

ALGÉRIE

RECHANGE

LE PREMIER JOURNAL DE LA RECHANGE AUTOMOBILE EN ALGÉRIE

numéro 36 février 2021

N U M É R O S P É C I A L

Les professionnels
de la pièce
témoignent !

5^e

ANNIVERSAIRE

ALGÉRIE
RECHANGE



MAGASIN DE DÉTAIL

Premier Bosch retail store en Algérie

Après un magasin ouvert à Agadir au Maroc, voici que le nouveau concept de Bosch Retail Store voit le jour en Algérie à Kouba, initié par le Groupe Siad et Bosch Afrique.

D'une superficie de 300m², le point de vente sis à Kouba regroupe dans un même écrin l'ensemble de l'offre pièces de rechange de Bosch à savoir : la bougie, la courroie, le freinage, l'allumage, l'essuyage, la filtration et la batterie. Ce point de vente soutient l'expansion du concept Bosch Retail store, inauguré au Maroc. D'autres ouvertures sont prévues au Grand Maghreb avec pour objectif de structurer et de redynamiser le commerce de la pièce de rechange automobile.

Le "Bosch Retail Store", brandé Bosch, ne laisse aucune place au doute : la signalétique Bosch imaginée par le Groupe porte sur la façade, l'enseigne et bien sûr habite



l'espace d'exposition où sont proposés les produits « commodities » de la marque (freinage, batteries, essuyage, éclairage, liquides, dis-

tribution, etc.). Tout est bien aux couleurs de l'équipementier, un plus différenciateur car Bosch est synonyme de qualité, donc de sécu-

rité. Le magasin dispose également d'un stock important approvisionné de manière permanente par les Etablissements Siad. En outre, l'équipementier devrait doter – ce point mérite d'être éclairci à ce jour – le magasin du catalogue électronique ESI-Tronic qui assiste le réparateur dans la détection des pannes et lui donne accès à toutes les pièces de consommables et pièces techniques sans problèmes. Un logiciel qui est partagé par les outils plus techniques encore que sont les KTS. Pour les clients, cela représente une sécurité et surtout un support technique qu'ils ne trouvent pas, par exemple, dans un autre magasin de détail. ■

Toutes nos pièces de rechange répondent aux normes de qualité élevées des équipementiers. Presque toutes les marques et tous les modèles connus des constructeurs automobiles du monde entier sont équipés de solutions d'étanchéité professionnelles Victor Reinz®.

Laissez-vous séduire!

100 ans d'expérience

100 ANNIVERSARY
Sealing Technology - Since 1920

VICTOR REINZ®

VictorReinz.com

© 2020 Dana Limited. All rights reserved.



Mohammed Siad, **PRÉSIDENT DU GROUPE SIAD**

« La rechange s'est professionnalisée »

« **E**n 5 ans, la rechange s'est professionnalisée, observe Mohammed Siad, et s'il fallait noter un autre élément phare, je dirais que nous avons vu apparaître beaucoup de nouveaux acteurs, de nouveaux intervenants dans le métier. » Une bonne chose avons-nous demandé ? La réponse est mitigée : « C'est une belle chose pour la profession et prouve qu'elle est vivante. Cependant, il faut prendre garde à ne pas saturer le marché et éviter la guerre des prix et l'appauvrissement des marges » commente-t-il. Un marché qui ne s'est pas agrandi du fait de l'arrêt de l'importation des véhicules neufs : « Nous ne profitons pas de cette situation parce que nous ne vendons pas plus de pièces de rechange, les automobilistes effectuant les entretiens normaux. De fait, le parc n'augmentant pas, nous ne prenons pas plus de parts de marché car qui dit véhicules neufs, dit opportunités de nouvelles ventes, donc nous attendons le retour des VN ».

Et dans 5 ans ?

« Nous avons peu de visibilité, on ne peut que souhaiter que la rechange évolue dans le même sens qu'en Europe où l'automobiliste ne se préoccupe pas d'acheter sa pièce ici ou



là, à des revendeurs mais au garagiste. Si l'on arrive à cela, ce sera une bonne chose pour tout le monde, les importateurs deviendront des grossistes, les garagistes achèteront les pièces, et l'ensemble contribuera à assainir le marché et à lutter, par ricochets, contre la contrefaçon. La rupture de responsabilité qu'engendrait l'achat de la pièce par l'automobiliste serait annihilée.

D'autant que les réseaux constructeurs vont revenir en masse, dès l'obtention des licences et vendre des pièces à tous les niveaux de la distribution, y compris sur le multimarque. » Du côté des fournisseurs, Mohammed Siad ne voit pas de changement majeur, si ce n'est la nouvelle réglementation qui ajoute 45 jours d'attente de règlement chez le fournisseur. Et lorsqu'on

demande à Mohammed Siad s'il a des projets, il répond « aucun » et comme on ne le croit pas, on lui repose la question, et il reconnaît que son grand projet porte sur la création d'une association de professionnels, ou d'une fédération qui réunirait importateurs et professionnels des autres métiers de l'automobile, y compris les fabri-



« LE PARC N'AUGMENTANT PAS, NOUS NE PRENONS PAS PLUS DE PARTS DE MARCHÉ CAR QUI DIT VÉHICULES NEUFS, DIT OPPORTUNITÉS DE NOUVELLES VENTES, DONC NOUS ATTENDONS LE RETOUR DES VN. »

cants de pièces pour l'aftermarket. L'objectif étant de dépasser les rivalités intestines pour faire progresser toute la chaîne de valeur de la rechange automobile, de trouver des solutions pour la professionnaliser, et aussi pour aborder les nouvelles technologies comme les véhicules hybrides, électriques, etc. « D'ailleurs, commente-t-il, suite à l'article paru dans Algérie Rechange, plusieurs importateurs et même plusieurs équipementiers m'ont contacté pour dire tout le bien qu'ils pensaient du projet. » A suivre, donc. **HD**



BOSCH

Détaillant Agréé
Après-vente Automobile

ETS SIAD AUTOMOBILES SPA

Bosch Retail Store

Un nouveau concept voit le jour

www.bosch.africa

En partenariat avec SIAD, Bosch Afrique lance le premier Bosch Retail store en Algérie. D'une superficie de 300m², le point de vente sis à Kouba regroupe dans un même écrin l'ensemble de l'offre pièce de rechange de Bosch : bougies, courroies, freinages, allumage, essuyage, filtration et batteries.

Ce point de vente soutient l'expansion du concept BRS, inauguré au Maroc. D'autres ouvertures sont prévues au Grand Maghreb avec pour objectif de structurer et de redynamiser le commerce de la pièce de rechange automobile.

 **BOSCH**
Des technologies pour la vie

Avec la modernisation du parc, NGK admet que les bougies à composants précieux gagnent du terrain, mais la bougie d'allumage au nickel reste prédominante.



Si, en pièces de rechange, les marchés du Maghreb sont considérés comme des marchés de prix, certaines pièces arrivent mieux à jouer de leur notoriété que d'autres. C'est le cas des bougies qui, grâce à des équipementiers premium dont la réputation n'est plus à faire, font la part belle à la marque plutôt qu'au prix.

Bougies

Quand le premium reprend ses droits

Dans le domaine de la bougie comme dans les autres pièces de rechange, les fluctuations du marché dépendent du parc automobile roulant. Logique. En clair, si les équipementiers spécialistes de la bougie, à l'instar de Bosch, de NGK ou encore de Beru s'appliquent à proposer les références idoines pour toutes sortes d'applications (européennes, asiatiques, etc.), histoire de couvrir la quasi-totalité du parc roulant, il y a toutes les chances pour qu'ils réalisent plus de volumes sur des applications européennes si le parc contient une majorité de véhicules de marques européennes. CQFD. Sara Benanane, Channel marketing Manager Afrique du Nord et précédemment Responsable produit bougies d'allu-

mage décrit ainsi le marché : « Il faut considérer que le parc automobile, au Maghreb est essentiellement européen et cela nous permet, en tant qu'équipementier allemand de première monte, d'être, de fait, très bien positionné sur le marché. Concrètement, en Tunisie, c'est le groupe Volkswagen qui prédomine, tandis que les marques Renault et Peugeot ont la préférence des automobilistes algériens. Au Maroc, le parc est un mix entre les marques européennes et asiatiques (Hyundai, Toyota, etc.) donc la gamme est un peu différente. Il en résulte un bon taux de couverture qui s'élève à 95% des applications du parc roulant avec des gammes allant de la bougie standard aux bougies Platinum/Iridium et répondant d'une manière précise aux cahiers

de charges des constructeurs ». Certes, si l'âge du parc reflète une plus grande appétence pour les bougies standard (70 %), que pour les bougies iridium/platine (30 %), il n'en reste pas moins qu'aucun équipementier ne désire conquérir les marchés du Maghreb avec quelques références éparses. Bien au contraire.

C'est ainsi que Beru, dont l'activité a été relancée au Maghreb en 2020 par BorgWarner, propose, lui aussi, sur ces marchés tout l'éventail de son savoir-faire et notamment ses fameuses bougies de préchauffage avec capteur de pression (PSG ou Pressure Sensor Glow Plug), destinées à des applications pour les moteurs en Euro 5 et en Euro 6, et dont il est le seul fournisseur en Aftermarket.

3 QUESTIONS **Marilyne Merlier, RESPONSABLE MARKETING ET CHARLES OLLIVIER, EXPORT MANAGER AFTERMARKET, POUR NGK SPARK PLUG FRANCE**

« Un acteur incontournable d'une industrie automobile en pleine transformation »

Quelle place occupez-vous aujourd'hui, en rechange, sur les marchés du Maghreb et comment êtes-vous organisés ?

NGK Spark Plug est l'un des leaders en allumage dans le monde et bénéficie d'une notoriété établie au Maghreb. Nous travaillons main dans la main avec les distributeurs-clés dans chaque pays et nous nous appuyons sur leur connaissance des clients en local et sur leur expertise pour être notre relais et nos partenaires au quotidien. Les 3 pays sont depuis maintenant deux ans directement gérés par la structure française de NGK, livrés depuis notre plateforme logistique européenne et nos clients ont un interlocuteur privilégié avec notre responsable commercial export. Cette organisation récente permet de répondre de façon plus personnalisée et plus proactive aux demandes de nos clients.

La pandémie mondiale a dû vous obliger à réinventer certains de vos process. Quels enseignements en tirez-vous et quel impact cela va avoir sur votre organisation ?

Effectivement la pandémie mondiale nous a obligé à réinventer certains process logistiques. Plus que jamais, la communication devient primordiale en interne ainsi qu'avec nos distributeurs

et nous devons sans cesse optimiser nos outils logistiques pour répondre à une demande fluctuante et irrégulière. C'est pourquoi, nous travaillons également avec nos distributeurs pour tenter de planifier davantage les commandes et les anticiper autant que possible. Enfin, en ces périodes de travail à distance, nous souhaitons également développer la dématérialisation de l'administratif et des procédés bancaires (en particulier pour les expéditions vers l'Algérie) afin de gagner en temps et en efficacité.

Certes, le marché des véhicules verts est encore timide au Maghreb, cependant vers quelles technologies ou produits vous orientez-vous afin de compenser l'absence de bougies en rechange sur ces véhicules dans les années à venir ?

Bien que le moteur à combustion interne (ICE) connaisse une baisse progressive, les individus continueront à conduire des voitures même si elles sont équipées de moteurs différents. Cela signifie que notre activité automobile restera tout aussi importante mais avec des investissements et des développements sur d'autres composants moteurs. Cependant,

au-delà de ce défi de taille, nous avons d'ores et déjà mis en place plusieurs structures pour permettre à NGK Spark Plug de se développer tant sur de nouveaux secteurs d'activité que sur de nouveaux produits, permettant d'envisager des résultats significatifs d'ici 10 à 20 ans. Tous les domaines dans lesquels nous travaillons aujourd'hui sont passionnants et à fort potentiel. Il nous faut désormais diversifier nos compétences pour être compétitifs face à de nouveaux acteurs. Notre vision 2040 baptisée « Beyond ceramics, eXceeding imagination » guide l'entreprise dans sa transformation et sa nouvelle orientation stratégique et fixe nos ambitions pour les

10 prochaines années. Elle permet notamment d'instaurer 4 nouveaux domaines d'activité dans lesquels l'entreprise se développera et deviendra compétitive : « Environnement et énergie », « Mobilité », « Médical » et « Communication » et sont fondés sur les 17 « Objectifs de Développement Durable » (ODD) des Nations Unies. Notre savoir-faire actuel ouvrira la voie au développement de solutions innovantes dans ces quatre domaines d'activités mais la transformation la plus significative évoluera sur le domaine de la mobilité. Notre entreprise est déjà un acteur incontournable d'une industrie automobile en pleine transformation et nous continuerons à jouer un rôle majeur dans la mobilité de demain : nous étendrons nos offres en proposant par exemple des services de maintenance personnalisés, nous pourrions également proposer de la mobilité servicielle (MaaS : « Mobility-as-a-Service ») pour répondre aux besoins spécifiques. Enfin, grâce à notre expertise dans la céramique, nous continuerons à apporter une contribution significative au Groupe, avec la fourniture de composants céramiques permettant d'améliorer la puissance des véhicules électriques.



Et si nous obtenons une belle part de marché sur ce pays, nous standardiserons notre offre aux pays voisins ». Une stratégie légèrement freinée par la crise sanitaire de 2020. Alors Beru repart cette année à l'assaut des marchés avec l'ambition de séduire de nouveaux distributeurs et de capitaliser sur la belle réputation de l'équipementier auprès des professionnels. D'autant que même si les nouvelles motorisations font couler beaucoup d'encre, elles sont encore bien rares à circuler en Algérie, au Maroc ou en Tunisie. La bougie, qu'elle soit d'allumage ou de préchauffage semble

encore avoir un bel avenir devant elle. Et Denis Regard, directeur régional Afrique du Nord chez Bosch Africa de conclure : « Depuis plus de 10 ans, nous cherchons à savoir quelle sera la technologie qui prendra le pas sur les autres. Et à ce jour, nous n'avons toujours pas la réponse. Aujourd'hui, l'hybride essence tire son épingle du jeu et la bougie d'allumage y occupe encore une place. Alors jusqu'en 2030 nous sommes sereins sur la bougie d'allumage car l'hybridation et les véhicules d'entrée de gamme en essence font florès ». **AMBRE DELAGE**



« JUSQU'EN 2030, NOUS SOMMES SEREINS SUR LA BOUGIE D'ALLUMAGE CAR L'HYBRIDATION ET LES VÉHICULES D'ENTRÉE DE GAMME EN ESSENCE FONT FLORÈS »

DENIS REGARD, directeur régional Afrique du Nord chez Bosch Africa