

**Suzuki**  
reste à vos côtés

---





## Suzuki reste à vos côtés

Alors que l'épidémie de Covid-19 frappe la planète entière, ce sont tout d'abord des vœux de bonne santé que je souhaite faire parvenir à chacun d'entre vous. Avant toute autre chose, prenez soin de vous et de vos proches.

Solidarité, écoute, proximité... dans la crise que nous traversons, les valeurs fondamentales de Suzuki sont plus précieuses que jamais. Alors que le virus bouleverse nos vies et notre quotidien, l'entreprise reste mobilisée pour ses collaborateurs, son réseau, ses clients.

Je veux ici remercier toutes les équipes qui continuent de travailler pour garantir la mobilité de nos clients, particuliers ou professionnels. J'ai d'ailleurs une pensée particulière de gratitude pour ceux d'entre eux, dans les métiers de la santé notamment, qui sont en première ligne du combat contre le virus. Et je n'oublie pas non plus tous les professionnels, routiers, éboueurs, caissiers, etc. qui restent mobilisés au service de la population. Bravo et merci !

Je veux rappeler enfin une autre valeur portée par Suzuki : l'optimisme. Nous viendrons à bout de cette crise et, tous ensemble, reprendrons la route vers un avenir heureux. Suzuki France se prépare d'ores et déjà pour accompagner au mieux ses collaborateurs, son réseau et ses clients quand la vie reprendra ses droits. Nous serons demain, comme aujourd'hui, à vos côtés !

**Tomoyuki SHIMAZAKI**  
Président de Suzuki France

## Suzuki is beside you

*As the Covid-19 epidemic is hitting the whole planet, I firstly send to every one of you my wishes for good health. Above all other considerations, take care of yourselves and of your nearest and dearest.*

*Solidarity, attentiveness, proximity... in this crisis we are going through, the fundamental values of Suzuki are more precious than ever. While the virus is upsetting our lives and our day-to-day circumstances, our company remains active for its employees, network and customers.*

*I would like here to thank all of the teams who are continuing to work to guarantee the mobility of our customers, either private or business. I also have thoughts of gratitude for those among them, especially in the health professions, who are at the front line of the combat against the virus. Nor do I forget all of the professions, truck drivers, refuse collectors, cashiers, etc. who are still active at the service of the population. Congratulations and thank you!*

*And to finish, I wish to remind you of another value dear to Suzuki: optimism. We will overcome this crisis and, together, continue along the road to a happy future. Suzuki France is already preparing to better support its employees, its network and its customers when life goes back to normal. Tomorrow, just like today, Suzuki will be beside you!*

**Tomoyuki SHIMAZAKI**  
CEO Suzuki France



## AUTOMOBILE

# 470 000

Nombre de visites sur  
le site internet Suzuki  
Automobile depuis  
le 1<sup>er</sup> janvier 2020

## MOTO

# 1

Classement provisoire du  
team SERT au championnat  
du monde d'endurance

## MARINE

# 6000

Nombre de moteurs DF2.5 CV  
vendus depuis que Suzuki France  
commercialise les moteurs  
hors-bord de la Marque.

Le DF2.5 CV est le moteur  
4 temps thermique le plus léger  
de sa catégorie. Véritable poids  
plume de 13,5 kg seulement !



16



8



12



28

## 4-5 SUZUKI GLOBAL

## 6-7 SUZUKI EN FRANCE

## 8-13 DOSSIER HYBRIDES

8 Suzuki, une gamme 100%  
hybride

10 Le réseau Suzuki est prêt

12 La presse conviée à tester  
les nouveaux SUV hybrides  
Suzuki

## 14-15 PRODUITS

14 V-Strom 1050 : encore  
mieux

## 16-17 SALON

16 L'activité Marine sur le bon  
cap

## 18-19 PARTENARIAT

18 Suzuki mobilisé pour la  
Grande Odyssée 2020

## 20 ÉVÉNEMENTS

20 V-Strom 1050 et 1050 XT à  
l'essai partout en France

## 21 S.A.V.

21 Les ateliers partent à la  
conquête des clients

## 22-26 REPORTAGE

22 À Troyes, Marie-Céline  
Hauet est Madame Suzuki

24 Une journée sécurité pour  
les pompiers avec Suzuki

26 Suzuki réembarque avec  
Highfield pour The Transat CIC

## 27-29 COMPÉTITION

27 Endurance : le SERT plus  
déterminé que jamais

28 Moto GP : 60 ans et une  
ambition intacte pour la  
team Suzuki

30 PIÈCES DE RECHANGE  
ET ACCESSOIRES

30 Les gagnants de "Game of  
Parts" au Sénégal

## 31 MARKETING

31 Le nouveau configurateur  
Auto est en ligne

## 32 ZOOM SUR

32 Christine Hallier, au service  
du réseau Suzuki depuis  
12 ans



## L'IGNIS ENCORE PLUS CONVAINCANTE

La présentation de l'Ignis restylée devait être l'un des événements de Suzuki au Salon de Genève 2020. L'annulation du salon ne modifie pas le plan de lancement de cette nouvelle génération qui devrait renforcer le succès du seul SUV ultra-compact du marché.

La calandre a été totalement redessinée avec des motifs chromés verticaux qui associent encore davantage l'Ignis à la famille des SUV Suzuki. Les boucliers, les protections d'ailes et les feux antibrouillard ont

également été revus. Le design audacieux de l'intérieur est renforcé par des coloris inédits et une nouvelle instrumentation.

Enfin, la consommation de carburant de la motorisation 1,2 Dualjet Hybrid a été encore améliorée, au bénéfice d'une sobriété accrue, notamment par l'adoption d'une batterie lithium-ion 12V de 10 Ah (ancienne version 3 Ah) de plus forte capacité. Et pour répondre aux souhaits de nombreux clients, l'Ignis Hybrid est désormais disponible avec une transmission automatique CVT.

## LE NOUVEAU CROSSOVER XL7 LANCÉ EN INDONÉSIE

Un design de SUV et une fonctionnalité de monospace. C'est la combinaison gagnante du nouveau crossover XL7 lancé par la fi-

liale indonésienne de Suzuki Motor Corporation. À l'extérieur, on retrouve donc les codes esthétiques d'un SUV avec une carrosserie

surélevée, une calandre imposante, des boucliers robustes... L'intérieur avec 7 places est pensé pour les familles : une habitabilité généreuse et une modularité développée.

Ajoutez à cela un moteur essence 1,5 litre performant et vous obtenez un véhicule très polyvalent. Le XL7 est particulièrement adapté au marché indonésien où les monospaces représentent près de 30% des ventes et où les SUV sont en progression constante. Produit sur place, il devrait également être exporté vers les pays asiatiques voisins et l'Amérique latine.





# LE FUTUR DE SUZUKI EN INDE

À l'occasion du Salon Auto Expo - The Motor Show 2020 qui s'est tenu début février près de New Delhi, Maruti Suzuki a présenté le concept car FUTURO-e. Ce véhicule électrique illustre la vision de la Marque pour le développement d'une mobilité durable en Inde. Fusion d'un coupé et d'un SUV, le concept FUTURO-e est conçu pour la jeune génération en quête d'un nouveau langage stylistique.



## SUZUKI PEAUFINE LA GSX-S125

Le petit roadster Suzuki, basé sur la très performante GSX-R125, s'améliore encore en 2020. Il reçoit désormais une commande de feux de détresse au guidon et le fond de l'instrumentation passe du blanc au noir. De plus, une nouvelle finition reprenant le graphisme des sensationnelles GSX-RR de MotoGP arrive dans la gamme. Cette dernière est proposée en France à 4199 €. La GSX-S125 standard est disponible à 4099 €.

## SUZUKI AVEC BÉNÉTEAU À DÜSSELDORF

Le Salon Nautique International de Düsseldorf est devenu un rendez-vous incontournable avec plus de 250 000 visiteurs pour l'édition 2020, du 18 au 26 janvier dernier. Suzuki a profité de l'événement pour présenter son moteur DF300B, dernier arrivé dans la gamme Geki. Bénéteau avait également confié au stand Suzuki la première apparition publique de son Antares 7 (équipé ici d'un moteur DF175APL). Un nouveau symbole des liens étroits qui unissent les deux groupes.



# La Katana se dévergonde

**T**oujours plus fun et décalée... Suzuki France s'associe à la Marque de vêtements et de casques Icon pour créer une série très spéciale de la Katana. L'objectif est d'apporter à l'emblématique modèle de la gamme Suzuki un peu de l'état d'esprit impertinent de la société américaine.

Le résultat est spectaculaire avec une Katana Icon qui reprend le design du casque intégral Airflite Stim Black, d'ailleurs offert à tous les acheteurs. Et ce n'est pas tout, cette série spéciale reçoit également un silencieux Akrapovic, un support de plaque aluminium haut et des patins de protection latéraux.

La Suzuki Katana Icon est disponible en 10 exemplaires numérotés au prix de 15 999 € (soit un avantage client de 1 690 €).



## La Swift avec Véronique Jannot dans Paris Match

«*E*lle est mignonne, compacte et nerveuse. Un vrai bonheur à conduire ! » C'est en ces termes élogieux que l'actrice Véronique Jannot parle de la Swift qu'elle a testée pour Paris Match (paru le 27 février). Un avis de connaissance puisque Véronique Jannot fut, en tant que pilote, une des animatrices des courses du Star Racing Team dans les années 80.



## Suzuki France met les voiles avec The Transat CIC

Engagé depuis 13 ans dans la course au large, Suzuki France accroît encore son implication en devenant Partenaire Officiel de The Transat CIC. Cette compétition, autrefois nommée "la Transat anglaise", fêtera cette année son 60<sup>e</sup> anniversaire et partira pour la première fois de Brest.

Dans le cadre de ce partenariat, Suzuki France s'est associé au fabricant de semi-rigides Highfield, pour fournir à l'organisateur 22 bateaux qui assureront la sécurité du plan d'eau au départ et à l'arrivée de la course (voir page 26). Une coopération similaire à celle mise en place sur la Route du Rhum 2018, une compétition également organisée par OC Sport Pen Duick... tout comme La Solitaire du Figaro dont Suzuki France sera une nouvelle fois partenaire en 2020 !



Pierre Palé, Stéphane Bourhis et Marc Honnequin - Jet Marine, Guillaume Jubert, Philippe Caignec, Vincent Zeleman - AD 44, François Guillermin - Suzuki Nantes Automobile

## Suzuki Marine au rendez-vous des pêcheurs à Nantes

Comme chaque année, Suzuki était présent au Salon de la Pêche en Mer à Nantes, du 14 au 16 février. Avec un stand de 120 m<sup>2</sup>, la Marque présentait aux passionnés 14 moteurs et les nouveaux écrans multifonction. Suzuki Marine a également participé aux nombreux débats et tables rondes qui ont animé le salon.

Le salon nantais fut enfin l'occasion de lancer la campagne de remotorisation destinée aux propriétaires de bateaux anciens. Cette campagne de promotion propose des offres commerciales très intéressantes à des possesseurs de moteurs Suzuki de plus de 10 ans.

## Cap sur Cuba pour les gagnants du Challenge Qualité et Fidélité Clients

Près de 210 distributeurs Suzuki Auto et Moto s'étaient inscrits en 2019 au Challenge qualité et fidélité clients. Objectifs : obtenir le meilleur taux de fidélité en atelier et l'indice de satisfaction le plus élevé. Bref, dorloter le mieux possible ses clients... Les 34 distributeurs gagnants se sont embarqués début mars pour un magnifique voyage à Cuba. Au menu, visite de La Havane, navigation en catamaran et raid dans la campagne... en Jimny, évidemment ! Ça vous fait rêver ? Restez motivés et rendez-vous en 2021 pour le prochain Challenge qualité et fidélité clients.



# Suzuki, une gamme 100% hybride !



## Sur le marché français, Suzuki est fier de proposer une gamme 100% hybride.

**L'**engagement de Suzuki pour l'environnement n'est pas une posture. Il se traduit de façon concrète, massive, rapide : dès cette année, la gamme sera composée uniquement de modèles hybrides. Suzuki est le seul constructeur automobile à bouleverser aussi radicalement son offre avec des motorisations plus propres et plus économiques. Rappelons-le, fort de son expérience et de son savoir-faire, Suzuki était en 2018/2019 le n°2 des ventes de voitures hybrides en France. L'Ignis et la Swift dotées de la motorisation 1.2 Dualjet Hybrid 12 volts ont connu un grand succès.

La solide expertise de la Marque dans ce domaine va encore se renforcer dans les prochains mois avec le lancement de nombreux nouveaux modèles.

### **Voici le programme :**

• **Premier trimestre 2020 : nouveaux Vitara et S-Cross Hybrid 48V.** Ces modèles bénéficient d'une toute nouvelle technologie, développée par les ingénieurs Suzuki, basée sur le moteur essence 1.4 Boosterjet associé à une hybridation 48 volts. Cette tension de 48V permet d'augmenter la puissance et la durée de l'effet "boost" procuré par l'alternateur (à la fois alternateur et moteur électrique) lors des phases

de démarrage et d'accélération. Par ailleurs, une nouvelle fonction de ralenti électrique supprime toute consommation d'essence à la décélération lorsque l'embrayage est désengagé.

Résultat : les consommations baissent d'environ 20% sur ces modèles. Cerise sur l'alternance : le Vitara 2020 reçoit une nouvelle signature lumineuse à LED, élégante et efficace.

• **Avril 2020 : la Swift Sport passe au 48V !** Version emblématique de la gamme Swift, la Swift Sport va recevoir la motorisation 1.4 Boosterjet Hybrid 48V... dans une configuration de réglages orientée plaisir et performance.

• **Avril et juin 2020 : l'Ignis et la Swift contre-attaquent.** Outre un léger restylage, ces deux modèles phares bénéficieront d'améliorations



## Bonus/malus : des bonnes nouvelles

La qualité des motorisations hybrides Suzuki permet à l'ensemble des modèles deux roues motrices d'échapper au malus à l'achat en 2020. Et les versions AllGrip ne sont que faiblement impactées : 100 € de malus pour le S-Cross, 125 € pour le Vitara.



sur leurs motorisations 1.2 Dualjet Hybrid 12V. Au menu : réduction des consommations de carburant et des émissions de CO<sub>2</sub>. Et arrivée, très attendue, d'une boîte automatique sur ces deux modèles hybrides.

• **Dès septembre 2020 : encore de nombreuses nouveautés à découvrir.** Elles viendront enrichir une gamme Suzuki plus hybride que jamais !





# Le réseau Suzuki est prêt

**Réunis lors d'une convention en Norvège, leader mondial de l'électrification du transport routier, les concessionnaires Suzuki Automobile se sont préparés à anticiper la transition énergétique automobile.**

« **P**rêt pour le futur », c'était le mot d'ordre de la Convention Réseau organisée à Bergen, ville située sur la côte sud-ouest de la Norvège. Oui, il faut être prêt à évoluer car l'électrification métamorphose le marché automobile, et Suzuki aussi. La Convention Réseau, « *un peu plus conséquente que d'habitude* » de l'aveu même de Laurence Lebreton, Responsable Marketing Suzuki Automobile, a été l'occasion de faire passer ce message. Il a été reçu 5 sur 5 par les concessionnaires.

## **Cap vers l'électrification**

Près de 300 personnes se sont retrouvées en Norvège, dirigeants ou responsables de concessions accompagnés de leur conjoint(e), et bien sûr les principaux collaborateurs de Suzuki France. Pourquoi la Norvège ? Parce que c'est le marché au monde où la voiture électrique est la plus populaire avec 42,4% des nouvelles immatriculations

en 2019 et 25,9% pour les voitures hybrides ! Nous en sommes encore loin en France, mais le message envoyé était clair : cap vers l'électrification.

L'anticipation fut donc au centre de toutes les présentations, supervisées par Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France. Avec notamment des prises de parole lors desquelles des experts ont expliqué l'évolution des marchés automobiles français, européens voire mondiaux, ou encore analysé l'exemple norvégien, atypique mais riche d'enseignements.

La partie tout particulièrement attendue par les représentants du réseau était bien sûr la présentation du plan produit Suzuki. Un moment clé de la convention qui a permis aux concessionnaires de découvrir une année 2020 placée sous le signe de l'hybride et de l'arrivée de nouveaux modèles (voir page précédente) qui vont permettre d'élargir la gamme vers le haut. Un vrai défi !





## 2020 promet de nouveaux défis

Tout le monde l'a compris, les enjeux seront multiples dans les prochains mois. Dès son discours d'ouverture, le Président de Suzuki France, Tomoyuki Shimazaki, ne l'a pas caché en affirmant que Suzuki continuera d'être une Marque avec une présence forte et unique sur le marché européen et qu'elle se concentrera sur ses principaux atouts, en tant que spécialiste des voitures compactes, des technologies AllGrip et Hybrid.

En conclusion, Stéphane Magnin a souligné le vrai parti pris stratégique de Suzuki, une Marque fun, dynamique, "Waku-Waku", à la pointe de la technologie qui sait évoluer avec son temps ! 2020 sera l'année de l'hybride pour Suzuki, la Marque est prête ! Pour cela et plus que jamais, nos concessionnaires sont nos véritables ambassadeurs.

## Des formations "haute tension"

La transformation de la gamme Suzuki touche également les ateliers du réseau. Intervenir sur une voiture hybride, et demain sur une électrique, demande une formation spécifique validée par une habilitation officielle.

Ces habilitations sont régies sous la norme NF C18-550 permettant d'assurer la sécurité des personnes intervenant sur des véhicules hybrides ou électriques dépassant un certain seuil de voltage (> 60V courant continu) et ou capacité de batterie (> 180Ah) en fonction des interventions à réaliser sur le véhicule. Ce sera le cas des modèles "full hybrid" qui seront lancés par Suzuki en fin d'année.

L'objectif de la Marque est donc que chacun des ateliers dispose d'au moins un technicien titulaire du titre "Habilitation véhicules électriques / hybrides : opérations d'ordre électrique", d'ici à début novembre 2020, date à laquelle se dérouleront les formations SAV pour la nouvelle génération d'hybrides Suzuki. Chaque concessionnaire est libre de choisir le prestataire qu'il souhaite pour cette formation, Suzuki France ayant confié à l'APAVE l'habilitation de ses propres salariés.



# La presse conviée à tester les nouveaux SUV hybrides Suzuki

Cap sur la Bretagne, fin février, pour 45 journalistes invités aux premiers essais des nouveaux Suzuki Vitara et S-Cross Hybrid.



**C**omme l'ensemble du département Automobile de Suzuki France, le service de presse est mobilisé pour accompagner l'évolution de la gamme. Premier grand rendez-vous de l'année : la présentation aux journalistes de deux nouveaux modèles très importants pour la Marque, les Vitara et S-Cross bénéficiant de l'hybridation légère 48 volts développée par les ingénieurs Suzuki (voir page 8).

## 270 km d'essais

Cap à l'ouest, donc, sur le Finistère où trois groupes de 15 journalistes ont été accueillis pendant une journée et demi, chacun par le service de Presse. Sites internet, magazines, quotidiens... les représentants des principaux médias nationaux





spécialisés ainsi que de nombreux journalistes de la presse régionale ont répondu présents à l'invitation pour tester ces nouveaux modèles. Une dizaine de Vitara et S-Cross Hybrid avaient été mobilisés à cet effet, dans différentes couleurs appropriées aux photos comme aux vidéos.

Au programme, trois étapes à travers des lieux emblématiques de la Bretagne : de Brest au Conquet, en passant par Crozon, le Ménez Hom, les Monts d'Arrée... sans oublier une halte gourmande inattendue à l'écomusée des Monts d'Arrée aux Moulins de Kerouat. Au total, 270 kilomètres qui ont permis d'éprouver les qualités de ces nouveaux modèles, et notamment l'agrément et la sobriété apportés par le système Hybrid 48V.

## Une dizaine de Vitara et S-Cross Hybrid avaient été mobilisés à cet effet.

technologie, les journalistes ont été impressionnés par les caractéristiques et les performances de son monocoque à foil Imoca Charal. Jérémie insista sur l'alliance nécessaire entre performance et fiabilité. Il souligna par ailleurs l'utilisation d'une technologie hybride sur les bateaux de course au large : des panneaux solaires assistés si besoin par un moteur diesel se relayant pour fournir l'énergie nécessaire au fonctionnement du matériel de bord. L'hybridation n'est qu'une des nombreuses similitudes entre les technologies de pointe Auto et Marine. Une proximité que Suzuki illustre depuis des décennies.

## Un invité surprise

C'est à l'hôtel Sainte-Barbe, adresse mythique du Conquet, que les groupes faisaient escale pour la nuit. Un hôtel exceptionnel érigé à flanc de rocher sur une presqu'île, dernier bout de terre avant l'Amérique, où chaque chambre semble suspendue au-dessus de l'océan. Une expérience encore enrichie par la présence exceptionnelle le 26 février de Jérémie Beyou. Le navigateur, dont Suzuki est le fidèle partenaire, a partagé avec des journalistes automobiles éblouis le récit épique de sa dernière transat Jacques Vabre, à l'automne 2019. Longtemps en tête, puis piégé par le Pot-au-noir, il parvint au prix d'un effort exceptionnel avec son équipier Christopher Pratt à monter sur la troisième marche du podium. Amateurs de haute







# V-Strom 1050 : encore mieux

La nouvelle V-Strom se veut plus élégante, plus moderne,  
plus performante et toujours mieux équipée. Une révolution ?  
Non, une très belle évolution !



La V-Strom de grosse cylindrée se nomme désormais V-Strom 1050. Rien de révolutionnaire pour le célèbre trail Suzuki qui conserve son moteur V-twin de 1037 cm<sup>3</sup> et accorde ainsi davantage son appellation à sa mécanique. Mais à quoi bon faire la révolution quand de sérieuses évolutions permettent d'améliorer encore et toujours ce modèle emblématique de la gamme Suzuki...

Côté mécanique, le bicylindre gagne 6 chevaux pour atteindre désormais 107 ch et répondre à la norme Euro 5. Il conserve par ailleurs les qualités qui ont bâti sa renommée : souplesse, velouté et couple omniprésent.

### L'électronique au top

Pour maîtriser au mieux la puissance, la V-Strom reçoit une commande d'accélérateur 100% électronique (Ride-by-Wire) qui propose plusieurs modes de conduite au pilote. Une électronique qui veille également à la sécurité : ABS et contrôle de traction (3 niveaux désormais) sont en série sur toutes les versions. La finition XT reçoit en plus un freinage prenant en compte l'angle de la moto, une aide au démarrage en côte, un assistant de freinage en descente, un freinage combiné avant/arrière, un freinage adaptatif à la charge, etc.

Le confort a également été encore peaufiné. Désormais, pilote et passager disposent de leur propre assise et l'ergonomie a été particulièrement travaillée. Sur la V-Strom 1050 XT, la selle du pilote peut même être réglée en hauteur sur deux positions. La bulle est également réglable, sans outil et sur 11 positions (sur la XT), pour une protection améliorée. Enfin, l'instrumentation, désormais 100% digitale et ultra complète, se montre particulièrement lisible en toute condition.

### Encore plus haut de gamme

Cerise sur le gâteau, l'esthétique a elle aussi été retravaillée à travers de nombreux détails. Citons, par exemple, la nouvelle optique de phare carrée à LEDs, intégrant une face avant d'inspiration DR Big, ou encore le coloris bronze de certaines parties du V-Twin. Ajoutez à cela une finition nettement améliorée, et vous obtenez une V-Strom plus légitime que jamais dans son positionnement haut de gamme. Et cela tout en conservant un rapport prix/prestations particulièrement compétitif. La Suzuki V-Strom 1050 est proposée à 12 999 € en version standard, tandis que la version XT, extrêmement riche en équipements, est à 14 599 €. À noter : une version accessible aux permis A2 sera disponible à partir de l'été 2020.





# L'activité Marine sur le bon cap

**La dernière convention de Suzuki Marine, dans le cadre du Salon Nautique de Paris, a permis au réseau français de s'approprier la stratégie volontariste de la Marque : devenir N° 1 mondial des moteurs hors-bord.**

**O**rganisée dans le cadre du dernier Nautic de Paris et avec un dîner de gala en apothéose, la convention de Suzuki Marine aura marqué les esprits. Les informations données ce jour-là par Guillaume Vuillardot, le directeur de Suzuki Marine, ont eu un effet similaire à celui d'un coup de gaz à bord d'un semi-rigide équipé de deux 300 ch. En présence de la Direction de Bénéteau, le partenaire de Suzuki, Guillaume Vuillardot a donné le cap. « Suzuki Marine a pour ambition de devenir N° 1 mondial de l'activité moteurs hors-bord et de réaliser

*25% de part de marché, a minima. C'est ce que l'on fait déjà en France mais nous voulons accélérer. Dans l'Hexagone, Suzuki Marine est à 26,5% sur les moteurs 4 temps et à 25,2% sur l'ensemble de l'activité. Nous avons gagné 0,4% de part de marché en 2019 »* explique Guillaume Vuillardot.

## **Renforcer les partenariats avec les chantiers**

Optimiste pour les années à venir, le patron de la Marine –et de la Moto !– souhaite que le nombre de concessionnaires en France passe de 130 aujourd'hui à 150 dans 18 mois.





## Une offensive technologique saluée au Nautic

Suzuki Marine avait fait le déplacement au Salon Nautique de Paris 2019 avec de nombreuses nouveautés illustrant sa capacité d'innovation dans tous les domaines...

Le nouveau moteur DF300B fut très remarqué grâce à son V6 de 300 chevaux et ses hélices contre-rotatives.

Celles-ci permettent d'accroître la poussée, tout en améliorant l'hydrodynamique grâce à la réduction de taille du carter d'embase de transmission.

Au chapitre des accessoires, les nouvelles commandes d'accélérateur électroniques ont retenu l'attention des visiteurs qui ont apprécié le gain apporté en précision et en réactivité par rapport à des commandes filaires. De même, le nouvel écran multifonction Suzuki a fait la démonstration de ses fonctions connectées et de personnalisation, au service d'un contrôle optimal de la navigation.

Pour booster le business, des actions de communication seront mises en place, comme des offres de reprise destinées aux propriétaires de moteurs anciens. Pour augmenter encore sa notoriété, Suzuki Marine accélérera sa présence sur les grands événements nationaux comme les salons.

« Nous développons aussi, avec succès, nos partenariats avec les constructeurs de bateaux, ce qui nous donne de la visibilité et nous apporte des affaires nouvelles. De plus, lorsque vous êtes en première monte sur un bateau neuf, vous avez toutes les chances de rester la Marque choisie lors du renouvellement du moteur. Et de bénéficier aussi de chiffre d'affaires sur l'entretien. En plus de l'activité "mer", nous avons engagé une politique active dédiée aux eaux intérieures, lacs et rivières, où de nombreux pêcheurs pratiquent leur loisir. Toutes ces actions réunies et l'excellent travail de nos représentants sur le terrain

permettent à Suzuki de progresser trois fois plus vite que le marché. » ajoute Guillaume Vuillardot.

### La formation au service du business

Pour servir le business, surtout lorsqu'il se développe, les équipes ont besoin de soutien et de formation. C'est au programme : des sessions plus nombreuses, à l'intention des commerciaux et des techniciens, sont prévues en 2020/2021. La convention de fin 2019 s'est terminée par de chaleureux applaudissements lorsque l'équipe Suzuki Marine France a annoncé avoir reçu un "award" décerné par le Groupe Suzuki Motor Corporation pour sa progression dans l'Hexagone. L'occasion rêvée de partager le nouveau slogan de l'activité, initié pour marquer le centenaire de Suzuki : « nos moteurs, notre passion ». Tout était dit, avant de pousser encore un peu plus la poignée des gaz...





# Suzuki mobilisé pour la Grande Odyssée 2020

**Pour la 8<sup>e</sup> année, Suzuki France était partenaire de la course de chiens de traîneaux la plus exigeante d'Europe.**

**L'**édition 2020 de La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc, qui s'est déroulée du 11 au 22 janvier dernier, fut le théâtre d'une performance exceptionnelle. En effet, Rémy Coste, déjà vainqueur de l'épreuve en 2016,

2018 et 2019, a remporté cette année sa quatrième victoire. Un cru particulier, donc, auquel Suzuki a encore une fois eu l'immense plaisir d'apporter son soutien avec 19 Vitara et S-Cross AllGrip dédiés à l'organisation.

Au-delà de l'appui matériel apporté

par la Marque, Suzuki et La Grande Odyssée se retrouvent depuis maintenant huit ans autour des mêmes valeurs que rappelle Jean-Philippe Sabatier, Directeur Adjoint en charge du Marketing Automobile : « *dépassement de soi et engagement humain, mais aussi confiance absolue, à l'image de celle développée entre le musher et son attelage. Il est naturel pour nous de mettre la technologie Suzuki au service de l'organisation d'un tel événement.* »

## **360 clients en mode VIP**

Comme chaque année, le réseau Suzuki de la région a été mobilisé. Les groupes Favret, Savoie Motors et Seyssinet Alpes Autos ont accueilli 360 clients de la Marque sur 9 étapes de l'événement, celles sur lesquelles le public pouvait se déplacer dans les meilleures conditions. L'occasion de renforcer le lien avec les fans de Suzuki qui ont ainsi pu bénéficier d'un accès VIP aux coulisses de la course pour



approcher les coureurs et leurs chiens. « *Nos clients apprécient énormément cette attention, ils se sentent pris en considération*, explique Patrick Favret, Directeur du groupe Favret Automobiles. *Par ailleurs, c'est l'occasion de démontrer les capacités des véhicules Suzuki qui sont mis à l'épreuve durant 2500 à 3000 km dans des conditions souvent difficiles.* »

### Trois influenceurs invités

De son côté, Suzuki France a profité de l'évènement pour convier trois influenceurs ayant en commun la passion des chiens. On retrouve ainsi May Han-Koung, blogueuse et instagrammeuse qui relate sur les réseaux la vie de son chien Malcolm (@malcolm\_the\_akita). Gabrielle

(@grabirelle), blogueuse et instagrammeuse lifestyle et automobile, partage sa vie avec son bouledogue français et son berger allemand. Enfin, Thibaut de Cassagnac (@thibautdecassagnac) est un athlète parisien de Parkour (franchissement d'obstacles urbains), également maître de deux chiens. Ces profils hybrides se sont vus réunis autour de défis tout aussi hybrides mettant en scène la Suzuki Ignis Hybrid AllGrip. Avec leur vision originale et personnelle de l'automobile, ils ont su mettre en exergue le caractère décalé et fun de l'Ignis auprès de leur communauté !





# V-Strom 1050 et 1050 XT à l'essai partout en France

En 2020, les V-Strom 1050 et 1050 XT feront leur tour de France ! Pendant plusieurs mois, de nombreux essais seront programmés dans les concessions participantes, avec notamment des parcours routiers complets qui permettront aux clients prospects d'apprécier toutes les qualités des nouveaux modèles vedettes de la gamme Suzuki.

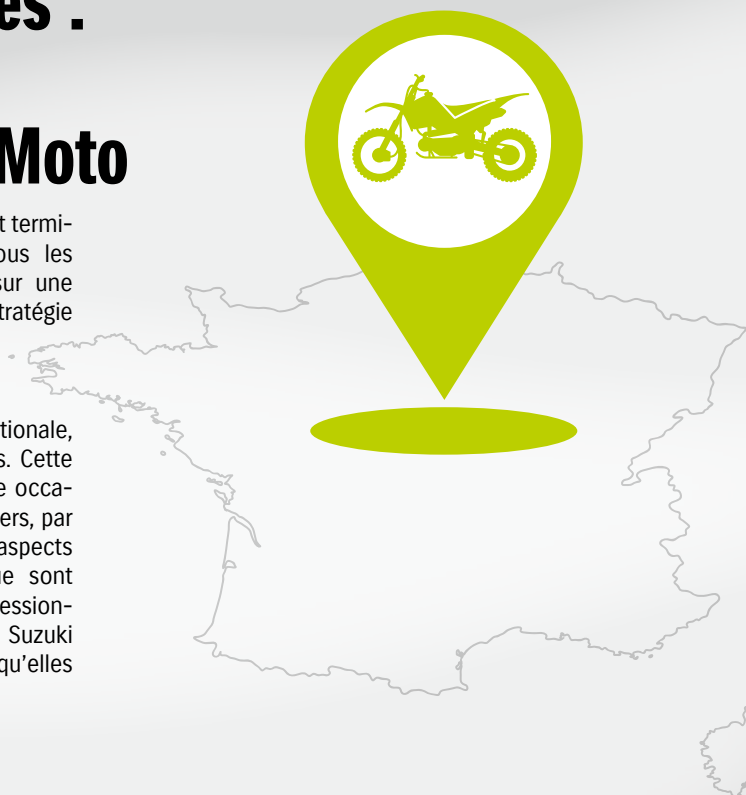


## Réunions régionales : à la rencontre des concessionnaires Moto

Les réunions régionales de l'activité Moto se sont terminées fin janvier. L'occasion de rencontrer tous les concessionnaires Suzuki pour faire le point sur une riche année 2019, mais aussi de présenter la stratégie de la Marque pour 2020 et au-delà.

### Au plus près du terrain

Ce format régional, plutôt qu'une convention nationale, avait été inauguré l'année dernière avec succès. Cette façon d'échanger est appréciée de tous. À cette occasion, Suzuki France proposait de nombreux ateliers, par exemple sur la nouvelle V-Strom 1050, les aspects finance ou assurance, ou les partenaires que sont Berner et Bridgestone. De leur côté, les concessionnaires ont pu discuter avec les responsables de Suzuki France des actions réseau envisagées, pour qu'elles soient adaptées au mieux à leurs besoins.





# Les ateliers partent à la conquête des clients

**Les Suzuki sont tellement fiables que certains clients se font rares dans les ateliers du réseau. Les divisions Auto et Moto ont mis en œuvre une stratégie de reconquête...**



**L'**exceptionnelle fiabilité des produits Suzuki est attestée par de nombreuses études. Citons, par exemple, celle d'Auto Plus qui a reconnu Suzuki comme le constructeur automobile dont les modèles sont le moins victimes de pannes (Bilan fiabilité Auto Plus 2017-2018).

## Une trop bonne réputation

« La fiabilité Suzuki est fantastique pour nos clients, mais elle ne me facilite pas la vie... » sourit Yann Moliexe, Responsable Réseaux Après-Vente Auto Moto. Faute de pannes, les clients se font rares dans les ateliers des concessionnaires. Et comme la réputation de robustesse de la Marque est désormais solidement établie, même les révisions périodiques sont de plus en plus "zappées".



Si la première année après l'achat d'une auto neuve, les clients répondent présents à 85% aux entretiens préconisés par Suzuki, ils ne sont plus que 67% à faire réviser leur auto dans le réseau la troisième année et... 20% la sixième année ! L'augmentation des offres "révisions constructeurs" des centres-autos est aussi une des explications de ce phénomène.

## Les motards roulent de moins en moins

Situation similaire côté Moto. Au-delà du premier entretien (après 1000 km ou 2 mois), un check-up rapide qui est respecté par 97% des acheteurs, les clients se font rares dans le réseau. La première année, seuls 68% y font réviser leur véhicule, 47% la deuxième année et 36% la troisième année.

Explication : les motards roulent de moins en moins, en moyenne 3000 à 4000 km par an, et donc espacent l'entretien de leur véhicule. Une pratique évidemment facilitée, là-aussi, par la très bonne fiabilité des motos Suzuki.

## Même stratégie pour l'Auto et la Moto

Alors comment convaincre les clients de revenir dans les ateliers, tout en restant bien sûr une Marque référence côté fiabilité ? Suzuki France a mis en place une stratégie

globale, commune aux divisions Auto et Moto, qui s'applique à deux moments clés de la vie du produit...

D'abord, lors de la vente d'un véhicule neuf il s'agit d'inciter l'acheteur à opter pour un contrat d'entretien ou une extension de garantie. Un choix gagnant/gagnant : le client s'offre une sérénité supplémentaire, le concessionnaire l'assurance d'une régularité à l'atelier.

Autre axe de la stratégie "atelier" de Suzuki France, reprendre contact avec les clients perdus de vue. La Marque a mis en place la plateforme Izy qui permet à chaque concessionnaire d'avoir accès aux coordonnées des propriétaires de Suzuki domiciliés dans sa zone. Charge au concessionnaire de prendre contact avec ces clients lors des dates anniversaires des révisions ou avec des offres spéciales type Bilan gratuit (Moto) ou Bilan été/hiver (Auto). Pour motiver les clients, des coupons de réduction peuvent aussi être proposés. Pour motiver le réseau, un Challenge Qualité et Fidélité Clients récompense les plus efficaces, voyages de rêve à la clé !

En conclusion, Franck Lammens, Responsable des Opérations Après-Vente Auto et Moto fait passer un message simple : « Plus nous fidéliserons les clients en atelier tôt après leur achat, plus ils nous resteront fidèles longtemps ».



# À Troyes, Marie-Céline Hauet est Madame Suzuki

**Fille et épouse de concessionnaire, Marie-Céline Hauet a plongé dans l'univers de l'automobile après une première partie de carrière dans le secteur bancaire. Chez Suzuki, elle apprécie d'abord la qualité de la relation avec la Marque et la simplicité des messages.**

**D**ans la main droite, la clé de contact d'un Jimny. Dans la main gauche, une autre clé de Jimny. Le jour de notre visite dans sa concession de Troyes, Marie-Céline livre deux Jimny à... des jumeaux ! C'est un rendez-vous rare, plein d'humour et de décontraction.

Yann Roudault a été gendarme et Éric, policier. Ils ont des Suzuki depuis de nombreuses années et le Jimny les a fait craquer...

**120 voitures neuves vendues par an**

« C'est un moment magique pour nous que de livrer deux Jimny à

deux frères qui aiment notre Marque. Je suis très heureuse que notre petit 4x4 emblématique ait un tel succès » avoue en souriant Marie-Céline Hauet, qui dirige la concession Suzuki de Troyes.

Une histoire de famille. L'aventure a commencé en 1991. Elle est aujourd'hui, avec son époux, à la tête d'un groupe automobile composé de 5 affaires. En plus de Suzuki, les marques représentées sont : Peugeot, toutes les marques du groupe Fiat Chrysler Automobile ainsi que Hyundai.

« Nous pilotons 5 sites qui totalisent 140 collaborateurs. Avec Suzuki nous vendons 120 voitures neuves par an. Dans notre secteur très





*cohérente avec les véhicules proposés par la Marque sur le marché français. Il existe une certaine stabilité sur les conditions de ventes à client. Cela rassure la force de vente, ce qui nous rend performants sur notre zone de chalandise ».*

À Troyes, sur le site Suzuki partagé avec la Marque Fiat, avec son équipe de 38 collaborateurs, comme dans les autres affaires du groupe,

Marie-Céline Hauet s'emploie à appliquer un management participatif. Les équipes sont impliquées, chaque responsable d'activité apporte son éclairage au business. Dans cette ville, chef lieu du département de l'Aube dont la forme tracée sur une carte est celle d'un bouchon de Champagne, Suzuki développe sa présence au sein du groupe Froment. Et cela pétille...

**« À Troyes, Suzuki dispose d'une belle affaire bien pilotée. Une concession très sérieuse impliquée pour la satisfaction du client. Marie-Céline fait partie du petit club des concessionnaires femmes Suzuki. »**

**Fabien Pierart, chef de région Nord**

*rural, la Marque plaît en raison de la polyvalence et de la simplicité des modèles proposés, de leur ligne et de leur pouvoir de séduction »*

**« Suzuki, on l'a dans le cœur ! »**

*« Suzuki est une Marque attachante. On l'a dans le cœur ! » indique très spontanément Marie-Céline, lorsqu'on l'interroge sur sa relation à la Marque. « Travailler avec le siège est assez facile, très transparent. Nous pouvons parler de partenariat. Les messages à la fois commerciaux et marketing transmis sont clairs, sans mauvaises surprises. La stratégie de marque de distribution est*



# Une journée sécurité pour les pompiers avec Suzuki

**La vocation des pompiers, c'est de protéger les autres. Et parfois ils en oublient de se protéger eux-mêmes, notamment sur la route. Alors ils ont demandé à Suzuki de leur présenter les dernières technologies de sécurité automobile...**

**C'**est une idée originale des responsables du groupement des pompiers d'Eure-et-Loir (SDIS 28) en effet ils ont souhaité organiser une session de sensibilisation aux technologies modernes de sécurité automobile à destination de leur personnel. Julien Monin, chef de région Suzuki a répondu présent : « *Les pompiers se sont rendus compte que leur personnel est victime d'un nombre im-*

*portant d'accidents en se rendant au travail ou en formation.* » Julien a donc organisé une journée de présentation détaillée des systèmes de sécurité embarqués sur les Suzuki...

## **Des crash-tests éloquentes**

Une vingtaine de pompiers, personnels de terrain et administratif, s'est retrouvée le 23 janvier près de Chartres.

La formation s'est déroulée en deux parties : d'abord une présentation théorique de tous les dispositifs embarqués sur les voitures modernes, mais aussi des progrès en matière de sécurité active et passive de ces dernières années. Les pompiers ont, par exemple, pu découvrir d'éloquentes comparaisons de crash-tests Suzuki entre le début des années 2000 et les modèles actuels. De quoi bien visualiser l'utilité d'une voiture récente !





### Des pompiers surpris

Une fois cette partie en salle terminée, il était temps de prendre la route. Suzuki France et la concession de Luisant, près de Chartres, avaient mis à disposition cinq voitures pour cette journée, plusieurs Vitara et des Swift Sport. Au volant, les pompiers ont été « *vraiment surpris de l'efficacité et de la réactivité des systèmes de sécurité de nos véhicules, d'autant que les essais se sont effectués sous la pluie* » raconte Benoist Michel, de la concession de Luisant. « *Ils ont tous affirmé vouloir désormais prendre en compte ces équipements de sécurité lors de l'achat de leur prochaine voiture.* »

Mission accomplie donc, tant pour Suzuki que pour les pompiers, qui pourront prendre une décision plus informée, et ainsi réduire leur risque d'accident au quotidien.



## Commandant Pascal Prevost :

**« L'achat d'une voiture, c'est aussi un investissement sur la vie »**

Chez les pompiers d'Eure-et-Loir, c'est le commandant Pascal Prevost, chef du groupement territorial Centre, qui était à la manœuvre pour cette journée. Il souligne « *l'importance de sensibiliser les personnels à l'existence et à l'utilisation de ces dispositifs de sécurité. Il faut leur mettre en tête que l'achat d'un véhicule, c'est certes une dépense plaisir, mais c'est aussi un investissement sur la vie.* »

Et c'est visiblement un franc succès : « *on a eu des retours très positifs, et déjà des demandes pour une nouvelle journée ! L'idée est aussi que les participants transmettent ce qu'ils ont fait, ce qu'ils ont appris, quand ils rentrent dans leurs services. La transmission entre collègues est aussi une forme de sensibilisation importante.* »





Maxence et Yves Brintet et Nathalie Geslin

## Suzuki réembarque avec Highfield pour The Transat CIC

**Suzuki et Highfield, le leader des semi-rigides à carène en aluminium, seront associés une nouvelle fois à l'occasion de The Transat CIC 2020.**

**S**uzuki Marine et Highfield fourniront à l'organisation de The Transat CIC des bateaux destinés à assurer la sécurité et l'encadrement lors du départ à Brest. Après le Route du Rhum en 2018, c'est donc la deuxième fois que les deux marques travailleront ensemble. La flotte sera constituée de 20 semi-rigides, répondant à un cahier des charges très précis, sur la struc-

ture et la motorisation afin, entre autres, de ne pas endommager les fragiles bateaux de course lors des accostages, et de pouvoir intervenir à tout moment, dans toutes les situations, en toute sécurité.

### **20 semi-rigides au départ !**

Pour répondre à cette nécessité et à la diversité des tâches qui leur incombent, non seulement au moment du départ mais aussi pendant

la durée du village à Brest, les organisateurs pourront compter sur la fiabilité et la puissance des moteurs Suzuki... Des DF150APX pour les quinze bateaux de 6,60 mètres, quatre DF300APX pour les bateaux de 7,60 mètres, ainsi qu'un ensemble TWIN DF300BTX pour le bateau de 8,60 mètres dédié à la direction de course. Enfin, deux semi-rigides Highfield de 6,60 mètres et équipés de moteurs Suzuki DF150APX resteront à terre en exposition pour le public.

Les semi-rigides préparés pour The Transat CIC seront également équipés du nouvel affichage multifonction de Suzuki. Les techniciens de la Marque ont travaillé en étroite collaboration durant plusieurs semaines avec ceux de Highfield pour garantir un montage optimal des moteurs et une parfaite maîtrise des technologies développées par Suzuki Marine.



# Endurance :

## le SERT plus déterminé que jamais !

**Le Suzuki Endurance Racing Team se prépare à une saison 2020 bouleversée par la crise sanitaire. Actuellement en tête du championnat et forte d'un talentueux nouveau pilote, l'équipe reste focalisée sur la victoire finale...**

Une dynamique dont les fondamentaux sont déjà bien en place si l'on en juge par la très bonne 5<sup>e</sup> place du SERT le 14 décembre dernier à Sepang en Malaisie. Dans des conditions chaotiques, sous des averses torrentielles, l'équipe Suzuki a su garder la tête froide alors que nombre de concurrents portaient à la faute.

**Résultat :** le SERT tient solidement la tête du Championnat du Monde. Le calendrier de la saison est évidemment impacté par la crise sanitaire liée au Covid-19. Les 24 Heures du Mans ont d'ores et déjà été décalées aux 29 et 30 août. À l'heure où nous écrivons ces lignes, la prochaine épreuve est les 9 Heures d'Oschersleben, le 6 juin en Allemagne.



Vincent Philippe  
et Xavier Siméon



Vincent Philippe et Étienne Masson

**C'**était attendu, mais le moment n'en est pas moins émouvant... Après 30 ans de carrière, 10 titres mondiaux et une dernière victoire avec Suzuki au Bol d'Or 2019, Vincent Philippe a raccroché le casque. C'est un grand Monsieur de la compétition Moto qui tire sa révérence.

### Xavier Siméon remplace Vincent Philippe

The show must go on ! Le SERT a confirmé Xavier Siméon comme successeur de Vincent Philippe. Un retour au bercail pour le Belge qui avait déjà fait briller les couleurs Suzuki en Superstock en 2006 et en 2009. « *C'est un rêve d'enfant qui se réalise* » pour l'ancien pilote MotoGP.

Une arrivée qui « *annonce une belle saison 2020* » d'après Damien Saulnier, patron du team : « *nos trois pilotes ont le même profil et se connaissent déjà. Je suis certain que leur collaboration permettra d'installer une très bonne dynamique au sein du SERT* ».



# MotoGP : 60 ans et une ambition intacte pour le team Suzuki



**La nouvelle GSX-RR fait un clin d'œil à ses ancêtres des années 60 et 70. Mais, pour le reste, pas question de rigoler. Un seul but : la victoire.**

**C'**était avant que le Covid-19 contamine la planète. Le team Suzuki Ecstar a officiellement lancé sa saison 2020 de MotoGP le 6 février sur le circuit de Sepang, en Malaisie. L'équipe a présenté ses ambitions pour la saison à venir, en compagnie de ses pilotes et du staff technique.

## Un look rétro

La saison 2020 marque le soixantième anniversaire de l'implication de la Marque en compétition Moto. Pour marquer cet événement, la nouvelle GSX-RR arbore une livrée rétro : outre le bleu habituel, on retrouve de larges bandes argentées, un hommage direct aux motos qui ont forgé la légende sportive de Suzuki dans les années 1960 et 1970. Pour autant, le team ne compte pas passer la saison à regarder en arrière. Après une année 2019 très encourageante, avec deux victoires et une deuxième place, l'équipe affiche clairement ses ambitions pour 2020.

## « Dans la lutte pour le titre toute l'année »

Pour Davide Brivio, directeur de l'équipe, le team Ecstar va devoir « continuer sur sa lancée de 2019 et améliorer tous les détails, étape

par étape. » L'équipe continue de faire confiance à Alex Rins et Joan Mir, deux pilotes qui ont "grandi" chez Suzuki : « Joan n'est désormais plus un rookie, mais il va continuer à s'améliorer cette année » prévient le patron. « Alex de son côté a franchi un cap important en 2019 avec ses 2 victoires, cette année on doit essayer de se battre pour le podium à chaque course ».

Des performances régulières qui seront la clé de la réussite du team en 2020 : faire des meilleurs moments de 2019 une constante ! « Nous devons être dans la lutte pour le titre toute l'année » annonce Davide Brivio.

La saison MotoGP 2020 est perturbée par la crise sanitaire mais Suzuki a mis tous les atouts de son côté pour faire face et l'emporter lorsque la compétition aura repris son cours.



# Thomas Do champion de France de Supercross !

Thomas Do, pilote d'une Suzuki RM-Z 250 du team JPM Racing, a décroché son troisième titre de Champion de France Supercross SX2 (250 cm<sup>3</sup>), après 2014 et 2015. Une revanche pour le pilote qui était passé très près de sa troisième couronne en 2018.



◀ De son côté, l'autre pilote Suzuki Nicolas Aubin (team OB1), termine au pied du podium SX1 (450 cm<sup>3</sup>) après une chute lors de la finale.



## Stéphane Paulus : exploite en quad au Touquet

Stéphane Paulus, pilote soutenu de longue date par Suzuki France, est devenu le premier paraplégique à terminer le Quaduropale du Touquet, épreuve exigeante, disputée fin janvier sur un parcours de 13 km. Stéphane Paulus finit à la 268<sup>e</sup> place sur quelques 400 pilotes. Une superbe performance !

# Les gagnants de "Game of Parts" au Sénégal !

Direction l'Afrique pour les gagnants de la 5<sup>e</sup> édition du concours annuel "Game of Parts" ! Les 21 lauréats, qui se sont distingués par leur participation très active aux promotions PRA du 15 avril au 15 octobre 2019, se sont envolés vers le Sénégal le 24 janvier dernier.

Le programme était chargé pour le groupe, avec une expédition en 4x4 dans la savane, une balade sur le tracé de l'ancien Paris-Dakar à dos de dromadaire, à cheval et en quad, une promenade en pirogue sur le célèbre lac Rose, une visite de l'île de Gorée, et, cerise sur le gâteau, une soirée traditionnelle sénégalaise !



# Un tour de France à la rencontre des responsables pièces auto

Les réunions régionales des responsables pièces autos se sont tenues en novembre dernier dans six villes de France : Chantilly, Ecqueville, Rennes, Bordeaux, Aix-en-Provence et Lyon. L'occasion pour tous ces acteurs clés de l'activité du réseau de se rencontrer



et d'échanger. De quoi dresser également un bilan de l'année 2019, de parler des succès mais aussi des difficultés rencontrées par les équipes, et d'évoquer les perspectives pour 2020.

Pour enrichir les discussions et apporter d'autres regards sur le sujet, les services commerciaux et après-vente des concessions ont pu rejoindre certaines de ces réunions.





# Le nouveau Configurateur Auto est en ligne

**Une ergonomie totalement repensée et des services inédits en font un outil précieux pour les clients... comme pour les commerciaux.**

**D**epuis le 6 janvier dernier, le tout nouveau Configurateur Auto est désormais accessible. Il bénéficie de nombreuses mises à jour pour rendre le processus d'achat plus facile et plus complet, tant aux concessionnaires qu'aux clients eux-mêmes.

La première nouveauté qui saute aux yeux, c'est bien sûr l'interface modernisée, pour une visite simplifiée et plus intuitive. Mais derrière cette rénovation visuelle, de nouvelles fonctionnalités viennent enrichir les services offerts par le site.

## **Un simulateur de financement sophistiqué**

Le nouveau site ne permet pas seulement de configurer précisément son véhicule, il permet aussi d'estimer de façon très personnalisée une location avec option d'achat. Un simulateur de financement intègre les caractéristiques du véhicule (peinture, motorisation, version, garantie...) et permet également d'ajuster l'offre à l'apport, à la durée de la location et au kilométrage souhaités par le client. Ce dernier sait ainsi immédiatement combien il devra payer chaque mois.

Côté vendeur, un "Espace Pro" spécifique permet de suivre les statistiques de ventes de la concession, d'enregistrer les différentes offres commerciales, de retrouver les bons de commande ou encore les clients à relancer. Des fonctionnalités qui existaient déjà, mais qui deviennent, là aussi, plus intuitives.

## **Bienvenue à Gaël Brocco**

Profitions de ce lancement pour souhaiter la bienvenue à Gaël Brocco, qui rejoint l'équipe Suzuki France au Marketing Digital, et qui est en charge de ce tout nouveau configurateur. Il met au service de Suzuki France son expertise des projets de développement digital, acquise dans deux autres marques automobiles majeures.

# Christine Hallier, au service du réseau Suzuki depuis 12 ans



Ce fut d'abord un défi, puis un plaisir, de faire parler Christine Hallier de son activité d'Assistante Après-Vente chez Suzuki France ! Face à l'exercice inhabituel de l'interview, elle témoigne d'une certaine retenue, vite éclipsée par la façon qui la caractérise dès lors qu'elle est en confiance.

Christine évoque alors son parcours au sein de Suzuki, qu'elle a intégré en 2008, d'abord en tant qu'intérimaire au Service Pièces de Rechange et

Accessoires, avant de se voir proposer le poste d'Assistante Après-Vente. Disponible, chaleureuse, vive et parfaitement rigoureuse dans ses propos : Christine n'est pas arrivée par hasard à cette fonction.

En abordant le sujet de la fusion des SAV Auto et Moto en 2017, elle fait part avec enthousiasme des changements alors survenus dans ses attributions. Son poste est aujourd'hui dédié à l'activité Réseaux, pour laquelle elle est en charge des aspects administra-

tifs liés aux activités de formations techniques Auto et Moto et aux contrats des Réparateurs Agréés. « *Les domaines de la formation, en particulier, m'amènent à avoir beaucoup de contacts avec les membres du réseau, ce qui est valorisant sur le plan humain.* » précise Christine.

Cette passionnée de musique alterne ses hobbies entre concerts et sorties entre amis. Son dynamisme et sa convivialité font d'elle une véritable représentante de l'esprit Suzuki !

## 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!