

Volkswagen utilitaires se lance dans la transformation

Avec 4 367 ventes à fin août, des prévisions de finir 2014 avec 7 000 unités, une progression de 2% sur un marché en baisse de 18%, Volkswagen utilitaires talonne ses concurrents. Doucement, mais sûrement...

“Désormais, Volkswagen utilitaires est complètement indépendant. Il vient de bénéficier d’un showroom exclusif dédié à la marque, avec tout ce qui devra accompagner la vente et l’après-vente. Aussi, Volkswagen utilitaires n’est pas uniquement l’infrastructure. Volkswagen utilitaires, c’est aussi la ressource humaine, essentiellement constituées de femmes. Ce showroom coïncide avec les “journées portes ouvertes” lancées par Volkswagen utilitaires et qui interviennent, par ailleurs, avec le SIVI. Les clients bénéficieront de remises importantes durant cet événement qui s’étale jusqu’au 30 septembre.”

Cette déclaration qui émane de Mourad Oulmi, P-DG du groupe Sovac, présent à l’évènement, résume un tant soit peu la lancée du groupe d’externaliser l’activité des marques de véhicules qu’il représente en Algérie. En inaugurant, dimanche dernier, le premier showroom exclusivement dédié aux véhicules Volkswagen utilitaires sur le nouveau site des Dunes, aux côtés des marques Seat et Skoda, Sovac voudrait investir sur l’identité visuelle de chaque marque, et ce, avant de l’élargir à l’ensemble de son réseau de distribution et d’agents agréés.

Opérationnelle depuis quelques semaines, cette belle affaire est dotée de tous les services adéquats pour le traitement de la clientèle. Avec une gamme aussi riche que diversifiée pour marquer le début d’une nouvelle ère, ce site est réparti sur 1 500 m², dont une partie dédiée à la vente et à l’exposition des véhicules, avec 270 m², d’un atelier de 490 m², mais aussi d’un magasin de pièces de rechange de 538 m² pour assurer un service après-vente de qualité. La direction de la marque est également installée dans ces nouveaux locaux, sur un espace de 345 m² où une équipe dédiée de professionnels formés gère la marque dans tous ses aspects, et ce, sur tout le territoire national. D’ailleurs, M. Oulmi rassure : “Volkswagen utilitaires ne sera plus noyé avec d’autres marques. C’est un investissement important pour nous, d’autant que nous avons une gamme complète et que nous avons réalisé, à fin août dernier, 4 367 ventes. Nous espérons terminer 2014 avec 6 500 ou 7 000 ventes pour porter, avant 2018 Volkswagen utilitaires au Top 3 des utilitaires.” Il révélera que ce segment représente le 2^e après l’Afrique du Sud et la région MENA. M Oulmi révélera également que Volkswagen utilitaires a réalisé une progression de 2% sur un marché en baisse de 18%. Autrement dit, Volkswagen utilitaires est passé de 7% à 9 % des parts de marché en Algérie, et ce, en dépassant des concurrentes bien assis. Installée à la tête de Volkswagen utilitaires, Latifa Chabouni, a d’emblée indiqué que plusieurs nouveautés sont exposées chez Volkswagen utilitaires, comme Amarok Trendline dans sa version 4x2 et la finition Amarok 4x4 en BVA à 180 ch. L’autre guest-star de Volkswagen utilitaires, le Crafter 2.0L en TDi à 136 ch, avec ses trois châssis, court, moyen et long et au prix de 2 millions de DA seulement. Avec une feuille de route bien chargée, Latifa Chabouni semble bien faire de Volkswagen utilitaires son challenge.

En ce sens, elle révélera que Sovac Algérie, à travers Volkswagen utilitaires, vient de lancer une série de transformations sur des véhicules dédiés aux jeunes promoteurs de l’Ansej et de la Cnac. Même si le taux de vente pour les entrepreneurs en Ansej et Andi représente 60%, elle précisera que ces transformations se feront sur demande et toucheront tous les secteurs d’activité prisés par les jeunes pourvoyeurs de projets.

Insistant sur le Caddy Combi, M Oulmi dira que ce véhicule est “leader du segment A utilitaire avec 2 115 unités

à fin août. Idéal pour les professionnels, le Caddy est connu pour ses qualités routières et ses équipements qui allient à la fois confort, plaisir et efficacité”.