques chinoises qui inondent le marché algérien avec des véhicules à la fiabilité douteuse. Il est vrai aussi que cette biennale est destinée essentiellement au marché européen avec toutes les exigences techniques qui en découlent.

D'une tournée dans le dédale des différents stands, une première observation s'impose : une domination

entre le constructeur japonais Isuzu et le groupe Anadolu.

Un savoir-faire éprouvé

Fondée en 1965, cette société a débuté la production de camions badgés Isuzu dès 1984 avec un premier modèle, le NPR 59. Une année après, le constructeur nippon décide d'investir en Turquie et rachète 20% des actions de la société qui s'appellera désormais «Anadolu Isuzu Otomotiv» qui entreprend à partir de 1987 la production des Mid-Bus. Un concept qui correspond en raison de sa compacité et de ses dimensions ramassées aux besoins de transport dans des villes de plus en plus saturées. Un modèle qui s'impose au fil des années comme le moyen de transport le plus adapté



Citimark, Novo et Turquoise, les trois nouveaux bus de Isuzu.

niveau de qualité des prestations assurées à la clientèle locale. «Nous sommes très satisfaits, dira-t-il, de notre relation avec Elsecom qui a permis à notre produit phare,

Turquoise a gagné en élégance avec une face avant entièrement redessinée, des optiques plus fins et harmonieusement intégrés dans l'ensemble et une surface vitrée importante qui offre une bonne luminosité et une vue panoramique. Il est propulsé par un bloc diesel à injection directe sous très haute pression de 5.0 l de cylindrée pour

une puissance de 190 ch et un couple de 513 Nm.

La troisième étoile de Isuzu au Salon de Bruxelles se prénomme Citimark. Une nouvelle offre dans le transport urbain, avec un look attractif et une conception qui privilégie la facilité d'accès lors des fréquentes utilisations dans la cité. Une architecture en phase avec les nouvelles

tendances du marché et un confort adapté aux courts trajets. Il propose en plus une rampe d'accès pour les personnes à mobilité réduite et des espaces qui leur sont spécifiquement dédiés avec ceinture de sécurité et accoudoirs. Son moteur est un diesel Euro5 de 204 ch et un couple impressionnant de l'ordre de 637 Nm.

L'arrivée en Algérie de cette nouvelle gamme s'effectuera, selon M. Ali Hamoutène, directeur général d'Elsecom Isuzu, au cours des mois à venir au fur et à mesure des adaptations techniques.

Signalons aussi que la société Anadolu Isuzu fait partie du groupe Anadolu qui englobe plusieurs sociétés dans des domaines aussi divers que l'automobile, les banques, les boissons, l'électronique, le bâtiment, la santé, le sport, la restauration... Son chiffre d'affaires s'élève à 4,6 milliards de dollars et un effectif global de 20 000 employés.

B. Bellil



Des modèles au design futuriste.

auprès des différentes compagnies en Turquie. En 1998 et compte tenu de la demande grandissante, une nouvelle usine est ainsi créée pour permettre une amélioration du processus de production et élargir la gamme de véhicules. On dénombre aujourd'hui 10 modèles différents, 4 camions et 6 bus et l'entrée en production prochaine du pick-up D-Max.

le bus, de prendre des parts importantes dans votre marché et d'être aujourd'hui notre premier client à l'international.» Dans l'entretien qui suit, il nous informera aussi que les nouveaux produits exposés à Bruxelles équipés de moteurs aux normes Euro5 seront adaptés prochainement au marché algérien pour pouvoir offrir ainsi une gamme moderne et confortable aux utilisateurs.

Une gamme renouvelée

Le Novo est une nouvelle offre dans le segment des bus moyens avec sa haute technologie et sa conception pratique. D'une capacité de 27 sièges, il présente un intérieur de nouvelle génération avec des ambiances qui rendent le voyage à bord agréable et reposant. Des équipements adaptés aux exigences de la clientèle, climatisation, radio CD, des sièges réglables, ABS, ASR, espaces de rangement... Le Novo est proposé dans sa version européenne avec une motorisation Euro5 diesel à common-rail avec intercooler d'une puissance de 155 et 190 ch et un couple de 419 et 513 Nm.

Le Turquoise millésime 2009 propose une approche moderniste du long voyage avec une sellerie au design confortable qui réduit la fatigue et prolonge le plaisir d'être à bord. Une ambiance feutrée et de standing, et des équipements de confort et de sécurité en nette évolution par rapport à l'ancienne version. Le design général du nouveau

M. Omer Ablay, DG de Anadolu Isuzu Otomotiv :

«Le marché algérien est très important pour nous»

Le Soir d'Algérie : Que pourrait représenter pour vous le Salon de Bruxelles ?

M. Omer Ablay : C'est un rendez-vous important que nous n'avons jamais manqué depuis 2003. C'est une rencontre d'échange de connaissances et d'expérience entre les constructeurs et les sous-traitants. C'est un salon qui intervient au lendemain d'une crise qui a durement secoué l'industrie automobile mondiale. Il constitue pour les uns et les autres l'occasion de s'inscrire dans de nouvelles perspectives d'investissement et de prospection de marchés porteurs.

Pour nous, c'est une autre étape dans notre stratégie de développement et d'amélioration de nos véhicules. Nous y avons présenté nos trois dernières nouveautés, des produits modernes et bénéficiant des toutes dernières avancées technologiques dans le domaine. Ils sont la synthèse d'une longue expérience et d'un savoir-faire de mieux en mieux maîtrisé. Ces trois nouveaux bus, Novo, Turquoise et Citimark affichent un design novateur qui séduit encore plus par le style et l'élégance de leurs lignes. Ils ont été fabriqués conformément aux normes européennes actuelles Euro5. C'est une évolution importante dans la qualité de fabrication de nos véhicules qui reflète notre souci permanent d'amélioration.

Votre stratégie de développement à l'international nécessiterait aussi une amélioration de la qualité de service parallèlement à l'amélioration des modèles. N'est-ce pas votre avis ?

C'est aussi notre principal axe de déploiement dans les régions où sont distribués nos produits. Nous sommes en phase de structuration d'un réseau de points de service à travers les 22 pays où nous sommes présents. Et je me permets de vous informer que parmi les 103 points de service dont dispose Isuzu Turquie à travers le monde, 40 sont inscrits à l'actif d'Elsecom Isuzu en Algérie. Ce plan d'amélioration de la qualité de service s'accompagne d'une formation adaptée pour les personnels techniques et l'adaptation de leurs aptitudes techniques aux nouvelles technologies introduites dans les nouveaux véhicules. Et je vous rappelle que le Mid Bus dont nous maîtrisons aujourd'hui la technique est leader des ventes locales et des exportations en Turquie depuis 2006 et qu'il occupe une place appréciable dans les marchés où il est com-



mercialisé. Une fiabilité largement éprouvée qu'on veut maintenant consolider par un service de qualité à la hauteur de la confiance du client.

Comment appréciez-vous l'évolution du marché algérien ?

L'Algérie a toujours occupé une place prépondérante dans notre plan de développement à l'international. C'est un marché qui évolue avec beaucoup de succès et qui constitue aujourd'hui le plus important débouché pour nos ventes de bus. Notre partenariat avec Elsecom est un bel exemple de réussite professionnelle et je saisis cette opportunité pour remercier messieurs Achaïbou et Hamoutène d'avoir grandement contribué au succès de cette relation qui dure depuis plus de dix ans.

Peut-on prévoir l'arrivée prochaine de ces nouveaux modèles sur le marché algérien ?

Les nouveaux produits que nous venons de présenter en première européenne au Salon de Bruxelles seront aussi mis à la disposition de nos clients algériens dès que nous aurons accompli les adaptations techniques aux conditions de votre marché, notamment une motorisation conforme à la qualité du carburant local. Et je vous annonce par ailleurs que dans le cadre de ce partenariat exemplaire, nous avons convenu et sur la base des suggestions techniques d'Elsecom de développer un modèle de bus uniquement pour le marché algérien et qui sera mis à l'essai dans les mois à venir. C'est un véhicule qui a reçu des modifications pour l'adapter aux conditions climatiques parfois extrêmes de votre pays.

Propos recueillis par B. B.



La cérémonie d'ouverture.

sans partage des produits de grands labels fabriqués en Turquie. Il en est ainsi de Mercedes, MAN, Mitsubishi Temsa, Iveco et Isuzu...

Ce dernier, installé dans un grand espace au pavillon 4, présente en première européenne trois nouveautés, le Citimark, le Novo et le Turquoise nouvelle version. Trois modèles qui en disent long de par leur conception, les équipements et les technologies embarquées sur le niveau de qualité de fabrication et le savoir-faire de Isuzu Turquie, une joint-venture

La production de Anadolu Isuzu se trouve actuellement à 70% destinée à l'exportation dans 50 pays à travers le monde dont la plupart en Europe. L'Algérie occupe dans ce cadre la première place avec une vente moyenne de 1 200 bus par an et un réseau de service après-vente qui suscite le respect et l'admiration des premiers responsables de Anadolu Isuzu. Son directeur général, M. Omer Ablay, souligne particulièrement le travail accompli par Elsecom Isuzu, son partenaire en Algérie, dans l'élévation du