

La folie des voitures de société

Les nouveaux chiffres de la Febiac confirment le phénomène : 47 % des autos neuves en 2005 !

BRUXELLES ▽ Sur les huit premiers mois de l'année 2005, 47 % des voitures neuves écoulées sur le marché belge ont été achetées par une société. Il s'agit d'achats directs ou effectués via des leasings. Le chiffre est en très légère hausse par rapport à 2004, où les voitures de société avaient représenté 46 % des ventes.

En clair, près d'une auto neuve sur deux immatriculées chez nous n'est plus une voiture privée. On retrouve là-dedans les vrais véhicules de société, utilisés pour des livraisons, par exemple, mais aussi et surtout un très grand nombre de voitures mises à disposition d'employés par leur société. La voiture de société est devenue un avantage, complétant le salaire. C'est fiscalement

avantageux pour les patrons et les salariés. Dans certains secteurs de pointe, la voiture est devenue une arme d'embauche. A titre d'exemple, la société Deloitte (leader belge en matière d'expertise comptable) a recruté tout récemment 150 jeunes diplômés. Cadeau de bienvenue : une Ford pour chacun.

4x4 utilitaires : la chute

Aubaine pour le secteur auto, cette situation est un casse-tête pour les autorités qui cherchent à développer des plans de mobilité : si vous ne payez pas votre voiture, quel intérêt avez-vous à prendre le

train ou le bus ?

La barre des 50 % est proche. Et déjà franchie au sein de plusieurs marques, et pas uniquement des enseignes de luxe. Nous avons fait les calculs pour les quatre marques les plus vendues en Belgique. Chez Peugeot (39.138 voitures vendues sur les 8 premiers mois de 2005), les ventes aux sociétés ne représentent que 45 %. Mais chez Renault (37.579 ventes), c'est bien plus : 56 %. Idem pour VW (35.772 ventes), où la part des voitures de société est de 53 %. Citroën (35.134 ventes), de son côté, reste davantage choisi par les particuliers : 33 % de ventes à des sociétés seulement.

Quant à Jacques, sans doute plus connu que Callebaut par les adeptes de cacao, il servira de marque de référence pour les consommateurs. Le chocolat, lui, sera Callebaut. Un

On ajoutera que le nombre de 4x4 immatriculés comme utilitaires a, lui, fortement baissé. Une diminution de près de 50 % par rapport à 2004, selon la Febiac. Il est désormais beaucoup plus difficile d'immatriculer comme utilitaires des 4x4 de luxe, genre Porsche Cayenne ou VW Touareg, et d'épargner, ce faisant, une bonne partie des taxes. Les prescriptions techniques sont plus sévères depuis avril. La nouvelle loi porte ses fruits, explique-t-on à l'administration, qui n'a pas l'intention de la modifier.

Répartition des ventes en 2005

Voitures immatriculées au nom d'une société

164.400 (47 %)

Voitures immatriculées au nom d'un particulier

187.453 (53 %)

Source : Febiac, 8 premiers mois 2005 **iDH**

B. F.

Un mariage fort en chocolat

C'est Jacques qui a demandé à Callebaut de l'épouser. Coup de pub réussi des chocolatiers à la basilique de Koekelberg

BRUXELLES ▽ Les cœurs de Jacques et Callebaut ne sont plus à prendre... Ils sont à croquer. Les deux marques de chocolat belge ont décidé de s'unir après 107 ans de célibat. Depuis le mois de mai

dernier, ils étaient fiancés; cette fois, les tourtereaux ont officialisé leur union. Pas n'importe où, puisque c'est à la basilique de Koekelberg que les noces de cacao ont été célébrées. Un sacré coup de marketing pour le couple Jacques Callebaut finest quality, qui n'a pas lésiné sur les moyens.

Plus de 2.000 personnes étaient présentes et une cinquantaine de couples se sont présentés au concours des plus beaux mariés, organisé pour l'occasion. A la clé, un voyage aux Caraïbes. La condition était d'assister à la cérémonie en tenue de mariage. Nombreux sont ceux qui ont sauté sur l'occasion pour ressortir de leur garde-robe la tenue qu'ils n'étaient plus jamais censés porter. C'est finalement de jeunes fiancés qui ont remporté la victoire. Marion, 22 ans, et Sébastien, 23 ans, se marieront l'année prochaine. Faute de moyens, ils n'avaient pas prévu de lune de miel : grâce au chocolat, c'est fait.

Ce n'est toutefois pas ce jeune couple qui a volé la vedette aux mariés du jour, mademoiselle Callebaut et chevalier Jacques, mais bien les artistes présents sur scène. Philippe Lafontaine, Urban Trad et Belle Perez ont séduit le public qui s'est surtout déplacé pour les concerts gratuits.

Quant à Jacques, sans doute plus connu que Callebaut par les adeptes de cacao, il servira de marque de référence pour les consommateurs. Le chocolat, lui, sera Callebaut. Un

mélange qui fera parler de lui suite à ce mariage des plus fondants. La nouvelle cible de la marque étant la jeune mariée, c'est plutôt gagné.

Nawal Bensalem



Parmi les 50 couples présents, certains se sont montrés très chocolat, mais n'ont pourtant pas gagné le concours des mariés. (BELGA)

Les résultats du Lotto

Tirage du samedi 24 septembre 2005

Nombres gagnants :

2 - 19 - 31 - 35 - 36 - 42

Numéro complémentaire : 24

Nombre de bulletins : 1.382.938

Montant des mises : 7.321.439,00

6 numéros exacts :

0 gagnant 0,00 €

5 numéros exacts + compl. :

11 gagnants 24.430,00 €

5 numéros exacts :

261 gagnants 2.059,00 €

4 numéros exacts :

15.953 gagnants 42,10 €

3 numéros exacts :

301.300 gagnants 2,50 €

Grâce au report pour le tirage du 1er octobre 2005, près de **2.500.000 € à gagner**

Joker

Numéro gagnant : 4 6 8 4 0 9 0

Nombre de bulletins : 495.906

Montant des mises : 676.787,50 €

Nombre de chiffres réussis :

7 : 0 gagnant 1.000.000,00 €

6 : 0 gagnant 50.000,00 €

5 : 4 gagnants 5.000,00 €

4 : 55 gagnants 500,00 €

3 : 448 gagnants 50,00 €

2 : 4.977 gagnants 10,00 €

1 : 48.769 gagnants 2,50 €

Les résultats de l'Euro Millions

Tirage du vendredi 23 septembre
Combinaison gagnante

☆☆

1 - 26 - 31 - 34 - 47 4 - 9

5 numéros exacts + 2 étoiles :

(Bel) 0 gagnant 0,00 €

(Eur) 0 gagnant

5 numéros exacts + 1 étoile :

0 gagnant 1.150.014,90 €

2 gagnants

5 numéros exacts :

0 gagnant 217.570,30 €

3 gagnants

4 numéros exacts + 2 étoiles :

4 gagnants 10.842,30 €

43 gagnants

4 numéros exacts + 1 étoile :

57 gagnants 394,90 €

787 gagnants

4 numéros exacts :

70 gagnants 168,70 €

1.289 gagnants

3 numéros exacts + 2 étoiles :

188 gagnants 102,20 €

3.040 gagnants

3 numéros exacts + 1 étoile :

2.380 gagnants 37,70 €

41.936 gagnants

2 numéros exacts + 2 étoiles :

2.921 gagnants 27,80 €

49.066 gagnants

3 numéros exacts :

3.633 gagnants 21,80 €

66.844 gagnants

1 numéro exact + 2 étoiles :

17.051 gagnants 11,00 €

284.489 gagnants

2 numéros exacts + 1 étoile :

38.631 gagnants 10,90 €

684.024 gagnants

Vendredi 30 septembre 2005 :

près de **24.000.000,00 €**

à gagner.

Les jeunes dans un trou noir

La brasserie Roman lance une nouvelle bière branchée : Black Hole

BRUXELLES ▽ Elle sera présentée en nombre prochain au secteur professionnel, à l'occasion du salon Horeca 2005 : la *Black Hole*, nouvelle blonde, veut clairement s'imposer comme la bière des jeunes, un produit *tendance* qui veut toucher les milieux festifs, les clubs privés, les boîtes de nuit.

La bière de référence, en Belgique, c'est la Jupiler d'Inbev, la *bière d'homme*, qui a relouqué récemment son taureau-emblème. La brasserie Roman ne veut pas marcher sur ses plates-bandes, mais entend investir un autre créneau, celui des jeunes qui sortent.

Son slogan ? *Black Hole, the final destination for true beer lovers*. Nous traduisons : *le trou noir, destination finale des vrais amateurs de bière*.

Black Hole fait partie de la catégorie

des bières premium : blonde, mais un peu plus forte que la pils, avec 5 à 6 degrés. C'est l'équivalent d'une Carlsberg, par exemple. Le premier but de la brasserie Roman, 460 années d'existence, c'est de la vendre surtout à la bouteille (consignée) : les jeunes consomment comme ça aujourd'hui. Prix indicatif : 1,50 à 1,60 € selon les cafetiers.

Pour séduire une clientèle jeune, on a misé sur une bouteille verte design, au long cou, avec étiquette et capsule noires, évidemment. Les verres s'apparentent aux verres à Carlsberg.

"Nous ne vendrons pas en grandes surfaces, mais commençons déjà à distribuer le produit aux Pays-Bas, en France et en Italie", dit-on chez Roman. Et si l'expérience du *trou noir* vous tente, sans pour cela y sombrer, sachez que les brasseries sises à Audenarde ouvrent leurs portes aux visiteurs le dimanche 2 octobre.

N. F.

Nouvelle bière bientôt sur le marché belge, la Black Hole de la brasserie Roman cible les jeunes.



(ROMAN)

DH La Dernière Heure - Les Sports : 02 744.44.55

Vice-Président du conseil d'administration et du comité permanent : Patrice le Hodey. Administrateur délégué et éditeur responsable : François le Hodey. Directeur de la rédaction et rédacteur en chef : Michel Marteau. Rédaction : Bd Emile Jacqmain, 127 - 1000 Bruxelles - tél : (02)211.28.49 - E-Mail : dh.redaction@saipm.com - Téléfax : (02)211.28.70 ou 211.29.86 - TVA : 416.744.563 - Internet : www.dhnet.be - Publicité RGP : (02)211.29.29 - ING : 310-1801869-83 - Fax (abonnements et libraires) : (02) 744.45.55 - E-Mail : abonnements@saipm.com - Tarifs : 1 an : 209 € - 6 mois : 113 € - 3 mois : 58 € - Abonnements chèques libraire : + 5 € (participation aux frais administratifs) - Comptes : abonnements à domicile : 001-4185318-38 - Abonnements chèques libraire : 001-4185317-37 - Libraires : 001-4185316-36