

# L'actu **SUZUKI**

Le magazine d'information de Suzuki en France

# 33

1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2021  
AUTO - MOTO - MARINE



\*Un style de vie !



Way of Life!



## L'année du faucon

En ce début d'année 2021, beaucoup de passionnés de motos vont ressentir un délicieux frisson. Un de ceux qui hérisser les poils, qui réveillent des sens un peu anesthésiés par l'époque... Le faucon pèlerin japonais est de retour ! Plus que cet élégant oiseau de proie, ce nom évoque l'une des motos les plus mythiques de l'histoire, l'Hayabusa (faucon pèlerin en japonais). Une Suzuki qui a marqué les fans par ses performances et son design hors-normes.

À la fin des années 90, la première génération d'Hayabusa fut la première moto de série à dépasser les 300 km/h sur circuit. En 2008, la deuxième génération met la barre encore plus haut en termes de design et de performances. Aujourd'hui, la troisième génération d'Hayabusa se dote des dernières technologies embarquées pour offrir, avec encore plus de confort et de contrôle, l'expérience de la « Sportive Ultime » (voir page 18).

Les passionnés ne s'y sont pas trompés, les commandes dépassent tous nos objectifs ! Les fans de l'Hayabusa ont immédiatement répondu présent. Mais aussi de nouveaux clients, parfois trop jeunes pour avoir connu les précédentes générations de ce mythe, qui viennent chez Suzuki s'offrir cette moto de légende.

Parce que le faucon pèlerin est un oiseau de proie, l'année 2021 de l'Activité Moto de Suzuki sera forcément placée sous le signe de l'offensive. Ce sera une année riche en nouveaux produits, y compris sur des segments du marché où nous ne sommes pas encore présents. Il y aura des surprises ! Et, en matière d'offensive, nous ne manquerons pas de nous inspirer des talentueuses équipes de compétition de Suzuki qui, en endurance comme en MotoGP, feront tout pour conserver les titres mondiaux remportés l'an dernier...

**Guillaume Vuillardot**  
Directeur Commercial Moto de Suzuki France



## AUTOMOBILE

# 359

Nombre total de conseillers commerciaux certifiés dans le cadre du programme Suzuki Sales Campus depuis son démarrage en 2015

## MOTO

# 130

Nombre de pré-commandes de la nouvelle Suzuki Hayabusa depuis son lancement le 5 février 2021 en France

## MARINE

# 25,9

Part de marché (en %) de Suzuki Marine dans l'Hexagone en 2020



14



12



4



10



18



26



- 4-5 SUZUKI GLOBAL**
- 6-7 SUZUKI EN FRANCE**
- 8-9 BILAN 2020**
- 10-15 PARTENARIATS**
  - 10 Jérémie Beyou : « Je suis encore plus amoureux du Vendée Globe »
  - 12 La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc fidèle au rendez-vous
  - 14 La goélette Tara a repris la mer
- 16-19 PRODUITS**
  - 16 Les nouveaux Swace et Across vus par le réseau
  - 18 Hayabusa, le retour de la légende

- 20-23 ESSAIS PRESSE**
  - 20 Suzuki met le Turbo au Cap Ferret !
  - 22 Dans les coulisses d'un test de moteurs hors-bord
- 24 S.A.V.**
  - 24 Service Club Suzuki, la sérénité garantie !
- 25 ÉVÉNEMENTS**
  - 24 Rendez-vous en live avec le réseau Auto
- 26-27 MARKETING**
  - 26 L'hybride booste Suzuki auprès des pros
- 28 ZOOM SUR...**
  - 28 La carte postale du Japon

# Suzuki n°2 sur le marché japonais en 2020

On peut avoir 100 ans et être en pleine forme... La preuve avec Suzuki qui en 2020, pour la première fois, est monté sur la deuxième marche du podium des ventes de voitures neuves au Japon.

Avec plus de 630 000 voitures immatriculées dans l'archipel l'année dernière, Suzuki a devancé Honda. Toyota est resté le leader du marché japonais en 2020 avec 1,454 million de voitures neuves immatriculées.

Au Japon, le succès de la gamme Suzuki repose en particulier sur les "kei cars\*" Suzuki Spacia, Hustler et Wagon R qui sont les trois modèles de la Marque les plus vendus.

\*Une catégorie de mini-voitures très populaire au Japon.

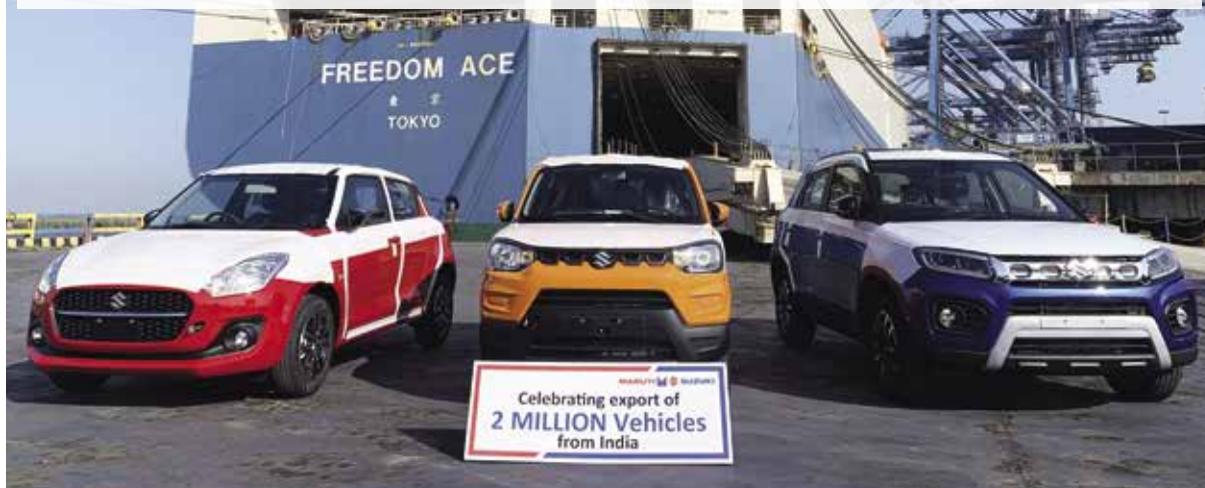


## Plus de 2 millions de Suzuki exportées d'Inde

L'histoire avait commencé en 1986 avec la Maruti 800, un dérivé « made in India » de la Suzuki Alto, premier modèle exporté depuis l'Inde par la Marque... Le 27 février dernier, un

cap symbolique a été franchi avec l'exportation du 2 millionième véhicule produit par les usines de Maruti Suzuki India Limited. Principal constructeur automobile indien, Maruti Suzuki exporte

aujourd'hui 14 modèles différents (dont, depuis peu, le Jimny, lire ci-contre) vers plus de cent pays d'Asie, d'Europe, d'Afrique et d'Amérique du Sud.





## Une édition « collector » de moteurs DF350A pour fêter les 100 ans de Suzuki

Nouvel événement à l'occasion des 100 ans de Suzuki Motor Corporation : le lancement d'une série ultra-exclusive du DF350A, le porte-étendard de la gamme Geki des moteurs hors-bord de la Marque. Points spécifiques : une couleur blanche immaculée, une décoration spécifique et un conditionnement biodégradable et recyclable qui réaffirme l'engagement de Suzuki pour la protection de l'environnement.

Seuls deux exemplaires de cette édition exceptionnelle ont été mis à disposition du marché français. Ils ont été acquis par Pierre Paturle, dirigeant de Paturle Nautic implanté à Antibes, Mandelieu et Port Cogolin, et seront montés sur un Bénéteau Gran Turismo 32. Un ensemble exceptionnel et déjà collector !



## Le Jimny est désormais aussi « made in India »

Le célèbre petit 4X4 Suzuki connaît le succès dans le monde entier. A tel point que le Jimny est désormais assemblé dans une seconde usine située à Gurgaon, près de New Delhi. Les véhicules qui y sont produits sont destinés aux marchés d'Amérique Latine, d'Afrique et du Moyen-Orient. Ils sont identiques à ceux déjà fabriqués dans l'usine de Kosai au Japon, qui alimente les autres régions du monde. Et notamment l'Europe et la France, où le Jimny fera son retour en avril en version utilitaire 2 places.



## Compétition moto : Suzuki déterminé à défendre ses titres

Pourquoi ne pas faire aussi bien en 2021 qu'en 2020 ? L'an passé, les deux équipes engagées par Suzuki dans les épreuves reines sur circuit ont chacune remporté leur championnat : le Suzuki Endurance Racing Team (SERT) a triomphé en EWC, et le Team Suzuki Ecstar en MotoGP.

On ne change pas des équipes qui gagnent, on les améliore encore et encore... Le SERT devient le Yoshimura SERT Motul et, chez les pilotes, le français Sylvain Guitoli remplace Étienne Masson aux côtés de Gregg Black et Xavier Simeon. Quant au Team Suzuki Ecstar, il reconduit sa « dream team » de pilotes composée de Joan Mir, le champion du monde en titre, et d'Alex Rins.



## Erol nouveau partenaire pneus de Suzuki France

Plus d'un million de pneumatiques en stock ! C'est la belle promesse d'Erol, le nouveau partenaire pneus du réseau Suzuki France, qui rejoint ainsi l'autre fournisseur Copadex. Il permet donc aux concessionnaires de bénéficier d'une offre particulièrement large pour leurs clients. En outre, l'implantation d'Erol garantit une livraison particulièrement rapide des pneus dans tout le grand Est de la France.

## Suzuki BEKE Automobiles fait équipe avec le Paris FC

Dynamique concessionnaire Suzuki du Val de Marne, BEKE Automobiles vient de conclure un partenariat avec le prestigieux Paris FC. Le staff de la Direction Sportive du club bénéficiera ainsi jusqu'à la fin de l'année d'une Swace, de deux S-Cross et de trois Vitara. Ces modèles hybrides réputés pour leur fiabilité garantiront au Paris FC une mobilité optimale. « C'est une excellente occasion de renforcer notre implantation locale avec une

visibilité optimisée. Les manifestations sportives constituent autant d'opportunités de faire découvrir la Marque » explique Jean-Marie Beke, Directeur Général de BEKE Automobiles. Pour Fabrice Herrault, Directeur Général Délégué du Paris FC, « Ce partenariat avec un acteur de notre territoire illustre la volonté du Club de s'associer avec des partenaires de proximité qui partagent les mêmes valeurs, telles que l'innovation et la compétitivité. »



## Suzuki France joue à l'esport

Suzuki France renforce son engagement dans le Basketball\* et fait ses premiers pas dans l'esport en devenant Partenaire Officiel de la très spectaculaire Hoops League, une compétition sur le jeu Rocket League lancée par la Fédération Française de Basketball. Ce championnat en ligne propose des matchs de Basketball où les joueurs sont remplacés par des voitures...



« Nous sommes fiers de devenir le premier Partenaire Officiel de la Hoops League » explique Gilbert Kingold, Directeur Adjoint Marketing Département Automobile Suzuki France. « C'est une perspective nouvelle qui nous permettra de créer de la valeur positive pour la marque Suzuki en sponsorisant un contenu de très haute qualité pour les fans d'esport, qui sont par ailleurs les premiers à adopter les nouvelles technologies. »

\*Suzuki France est depuis 2019 Fournisseur Officiel de la Fédération Française de Basketball.

## Les Suzuki de plus de 5 ans chouchoutées par le réseau

C'est bien connu, avec l'âge les relations ont tendance à s'espacer... Pourtant, faire entretenir sa Suzuki dans le réseau de la Marque c'est la garantie d'un travail de qualité au juste prix. Afin d'inciter les propriétaires de modèles âgés de plus de 5 ans de rester fidèle à leur concessionnaire, Suzuki France leur offre un bon de réduction de 30 € tous les 300 € dépensés. Ce n'est pas une preuve d'amour, ça ?

## Prendre rendez-vous à l'atelier, c'est désormais possible en ligne

On peut dorénavant prendre rendez-vous chez son concessionnaire Suzuki Auto ou Moto en ligne sur [suzuki.fr](http://suzuki.fr). Il suffit d'indiquer le modèle ou son immatriculation, le motif de l'intervention, le concessionnaire souhaité... et toutes ces informations seront transmises au responsable S.A.V. de la concession qui recontactera

rapidement le client. Une demande de prise de rendez-vous est possible également, et de façon encore plus simple, sur [mySUZUKI.fr](http://mySUZUKI.fr), le site réservé aux clients de la Marque où les coordonnées de son véhicule et de son concessionnaire peuvent être pré-enregistrées (voir p. 27).

VOTRE SUZUKI A PLUS DE 5 ANS  
ELLE PEUT VOUS FAIRE GAGNER DE L'ARGENT!



Way of Life!

## Mikaël Barreau, nouveau pilote des Relations Presse Moto

C'est un « passionné de tout ce qui roule, et surtout de moto » qui vient de prendre les commandes du service de presse de l'Activité Moto de Suzuki France. Le parcours de Mikaël Barreau témoigne de cette passion. Après des débuts chez Harley Davidson au Royaume-Uni, il intègre Peugeot Motocycles pour travailler au développement de l'activité commerciale BtoB et de celle concernant les modèles électriques. Mikaël a intégré Suzuki France à l'aube d'une année qui sera riche en nouveautés motos, à commencer par le retour de la mythique Hayabusa (voir page 18). Bienvenue dans la Suzuki Family, Mikaël !





# Suzuki a confirmé son rang de n°2 de l'hybride en France

**D**e confinements en déconfinements, Suzuki France et son réseau ont connu, comme l'ensemble des acteurs de l'automobile, une année compliquée. Néanmoins, grâce à sa gamme 100 % hybride et à l'engagement de ses concessionnaires, la Marque a réussi la performance de conserver son rang de n°2 de l'hybride non rechargeable en France. En 2020, la gamme s'est enrichie avec succès des nouveaux S-Cross et Vitara Hybrides ainsi que des modèles issus du partenariat avec Toyota, les Swace Hybrid et Across Hybride Rechargeable.

## Un réseau totalement engagé

Forte de ces produits très compétitifs, la Marque a également pu s'appuyer sur un réseau dont la détermination est saluée par Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France : « *L'engagement extraordinaire de l'ensemble du réseau Suzuki a permis, malgré les bouleversements provoqués par la pandémie, de maintenir un contact privilégié avec nos clients. Malgré les confinements, malgré les couvre-feux, le service rendu a été remarquable et constant. C'est aussi le fruit de la qualité des liens que nous avons réussi à tisser avec nos partenaires concessionnaires. Celle-ci a d'ailleurs été reconnue par une belle place sur le podium de la Cote d'amour des constructeurs 2020\*, qui avait une valeur toute particulière en cette année si spéciale.* »

Sur le plan des produits, 2020 fut une année de transition pour Suzuki France avec l'arrêt des

Baleno et Celerio, la suspension du Jimny VP, et l'arrivée en fin d'exercice des nouveaux modèles évoqués ci-dessus. Les conséquences de la pandémie de Covid-19 ont également pesé fortement sur l'activité de la Marque. Suzuki a enregistré 22 105 ventes l'an passé, soit une baisse de 24 % par rapport à 2019, pour une part de marché de 1,19 %.

## Une gamme pour renouer avec la croissance

Aujourd'hui, la gamme Suzuki est en ordre de bataille. Elle offre l'ensemble des technologies hybrides, de l'hybridation légère à l'hybride rechargeable. En 2021, la nouvelle Swace Hybrid et le nouveau Across Hybride Rechargeable bénéficieront de leur première année pleine de commercialisation, les Vitara et S-Cross hybrides ont reçu en mars une très attendue boîte automatique et le Jimny fera son retour dans une version utilitaire en avril... en attendant quelques surprises ! Stéphane Magnin se veut donc optimiste : « *Malgré les incertitudes qui planent sur le marché automobile 2021 à cause de la pandémie, Suzuki France a tous les atouts en main pour réussir une bonne année. En effet, nous avons posé en 2020 les fondations d'une gamme largement renouvelée et particulièrement adaptée à la demande actuelle des consommateurs grâce à notre technologie hybride très compétitive.* » Objectif : renouer avec la croissance !

\*Baromètre de référence réalisé par le CNPA (Conseil National des Professions de l'Automobile).

## MOTO

## Un marché au rythme des confinements

**A**vec 6 950 motos vendues en 2020, l'activité moto de Suzuki a souffert – comme tout le monde – de la pandémie. En retrait par rapport à l'exercice 2019, les ventes moto de la Marque ont connu des pics et des creux, au fil des confinements. Mars a bien sûr été un mauvais mois, mais au début du déconfinement les concessionnaires du réseau ont vendu en moyenne 30 % de plus que l'année précédente !

### Le grand retour de l'Hayabusa

« Le marché s'est tassé l'an passé et les premières semaines de 2021 ne sont pas très bonnes. Mais il faut toutefois nuancer car la transition d'Euro 4 à Euro 5 a poussé de nombreux constructeurs à immatriculer des motos en décembre 2020. Ces motos sont vendues en ce moment sur le marché mais sans nouvelle immatriculation bien sûr. D'autre part, plusieurs constructeurs souffrent de difficultés de

production et d'approvisionnement, qui impactent également le marché » explique Guillaume Vuillardot, le Directeur Commercial Moto de Suzuki France. « Nous restons confiants car nous aurons de belles nouveautés en 2021. Nous en avons déjà présenté deux, la V-Strom 1050 A2 et la très attendue Hayabusa dans sa livrée 2021. Cette machine, qui n'était plus importée en Europe depuis 7 ans, revient au plus grand bonheur des esthètes de la Marque ! Cette moto légendaire fait son retour avec un design superbe et le meilleur de la technologie du marché. La nouvelle génération sera en concession début avril (voir aussi page 18. NDLR). » Pour lancer la saison, Suzuki a tenu sa première convention avec le réseau début février et a inauguré – au niveau européen cette fois – son Suzuki Multimédia Grand Salon, une application extrêmement riche présentant l'ensemble de la gamme et des activités.



## MARINE

## Suzuki à la seconde place sur le marché français

**S'**il a lui aussi subi l'impact de la pandémie de Covid-19, le marché des moteurs marins a permis à Suzuki de se hisser à la seconde place dans l'Hexagone, pour la 2<sup>e</sup> année consécutive. La Marque augmente encore sa part de marché, qui atteint désormais 25,9 %.

« L'activité a connu un mois de mars 2020 très difficile à cause du confinement. Mais les autres mois ont été très bons pour les distributeurs Suzuki Marine. Nous avons déjà vendu 3 800 moteurs en 2020 et visons 4 100 ventes à la fin de l'année fiscale » précise Guillaume Vuillardot, directeur de l'Activité Marine de Suzuki France.

### Succès des DF115BG et DF140BG

En 2021, Guillaume Vuillardot estime que le cap des 4 500 moteurs pourrait être franchi si nous obtenons la production nécessaire, notamment en raison du succès des nouveaux DF115BG et DF140BG. « Pour le réseau, nous avons deux programmes d'amélioration majeurs afin d'aménager de façon plus distinctive les corners Suzuki dans les show-rooms et dans les ateliers. Si malheureusement tous les salons et événements de début d'année ont été annulés, nous avons confirmé notre engagement, avec Marshall, pour Les Voiles de Saint-Tropez, mais aussi pour le Salon de Cannes où nous serons présents à terre et à flot » conclut Guillaume Vuillardot.



# Jérémie Beyou :

## « Je suis encore plus amoureux »

**Le 9<sup>e</sup> Vendée Globe n'a pas été tendre avec Jérémie Beyou. Mais le skipper de Charal, dont Suzuki France est partenaire, a bouclé avec courage la course au large en solitaire la plus difficile au monde.**

**R**epartir. Malgré le retard, malgré la déception, malgré le sentiment d'injustice. Ce 17 novembre 2020 à 17h10, Jérémie Beyou prend ce que tous les compétiteurs de la course au large détestent : un second départ. Après avoir percuté un OFNI\* presque trois jours après le départ, Jérémie a dû revenir aux Sables d'Olonne pour faire réparer son IMOCA Charal. Son équipe technique fait un miracle et remet le bateau en état en quelques jours. Mais pour Jérémie Beyou, le coup est rude : « *Ce n'était pas simple psychologiquement, parce que j'avais l'impression de m'être préparé toute une vie et de sentir qu'avec ce bateau, j'avais ma chance sur cette course, donc je suis tombé de haut* » a-t-il raconté après la course. « *Quand je suis*

*reparti, je ne pouvais pas effacer ça de ma mémoire, mais il fallait arriver à le gérer au mieux. Petit à petit, les pensées positives ont repris le dessus, je me suis remis progressivement dans la course en me concentrant sur ma stratégie.* »

### Bagarre dans l'Océan Indien

Cette stratégie va payer. Après une descente de l'Atlantique isolé, il rattrape ses premiers adversaires à l'entrée de l'Océan Indien. Un vrai booster pour le moral : « *C'était important pour moi d'arriver à rattraper le premier paquet au niveau du Cap de Bonne-Espérance, ça m'a mis une petite motivation supplémentaire. Après, rattraper des concurrents, c'est une chose, mais il fallait arriver à les dépasser ! Je sentais que quand j'arrivais, la moyenne augmentait, ils essayaient de résister... Finalement, je suis arrivé à remonter des places, je finis treizième, je suis très fier de ce que j'ai fait.* »

Jérémie visait la victoire, mais il doit donc se contenter de la 13<sup>e</sup> place, 80 jours 16 heures 5 minutes et 58 secondes après son second départ. « *Ce n'était pas du tout le Vendée Globe que j'attendais* », explique Jérémie Beyou, « *mais j'ai vécu une aventure humaine de folie. Je ne retiendrai que les bons moments, je suis super fier de ce que j'ai réalisé. Ça me paraissait impossible de surmonter le fait de ne pas pouvoir jouer la gagne, finalement, c'est une*

*grosse victoire sur moi-même. Ça m'a rendu encore plus amoureux de cette course. Finir le Vendée, c'est quand même quelque chose. Pour soi bien sûr mais aussi pour son équipe, ses partenaires et les gens qui te soutiennent, que tu les connaisses ou non. C'est beau le sport !* »

### Un bateau extraordinaire

Reste un point positif et qui permet d'envisager l'avenir avec optimisme : « *Charal est un bateau extraordinaire. Vous pouvez le regarder, il est nickel : la structure n'a pas bougé, les foils non plus, toute l'instrumentation a tenu, c'est la preuve que l'équilibre avec la carène et les ballasts était bon, que tout était correctement structuré.* » Alors, prêt pour le prochain Vendée Globe ? « *Ce que je sais d'expérience, c'est que j'ai du mal à lâcher le morceau avant d'y arriver, donc j'espère être là la prochaine fois. Maintenant, je vais déjà me concentrer sur cette saison 2021, avec une Jacques Vabre sur laquelle on a une petite envie de revanche avec Charal, puis la Route du Rhum en 2022.* » Encore Bravo Jérémie, Suzuki France sera à vos côtés !

\*Objet flottant non identifié.

# « du Vendée Globe »



Photo : ©Vincent Curutchet / Alea



## Suzuki aux côtés de Jérémie Beyou et du Team Beyou Racing

Présent dans la course au large depuis 16 ans, Suzuki France est engagé aux côtés de Jérémie Beyou. Ce partenariat implique la division Marine avec la mise à disposition de moteurs équipant les trois semi-rigides d'accompagnement du Team. En course, le logo Suzuki est présent sur la bôme du bateau. « *Nous partageons des valeurs communes, celles de l'audace, de l'aventure et du dépassement de soi* » explique Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Marine de Suzuki France.

Photo : ©Gauthier Lebec / Charal



# La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc fidèle au rendez-vous

**La détermination des organisateurs et le soutien des partenaires, dont Suzuki, ont permis d'organiser une superbe édition 2021 de La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc, malgré le contexte sanitaire difficile.**

©Benoit Diacre / LGO

**D**ans une France entre couvre-feu et confinements, jamais les images somptueuses offertes par La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc n'ont été aussi précieuses ! Et pourtant, cette 17<sup>e</sup> édition de la course de chiens de traîneau la plus exigeante d'Europe, qui s'est déroulée du 9 au 20 janvier, fut peut-être la plus compliquée à organiser compte-tenu de la crise sanitaire. « Malgré les doutes, malgré les difficultés, on y a toujours cru » explique Annabel Lascar-Kam, Directrice de l'épreuve. « Je suis vraiment très heureuse que nous soyons

finalment parvenus à organiser cette très belle édition. C'est grâce aux efforts et à la fidélité des concurrents, du staff, des bénévoles et des partenaires. »

### **Suzuki partenaire depuis 9 ans**

Pour Suzuki, partenaire de La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc depuis 9 ans, il n'était pas question de faire faux bond cette année : « C'est l'une des rares épreuves alpines maintenues au calendrier sportif hivernal 2021 » explique Jean-Philippe Sabatier, Directeur Adjoint en charge du pilotage commercial produit et communication du Département Automobile



de Suzuki France. « C'est grâce aux mesures sanitaires exceptionnelles mises en place par l'organisation que les mushers se sont élancés. Et Suzuki a souhaité soutenir plus que jamais cette épreuve de renommée internationale. »

La Marque a mis cette année à disposition de l'organisation 19 voitures, Ignis, Vitara et S-Cross, toutes dotées de la transmission intégrale AllGrip et de l'hybridation. « Ces véhicules nous ont été particulièrement précieux car nous avons eu beaucoup de neige » explique Annabel Lascar-Kam. « L'ensemble du staff a apprécié la sécurité offerte par leur transmission intégrale. »

### 65 mushers, 600 chiens, 318 km

Principale conséquence de la pandémie de Covid-19 : une course à huis clos, sans les 50 000 spectateurs enthousiastes qui d'habitude suivent au plus près chacune des étapes. Pas de public, donc, mais un plateau de concurrents très relevé : 65 mushers et leurs 600 chiens-athlètes se

sont mesurés sur un parcours exceptionnel de 318 kilomètres avec 10 300 mètres de dénivelé positif. Dans la catégorie reine « Open », c'est le français Rémy Coste qui l'emporte pour la quatrième fois, devant l'allemande Sylvia Ulrich.

Pour permettre au plus grand nombre de suivre la course malgré le huis clos, l'organisation a multiplié les dispositifs digitaux avec de nombreuses vidéos, un grand concours, les départs filmés en direct et la possibilité de suivre chaque étape en temps réel grâce à la balise GPS installée sur les traîneaux. L'importante couverture médiatique a offert des images magnifiques, notamment dans le programme court sponsorisé par Suzuki diffusé avant le journal de 20h sur TF1 le week-end et sur TMC la semaine. Tous ces efforts ont permis à plus de 30 millions de personnes de suivre La Grande Odysée Savoie Mont Blanc 2021.

Rendez-vous du 8 au 19 janvier 2022 pour une 18<sup>e</sup> édition qui, n'en doutons pas, permettra de renouer avec le public.



©Charles Ripon / LGO



©Romain Tissot



# La goélette Tara a repris la mer

**Direction l'hémisphère sud et l'étude des micro-organismes marins pour la nouvelle mission scientifique de la Fondation Tara Océan, dont Suzuki est partenaire.**

**A**près la Mission Microplastiques, qui avait permis en 2019 d'étudier la pollution des océans par les déchets plastiques, Tara a repris la mer pour une nouvelle expédition scientifique : Mission Microbiomes. L'objectif de la Fondation Tara Océan est cette fois d'étudier le microbiome océanique, c'est-à-dire l'ensemble des micro-organismes marins. Ceux-ci captent notamment le dioxyde de carbone atmosphérique et produisent en

retour l'oxygène que nous respirons. Mais l'organisation de ce monde invisible reste méconnue. « *Nous voulons comprendre comment ce microbiome fonctionne comme un ensemble, et si son efficacité est sensible à la pollution plastique ou au réchauffement de l'océan en cours* » explique Romain Troublé, Directeur Général de la Fondation Tara Océan.

## **Au large de la Patagonie**

C'est le 12 décembre, jour du 5<sup>e</sup> anniversaire de l'Accord de Paris

sur le climat, que Tara a pris la mer depuis son port d'attache de Lorient. Pendant 21 mois, elle va parcourir 70 000 kilomètres dans l'hémisphère sud, faire le tour complet du continent latino-américain, puis plonger vers l'antarctique avant de remonter vers l'Europe en longeant les côtes africaines. A l'heure où nous écrivons ces lignes, la goélette scientifique fait route en direction de Puerto Montt dans la région des lacs au sud du Chili, sa prochaine escale.

# Suzuki Marine et BENETEAU : un partenariat construit pour durer

**L'**année 2021 marque le 8<sup>e</sup> anniversaire du partenariat entre Suzuki Marine et BENETEAU. Fondée sur une coopération étroite entre les équipes et des échanges technologiques permanents, cette collaboration conduit à une symbiose parfaite entre le bateau et son moteur, au bénéfice du réseau de distributeurs et des clients.

Le partenariat entre Suzuki Marine et BENETEAU est d'autant plus solide que les deux marques partagent de nombreuses valeurs, en particulier l'innovation et la protection de l'environnement. L'année 2021 verra renforcer la collaboration avec BENETEAU qui renforcera de son côté le renouvellement de sa gamme.

Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Marine de Suzuki France, se félicite de ce partenariat : *« Ensemble, nous sommes engagés dans une relation humaine de grande qualité que nous avons su pérenniser au fil des années. Cette relation de proximité avec les équipes BENETEAU nous permet d'optimiser l'adaptation des moteurs Suzuki sur les bateaux de la*

*Marque, je suis très heureux de la voir s'inscrire dans la durée. »*

Pour Yann Masselot, Directeur de la marque BENETEAU, *« Depuis 2013, le partenariat entre Suzuki et BENETEAU repose sur un échange continu et réciproque des savoirs et des expertises. Cette complémentarité est indispensable pour assurer à nos clients une expérience agréable et performante de la navigation sur nos unités hors-bord. »*

Ce partenariat a trouvé une nouvelle illustration lors du Yachting Live, l'événement digital organisé du 15 au 17 janvier par BENETEAU, et destiné à fédérer la communauté des plaisanciers français. Laurent Lépicié, Responsable Technique de l'Activité Marine de Suzuki France est intervenu lors d'une visioconférence sur le thème : Comment optimiser les performances de son bateau hors-bord. *« Sur les 22 conférences de cet événement digital, celle animée par Suzuki a connu la plus grande audience »* se réjouit Guillaume Vuillardot. L'ensemble du programme du Yachting Live est toujours accessible librement sur le site [www.yachting.live](http://www.yachting.live).

## À suivre sur internet

Partenaire de la Fondation Tara Océan depuis 2015, Suzuki sera à ses côtés tout au long de cette expédition exceptionnelle, notamment en fournissant les moteurs hors-bord des semi-rigides qui accompagnent la goélette Tara. Au-delà de ses recherches scientifiques, la Fondation Tara Océan continuera sa mission de sensibilisation en invitant à bord, lors de chaque escale, le public et les classes scolaires afin de mieux faire comprendre l'océan et les enjeux de sa préservation. Pour permettre au plus grand nombre de suivre à distance la goélette, un site internet dédié à l'expédition Mission Microbiomes a été mis en place : <https://microbiome.fondationtaraoccean.org/>. Et l'Actu Suzuki vous tiendra bien sûr informés des découvertes et aventures de Tara !



©BENETEAU

# Les nouveaux Swace et Across

Qui, mieux que des concessionnaires Suzuki, peut parler des deux dernières nées de la Marque, plus hybrides et haut de gamme que jamais ?

« Des modèles très complémentaires à la gamme existante »

**François-Xavier Bellamy, Suzuki Lons-le-Saunier (39), Pays de Gex (01) et Bourg-en-Bresse (01)**

« Le Across et la Swace ont été particulièrement bien accueillis par les équipes de vente qui y voient des offres très complémentaires à la gamme Suzuki existante » explique François-Xavier Bellamy, Directeur du Groupe Bellamy en Rhône-Alpes. « Cela se vérifie au niveau des ventes, puisque jusqu'ici, nous avons livré le Across exclusivement à de nouveaux clients de la Marque. Ils ont été séduits par ses quatre roues motrices, un vrai atout dans notre territoire montagneux, et par sa motorisation hybride rechargeable. »



« La Swace attire les clients en quête d'un véhicule pratique »

**Dominique Trescarte, Suzuki Clermont-Ferrand**

Responsable des Ventes de la concession Automobiles RVO à Clermont-Ferrand, Dominique Trescarte apprécie l'arrivée de ces nouveaux modèles dans la gamme Suzuki. « La Swace attire particulièrement les habitués de Suzuki en quête d'un véhicule pratique et doté de nombreuses technologies. Le Across constitue quant à lui, une réelle montée en gamme aux yeux de nos clients. La technologie hybride rechargeable plaît, de même que la présentation soignée. Au final, le Across convainc les propriétaires de modèles premium issus d'autres marques. »

# vus par le réseau



**« Le Across séduit les clients qui souhaitent monter en gamme »**

**Fabrice Létang, Suzuki Rouen**

D'après le directeur de la concession Suzuki de Rouen - Grand Quevilly, Fabrice Létang, « Le Across séduit beaucoup les clients Suzuki qui souhaitent se faire plaisir et monter en gamme, mais la Swace peut être un véritable outil de conquête. Elle suscite une forte curiosité et bénéficie d'une excellente accroche grâce à son tarif très bien placé. Par ailleurs, ces deux modèles répondent à une réelle demande des professions libérales. »

**« Ces autos sont parfaitement dans l'air du temps »**

**Sébastien Lehnert, Suzuki Epinal**

« Il y a de véritables marchés de niche à aller chercher avec la Swace et le Across » estime Sébastien Lehnert, Directeur Général de Newauto Suzuki Epinal. « Nous sommes convaincus des qualités de ces modèles, parfaitement dans l'air du temps mais encore méconnus. Nous nous sommes appliqués à les faire découvrir à nos clients avec des vidéos de présentation qui ont suscité un vif intérêt sur nos réseaux sociaux, et nous attendons beaucoup de la campagne de communication du mois de mars afin de faire connaître ces nouveautés au grand public. »



Le Monde  
L'argus CARADISIAC

nice-matin

L'ÉQUIPE

Le Point l'auto-journal

## 44 journalistes conviés aux essais

Comme le réseau Suzuki, le service de presse de la Marque est mobilisé pour le lancement des Swace et Across. Du 15 au 20 février, Nathalie, Laure, Yann et les principaux responsables de l'Activité Automobile ont donc accueilli 44 journalistes pour les premiers essais de ces nouveaux modèles.

Les médias nationaux, régionaux et spécialisés étaient conviés au nord-ouest de Paris, pour deux parcours d'essais de 200 km à travers le superbe Parc Naturel du Vexin. Des tests très positifs, les journalistes ayant en particulier souligné l'habitabilité et la douceur de conduite de la Swace Hybrid, ainsi que le confort et l'autonomie en mode 100 % électrique du Across Hybride Rechargeable. Ces deux modèles faisant en outre l'unanimité sur un point : un excellent rapport prix/équipement. Une qualité typiquement Suzuki !



# Hayabusa, le retour de la légende



## La mythique Hayabusa fait son grand retour dans la gamme Suzuki. Une troisième génération plus spectaculaire et plus performante que jamais !

**E**n 1999, la première génération de Suzuki Hayabusa fut la première moto de série à franchir les 300 km/h sur circuit. Une performance qui a frappé les esprits et contribué à construire le mythe du faucon pèlerin (« Hayabusa » en japonais).

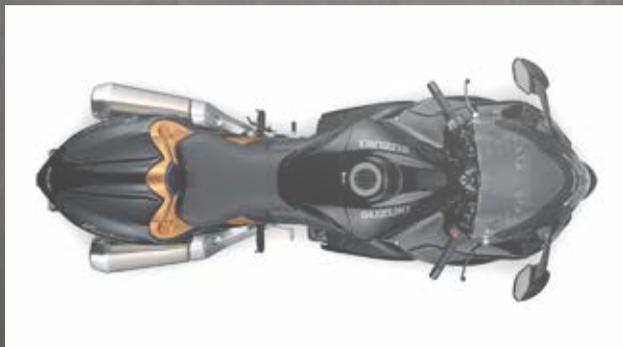
Deux décennies et 189 100 unités vendues plus tard, la troisième génération de ce modèle mythique dispose de tous les atouts pour entretenir cette légende. À commencer par des lignes à couper le souffle, que les designers ont résumées par le concept « The refined beast », la « bête raffinée ». Ils ont réussi un savant mélange qui exprime à la fois la puissance, l'équilibre et la sophistication. La nouvelle Hayabusa bénéficie d'une technologie embarquée de pointe. Ce modèle est disponible en trois coloris.

### Vivre l'expérience de la « sportive ultime »

Côté mécanique, la nouvelle Hayabusa est équipée du légendaire moteur 4 cylindres en ligne de 1340 cm<sup>3</sup> désormais conforme à la norme Euro 5, qui développe 190 ch. Le bloc moteur a été retravaillé, tout comme le système d'échappement, pour améliorer la puissance et le couple des bas aux moyens régimes.

Pour une efficacité optimale dans toutes les situations, la Suzuki Hayabusa bénéficie de nombreuses fonctions d'assistance au pilotage à travers le Suzuki Intelligent Ride System parmi lesquelles : un limiteur de vitesse (première mondiale), un Launch Control System, un régulateur de vitesse, un Quick Shift System bi-direction... et bien d'autres.

La philosophie de la nouvelle Suzuki Hayabusa permet à son pilote de vivre en toute confiance, avec encore plus de contrôle et de confort, l'expérience de la « sportive ultime ». Ce modèle exceptionnel sera disponible début avril chez tous les concessionnaires Suzuki au prix de 18 499 €.



## La Suzuki V-STROM 1050 disponible en version A2

C'est une nouveauté très attendue par les titulaires du permis A2. Le célèbre trail routier de Suzuki est désormais disponible dans une version bridée à 47,5 ch. (35 kW). Cette version bridée sera déclinée en deux finitions, dans sa version standard à 13 299 € et dans sa version XT plus baroudeuse à 14 899 €.

La gamme Suzuki V-STROM 1050 A2 est une offre novatrice sur le segment des jeunes permis. Quant à la gamme Suzuki V-STROM 1050 « version full » (107 ch.), elle reste bien évidemment au catalogue et reçoit dans sa version XT de nouveaux coloris.



## La Suzuki SV650 passe à l'Euro 5

Le célèbre roadster SV650 avec son emblématique V-Twin DOHC de 645 cm<sup>3</sup> est désormais conforme à la norme Euro 5.

La gamme 2021 de ce modèle est disponible en version bridée et propose trois nouveaux coloris : Glass Sparkle Black, Pearl White et Metallic Mat Black No. 2.

Les Suzuki SV650 et SV650 A2 sont disponibles au prix de 6 949 €, tandis que les SV650X et SV650X A2 sont proposées à 7 849 €.



# Suzuki met le Turbo au Cap Ferret !

**Partager avec Dominique Chapatte et les journalistes de Turbo trois jours de tournage au Cap Ferret, tout le monde en rêve. Nathalie Geslin de Suzuki a accepté l'invitation de l'équipe et participé aux essais de la Swift Sport, diffusés le 6 décembre dernier.**

**É**mission phare de l'automobile en France, Turbo sur M6 réunit un million de téléspectateurs le dimanche matin. Les visages sont connus des passionnés, celui de Dominique Chapatte bien sûr qui pilote l'émission depuis ses débuts il y a 34 ans, ceux d'Étienne Bruet, de Safet Rastoder ou encore de Cyril Drevet, les journalistes toujours de bonne humeur. Les coups de volant de l'un, les coups de griffe de l'autre, l'ambiance Turbo est celle d'une petite famille évidemment passionnée d'automobile, comme tous les Français qui la regardent. Au milieu de tous ces hommes, une femme œuvre depuis toujours : Adeline Roseau, journaliste et grand manitou que l'on ne voit jamais à l'antenne. Adeline a proposé à Nathalie Geslin, Directrice Adjointe des Relations Presse chez Suzuki France de participer au tournage des essais des sportives compactes, programmé en novembre dernier au Cap Ferret.

« Je n'ai pas pu refuser la proposition ! C'est relativement inhabituel qu'un communicant d'une marque

assiste à ce genre de reportage ; je me suis faite toute petite pour ne pas gêner et j'ai vécu trois journées formidables avec Adeline et les garçons. J'ai été intégrée immédiatement à l'équipe, et j'étais très heureuse que notre bombinette Swift Sport soit valorisée dans l'émission » explique Nathalie.

### **Une organisation millimétrée**

Sur les routes ensoleillées du Cap Ferret, aux côtés des puissantes Renault Mégane R.S. Trophy et Audi S3, la Swift Sport Hybrid a fait bonne impression entre les mains des essayeurs de Turbo. Ils l'ont trouvée pétillante, vive, très agréable, légère. La Swift Sport, la moins puissante des trois, et aussi la moins chère.

« Elle donne vraiment du plaisir avec sa motorisation hybride, pour un budget tout à fait maîtrisé ; les journalistes de Turbo ont bien mis en avant son positionnement car elle joue évidemment dans une autre cour que celle des puissantes Renault et Audi » ajoute Nathalie.

Dans l'émission, les journalistes

n'ont pas manqué de rappeler que Suzuki réunit les activités auto, moto et marine et que le groupe vient de fêter son 100<sup>e</sup> anniversaire. Au Cap Ferret, Nathalie a vécu de nombreux moments d'échanges sympathiques entre les promeneurs et Dominique Chapatte.

« L'équipe a dû interrompre les tournages à de nombreuses reprises, tant Dominique est interpellé pour un mot gentil ou une photo. C'est un peu l'emblème de l'automobile à la télé et je suis vraiment très heureuse que notre Marque ait pu bénéficier d'une visibilité remarquable. A titre personnel et après de nombreuses années professionnelles dédiées à la communication presse d'une marque, j'ai adoré ces moments privilégiés. Tourné une émission comme Turbo nécessite une organisation millimétrée, au cœur de laquelle le présentateur, les journalistes, les cameramen et le preneur de son, jouent leur partition. Mais le chef d'orchestre, c'est Adeline. Et ça, le téléspectateur ne le sait pas » conclut Nathalie.



## Turbo, l'émission la plus ancienne de M6

Elle a fêté ses 34 ans en mars ! Dominique Chapatte en est l'emblématique « pilote », rédacteur en chef et réalisateur depuis le premier jour. C'est le « père » de Turbo. Adeline est arrivée à ses côtés quelques mois plus tard après le lancement. Aux côtés de Dominique, l'émission réunit Étienne Bruet, Safet Rastoder, Cyril Drevet et l'équipe de Turbo.fr constituée de Simon Potée-Gallini, Antoine Arnoux et Stéphane Capella. Turbo tient une place véritablement à part dans le paysage audiovisuel en réunissant chaque dimanche environ un million de téléspectateurs, pour près de 10 % de part d'audience. L'émission atteint en ce moment le niveau de ses records historiques. C'est bon pour préparer le gâteau d'anniversaire !

## Adeline Roseau, copilote de l'émission depuis 34 ans

On ne la voit pas à l'écran, le dimanche matin. On ne l'entend pas non plus en voix off. Mais elle est toujours là, dans le siège du copilote, depuis 34 ans aux côtés du pilote de l'émission qu'est Dominique Chapatte. Adeline Roseau est rédactrice en chef adjointe de l'émission, toujours très élégante même si son visage souriant n'apparaît pas « dans la lucarne ». Comme les cameramen, preneurs de son et régisseurs, elle est invisible ; et pourtant elle participe à l'organisation de Turbo depuis... toujours ! C'est elle qui propose – avec les rédacteurs en chefs : Dominique Chapatte et Vincent Couëffé – les conducteurs de chaque émission, avec les plateaux et les essais.

*« Préparer, construire et réaliser une émission de Turbo, c'est environ un mois de travail pour l'équipe d'une dizaine de personnes. Mon rôle est d'avoir de l'attention pour tout le monde, les journalistes, Dominique bien sûr, les différents opérateurs, et de faire le lien avec les marques automobiles dont nous souhaitons présenter les modèles, ou raconter un pan d'histoire, en lien avec l'actualité »* dit en souriant cette Bordelaise bon teint.

Adeline fait peu de bruit, mais c'est elle qui gère avec une certaine... autorité, une sorte de main de fer dans un gant de velours. *« Lorsqu'une émission de 55 minutes est prête, le jeudi après-midi, nous la visionnons avec Vincent Couëffé. Ensuite, je m'occupe du reboutiquage qui consiste à réduire le format normal à 20 minutes, pour la rediffusion de la semaine suivante. Et j'attends avec un enthousiasme toujours présent et une certaine anxiété aussi, l'audience du dimanche. »*



# Dans les coulisses d'un test de moteurs hors-bord

Par une fraîche matinée d'automne, nous avons embarqué avec l'équipe du magazine Moteur Boat pour assister à leur grand comparatif autour du nouveau moteur Suzuki DF115BG.

**E**n ce petit matin brumeux, bien avant l'aube, il règne une activité inhabituelle au bord du canal de Ouistreham, en Normandie. Plusieurs personnes s'activent avec empressement autour d'un petit bateau de plaisance. Un peu tôt pour une balade en mer, pas le matériel pour une partie de pêche... il s'agit en fait des préparatifs pour le grand comparatif de moteurs hors-bord 115 ch que réalise le magazine Moteur Boat,

sous la houlette experte du journaliste Edouard Desgrez. Un test qui va durer une semaine et confronter 6 moteurs de quatre marques différentes autour du nouveau DF115BG à commande électronique de Suzuki...

## Un comparatif très attendu

*« Ce type de grand comparatif fait partie de nos sujets vedettes, très attendus par nos lecteurs. Il donne des informations qui n'existent nulle part ailleurs, c'est une exclusivité Moteur Boat »* explique Edouard Desgrez. *« Pour ce test, nous sommes très gentiment accueillis par Nauti-Plaisance, qui met ses infrastructures ainsi que deux Jeanneau Merry Fisher 605 Marlin à notre disposition pour les essais de moteurs. Sa situation au bord du canal de Ouistreham est parfaite, cela nous permet de réaliser des mesures de performances sur une eau calme. »*

Rien n'échappe à l'œil exercé - et aux instruments de mesure - d'Édouard : *« Sur le canal, nous allons mesurer*

*avec un GPS les accélérations et la vitesse maximale, la consommation (selon les instruments de bord) ainsi que le niveau sonore (avec un sonomètre). Je vais également examiner attentivement pour chaque moteur l'agrément de conduite, l'équipement, le prix, la facilité d'entretien, etc. Chaque motoriste vient avec ses techniciens et on leur laisse toute latitude pour monter leurs produits sur le bateau, choisir ainsi la hauteur de montage sur le tableau arrière, l'hélice qu'ils jugent la plus pertinente, etc. Chaque moteur est ainsi installé dans les conditions optimales par*



Laurent Lépicier et Julien Bosselet, Suzuki Marine



©Boris Réjou

chaque marque, ce qui nous permet de les comparer dans leur meilleure configuration. »

### Un écart de consommation « hallucinant »

Alors, quel est le résultat du test, paru début décembre dans Moteur Boat ? La sobriété du nouveau Suzuki DF115BG a fait forte impression: « L'écart de consommation par rapport aux concurrents est proprement hallucinant. Il est systématiquement premier, et de loin, lors de nos mesures par paliers de vitesse, et c'est le seul moteur sous la barre

des 9 litres en consommation Icomia\*. » Selon le magazine, cette performance s'explique notamment par la nouvelle commande électronique dont bénéficie ce moteur, qui a, en outre, été appréciée pour son confort d'utilisation : « Cela rend le pilotage plus facile à travers un dosage des gaz plus précis et demandant moins d'efforts. Le montage est également facilité pour le concessionnaire. » Bref, le Suzuki DF115BG est reçu avec mention à l'issue de ce test sans concession.

\*La norme de mesure de la consommation moyenne en vigueur dans l'industrie nautique.



## DF115BG/DF140BG : rendez-vous à Bouzigues avec la presse spécialisée

Les nouveaux Suzuki DF115BG/DF140BG à commande électronique ont été l'objet de toutes les attentions de la presse nautique en 2020. Six journalistes spécialisés ont pu venir découvrir ces moteurs à l'occasion d'une présentation organisée par la Marque en octobre dernier à Bouzigues.

Ils ont été accueillis par Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Marine de Suzuki France, et Pierre Palé, Responsable des Ventes et Marketing, avec la collaboration dynamique de Jean-Louis Metge de Sud Yachting, concessionnaire exclusif de la Marque. Après un briefing statique très complet réalisé par Laurent Lépicier, Responsable Technique, les journalistes ont pu tester les performances des nouveaux moteurs sur le site exceptionnel de l'Etang de Thau, à bord de 3 semi-rigides (Marshall et 3D Tender) et d'un Key Largo.



# Service Club Suzuki, la sérénité garantie !

**Mensualités fixes pour un entretien de qualité et sans surprise, prolongation de garantie jusqu'à 5 ans... le « Service Club » permet de profiter de sa Suzuki l'esprit totalement tranquille.**

Elles sont trois. Trois formules « Service Club » proposées aux acheteurs de voitures Suzuki de moins de 6 mois et 10 000 km. « Garantie Club » permet de prolonger la garantie et l'assistance d'origine de 3 ans jusqu'à 4 ou 5 ans, selon la formule choisie. Nouveauté 2021 : la « Garantie Club » peut désormais être réglée mensuellement, ce qui la rend plus accessible, à partir de 7 €/mois pour une Swift ou une Ignis, par exemple. Autre formule proposée dans l'ensemble du réseau Suzuki France : « Optimum Club ». Une solution qui permet de mensualiser les coûts d'entretien pendant 2 à 5 ans, selon les souhaits de chaque client, pour un suivi optimal de la voiture sans aucune surprise, les pièces, lubri-

fants et main d'œuvre étant inclus dans le forfait. Nouveauté 2021 : pour rendre cette proposition encore plus abordable et mieux coller à l'évolution du comportement des automobilistes, les barèmes kilométriques associés à cette formule ont été abaissés à 15 000 km/an et 25 000 km/an (pour les gros rouleurs, une offre à 40 000 km/an reste disponible).

Enfin, au sommet des « Service Club » Suzuki se trouve la formule « Premium Club », qui combine les deux précédentes et garantit une tranquillité totale. Précisons que l'ensemble des « Service Club » Suzuki est disponible sur toute la gamme de la Marque, y compris les tout nouveaux break Swace Hybrid et SUV Across Hybride Rechargeable.



## Jérôme Couty ne perd pas le Nord

Après une belle douzaine d'années passées chez Suzuki France, Alain Guéry s'en est allé vers une retraite fort méritée. C'est un autre « ancien » de la maison, Jérôme Couty, qui le remplace en tant que Responsable Régional S.A.V. pour le nord de la France et la partie nord de l'Île-de-France. Une évolution logique pour Jérôme qui était auparavant Assistant Technique au Service Après-Vente de Suzuki France. Bravo à Jérôme et bon vent à Alain !

## Rendez-vous en live avec le réseau Auto

Comment rassembler plusieurs centaines de personnes tout en respectant les règles sanitaires ? C'est la question à laquelle a dû répondre le Département Automobile de Suzuki France pour organiser la convention réseau 2020. Oubliées, les grandes réunions de travail conviviales comme en Norvège en 2019... Comme tout cela paraît loin, presque irréel !

La Covid a contraint Suzuki France à réinventer sa formule. Mais pour Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile, la convivialité restait essentielle : « Nous avons été obligés de transformer la convention réseau en événement digital qui s'est déroulé le 17 décembre. Mais pour conserver la chaleur des échanges, la proximité,

*l'authenticité, tout s'est passé en direct ! Nous avons fait le choix d'un horaire en fin de journée, laissant la possibilité aux concessionnaires de faire participer leurs équipes, pour*

*que l'événement reste convivial. » Une convivialité que les projets enthousiasmants de Suzuki France pour 2021 ont largement contribué à encourager.*



## Formation des techniciens Marine : essentielle en présentiel



Habitée à affronter les tempêtes en mer, l'Activité Marine de Suzuki France a tenu bon face à la Covid. La formation du réseau étant une action clé pour la qualité du service rendu au client,

Laurent Lépicié, Responsable Technique, et son équipe, ont donc décidé de maintenir en présentiel les sessions programmées début 2021. Pour Laurent Lépicié, « Il était important de maintenir ces formations

*pour entretenir le lien étroit qui existe entre la Marque et son réseau. Elles sont également précieuses pour permettre aux nouveaux techniciens de bien s'intégrer et de préparer la saison de façon optimale. »*

Comme chaque année, les formations se sont donc tenues dans les lycées techniques d'Antibes et d'Étel (Morbihan), partenaires de Suzuki. Bien sûr, le respect des règles sanitaires fut une priorité. Ce qui a nécessité de réduire de moitié le nombre de stagiaires et de concentrer les formations sur deux thèmes seulement - l'injection électronique (EFI), dont Suzuki Marine est le leader mondial, et les embases.



# L'hybride booste Suzuki auprès des pros

**Forte de sa gamme 100 % hybride, Suzuki France se renforce sur le marché des entreprises, soumises à une fiscalité favorisant les véhicules à faible émission.**

**L**e marché des professionnels a constitué 11 % des ventes de Suzuki France en 2020, contre 9 % en 2019. Cette dynamique est le fruit de l'hybridation complète de la gamme Suzuki dans un contexte réglementaire favorable avec une TVS\* favorisant les véhicules hybrides. « Suzuki a acquis une réelle légitimité auprès des professionnels souhaitant effectuer leur transition énergétique » souligne Fabien Edery, Responsable Ventes aux Entreprises. « En 2020, la livraison de 152 Ignis Hybrid AllGrip à l'Office National des Forêts a mis un coup de projecteur sur notre offre

chez les professionnels. Ils ont pu découvrir un catalogue dont 33 % des modèles sont exonérés de TVS, mais aussi tous disponibles en quatre roues motrices. Et avec leur design affirmé les Suzuki constituent une réelle réponse aux entreprises en quête de différenciation. »

## Une offre parée pour 2021

Suzuki France prévoit de porter ses ventes aux professionnels à 15 % du total en 2021. « Nos perspectives sont très favorables » explique Fabien Edery. « De l'hybridation légère à l'hybride rechargeable, de la citadine au SUV, Suzuki répond à

tous les besoins. D'autant plus que les S-Cross et Vitara disposent désormais d'une boîte auto, de plus en plus demandée. Le retour du Jimny en version VUL est également une excellente nouvelle, c'est un véhicule d'image qui permet de faire découvrir la gamme Suzuki. »

Le réseau Suzuki est bien sûr associé au développement des ventes aux professionnels. Ainsi, un panel pilote de 55 concessionnaires sélectionnés pour leur appétence à travailler avec les pros fera l'objet, au cours de l'année, de formations spécifiques pour ce marché.

\*Taxe sur les Véhicules de Société.



## chouchoute les clients

C'est un endroit accueillant où il fait bon aller... mySUZUKI.fr est le site internet réservé aux clients de l'Activité Auto de Suzuki France. Tout acheteur d'un véhicule Suzuki reçoit un code confidentiel qui lui permet de se connecter et de profiter ainsi de nombreuses offres exclusives. À commencer par un suivi personnalisé de son véhicule : contrat de garantie, financement, entretien. Une interface simple permet en outre de prendre rendez-vous directement avec son concessionnaire.

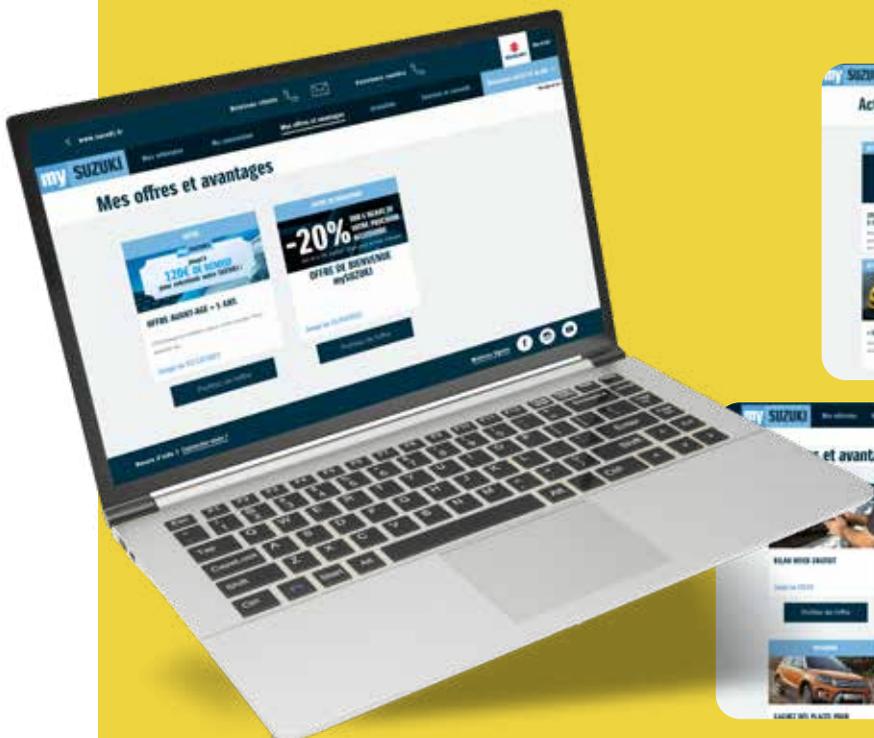
Mais mySUZUKI.fr c'est aussi du plaisir, avec des jeux-concours permettant, par exemple, de gagner des modèles réduits ou, lorsque les règles sanitaires l'autorisent, des

places pour des matchs de basket-ball. Sans oublier les bons plans : des promotions qui ne se trouvent nulle part ailleurs sur des opérations d'entretien ou des accessoires, par exemple les porte-skis l'hiver dernier. Ajoutez à cela des tutos vidéo sur toutes les fonctionnalités de sa voiture, et l'on comprend mieux le succès grandissant de mySUZUKI.fr. Plus de 30 000 propriétaires de Suzuki s'y sont déjà inscrits !

Un engouement qui devrait s'accroître avec l'arrivée en ce début 2021 de nouveaux services comme le plan d'entretien téléchargeable permettant de connaître les prochaines opérations qui seront réalisées sur la voiture ou le carnet d'entretien téléchargeable, mis

à jour automatiquement après chaque intervention, qui sera précieux lors de la revente du véhicule.

« Nous avons la volonté de dynamiser encore plus mySUZUKI.fr qui offre des services précieux à nos clients et nous permet d'entretenir une relation durable avec eux dans un souci de fidélisation » explique Marjolaine Siourd, Assistante Marketing Opérationnel.





©Joël Chassaing-Cuvillier

# La carte postale du Japon

**L**e début du printemps est synonyme de Hanami au Japon. Cette tradition qui remonte au 8<sup>e</sup> siècle à l'époque de Nara consiste à célébrer l'arrivée du printemps en admirant les cerisiers (Sakura) en fleurs. Les japonais sont des milliers chaque année à photographier ces arbres et pique-niquer sous leurs branchages.

Découvrir les cerisiers en fleurs était aussi le but des touristes étrangers qui visitaient le Japon pour la première fois. Désormais, les frontières sont fermées et ce n'est que par des images que l'on peut découvrir ce moment magique qui s'étale sur plusieurs semaines depuis le sud de Kyushu jusqu'au nord d'Hokkaido. L'image sélectionnée se situe à Tokyo au nord du parc Imperial dans le Kitanomaru Park à Chidori Ga-Fuji. La prise de vue a été réalisée en avril, la meilleure période dans la région centrale de Honshu où se situe Tokyo. Le soir, les tokyoïtes installent de grandes bâches bleues sous les cerisiers pour « déguster » des bières et du saké. La station de métro la plus proche est Ichigaya sur la Chuo Line. ► Texte de Joël Chassaing-Cuvillier.

## CONTACTS PRESSE

**Nathalie Geslin**  
Directeur Adjoint  
Relations Publiques et Presse  
01 34 82 14 71

**Laure Rouault**  
Attachée de Presse  
et Relations Publiques  
01 34 82 14 31

**Yann Bouffaut**  
Chargé de communication  
01 34 82 14 48

[www.presse.suzuki.fr](http://www.presse.suzuki.fr)

\*Un style de vie!



Way of Life!