

Des performances en hausse

Le groupe français Saida a clôturé l'exercice 2011 avec des résultats positifs conformes aux objectifs tels que définis au début de l'année : 7 000 véhicules vendus et des investissements en hausse.

Le fer de lance de la société, c'est incontestablement la marque Citroën qui a poursuivi son redéploiement sur le marché local. Un résultat qui dépasse les 6 550 unités pour un taux de l'ordre de +30% et qui reflète en fait les performances à la hausse de la marque au niveau mondial.

Un label qui ne cesse d'améliorer ses modèles et l'arrivée de la gamme DS a contribué grandement à la revalorisation de la signature du plus inventif des constructeurs mondiaux. DS3, DS4 et DS5, des noms évocateurs et une ligne distinctive qui se révèle un grand succès commercial avec plus de 110 000 exemplaires vendus.

C'est surtout une série de distinctions et de désignations de meilleure voiture de l'année dans plusieurs pays à travers le monde par la presse spécialisée et qui renseigne amplement sur la réussite stylistique de lignée de voitures.

Des investissements pour durer

En Algérie, la société Saida qui représente la marque française a poursuivi le travail de consolidation de sa présence en développant un réseau d'agents agréés, dont le nombre a atteint 28, disséminés à travers l'ensemble du territoire. Patrick Coutelier, directeur général de Saida, lors de la conférence de presse qu'il a animée mercredi dernier au siège de son entreprise, a insisté sur la qualité de cette représentation qui «doit être conforme aux normes du constructeur et de sa nouvelle identité visuelle. Et nous pouvons nous enorgueillir aujourd'hui d'être l'un des premiers pays au monde à avoir l'intégralité de son réseau à la nouvelle image Citroën». Il y a lieu de souligner que tous les agents de Saida assurent les 3 activités principales d'une concession, à savoir la vente de véhicules,



La marque Citroën continue de séduire.

l'entretien et la réparation et la vente de la pièce de rechange d'origine. «Notre travail de prospection, dira encore M. Coutelier, se base sur un cahier des charges extrêmement rigoureux qui prend en compte l'intérêt du client.» Le succès de la marque Citroën s'est exprimé en 2011 à tra-

vers une forte progression (+78%) des ventes de la petite et non moins séduisante C3 qui devient ainsi le leader de la gamme aux chevrons.

Elle est suivie du Berlingo qui se voit désormais relégué au second plan après avoir régné sans partage des années durant sur les palmarès de vente.

Il occupe néanmoins la 2^e place dans le segment des ludospaces avec 22% de parts de marché.

La famille des utilitaires continue pour sa part de progresser (+50%) et représenter en définitive 25% des ventes totales de la marque.

Par ailleurs, cette même tendance à la hausse se retrouve dans le registre de la pièce de rechange avec une plus grande disponibilité grâce essentiellement à de lourds investissements. Pour 2012, le premier responsable de Saida ne dissimule pas ses ambitions de rehausser encore plus l'image de Citroën et accélérer le rythme de développement afin de lui permettre de retrouver la place qui est la sienne dans le paysage automobile local. C'est notamment l'inauguration prochaine d'une nouvelle succur-

sale à Chéraga, sur les hauteurs d'Alger, qui offrira les meilleures conditions pour prendre en charge efficacement les attentes des clients.

Le directeur général de Saida estime à 8 000 ventes pour Citroën au cours de l'année 2012 et des parts de marché de l'ordre de 3% avant de confirmer «notre engagement à pérenniser notre présence en Algérie à travers des investissements solides.

Le service après-vente occupe dans cette perspective une place prépondérante dans notre stratégie avec des structures adaptées et des équipements modernes».

Mahindra, le temps du renouveau

La marque Mahindra aborde en cette année 2012 une phase déterminante dans son organisation. Une marque historique et symbolique pour la société Saida et qui est en phase d'une profonde restructuration. M. Coutelier dira d'emblée que «Mahindra revêt une haute importance pour nous et il va de soi qu'elle ait une organisation digne de son statut. Elle nous permet d'être présent sur le 3^e marché algérien, celui des pick-up».

Une équipe complète et spécialement dédiée s'attèle à préparer le renouveau de cette marque à travers une offensive produit importante avec l'arrivée d'un nouveau pick-up, le Génio, doté d'une motorisation de 120 ch, d'un style moderne et élégant et d'une palette d'équipements

modernes réservé généralement aux berlines. C'est aussi la commercialisation vers le second semestre 2012 du tout nouveau SUV, le XUV 500, avec son allure de baroudeur de charme et un style qui marque une rupture avec les habitudes stylistiques de la maison. Le renouveau, c'est également un réseau entièrement repensé et amélioré, et qui s'engage à proposer des prestations de qualité.

Scania, une gamme diversifiée

La 3^e marque représentée depuis 2010 par Saida c'est le constructeur suédois de camions, Scania. Selon le premier responsable du groupe, «c'est un choix de développement important pour se positionner sur un marché complémentaire à celui de Citroën et Mahindra». Quelque 135 véhicules tous modèles confondus ont été vendus au cours de l'année 2011.

Un bilan en progression en dépit du recul constaté au niveau de ce marché.

La gamme des camions Scania s'est clairement diversifiée avec l'arrivée de modèles adaptés aux attentes des clients entre tracteurs et porteurs. Il est attendu qu'au cours de l'année 2012, d'autres nouveautés feront leur apparition dans les showrooms de Scania, notamment des camions plateaux, toupie, bennes, grues...

B. Bellil

DS, une gamme à part entière

L'année 2012 s'annonce chez Saida sous les couleurs noir et gris de la gamme DS. Une priorité soulignée par le DG de l'entreprise et qui révèle une volonté de développer les ventes de la gamme DS et de lui consacrer des espaces spécialement dédiés et une équipe formée pour cette ligne haut de gamme aussi bien au niveau de la vente que de l'après-vente. Après la DS3 et la DS4, c'est la DS5 qui est attendue lors du prochain Salon d'Alger, offrant ainsi un choix varié aux



clients. Des motorisations essence THP et diesel HDi aux puissances allant de 110 à 160 ch et un design qui ne laisse guère indifférent.

B. B.



XUV, le baroudeur de Mahindra.

Publicité

Make it happen.

CHEVROLET CRUZE

Essence

ABS. Double Airbag. Radar de Recul. Air Conditionné Automatique. Jantes en Alliage 17". Feux Antibrouillard. Direction Assistée...

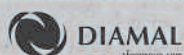
Diesel 2.0 VCDi 150 ch

Idem version essence + Toit Ouvrant+

Sellerie cuir d'origine offerte



Prix licence à partir de **1 150 000 DA**
Prix TTC à partir de **1 650 000 DA**



www.diamal.net

Information et Assistance Chevrolet : 021 98 00 61
Offre valable chez DIAMAL et son Réseau National.

