RETOUR DE BMW EN ALGÉRIE

Les ambitions de Luxury Motor Works

Le constructeur allemand prépare activement son retour sur le marché algérien. De gros moyens sont mis en œuvre par le nouvel importateur, en l'occurrence la société Luxury Motor Works, une joint-venture entre le groupe d'affaires algérien Djillali Mehri et le groupe émirati United Al Saqer Group et à travers sa filiale Abou Dhabi Motors. Refusant d'inscrire sa démarche dans une dynamique de l'urgence, LMW préfère plutôt se donner le temps nécessaire pour mieux préparer la renaissance de la marque dans notre pays. L'objectif prioritaire est la transposition du modèle et du fonctionnement d'Abu Dhabi Motors sur le marché national. Des infrastructures gigantissimes qui renseignent sur l'importance des investissements consentis et la qualité des prestations proposées aux clients. Bien plus que les standards internationaux, le siège de BMW et Mini à Abou Dhabi est l'expression d'un standing très haut de gamme où le client fait l'objet de toutes les attentions dès qu'il franchit le perron marbré de la concession. Une structure qui intègre toutes les fonctions, show-room accueillant toute la gamme BMW et Mini, ateliers de service après-vente modernes et fonctionnels, magasin de pièce de rechange, espace-pour la vente de véhicules d'occasion. Abu Dhabi Motors est l'expression du haut de gamme dans ses nuances les plus raffinées. Un modèle de fonctionnement et de représentation du label allemand qui ne semble rien laisser au hasard.

Les responsables rencontrés sur place, à leur tête le directeur général d'Abu Dhabi Motors, Arno Husselmann, insistent pour nous souligner que l'Algérie aura aussi prochainement sa concession BMW et Mini selon les mêmes principes que celle d'Abu Dhabi et qui sera digne et de la marque et du client. Une balade dans les allées feutrées de cette infrastructure nous donne un aperçu des ambitions de LMW pour notre marché. Un mot d'ordre, la qualité du service et la satisfaction du client. Le reste suivra. Une vision moderniste, une approche professionnelle pour un marché en pleine mutation.

B. Bellil

ALAIN SYKORA, DG DE LMW BMW, AU *SOIR D'ALGÉRIE* :

«Nous visons l'excellence dans le service et la satisfaction clientèle»

Photos : DR

***Le Soir d'Algérie* : Après deux années d'absence du marché, est-ce vraiment le retour de la marque BMW en Algérie ?**

Alain Sykora : Effectivement, après l'interruption en septembre 2013 de l'activité de l'ancien distributeur de BMW, le groupe CFAO, il y a eu interruption dans la commercialisation de cette marque en Algérie. Au mois de mars 2014, la société Luxury Motor Works (LMW), une joint-venture entre le groupe Mehri et Abu Dhabi Motors, a été désignée importateur officiel de BMW en Algérie, et dès mon installation comme responsable de cette nouvelle structure, nous avons entrepris de mettre en place les infrastructures adaptées au standing de ce label, la prospection et le recrutement du personnel ainsi que l'élaboration d'une stratégie produit.

Nous avions prévu dans nos plannings de démarrer l'activité de l'entreprise à partir de septembre écoulé, mais les changements intervenus dans la réglementation locale et la mise en application d'un nouveau cahier des charges ont quelque peu retardé ce lancement. Notre arrivée coïncidait, hélas, avec une période de flottement entre l'annulation de l'ancien document et une entrée en vigueur plusieurs fois reportée du nouveau règlement. A cet effet, nous avons entamé la procédure de mise en conformité de nos statuts en sollicitant et obtenant l'agrément provisoire qui nous permet d'ores et déjà de nous préparer à un meilleur retour de la marque auprès de ses clients et de ses passionnés. Permettez-moi de préciser aussi que les évolutions introduites par le nouveau cahier des charges ne peuvent être que bénéfiques pour le client algérien et pour le marché de l'automobile d'une manière générale. Une avancée importante dans la prise en charge professionnelle et efficace des attentes des clients, tant au niveau de la vente que des prestations de service après-vente.

Y aurait-il un volet dans ce cahier des charges qui vous perturbe plus que d'autres dans votre démarche en Algérie ?

Je dirai plutôt que l'on souhaiterait plus de clarification sur l'aspect relatif au GPL. Le cahier des charges stipule qu'on devrait avoir un certain pourcentage de nos importations de véhicules en GPL. A l'évidence, nous ferons tout pour nous conformer à cette disposition et je peux vous annoncer aujourd'hui qu'il y aura des véhicules BMW équipés de système GPL dans notre gamme algérienne. Mais l'on se doit aussi de nous interroger sur la pertinence de cette mesure pour le segment du premium, autrement dit, la demande suivra-t-elle l'offre ? Et même si nous prévoyons de développer une action de sensibilisation des clients sur la fiabilité de ce système, nous appréhendons fortement la rentabilité économique de la conversion de 10% de notre importation en GPL.

D'autant qu'il est technologiquement prouvé que le GPL est beaucoup plus recommandé pour le fonctionnement de centrales électriques que pour les moteurs de voitures dont les consommations en carburant et les émissions de gaz sont de plus en plus optimisées.

Une absence de deux années du marché après une représentation loin des standards internationaux entrainerait inévitablement une altération de l'image de BMW en Algérie. Quelles sont les actions que vous comptez entreprendre pour réhabiliter ce label ?

Nous devons en fait tout reconstruire, à commencer par la confiance. Nous savons déjà que beaucoup d'Algériens affectionnent particulièrement la marque. Certes, ils ont été déçus par la représentation, mais ils restent de fervents passionnés du produit BMW. L'ancien distributeur a failli en matière de support et de prise en charge des besoins des clients et le constructeur a reconnu cette défaillance et pris la décision difficile de se séparer d'un concessionnaire partenaire. Luxury Motor Works s'engage à mettre en place des infrastructures à la dimension du prestige de la marque tant au niveau des showrooms que des ateliers de service après-vente, les magasins de pièces de pièce de rechange, la formation des personnels, l'outillage… Notre objectif est d'offrir au client algérien les mêmes standards de services que le client BMW et Mini à travers le monde.

Qu'en est-il de l'ancien réseau d'agents agréés de BMW ?

Nous avons retenu un seul agent, celui de Blida, Autoaxe, qui a su, pendant cette absence, perpétuer la marque en Algérie et prendre en charge les besoins des clients dans la limite de ses capacités. Nous avons également recruté trois nouveaux représentants, à Tlemcen avec Planète Auto, à Annaba avec Salem Auto et à Ghardaïa avec Sud Auto. Des agents dont nous mesurons le degré de professionnalisme et apprécions les niveaux d'investissement pour redorer le blason de BMW et Mini. Dans la ville d'Oran, c'est LMW qui a repris un site parfaitement adapté au quartier Saint-Hubert que nous sommes en train d'aménager pour le mettre en conformité avec les normes du constructeur. Nous mettrons, à terme, à la disposition de nos clients l'ensemble des structures à même de leur assurer une prise en charge efficace à la hauteur de leurs attentes.

Des prospections sont en cours dans la région de Sétif et Bordj Bou-Arréridj pour l'installation d'une succursale qui apportera sa contribution à la couverture de la région Est du pays.

Et le futur siège de la société ?

Le siège de l'entreprise sera implanté à Bordj El-Kiffan, à l'est de la capitale. Il s'étendra sur une superficie globale de 2,5 ha, répartie entre 10 000 m² de stockage, 800 m² de showroom, 3 500 m² d'ateliers et de magasin de pièce de rechange, 45 ponts d'entretien et de réparation... Ce sera un site profondément inspiré des installations d'Abou Dhabi Motors.

C'est vous dire que nous voudrions surtout reconquérir la confiance des clients tout en leur présentant la gamme de BMW et Mini et en leur proposant des mesures exceptionnelles.

A titre d'exemple ?

Nous allons proposer à nos clients une disposition première du genre sur le marché algérien, à savoir une garantie de 5 ans ou 100 000 km où seront incluses gratuitement l'ensemble des opérations de révision, de vidange et de changement de pièces telles que les plaquettes de freins, les filtres et autres pièce d'usure normale. On offre, en réalité, la tranquillité et une nouvelle expérience pour le client algérien. S'il est nécessaire de vendre des véhicules, il est encore plus important d'être en mesure d'offrir au client des conditions d'accueil et de prise en charge conformes à leurs espérances.

Pensez-vous possible de transposer le même schéma de fonctionnement d'Abu Dhabi Motors en Algérie où le client et le marché sont foncièrement différents ?

Absolument. Oui, c'est possible. Le client algérien a parfaitement le droit de bénéficier des mêmes avantages dont bénéficie le client BMW et Mini en Europe ou à Abu Dhabi. A travers les installations d'Abou Dhabi Motors, on voudrait surtout dire notre volonté de rehausser les prestations de cette marque en Algérie en termes de performance de vente et de satisfaction clientèle. On reste profondément convaincus que l'importance de l'investissement contribue énormément à mettre en valeur et le produit et le client. Car il ne s'agit pas de baisser les standards mais plutôt de les adapter à la réalité. L'activité automobile repose sur des normes universelles valables en tout temps et en tout lieu de la planète, et l'Algérie ne saurait se soustraire à cette règle. S'il est vrai que le niveau d'attente du client algérien est relativement bas comparativement à ceux des pays européens, mais cela est dû uniquement à la nature peu exigeante du marché algérien. Nous ambitionnons de réhabiliter le client algérien dans ses droits.

Concrètement, quand pourra-t-on dire que les véhicules BMW et Mini seront commercialisables officiellement en Algérie ?

Pour le moment, ils ne le sont pas. On attend de la part du constructeur l'accord pour la mise en production des unités destinées à notre marché. Et déjà à titre de ventes prévisionnelles, nous avons enregistré auprès des agents du réseau quelque 400 véhicules pour la première commande. Le début de l'activité officielle est attendu au cours des tout prochains mois. On prévoit auparavant une période de rodage pour nos équipes commerciales et techniques, et la constitution d'un stock de pièces de rechange. Un exercice nécessaire pour ne pas rater le retour de la marque sur le marché. Je peux dès maintenant vous assurer que l'on sera opérationnel à un taux satisfaisant avant la fin de l'année en cours. Nous avons par ailleurs l'assurance de BMW de placer le marché algérien au titre de priorité dans la satisfaction des commandes.

La gamme BMW qui sera proposée aux clients algériens sera-t-elle plus étoffée que précédemment ?

On compte effectivement importer toute la gamme BMW à l'exception de l'Active Tourer qui arrivera bien plus tard. Il y aura la nouvelle série 1, la série 2, la série 3 relookée, la série 4 sans la coupée, la série 5, la série 6 et la série 7 en attendant la nouvelle génération. Pour les SUV, on aura la nouvelle X1, X3, X4 et X6. Nous commercialiserons également les M3, M4, M5, M6 et XM4 et XM6. Au niveau des motorisations, on proposera naturellement aussi bien le diesel que l'essence. Et on aura en définitive plus de 48 variations dans notre offre globale.

Y aurait-il une priorité dans la stratégie de LMW en Algérie ?

Je soulignerai surtout que Luxury Motor Works entend privilégier en Algérie une démarche qui vise l'excellence dans le service et la satisfaction clientèle.

Entretien réalisé par
B. B.