



# LA DIZAINE RUGISSANTE

**PHILIPPE VALLIER VIENT DE FÊTER SES 10 ANS À LA TÊTE DU RÉSEAU ISUZU FRANCE. L'OCCASION POUR NOUS D'EN SAVOIR PLUS SUR LA PRÉSENCE DE LA MARQUE DANS L'HEXAGONE ET DANS LES DOM TOM.**

**PHILIPPE, QUI ÊTES VOUS EXACTEMENT ?**

Je suis un jeune homme de 46 ans qui, avant d'arriver chez Isuzu, a travaillé pendant 11 ans pour un constructeur de véhicules industriels français sur le marché italien. Je dois reconnaître que cette période riche en enseignements m'a permis de mener à bien des stratégies basées sur le long terme.

**QUEL BILAN TIREZ-VOUS DE CES DIX ANNÉES PASSÉES CHEZ ISUZU ?**

En 10 ans, le volume des ventes du marché français du pick-up a plus que doublé. Isuzu a suivi cette tendance en actionnant plusieurs leviers. Tout d'abord, nous sommes passés de la gamme Euro 4 à la gamme Euro 6 en commer-

cialisant 3 générations de pick-up bien distincts les uns des autres, et des générations de moteurs diesel toujours à la pointe de la technologie. Ensuite, nous disposons d'un réseau fiable et performant à dimension humaine composé de spécialistes 4x4, de généralistes passionnés représentant d'autres marques telles que Suzuki, Subaru, Peugeot, Hyundai, etc., et de garages poids lourds jouant aussi la carte de distribution de pick-up.

**QUELLES SONT LES FORCES D'ISUZU ?**

Isuzu fabrique des pick-up dérivés de la gamme Isuzu Trucks alors que nos concurrents fabriquent des pick-up qui sont la déclinaison de leur gamme VP. La philosophie du produit n'est pas la même et la finalité non plus. Isuzu

n'a pas la réputation de leader pour des intérieurs tendance qui suivent une mode avec obsolescence programmée, mais Isuzu tire plutôt ses atouts dans la conception de sa gamme de pick-up mondialement réputée pour sa solidité, sa fiabilité et pour les grandes performances qui s'en dégagent. Je rappelle au passage que le pick-up est un utilitaire destiné à un usage professionnel à la base et que les professionnels représentent 65 % de nos ventes en France. À ce jour, Isuzu a commercialisé plus de 11 millions de pick-up dans le monde et le parc circulant en France et Dom Tom est estimé à 26 000 unités. Notre pick-up tire ses avantages dans différents domaines où il ne passe pas inaperçu : monde agricole, viticole, chez les dépanneurs, dans l'univers du BTP et également dans la partie loisir où il sait réellement marquer une différence : excellent franchiseur 4x4, consommation de carburant basse, capacité de remorquage de 3 500 kg. Je rappelle au passage que nous étions les premiers dans le segment à avoir homologué nos pick-up avec cette capacité en fin 2013.

**NOUS SOMMES EN PLEINE PÉRIODE DE DOWNSIZING, COMMENT FAIRE PLUS AVEC UN MOTEUR DE PLUS PETITE CYLINDRÉE ?**

Notre moteur de 1 900 cm<sup>3</sup> alimenté par un gros turbo à géométrie variable n'a pas à rougir des moteurs de nos confrères, les 164 ch sont bien présents. Ce nouveau moteur remplace le moteur Euro 5b+ et respecte les nouvelles normes sur les émissions Euro 6b, sans l'adoption du système SCR avec AdBlue. L'absence de

cette solution entraîne non seulement des bénéfices sur l'environnement, mais permet également un gain de poids mort et une meilleure maîtrise du coût d'utilisation. Isuzu a développé spécifiquement une nouvelle boîte de vitesse manuelle 6 rapports, en liaison avec les performances du moteur, afin d'obtenir une synchronisation parfaite. L'étagement des rapports a été optimisé en fonction des performances du moteur. Le premier rapport est court pour aider les démarrages en conditions difficiles. J'invite les personnes à venir l'essayer et le tester en concession, car il s'agit vraiment d'une prouesse technologique pour le leader mondial des moteurs diesel pour véhicules commerciaux qui garantit ses pick-up 5 ans ou 100 000 km.

**QUELS SONT LES PROCHAINS DÉFIS DE LA MARQUE ISUZU EN FRANCE ?**

Poursuivre le développement des ventes intelligemment, car nous proposons une gamme de produits axée sur la fiabilité et le savoir-faire qui s'inscrit à l'opposé d'une politique ponctuée de promotions qui ne mettent pas toujours en avant le sérieux d'une grande marque. Nous voulons également poursuivre les partenariats que nous avons mis en place depuis 2010 : Haribo, Le Journal de Mickey, ASO sur le Tour de France à la Voile, etc., et avec nos ambassadeurs qui portent fièrement nos couleurs depuis plusieurs années. La liste est longue. Ensuite, nous devons garder notre avancée technologique car le downsizing est obligatoire. Un an après, la fiabilité légendaire est toujours là, en consommant moins, sans additifs dans le car-

burant et en gardant les capacités et aptitudes qui ont fait la réputation de cet infatigable travailleur qu'est le D-Max. Le temps est notre meilleur allié, les premiers D-Max qui ont été immatriculés en 2004 en France circulent toujours et certains clients fiers de leur véhicule ont déjà dépassé les 550 000 km sans avoir eu de soucis mécaniques majeurs. De plus, nos pick-up d'occasion tiennent une cote nettement supérieure à la normale.

**AVOIR UN SEUL VÉHICULE À COMMERCIALISER, EST-CE UN AVANTAGE ?**

J'aurais tendance à dire oui car nous avons simplifié tous nos standards, systèmes internes, les finitions de nos gammes. Isuzu commercialise d'autres modèles de véhicules dans le monde, mais en Europe la politique commerciale se limite au D-Max et à toute la gamme Isuzu Trucks. En agissant ainsi, nous perfectionnons notre service après-vente et nous bénéficions d'une grande maîtrise des références de pièces détachées. Nous sommes également fiers de notre savoir-faire et de l'expertise de notre réseau qui intervient sur les ventes à clients finaux comme sur les reprises. Avec le D-Max, nous avons une politique mono-produit mais nous disposons d'un savoir-faire dérivé du monde du poids lourds car l'ADN de notre pick-up découle naturellement de la gamme Isuzu Trucks.

**POUVEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS SUR VOTRE RÉSEAU ?**

Notre réseau actuel est composé de 81 distributeurs et de 31 agents, soit 112 points de

vente sur la France et dans les Dom Tom. Je suis vraiment très fier de notre réseau qui, encore une fois, est à dimension humaine. Nous arrivons à rivaliser avec des groupes automobiles beaucoup plus puissants que nous. C'est une motivation permanente qui alimente notre quotidien. Grâce à ces expériences, nous apprenons à devenir encore meilleurs.

**QUEL EST VOTRE MEILLEUR SOUVENIR EN D-MAX ?**

Cette question est difficile car il y a plein de bons souvenirs, mais j'aurais tendance à dire que voir un D-max sur la première marche du podium en 2013 pendant le Rallye Aïcha des Gazelles était un pur moment de bonheur. Voir également Marion Andrieu, la fille de notre concessionnaire d'Auvergne (Philippe Andrieu de Trans Services) et sa copilote remporter le championnat de France TT 2016 avec leur Isuzu D-Max était également une joie immense. J'étais vraiment très fier des résultats obtenus !

**COMBIEN DE KILOMÈTRES AVEZ-VOUS PARCOURUS AU VOLANT DU D-MAX AU COURS DE CES DIX ANNÉES ?**

Je suis une personne responsable qui privilégie le terrain plutôt que de longues réunions au bureau. J'ai pour habitude d'être en contact avec les forces de vente et les clients pendant de grosses manifestations. C'est ma façon d'être et de comprendre, et de faire avancer les choses. En plus de mes déplacements en train et en avion, je fais environ 100 000 km par an, donc le calcul est vite fait car je travaille pour la marque depuis 10 ans déjà...

