

## SALON D'ALGER

### LANCEMENT DE PORSCHE EN ALGÉRIE

# Et le «rêve» devient réalité

La professionnalisation qu'on a tant évoquée à l'occasion de Salon d'Alger se trouve largement confortée dans le pavillon occupé par le groupe Sovac avec l'ensemble des marques qu'il représente. De Volkswagen à Porsche, en passant par Seat, Skoda et Audi. C'est véritablement un haut lieu des toutes dernières innovations du groupe allemand Volkswagen et où l'engouement du public est le plus significatif.

Dans ce royaume feutré de l'automobile, on ne peut s'empêcher de marquer une longue halte devant cet écrin en verre réservée à la prestigieuse marque tout aussi germanique, en l'occurrence Porsche, qui a saisi l'opportunité de ce Salon pour inaugurer sa présence sur le sol algérien. Un événement de taille qui rehausse encore plus l'image de cette 14<sup>e</sup> édition.

Le stand de ce label est, à tous égards, similaire à ceux qu'on retrouve dans les plus grands salons du monde. Et la gamme des modèles exposés représente l'essentiel des dernières nouveautés mises au point par le constructeur.

Lors de la cérémonie d'ouverture de cet événement, d'aucuns se seront discrètement interrogés sur la pertinence du lancement d'une telle marque dans un marché qui enta-



Des modèles de rêve et de passion.

me à peine la longue marche vers la maturation et la professionnalisation et où le critère de choix fondamental pour la majorité de la clientèle demeure le prix.

Et avant même que cette observation ne lui soit susurrée à l'oreille, le directeur des ventes chez Porsche, Marc Ouayoun, a d'emblée anticipé en soulignant que «la priorité aujourd'hui c'est de positionner la marque sur le marché algérien et lui assurer une belle représentation», avant de préciser : «Nous avons beaucoup d'espoir pour votre pays.»

#### Des ambitions mesurées

Ainsi, il est évident de constater que la présence de Porsche a nécessité une longue période de préparation pour la mise au point d'infrastructures adaptées à son image et son standing. Ce à quoi s'est livré Sovac depuis plusieurs mois pour assurer les meilleures conditions aussi bien dans la préparation matérielle que humaine. Reda Bouabid, manager de la marque auprès de Sovac, insistera longuement sur la phase de préparation qui a nécessité «la mobilisation de toutes

les énergies de part et d'autre des deux sociétés pour être prêt à ce rendez-vous et surtout ne pas rater la sortie de ces véhicules de rêve et de passion». Un événement historique majeur dans le domaine de l'automobile en Algérie. L'accueil réservé par le public à cette marque durant les journées du Salon renseigne sur sa maturité et surtout sa soif de découverte de modèles qui rivalisent en beauté et en raffinement.

Introduire Porsche en Algérie pourrait se révéler comme un véritable challenge pour ses initiateurs. D'autant que la mise en circulation de ce type de véhicules dans une configuration géographique et routière aussi dégradée que la notre exigerait la mise en place de structures de service après-vente à la qualité irréprochable et une disponibilité à toute épreuve de la pièce de rechange d'origine. M. Bouabid précisera à ce sujet que «durant la période de préparation, des sessions de formation intensives ont été organisées par le constructeur pour parfaire les connaissances et les aptitudes des techniciens à prendre en charge efficacement et selon les normes très rigoureuses de la marque les besoins des clients. Et l'équipe de Porsche Algérie est maintenant prête pour assumer pleinement ses missions». Il nous apprendra par ailleurs que des structures sur le site actuel de Sovac seront spécialement dédiés à cette marque. L'ouverture de ce siège interviendrait juste après le Salon.

Publicité

14<sup>ème</sup> Edition du Salon International de l'Automobile  
Prenez une longueur d'avance.

Du 17 au 27 Mars, Venez découvrir la nouveauté les promotions de GRET WALL au Pavillon Central



GMS Distributeur Officiel de Great Wall  
Tél : 0560 099 908 / 0555 091 276

Alger : Comp. Autoroute Dély Ibrahim, Tél : 021 91 03 11 à 13, Fax : 021 91 88 45/ Oran : Tél : 0555 06 13 95/ Tiemcen : Tél : 043 20 50 46/043 20 65 46/Oran : 0661 20 54 09/ Blida : Tél : 025 36 00 36/37, Fax : 025 36 00 38 Blida : Sarl ASAL, Tél : 025 42 51 70/ Tizi-Ouzou : Tél : 026 20 16 00/Sétif : Tél : 036 92 12 12/Batna : Tél : 033 86 99 92/ El Eulma : Tél : 036 86 15 15/Oum El Bouaghi : Tél : 030 36 12 59/Djelfa : Eurl MBA AUTO, Tél : 027 87 66 02/Saida : Tél : 048 47 61 72/ Ain Timouchent : Ets BOURAHEL, Tél : 043 60 92 04/Akbou : Tél : 030 40 75 60/Hadjout : Tél : 024 49 21 21/Maghnia : Tél : 0550 98 36 59

Concernant la gamme disponible, M. Bouabid nous informera que le client aura l'embarras du choix et du modèle le plus adapté à ses attentes.

#### Un véritable challenge

Pour sa première sortie en Algérie, Porsche a présenté au public 5 modèles : Cayman S de 320 ch, Cayenne, le SUV le plus connu chez nous avec un moteur diesel développant 240 ch, Panamera, la première limousine 5 portes du constructeur avec ses 300 ch, 911 Carrera S, coupé avec son bloc d'une puissance de 385 ch et Boxter 255 ch. Leurs prix varient entre 9 et 17 millions de dinars.

La clientèle attendue pour ce type de véhicules serait, selon le directeur des ventes de Porsche, «celle des chefs d'entreprise et des professionnels des fonctions libérales. Elle n'est pas spécialement destinée à certains privilégiés». Pour lui, «il n'y a aucune raison objective d'acheter une Porsche. C'est juste une question de passion» avant d'avouer : «Nous vendons du rêve. » Et c'est précisément ce rêve qui manquait tant aux passionnés de l'automobile en Algérie.

B. Bellil

## CARTON ROUGE Des habitudes à la peau dure

En dépit des orientations de l'association AC2A, en vue d'éviter les erreurs du passé qui se situent en porte-à-faux avec sa volonté de presser le pas vers la professionnalisation, certains concessionnaires, à l'image de Mitsubishi, n'hésitent pas à apposer sur le pare-brise d'un véhicule la mention «vendu» qui rappelle plutôt les pratiques d'un marché d'occasion et non d'un Salon.

## LE FAIT DU JOUR Le plus ancien modèle



Elle est sans doute le plus ancien modèle du salon. Elle cumule plus de 20 ans de carrière et paradoxalement son prix est en nette progression. Elle en est déjà à sa 3<sup>e</sup> participation au Salon. Elle, c'est la Pars d'Iran Khodro ou plus précisément l'ancienne Peugeot 405 que les responsables de Famoal continuent à commercialiser en dépit des oppositions de la filiale algérienne de la marque au lion.

## Porsche en bref

Créée en 1948, la marque Porsche est à la fois le plus petit constructeur automobile allemand indépendant et le plus rentable au monde, elle est basée sur des décennies d'expérience dans la fabrication de véhicules pour particuliers et de sport automobile.

L'histoire des voitures de sport Porsche commence en 1948 avec le légendaire Type 356/01, mais la base conceptuelle de la marque est le résultat du travail du professeur Ferdinand Porsche de 1875 à 1951.

Publicité



LA NOUVELLE INNOVATION CHEVROLET AU SALON DE L'AUTOMOBILE D'ALGER  
Safex Pavillon A du 17 au 27 mars 2011

NOUVELLE CHEVROLET SAIL

5 portes ou 4 portes, votre SAIL toute équipée.

L'étoile Chevrolet veille sur vous.



LES 100 PREMIÈRES SAIL BERLINE  
AU PRIX EXCEPTIONNEL DE  
895 000 DA TTC  
TAXE VÉHICULE NEUF INCLUSE  
OFFRE VALABLE DU 17 au 27 MARS 2011



Alger Ksar Ezzouar : Tél. 021 24 30 30 - Fax. 021 24 58 01  
Alger Les Annassers : Tél. 021 44 96 00 à 05 - Fax. 021 54 09 18  
Alger Dély Brahimi : Tél./Fax. 021 33 62 25  
Etoile d'Oran : Tél. 041 42 12 80/32 - Fax. 041 53 84 16

www.diamal.net  
INFORMATION ET ASSISTANCE CHEVROLET : 021 98 00 61  
Offres valables chez Diamal et son Réseau National.

GARANTIE 2 ANS  
OU 100 000 KMS

Way of Life!

Esecom Automobiles  
Distributeur Officiel / Siège SUZUKI :  
Alger :  
Tél. : 021 51 01 50  
0770 53 36 30 / 38 / 39  
0770 11 72 84 / 96 / 97  
0770 26 40 11 / 0770 26 36 85  
Fax : 021 51 78 54

**Nouvelle ALTO K10**

La plus puissante et la plus économique de sa catégorie

Motorisation 1,0L à 68 cv  
4,4 L au 100 km

Présente au Salon de l'Automobile d'Alger du 17 au 27 Mars.  
Palais des Expositions, Pavillon Central, Annexe B2.

**MAHINDRA**

**Solidité et robustesse**

Arrivée en Algérie il y a à peine quatre années, la marque indienne s'est construite depuis une réputation de solidité et de robustesse. Ces véhicules, essentiellement des pick-up, ont fait preuve d'une surprenante adaptation aux conditions d'utilisation locales plus que difficiles. Habités aux utilitaires d'origine européenne et japonaise, les professionnels algériens ont découvert les Scorpio et Bolero avec beaucoup d'intérêt, et ont même été étonnés par leurs capacités de chargement exceptionnelles et surtout leur aptitude à affronter les conditions d'utilisation les plus extrêmes.

Représentée par la société Saida, Mahindra a réussi à écouler en quatre années plus de 1 500 unités, ce qui constitue une performance respectable compte tenu de l'originalité de la firme par rapport aux habitudes commerciales du pays. «Une période d'installation, dira M. Coutelier, directeur général, qui nous a permis de faire connaître nos produits auprès des utilisateurs et par là même d'apprécier leur adaptation à leurs besoins spécifiques.» Le Scorpio dans ses deux versions, pick-up et SUV, et en affichant un rapport qualité/prix compétitif, a pu s'imposer comme référence dans la robustesse. De nouveaux modèles sont attendus au second semestre de l'année en cours. Des évolutions stylistiques et une amélioration de la qualité de finition et une plus grande diversité de la dotation en équipements.

Présent à Alger, le responsable de la division Afrique chez Mahindra a réaffirmé l'intérêt de son entreprise pour le marché algérien qu'il considère comme «important dans la stratégie de déploiement de Mahindra dans cette partie du monde». Il rappellera que la marque indienne existe depuis 1945 et qu'elle occupe la place de leader dans le marché indien.

Ce groupe n'est pas spécialisé uniquement dans le domaine automobile, mais active également dans d'autres secteurs tels que la production de tracteurs agricoles, les triporteurs, l'agroalimentaire, l'aérospatial...

Pour l'année 2011, Saida ambitionne de développer encore plus ses parts de marché en Algérie à travers un réseau d'agents agréés déployé dans toutes les régions du pays et un service après-vente performant.

B. B.