

SEAT

La montée en gamme se confirme

Il y avait foule en ces 8 jours de salon dans le stand de la marque Seat. La gamme exerce une attraction particulière sur les visiteurs. Les modèles exposés étaient comme noyés au milieu de rassemblements compacts. Il faut jouer des coudes pour distinguer Ibiza de Leon ou encore de la Cupra. Les récentes augmentations opérées par le représentant de la marque, le groupe Sovac, n'ont pas découragé les amoureux de ce label.

Le responsable de la marque, Adel Zerrouk, estime d'emblée que «le Salon d'Alger est en train de monter en gamme comparativement aux éditions précédentes. Il est sur la voie de la professionnalisation tant souhaitée. S'il est vrai qu'il y a moins d'engouement de curieux sur le stand, il y a en revanche une clientèle intéressée, à la recherche d'un produit précis répondant parfaitement à ses attentes et à ses besoins». Et contrairement aux avis faisant état d'une morosité ambiante, notre interlocuteur estime que «c'est là où interviennent justement la force et la puissance d'une marque et de ses capacités intrinsèques de persuasion. Seat dispose d'un fort potentiel qui lui permet de perpétuer le succès de sa gamme et de fidéliser une clientèle jeune qui s'identifie dans le design et le style de nos véhicules ainsi que dans la richesse et la diversité des équipements».

Abordant le sujet des augmentations tarifaires et leur impact sur la décision d'achat des clients, Adel Zerrouk relève que «les clients Sovac ne sont nullement découragés par cette évolution. En venant au salon, ils s'attendaient à découvrir des remises et des promotions qui suffisent à confirmer leur choix et accélèrent leur décision d'achat. Nous sommes aujourd'hui convaincus que les clients de nos modèles phares, Ibiza et Leon, sont fiers de la marque et qu'ils lui vouent une grande confiance. Nos ventes durant ce salon sont au-delà de nos prévisions. Et même si on n'a pas reconduit le dispositif de livraisons immédiates mis en place l'année dernière, les clients restent confiants quant à notre volonté de respecter nos engagements».

Côté modèle, on retrouve naturellement l'incontournable Ibiza qui se détache du reste de la gamme, Leon et Leon Cupra. Concernant la montée en gamme et l'augmentation des prix des véhicules Seat, le responsable de la marque réfute l'idée d'un repositionnement de la marque et insiste plutôt sur le renforcement des valeurs de Seat et de son ciblage d'une clientèle favorisant le design et le dynamisme. Il évoquera néanmoins une montée en gamme dans le domaine de la dotation en équipement de sécurité. Il justifiera le relèvement des prix par la dépréciation du dinar et la remontée du dollar.

Revenant sur la restructuration de Seat en Algérie, M. Zerrouk soulignera la stratégie du groupe Sovac de la doter d'une



Adel Zerrouk, DG de SEAT.

«autonomie pour sa gestion avec un siège, une équipe et un service après-vente spécialement dédié. Un réseau de 14 agents agréés assumant l'ensemble des prérogatives d'une concession automobile, à savoir la vente de véhicules, l'entretien, la réparation et le magasin de pièces de rechange. Le dernier en date, une structure récemment inaugurée à Dar-El-Beïda non loin de l'aéroport et qui dispose d'un showroom pouvant accueillir jusqu'à 8 voitures et d'un service après-vente doté de 20 ponts».

Pour l'année 2015, il est attendu le restylage de la star des ventes dès le mois de juin prochain. «Ibiza, nous dira-t-il, arrive dans sa version actuelle en fin de par-

cours et connaîtra une refondation appelée GP2 avec un design rafraîchi, une planche de bord redessinée, un nouveau système audio et des motorisations de nouvelle génération.»

C'est le cas aussi, de Leon qui aura finalement droit à un moteur essence à un prix accessible ainsi qu'un bloc diesel développant une puissance de 180 ch. Le client aura le choix entre une boîte de vitesses manuelle et une autre automatique.

Adel Zerrouk ne manquera pas à la fin de «remercier le fan club de Seat et des visiteurs et clients qui nous ont toujours manifesté leur confiance».

B. Bellil

FRANKE PATRICE, DG DE AUDI ALGÉRIE :

«La professionnalisation est bien entamée»

Le Soir d'Algérie : Peut-on connaître votre appréciation du Salon d'Alger et de son évolution au cours des dernières années ?

Franke Patrice : Je suis étonné de l'évolution qu'a connue le Salon d'Alger en l'espace des trois dernières années. Les cohues indescriptibles et l'incroyable engouement des Algériens pour l'automobile ont cédé la place à une normalisation de la manifestation, dans le sens où ce salon tend de plus en plus à se conformer aux standards des autres salons à travers le monde. Nous concernant, on constate que la marque Audi est aujourd'hui bien ancrée dans le marché et de plus en plus connue des clients qui connaissent ses frémissements et ses nouveautés. Et nous tentons pour notre part de nous hisser à cette confiance par une nouvelle organisation, une professionnalisation des effectifs et des structures aux standards du constructeur.

Votre stand se distingue cette année par la présence d'une vedette qui attire les foules, à savoir la Audi TT. Quelles seraient les incidences de cette présence sur la participation d'Audi ?

Audi TT, c'est d'abord une voiture icône qui exprime le savoir-faire du constructeur dans la conception de véhicule à vocation sportive. Elle a le mérite surtout de mettre à la disposition des clients un choix d'équipements réservés habituellement à des segments haut de gamme tels que la A8. C'est le cas



Patrice Franke, DG de Audi Algérie.

notamment des innovations liées à la communication et la connectivité à travers le cockpit virtuel. Elle a gagné en puissance et en design. Pour le marché algérien, c'est la version TTS qui sera proposée aux clients locaux. Un modèle nouveau qui arrivera probablement vers le mois de juillet.

Vous avez introduit récemment le concept de vente privée. Qu'en est-il exactement ?

A travers la vente privée, on souhaiterait créer un club des clients Audi. Un site internet, «audivente privée.com» spécialement dédié leur permet de s'inscrire, de bénéficier d'un code et d'accé-

der à un certain nombre d'informations liées aux véhicules (prix, promotions, équipements), comme, A3 Berline, A4 anniversaire édition et la A1 Sportback.

Peut-on parler d'autonomie dans l'organisation de Audi en Algérie par rapport au groupe Sovac ?

L'autonomie de Audi en Algérie par rapport au groupe Sovac est toute relative compte tenu des limites de son audience au niveau national. On est en train de consolider cette autonomie sur le plan du service après-vente, du choix des motorisations, de l'élaboration de la grille tarifaire, de l'importation, du marketing et aussi du réseau. Sur ce dernier

point, le soutien du groupe est salutaire, dès lors que Audi est loin d'être une marque à volume et que de ce fait, la rentabilité de certaines affaires à l'intérieur du pays peut être remise en cause à défaut d'une diversification des activités. D'autant que les standards du constructeur sont à un niveau d'exigence très élevé qui ont un surcoût. Aussi il est plus que nécessaire d'optimiser le service après-vente au niveau de certaines villes et de le partager avec les autres marques du groupe.

Quelles seraient les nouveautés prévues pour l'année en cours ?

On attend l'arrivée de trois nouveautés en Algérie durant l'année 2015. La TTS avec un moteur TFSI de 286 ch, la A6 qui est déjà au port dans l'attente des procédures pour sa commercialisation. Elle se distingue par 3 atouts, un bloc TFSI de 190 ch avec une boîte de vitesses à fort rendement, un moteur diesel bien plus puissant que l'ancien et des matériaux de fabrication en acier léger tout en maintenant la rigidité et la solidité.

Cette voiture est destinée à une clientèle particulière et souvent des leaders d'opinion.

On aura également la S3 Berline, une version sportive du tricorps.

Au deuxième semestre, on présentera la nouvelle Audi Q7 avec l'avantage d'une motorisation qui nous permettra de vendre en licence. Il sera commercialisé en 2016.

Entretien réalisé par B. B.