

UN NOUVEAU DISTRIBUTEUR
POUR FORD EN ALGÉRIE

L'expertise de Emin Auto sollicitée



La marque américaine Ford vient d'annoncer la désignation d'un nouveau distributeur en Algérie, en l'occurrence la société Emin Auto.

C'est lors d'une cérémonie qui s'est déroulée à Alger mardi dernier que le vice-président des ventes et du marketing pour la région Moyen-Orient et Afrique, Kalyana Sivagnanam, a présenté à la presse le nouvel ambassadeur de la firme centenaire en présence d'invités et de l'équipe dirigeante de Emin Auto et de l'ambassadeur de Turquie.

Le responsable de Ford précisera d'emblée que le groupe Elsecom restera aussi «un partenaire et qu'il a été efficace pour nous». Il poursuivra que «Emin Auto sera notre distributeur additionnel, d'autant qu'il jouit d'une expérience et d'une empreinte régionale idéales pour assurer aux clients Ford en Algérie une qualité de service exceptionnelle».

Pour l'avenir de la marque dans notre pays, l'intervenant affirmera que «Ford a de grands projets pour le marché algérien, notamment l'introduction dans les deux prochaines années de nouveaux SUV, un véhicule utilitaire et aussi la toute nouvelle et emblématique Mustang».

De son côté, Nihat Sahsuvaroglu, P-dg de Emin Auto, exprimera son «enthousiasme à l'idée de représenter Ford Motor Company, une marque de renommée internationale en Algérie. Nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour continuer de satisfaire les clients algériens qui sont en droit d'exiger une qualité de service conforme aux standards internationaux».

Il rappellera également les investissements réalisés par son entreprise en Algérie depuis l'année 2000 et sa stratégie qui a toujours placé le client au centre de ses préoccupations.

Pour cette nouvelle activité, Emin Auto prévoit la création de 20 nouveaux centres assumant l'ensemble des missions d'une concession automobile, à savoir, vente de véhicules, entretien, réparation et pièce de rechange d'origine.

Au cours du débat, le responsable de Ford pour la région MEA ajoutera que pour l'heure, le projet d'usine d'assemblage n'est pas à l'ordre du jour. Et concernant les modèles qui seront commercialisés par Emin Auto, il soulignera que c'est toute la gamme qui sera proposée aux clients algériens.

B. B.

IL S'OUVRE AUJOURD'HUI ET SERA SANS VENTES ET SANS NOUVEAUTÉS

Un salon de l'auto, pour quoi faire ?

Dans le domaine des manifestations automobiles internationales, l'histoire contemporaine n'aura enregistré que deux variantes de salon qui ont marqué et accompagné le développement et la prospérité commerciale de l'industrie automobile mondiale. D'un côté, les vitrines des nouveautés et hauts lieux de la technologie, à l'image de Genève, Francfort et Paris, de l'autre, les foires d'empoigne comme c'est le cas du Salon d'Alger durant ces 18 dernières années.

En ce 17 mars 2016, Alger se propose d'enrichir ce glossaire avec une nouvelle segmentation, celle des salons, sans nouveautés, sans technologies et sans produits à vendre. Une prouesse qui n'échapperait sans doute pas au Guinness des records.

C'est en tout cas le propre de la 19^e édition du Salon d'Alger qui ouvrira ses portes à partir de ce jeudi pour une dizaine de jours. C'est, en effet, une édition inédite qui intervient dans un contexte particulier marqué par un gel qui dure des importations et une perturbation des circuits de distribution. L'organisation de cette manifestation a failli être reportée si ce n'est le forcing de la Safex auprès des concessionnaires pour réserver des espaces. Pour beaucoup, c'est une présence «forcée» qui se traduira inévitablement par un manque de produits à proposer à la vente au public et surtout de nouveautés qui devraient rehausser l'image de ce rendez-vous annuel. Si ce n'est le souci de rentabilité évident de la Safex pour des locaux et des investissements largement amortis, une question se pose et s'impose de facto, un salon de l'automobile en cette période précisément, pour quoi faire ?

Où est passée l'AC2A ?

L'activité du secteur automobile étant paralysée depuis près d'une année, les observateurs et les acteurs s'attendaient, en effet, à un ajournement de son organisation dans l'attente de jours meilleurs. C'était surtout la volonté de l'écrasante majorité des concessionnaires dont l'association (AC2A) n'a pas su ou pas pu imposer le report de l'événement dont elle est pourtant coorganisatrice. Une défaillance qui vient s'ajouter à celle du cahier des charges. Certains de ses membres regrettent qu'elle n'ait pas réussi au fil des années à se hisser au rang tant espéré de force de proposition et de négociation.

Par ailleurs, la déception des visiteurs en quête d'opportunités, comme il en a toujours été ainsi, sera grande face à une pénurie généralisée de véhicules. A cela s'ajoute une augmentation remarquable des prix qui varie selon les



Photo : Samir Sid

marques de 10 à 35%. Et contrairement aux années précédentes, l'enthousiasme n'était pas de mise lors d'une tournée chez les représentants des firmes. «Nous y allons juste parce qu'on est contraint, nous n'avons rien à présenter à nos visiteurs, ni au plan de la vente et encore moins au plan des nouveautés», nous dira le responsable d'une concession d'une marque japonaise. Pour d'autres, «nous sommes dans l'obligation de déplacer les véhicules exposés dans notre show-room pour meubler notre stand au salon». Une marque asiatique se contentera, selon son représentant, d'un aménagement de moindre qualité que pour les précédentes éditions en raison «du gel de nos activités commerciales et surtout des coûts de participation qui restent très élevés».

Des absences remarquées

C'est dire que le Salon d'Alger 2016 sera en fait conforme à l'ambiance de morosité qui caractérise le monde de l'automobile algérien suite à la décision du gouvernement de geler les importations en conséquence à la chute du prix du pétrole. Et si les licences tant promises tardent à être rendues publiques, les services compétents du ministère de l'Industrie ont établi des ADT pour permettre aux concessionnaires d'achemi-

ner des prototypes et des modèles destinés exclusivement au salon, mais les délais très courts n'ont pas arrangé la situation et la plupart des stands ne seront pas bien achalandés.

Côté participation, on relève la présence des principales marques en présence comme les françaises, Renault, Dacia, Peugeot, Citroën, le groupe allemand Volkswagen avec sa pléiade de marques, Seat, Skoda, Audi, Porsche et Volkswagen, les coréennes, Hyundai, KIA et Ssangyong, les japonaises Toyota, Nissan et Mitsubishi, les chinoises, JMC, JAC, DFM et FAW et le groupe CIMA avec ses multiples représentations.

Pour les absents, on citera Iveco, Fiat, Chery, Mercedes, Great Wall, Jeep, Range Rover, Ford, Suzuki, Tata, Isuzu, Lifan, Haima, Byd, Chevrolet...

De son côté, BMW et son nouveau représentant, la société, Luxury Motors Works, regrettent cet autre ratage pour remettre la marque allemande dans les circuits en Algérie après une absence qui dure depuis près de 3 années. Le blocage systématique n'aura pas permis d'assurer une disponibilité de produits, notamment les nombreuses nouveautés qui ont été mises au point au cours des derniers mois par la firme centenaire.

B. Bellil

POUR SES 20 ANNÉES DE PARTENARIAT

Hyundai honore le groupe Cevital

Lors de la conférence annuelle des distributeurs qui s'est tenue à Séoul (Corée du Sud) du 7 au 11 mars derniers, Omar Rebrab, DG du pôle Cevital Automotive, s'est vu remettre un trophée d'honneur récompensant les 20 ans de partenariat entre Hyundai Motor Algérie et Hyundai Motor Company.

C'est en effet en 1997 que M. Rebrab a décidé de lancer Hyundai en Algérie en devenant le premier distributeur officiel de la marque avec Hyundai Motor Algérie permettant ainsi au constructeur coréen de faire son entrée sur le marché algérien. Hyundai Motor Algérie, qui a commencé par importer des petits modèles, à savoir la célèbre Accent et Atos, a, au fil des années, élargi sa gamme en commercialisant des modèles premium tels que la I40 ou la Sonata ainsi que des SUV, segment très prisé en Algérie dont les modèles phares de la marque sont Tucson et Santa Fe. De plus, Hyundai compte très prochainement enrichir sa gamme avec le dernier-né du constructeur coréen : le Creta.

Aujourd'hui, Hyundai Motor Algérie a vendu plus de 400 000 véhicules sur le marché algérien. En 2015, Hyundai Motor Algérie reste dans le top 3 des meilleures ventes de véhicules en Algérie : 3^e position du classement constructeur automobile en Algérie et première marque asiatique.

B. B.

VOITURE DE L'ANNÉE EN ALGÉRIE

La sélection 2016 reportée

Le Club des journalistes automobiles algériens (CJAA) a finalement décidé de reporter le concours d'attribution du trophée voiture de l'année 2016 en raison des profondes perturbations que connaît le secteur de l'automobile en Algérie et surtout le manque de disponibilité pour les véhicules sélectionnés pour la phase finale et permettre ainsi aux membres du jury d'effectuer les essais dynamiques habituels.

B. B.