Club des Journalistes Automobiles

Communiqué de fondation

Le Club des journalistes automobiles algériens (CJA) est né. Composée de journalistes spécialisés dans le secteur de l'automobile et exerçant aussi bien dans des organes spécialisés, magazines et sites web, que dans les principaux quotidiens nationaux, cette nouvelle structure se propose d'apporter sa contribution à la professionnalisation d'un secteur en plein essor et d'initier un certain nombre d'animations autour de l'activité automobile dans notre pays. Trophée de la meilleure voiture de l'année, meilleur service après-vente, personnalité de l'année automobile… Autant de facteurs d'émulation entre les intervenants dans le secteur et qui visent en définitive à améliorer la qualité des prestations assurées par les uns et les autres, et permettre au client de bénéficier de produits et de conditions d'accueil aux standards internationaux.

Pour sa première activité, le Club des journalistes automobiles lance la première édition de la récompense la plus attendue par les constructeurs automobile, à savoir le trophée de la meilleure voiture de l'année 2012. Un jury composé de 19 journalistes spécialisés planche déjà sur la première phase de sélection des véhicules neufs introduits dans le marché algérien au cours de la période allant du 1er janvier au 31 décembre 2011.

Le trophée sera remis au représentant de la marque récipiendaire à la veille du prochain Salon de l'automobile d'Alger.

Et pour mener à bien ses missions, le club s'est doté d'une structure permanente pour la gestion des différents évènements inscrits dans sa feuille de route et a désigné Belkacem Bellil comme coordinateur et porte-parole.

Membres fondateurs :

Ahmed Ammour (autoalgérie.com), Khaled Alouache *(Le Jeune Indépendant)*, Hamid Abbassen (autoutilitaire.com), Badreddine Aissou (*Ennahar)*, Amine Meriem (autoalgerie.com), Nabil Meghiref *(Echourouk*), Yacine Bendjaballah *(DZauto*-magazine), Lyes Ibaliten (Dzair auto.com), Brahim Aziez *(Motors Magazine*), Salim Benalia *(L'expression*), Sofian Bouayad *(El Khabar*), Farid Belgacem (*Liberté*), Mourad Saadi (*Le Mensuel de l'Automobile*), Zola Soumer (Radio El Bahdja), Nadir Kerri (*El Watan)*, Mourad Metahri *(Compétition*), El Hadi Benhamla *(El Djazair News*), Mohamed Mendaci (*El Moudjahid)*, Belkacem Bellil (*Le Soir d'Algérie*).

Dacia Duster, le 4x4 le plus vendu en 2011

Ce SUV de la marque Dacia a terminé l'année 2011 avec un volume de vente qui a atteint les 2 791 unités. Une performance qui le place en tête du palmarès du segment des 4x4 en Algérie. Un rapport qualité/prix très avantageux et des aptitudes aux escapades champêtres respectables. Une conduite haute que beaucoup de clients apprécient de plus en plus.

L'arrivée de Duster dans notre pays a fait exploser le taux de progression de ce segment qui a ainsi dépassé les 80%.

B. B.

PEUGEOT ALGÉRIE

2012, une année riche en évènements

Les résultats commerciaux «historiques» de 2011, la chevauchée épique de la sulfureuse 207, le développement du réseau, l'évolution stylistique de la Bluebox, autant de thèmes et d'autres qui ont été abordés par le directeur général de Peugeot Algérie, Pierre Foret, lors d'une rencontre avec la presse nationale dimanche dernier.

Photos : DR

Nouvelle 208, un évènement attendu par les passionnés de l'automobile.

Auparavant, le nouveau patron de la filiale du constructeur français a tenu à relever la spécificité du marché algérien qui serait l'un des rares au monde à avoir enregistré une progression de ses volumes de vente aussi importante, soit plus de 32,1%.

Pierre Foret, DG de Peugeot Algérie.

Pour Peugeot, c'est tout aussi important dès lors que le cumul annuel a atteint les 33 336 véhicules vendus, soit une évolution de l'ordre de plus de 46% comparativement à l'année 2010 et des parts de marché de 11,1%. Cette prospérité reste le fruit du succès d'une gamme séduisante et adaptée aux attentes de la clientèle algérienne. C'est le cas notamment de la star nommée 207 qui continue d'occuper la tête du classement avec un total de 15 445 ventes soit plus de 60% des ventes globales de Peugeot. Elle est secondée par la 206+ dont le style et le rapport qualité/prix continuent à convaincre, la 308 restylée et revigorée pour de nouvelles conquêtes commerciales d'autant que la douzaine de versions proposées offrent un large choix d'équipements et de motorisations pour une clientèle de plus en plus exigeante.

Une image rehaussée

C'est également l'arrivée de la 508 courant 2011 avec une évolution qualitative remarquable qui a rehaussé l'image du haut de gamme chez Peugeot et promet de se frayer un bon positionnement dans un segment largement dominé par les modèles germaniques.

La famille des utilitaires n'est pas en reste, puisque leur volume global a enregistré une hausse substantielle, avec un Partner toujours aussi apprécié, le Bipper, le Boxer et l'Expert.

Abordant ensuite le service et le développement du réseau, Pierre Foret a longuement insisté sur la qualité des prestations offertes au client algérien en soulignant d'abord la disponibilité et en quantité de la pièce de rechange d'origine. Il soulignera aussi que la filiale encourage désormais les membres de son réseau pour l'installation d'ateliers de carrosserie et de peinture pour assurer ainsi la gamme complète des prestations d'une concession automobile, et veiller surtout au respect des standards internationaux et des normes du constructeur.

En évoquant les perspectives de développement du réseau pour les mois à venir, le DG de Peugeot Algérie n'a pas dissimulé sa préférence pour une «évolution de qualité et non de quantité. Nous insistons pour que nos représentations dans toutes les villes du pays soient en mesure d'accueillir le client dans des conditions dignes de la confiance qui est placée en nous. » L'ouverture de la succursale d'Alger située à Oued Smar, prévue vers la fin de ce premier trimestre, contribuera sans doute à améliorer encore davantage la qualité de service chez Peugeot Algérie.

Bluebox, un concept de qualité

Par ailleurs et concernant les changements apportés dans la charte Bluebox, M. Foret confirme que le concept est reconduit mais avec une évolution stylistique qui le hisse vers le Premium, notamment les nouvelles couleurs retenues, «et au-delà d'un concept, dira-t-il, c'est toute une philosophie de travail d'équipe et de qualité qui est mise en valeur».

Pour l'année 2012, Peugeot promet à ses clients algériens un calendrier riche en évènements produits. Une liste de nouveautés est d'ores et déjà préparée. Un enrichissement de la gamme 308 avec notamment de nouveaux blocs moteurs plus puissants, 150, 163 et 200 ch et l'arrivée au printemps du nouveau SUV 4008 dont le design s'intègre harmonieusement dans la nouvelle charte identitaire de la marque. Mais l'événement le plus marquant de l'année 2012 restera sans aucun doute le lancement au cours du second semestre 2012 de la toute fraîche 208 qui suscite, avant même sa commercialisation, un intérêt particulier de la part des clients aussi bien en Europe qu'en Algérie. Et même s'il est attendu qu'elle remplacera la 207, celle-ci continuera à être vendue jusqu'à la fin de l'année en cours.

La 208 sera en tout état de cause présentée au prochain Salon d'Alger.

B. Bellil

LE CHIFFRE DU JOUR

11 000 véhicules en stock

Ce sont pas moins de 11 000 véhicules qui seraient actuellement dans les stocks de Peugeot Algérie pour assurer une disponibilité immédiate en faveur de la clientèle locale. Une performance respectable qui permet à la filiale de la marque française d'entamer l'année 2012 sous de bons auspices tout en diversifiant les offres commerciales.

B. B.

REVENDEURS PARALLÈLES

Entre 25% et 30% des ventes

Le phénomène des revendeurs parallèles suscite une sérieuse préoccupation chez les responsables de Peugeot Algérie qui avouent toutefois leur incapacité à l'enrayer d'une manière définitive sans l'apport de tous, membres du réseau et pouvoirs publics.

Selon Pierre Foret, des efforts sont accomplis en vue de sensibiliser les agents agréés sur les risques latents de ce phénomène d'autant que les volumes de vente réalisés par ce réseau parallèle constituent entre 25% et 30% des ventes de Peugeot Algérie.

B. B.