

SIAD prend la carte Flex pour l'Algérie

Soucieux de fournir des solutions et des outils aux réparateurs mécaniques et aux carrossiers, les Etablissements Siad distribueront la marque d'électroportatifs Flex, très prisés, entre autres, par les detailers.



Ils avaient exposé l'an dernier et voulaient s'appuyer sur un grand du secteur. Voilà qui est fait avec les Etablissements Siad, connus pour la diversité de leur offre. Avec la marque Flex, les Etablissements Siad répondent aux besoins d'interventions sur les carrosseries notamment, en proposant un catalogue d'outils portatifs très conséquent. « Nous avons repris notre distribution, en direct dans les pays du Maghreb », commente Pascal Porte, directeur commercial de Flex, « et souhaitons nous appuyer sur un partenaire reconnu en Algérie. Nous avons trouvé un accord avec les Etablissements Siad et sommes très heureux de participer, sur leur stand, à Equip Auto Alger. » Il n'y a pas que les carrossiers traditionnels qui s'intéressent aux machines de Flex, il y a, aussi et surtout, tous les detailers, nombreux en Algérie, qu'on pourrait qualifier de préparateurs de carrosserie, ou plutôt de passionnés de la qualité de peau des véhicules. Les detailers sont nés aux

Etats-Unis et ont conquis tous les territoires où l'on aime la voiture sans rayures, sans bosses, luisante, rutilante... En Europe, le concept s'est bien exporté – sauf en France où l'on prend moins soin des véhicules selon les professionnels – et bien sûr au Maghreb où l'attention portée à sa voiture est bien connue. « Les detailers connaissent notre marque et savent que nous avons la meilleure lustreuse, nous n'avons pas besoin de les convaincre » assure Pascal Porte. L'après-vente des machines sera assuré par Siad, dont plusieurs techniciens seront formés par la société Flex, qui peut désormais se consacrer à la recherche de distributeurs au Maroc et en Tunisie.

Parallèlement, Siad a, également, intégré un nouveau fournisseur en équipements de protection individuelle avec la marque Grippaz. Le modèle phare se présente sous la forme d'un gant nitrile de qualité supérieure « présentant une robustesse, un confort et une adhérence exceptionnels. Idéal pour la mécanique, le Grippaz

249 utilise un composant organique de nitrile spécialement formulé pour fournir d'excellentes performances en contact avec l'essence, les huiles, le diesel, la javel, les graisses, l'hydroxyde de sodium, les détergents et solvants ». Et il est sans latex, pour ceux qui sont sujets aux allergies à cette matière.

MOHAMMED SIAD PENSE SÉRIEUSEMENT AUX RÉSEAUX DE GARAGES

Sur Equip Auto Alger, Mohammed Siad se montrait catégorique quant à la responsabilité de l'importateur distributeur dans la montée en compétence des garagistes, comme il le dit lui-même : « Lorsqu'on choisit une grande qualité dans les gants de protection pour les mécaniciens, pour éviter qu'ils se blessent, nous prenons soin de lui et ressentons la même responsabilité vis-à-vis de l'avenir de son atelier, de son garage. Nous savons qu'ils doivent monter en compétences pour suivre les nouvelles technologies,

qui intègrent les véhicules. Or, chez les indépendants, il n'y a pas les obligations des constructeurs pour les formations en continu. C'est donc à nous, importateurs et distributeurs de pièces et d'équipements, de prendre cette responsabilité, ce rôle. Il faut accompagner les garagistes indépendants à se mettre à niveau et c'est notre devoir de le faire. En outre, nous allons changer de système de fonctionnement et nous tourner vers le mécanicien « docteur ». C'est lui, en effet, qui préconise les bonnes pièces qu'on va lui vendre, et sur lesquelles nous nous engageons quant à la qualité. Dans le prolongement de cette mutation, nous allons reprendre notre concept de formation dans notre site d'Oran. Nous voulons le redémarrer avec les garages, en définissant une nomenclature des métiers qualifiants. Nous disposons de tout ce qui est nécessaire pour le faire bien et nous présenterons notre concept aux institutionnels. Parallèlement, nous pensons sérieusement à l'instauration d'un réseau de garages dans le cadre de Nexus Algérie, parce qu'il est clair que si nous voulons protéger l'avenir des garages, il faut les faire monter en compétences, et pour cela il faut qu'ils s'inscrivent dans une démarche globale. Les garagistes vont sentir le besoin de s'équiper, de bénéficier de formations (en gestion d'atelier, comme des stocks), de services, ils voudront la disponibilité des produits et des marques, et la livraison à domicile, sans compter les DMS, etc. Et tout cela est proposé dans les réseaux de garage VL et PL de Nexus. Nous pensons aussi que les jeunes algériens veulent se lancer dans de nouveaux métiers et nous souhaitons les épauler en ce sens, les aider dans la création de start-ups etc. C'est un métier noble et nous devons le soutenir ». L'année sera très garage chez Siad ! **HERVÉ DAIGUEPERCE**

CONTREFAÇON, LE COMBAT DE TOUS LES PROFESSIONNELS

Alors que le marché automobile repart tout doucement et que tous les acteurs pansent leurs plaies en pariant sur un avenir plus souriant, les contrefacteurs, bloqués comme les autres se remettent au travail. Une dizaine de responsables de grands groupes internationaux, fabricants de pièces de rechange et d'équipements pour véhicules, nous aident à y voir plus clair, en commençant par un coup d'œil sur la période COVID-19 et la position de l'Algérie face à ses voisins du Maghreb, dans cette lutte au quotidien.



Ci-dessus
Benoît Péalat,
Maryline Merlier

es profiteurs de guerre existent, on les subit sans les voir, et on en fait le décompte à l'issue des conflits. Aujourd'hui, même si la période COVID-19 est loin d'être achevée, il convient de voir si dans ces temps troublés, la contrefaçon a su tirer son épingle du jeu et profiter de la crise. Dans l'ensemble, il semblerait que non, l'état de sidération dans lequel ont été plongés les professionnels et les institutions n'ayant pas épargné les contrefacteurs, comme l'estime Benoît Péalat, Directeur des ventes IAM Afrique de ZF Group : « *Honnêtement, je ne crois pas que la situation ait changé quoi que ce soit. Nous avons tous été surpris par le virus et les décisions de confinement, et personne n'a pu profiter de cette période, ni les contrefacteurs, ni les autres. Comme personne n'y était préparé, personne n'en est sorti vainqueur, et les ventes se sont tellement effondrées chez les distributeurs qu'il aurait été difficile pour la contrefaçon d'en tirer parti. Maintenant, que va-t-il se passer, après le déconfinement ?* » Pas de vente, pour tout le monde, donc pas de marché non

plus, pour la contrefaçon qui, par ailleurs, a été bloquée, aussi bien physiquement que psychologiquement, comme en témoignent ces remarques de Farid Sihocine, Directeur des ventes Afrique du Nord et de l'Ouest, de KYB : « *La contrefaçon n'a pas bénéficié de la situation, c'est plutôt le contraire, et cela pour plusieurs facteurs : la fermeture des frontières en est le premier, ensuite, quand on sait et connaît l'origine de la quasi-majorité de ces produits, cela a constitué un réel frein à ces pratiques.* » Un sentiment partagé par Arnaud de

Patoul, Responsable des ventes Europe du Sud, Afrique du Nord et de l'Ouest d'Aisin, qui pense que « *le COVID-19 a eu un impact peu important sur les imports non officiels* », et par Maryline Merlier, Senior Marketing Manager, France et Afrique du Nord de NGK Spark Plugs, qui ne note pas de retours d'informations à ce sujet de la part des distributeurs. Cependant, les effets de la crise pourraient redonner des ambitions aux tricheurs

HARO SUR LE CONSOMMATEUR FRAGILISÉ

Bien que reconnaissant le blocage de la contrefaçon pendant cette période, Hocine Kebir, Responsable commercial de Bilstein, en Algérie, ne se fait aucune illusion, tout en pensant aux répercussions sur les importateurs officiels : « *Il est clair que ces adeptes trouvent et trouveront toujours de nouvelles parades, mais il semble fort*

heureusement que la situation pandémique ait bloqué une majeure partie du business de la contrefaçon (si ce n'est totalement) au même titre, d'ailleurs, que les importateurs Algériens, en général à cause des effectifs réduits dans les banques, les ports (services douaniers... etc.) ». Et c'est avec cette même précaution, que Khalil Akhoun, Directeur des ventes Afrique et Moyen-Orient de Lumileds (Philips-Narva) dépeint la situation : « *Le Covid-19 a plutôt aidé la contrefaçon, de manière indirecte et dans le prolongement de ce qui se passe en Algérie (N'oublions pas que les produits contrefaits proviennent de Chine, qui est « tout terrain » et réussit à nous vendre les produits dont nous avons besoin pour nous soigner et nous protéger des maux qui proviennent de... Chine !). Avec la crise du pétrole, et plus généralement la crise économique, le virus nous fait entrer en récession. Le cours des monnaies au Nigeria, en Turquie, en Afrique du sud, et même en Algérie (...) accuse une sérieuse décrue et comme ces monnaies ne sont pas indexées sur les monnaies fortes, une crise financière s'installe. Les produits d'origine ou de qualité d'origine, payables en devises fortes deviennent mécaniquement moins accessibles pour beaucoup de consommateurs, qui n'ont d'autre alternative, souvent, que se tourner vers les « chinoiseries », et qui dit « chinoiseries » dit contrefaçon, annonçant une reprise de leurs ambitions. Ce n'est pas le COVID-19 en soi qui est la cause de la recrudescence annoncée de la contrefaçon, mais le fait qu'il alourdisse encore les problèmes économiques liés à la chute des cours du pétrole et à fragilité des devises nationales.* ■■■



Arnaud de Patoul