

L'actu **SUZUKI**

Le magazine d'information de Suzuki en France

31

2^e TRIMESTRE 2020
AUTO - MOTO - MARINE



*Un style de vie!



Way of Life!



Suzuki est au rendez-vous de la relance

Dans l'Édito de la précédente édition de l'Actu Suzuki parue pendant le confinement, je remerciais toutes nos équipes pour leur mobilisation sans faille au service de nos clients et j'exprimais mon optimisme sur notre capacité collective à surmonter cette crise.

Aujourd'hui, alors qu'il ne faut pas baisser la garde et qu'il reste nécessaire de pratiquer en toutes occasions les essentiels gestes barrières, nous pouvons néanmoins espérer que le plus dur de l'épidémie soit derrière nous. L'optimisme reste donc de rigueur. Et les remerciements à nos collaborateurs et aux membres du réseau encore plus justifiés. Grâce à l'engagement et au professionnalisme de chacun, grâce aux liens privilégiés que nous avons réussi à maintenir avec nos clients, la reprise est là, dynamique, créative, prometteuse...

Présent aux côtés de ses collaborateurs, de ses partenaires et de ses clients pendant la crise, Suzuki est aussi au rendez-vous de la relance. L'entreprise est mobilisée, notamment à travers des investissements publicitaires massifs, pour appuyer les efforts de ses distributeurs. A nos clients, qui sont au cœur de nos préoccupations, nous allons proposer de nombreux nouveaux produits innovants, adaptés à leurs besoins et à l'époque.

« Concevoir des produits de haute qualité en se concentrant sur le client. » La philosophie définie par Michio Suzuki, le fondateur de notre entreprise il y a 100 ans, est plus que jamais d'actualité. Le centenaire de Suzuki, que nous fêterons ensemble dans les prochains mois, sera l'occasion de réaffirmer une autre de nos valeurs fondamentales : l'optimisme.

Tomoyuki SHIMAZAKI
Président de Suzuki France

Suzuki is at the rendez-vous of the revival

In the Editorial of the previous edition of the Suzuki News published during the confinement, I thanked all our teams for their unfailing mobilization in the service of our customers and I expressed my optimism on our collective capacity to overcome this crisis.

Today, while we must not let our guard down and it remains necessary to practice the essential barrier gestures on all occasions, we can nevertheless hope that the hardest part of the epidemic is behind us. Optimism therefore remains essential. And thanks to our collaborators and even more justified members of the network. Thanks to the commitment and professionalism of each, thanks to the privileged links that we have managed to maintain with our customers, the recovery is there, dynamic, creative, promising ...

Present alongside its employees, partners and customers during the crisis, Suzuki is also at the rendez-vous of the recovery. The company is mobilized, in particular through massive advertising investments, to support the efforts of its distributors. To our customers, who are at the heart of our concerns, we will offer many new innovative products, adapted to their needs and at the time.

"Designing high quality products with a customer focus. " The philosophy defined by Michio Suzuki, the founder of our company 100 years ago, is more relevant than ever. The Suzuki centenary, which we will celebrate together in the coming months, will be an opportunity to reaffirm another of our fundamental values : optimism.

Tomoyuki SHIMAZAKI
CEO Suzuki France



AUTOMOBILE

4077

C'est le nombre d'immatriculations de modèles Suzuki en juin 2020.
Soit une hausse de 54 % par rapport au même mois de 2019.

MOTO

+ 21 %

C'est l'augmentation des commandes de motos de la part du réseau, en juin 2020 par rapport à juin 2019.

MARINE

+ 27 %

C'est l'augmentation des ventes à clients de moteurs marins, en juin 2020 par rapport au même mois de l'année dernière.



4-5 SUZUKI EN FRANCE

6-9 LES AFFAIRES REPRENNENT

- 6 Stéphane Magnin : la reprise réelle et dynamique
- 7 Guillaume Vuillardot : nous sommes au-dessus de nos objectifs
- 8 Christophe Deverrière : nous avons battu des records de ventes début juin
- 9 Vincent Schumpp : nous avons maintenu le lien avec nos clients
- 9 Jean-Louis Metge : l'enthousiasme des acheteurs est incroyable

10-11 PARTENARIATS

- 10 Jérémie Beyou reprend la mer avec Suzuki

12-13 PRODUITS

- 12 La Swift plus séduisante que jamais
- 13 La Swift Sport passe à l'hybride
- 13 Nouvelle Ignis : un lancement remarqué !

14-15 COMMUNICATION

- 14 Suzuki se rapproche des blogueurs Auto
- 15 La présidente de La Voix De l'Enfant a reçu sa nouvelle Swift

16 ZOOM SUR...

- 16 Martine Sevestre, une carrière chez Suzuki

Baromètre fiabilité Auto Plus : Suzuki sur le podium

Le leader des médias automobiles en France distingue une nouvelle fois les modèles Suzuki comme étant parmi les plus fiables du marché. La marque est ainsi classée en 2^e position du hit-parade de la fiabilité du magazine Auto Plus publié en 2020, juste derrière son partenaire Toyota. Les commentaires des journalistes sont particulièrement élogieux : « des nouveautés bien nées, des modèles de plus de 5 ans fiabilisés, la gamme Suzuki continue de se porter comme un charme. »

Luc Malnoury, Directeur Après-Vente Suzuki France, se réjouit de ce classement : « Suzuki a toujours été une marque reconnue par les clients et par le réseau des concessionnaires comme étant très fiable. Il s'agit là d'une caractéristique forte de la Marque. »



Essais motos : c'est reparti !



Après ces mois de confinement, l'envie de reprendre la route est impérieuse ! Suzuki relance donc ses campagnes d'essais motos, mises en pause pendant la crise sanitaire...

- **Le V-Strom Tour**, qui permet de découvrir le nouveau trail vedette de la marque, reprend le 31 juillet à Montpellier et poursuivra sa tournée des concessionnaires Suzuki pour se terminer le 3 octobre au Mans. Pour connaître toutes les dates, rendez-vous sur la page Facebook Suzuki Moto France et sur le site dédié <https://v-strom.suzuki-moto.com/>.
- **Le GSX-R Expérience**, qui donne l'occasion à des pilotes amateurs de découvrir la GSX-R1000R sur son terrain de prédilection, à savoir la piste, a déjà fait le plein de participants sur le mythique circuit Bugatti du Mans le 8 juin dernier. Prochaine étape le 31 août à Lédénon (il reste quelques places, l'inscription se fait auprès de votre concessionnaire Suzuki).

Suzuki Global

Suzuki renforce son engagement pour les océans

Afin de porter plus haut et plus fort son message et son action de protection de l'environnement marin, Suzuki Motor Corporation a décidé de regrouper toutes ses initiatives sous le label « Clean Ocean Project ». En France, ces initiatives se traduisent par le soutien aux scientifiques de la Fondation Tara Expéditions, à l'Odyssée Bleue de Stéphane Mifsud, à la campagne de récupération de déchets Clean Up The World...

Un seul objectif : travailler pour un environnement marin propre et sain, en cohérence avec les qualités des moteurs hors-bord Suzuki dont les émissions de CO₂ sont parmi les plus faibles du marché.



GSX-S750 MotoGP Replica : déjà «collector»

Suzuki dévoile une nouvelle série très spéciale de son roadster GSX-S750 : la « MotoGP Replica ». Sa décoration spectaculaire bleue et grise est inspirée de celle de la moto de compétition du team Ecstar. Et tout comme la GSX-RR de course, la « MotoGP Replica » est équipée d'un pot d'échappement Akrapovic. Ajoutez un support d'immatriculation typé sport et une plaque commémorative 100^e anniversaire, vous obtenez une moto d'ores et déjà « collector » ! La GSX-S750 est proposée au prix de 9449 €, soit un avantage client de 600 €.

Suzuki prépare son 100^e anniversaire

C'est en 1920 que Michio Suzuki crée la Suzuki Loom Manufacturing Co., une entreprise spécialisée dans la fabrication de métiers à tisser, installée à Hamamatsu, près de Nagoya, dans le centre du Japon. En 2020, Suzuki marque son 100^e anniversaire à travers toute une série de témoignages originaux et variés qui seront diffusés d'ici la fin de l'année et seront identifiés par le logo ci-dessous...

100^e ANNIVERSAIRE

Automobile

Stéphane Magnin : “la reprise est réelle et dynamique”

Les campagnes télé et radio pour la nouvelle Ignis Hybrid ont marqué la sortie de crise. Le réseau retrouve les clients et les perspectives sont positives.

« **L**a reprise est là, nous le sentons dans le réseau » explique Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile Suzuki France. « Si nous avons souffert, comme tout le monde en avril - un mois quasiment à zéro, sauf en pièces de rechange et accessoires où les équipes ont pu maintenir une activité - nous avons livré 100 voitures neuves aux clients et nous avons réalisé 25 % du chiffre d'affaires habituel en après-vente. Nous avons anticipé le transport de voitures avec notre partenaire et nous avons émis 600 factures à concession dans le mois. »

Les nouveaux produits vont soutenir le redémarrage

La hotline dédiée, mise en place pour tous les possesseurs de Suzuki a permis de garder le lien. Et le travail de marketing local des conces-

sionnaires a été bénéfique.

Le réseau Suzuki est constitué d'affaires très saines, bien gérées. Il est encore tôt pour connaître les conséquences réelles de la crise traversée, mais je pense que les concessionnaires vont retrouver une activité normalisée. Les retours que nous avons depuis fin mai sont très encourageants. Et les nouveautés devraient soutenir le redémarrage. Nos actualités majeures en termes de produits concernent le facelift de l'Ignis et celui de la Swift Sport (voir p. 12-13). La nouvelle Ignis a vu son lancement repoussé du 15 avril à fin mai ; il a été accompagné d'une vaste campagne de lancement télé. Pour la nouvelle Swift, nous avons choisi de repousser son arrivée commerciale à septembre.

Le plan de lancement initial concernant l'arrivée de nouveautés plus vertueuses en matière d'émissions, n'est, lui, pas modifié.





Marine

Guillaume Vuillardot : “nous sommes au-dessus de nos objectifs”

Resté mobilisé pour les pros pendant la crise, le réseau Suzuki Marine a pu répondre aux envies de navigation de ses clients dès la fin du confinement.

« **L'**engagement de notre réseau pendant le confinement fut exceptionnel. » salue Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Marine Suzuki France. « La plupart des ateliers sont restés ouverts, pour répondre aux besoins des pros et pour préparer les bateaux commandés afin que ceux-ci puissent être livrés dès la fin de la crise. Nos clients ont tout de suite voulu se faire plaisir, naviguer à

nouveau. Aujourd'hui, nous sommes dans une belle dynamique, avec des ventes au-dessus de l'an passé et même au-dessus de nos objectifs ! »

Des budgets redéployés vers le réseau

« Nous accompagnons cette reprise en prolongeant les promos du printemps : "Petits prix pour les petits moteurs" et l'opération remotorisation "Votre vieux moteur a toujours de la valeur". Nous avons mis le budget prévu pour les salons nautiques régionaux, hélas annulés, à la disposition de nos concessionnaires afin qu'ils organisent des journées portes ouvertes, des essais... bref, leur propre salon local. Et ça marche ! À propos de salons, il reste des incertitudes sur les trois grands rendez-vous : Cannes, La Rochelle et Paris. Mais s'ils sont maintenus, nous serons présents... et y présenterons de nouveaux moteurs ! »

Moto

Guillaume Vuillardot : Nos clients ont envie de se faire plaisir

Privés de balades pendant deux mois, les motards rattrapent aujourd'hui le temps perdu. Suzuki répond à leurs (fortes) demandes...

« Dès la fin du confinement, nos clients ont décidé de se faire plaisir, d'investir, de reprendre la route. » se réjouit Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Moto Suzuki France. « Le meilleur indicateur de cet appétit est l'accueil incroyable réservé à la série spéciale GSX-S750 Replica (voir p. 5) dont la totalité des 30 premiers exemplaires a été vendue en moins d'une journée ! Du coup, nous allons lancer une nouvelle série... »

Les chiffres de la reprise sont très bons

« Qu'il s'agisse des commandes ou des ventes, les indicateurs sont au vert ! Nous mettons tout en œuvre pour que nos clients retrouvent les joies de la moto. Comme une promo sur les batteries, pour aider au remplacement de celles qui ont souffert du confinement. Et notre campagne « Back to blue » qui agit tous azimuts avec des remises, des offres sur les accessoires ou un financement au taux record de 0,9 %.

Et pour faire découvrir nos produits, le V-Strom Tour et le GSX-R Expérience, interrompus par la crise, sont relancés (voir p. 4). Enfin, nous retrouverons les amateurs de trail à l'Alpes Moto Festival, du 4 au 6 septembre. »



Christophe Deverrière: “nous avons battu des records de ventes début juin”

Christophe Deverrière, Directeur de la concession Suzuki AS 83 à Toulon, a vendu 90 voitures au cours des 18 premiers jours du mois de juin. « Nous n'avions jamais vu cela. Heureusement, nous avons déjà constitué un solide stock avant le confinement et un important arrivage a eu lieu à la fin de cette période. Malgré cela, nous avons quand même été amenés à solliciter nos

confrères de Savoie Motors pour livrer tous nos clients, la solidarité du réseau a joué un rôle majeur dans ces résultats. »

Pour Christophe Deverrière, « le constructeur a répondu présent au bon moment, au bon endroit. D'abord parce que la gamme hybride Suzuki répond aux préoccupations environnementales des clients. Ensuite, notre secteur est fortement urbanisé, la Swift et la nouvelle Ignis, soutenues par une

récente campagne publicitaire, ont ainsi constitué des offres très pertinentes, réalisant à elles seules 70% de nos ventes. Et la disponibilité des voitures en stock a été décisive. Les gens ont voulu se faire plaisir, sans attendre, et cela a fait la différence. Par ailleurs, étant donné que les tarifs Suzuki sont déjà très bien placés, nous n'avons pas eu besoin d'offrir de remise spécifique, préservant ainsi nos marges. »

Moto

Vincent Schumpp : nous avons maintenu le lien avec nos clients



Patron de la concession Suzuki Acte 3 Motos à Eckbolsheim (67), Vincent Schumpp est soulagé : « Heureusement que nous avions constitué un stock important avant le confinement ! Dès le début du déconfinement, nous avons pu ainsi satisfaire immédiatement notre clientèle, qui était très décidée. D'ailleurs 95% de nos ventes ont été réalisées sur des modèles en stock. Le mois de mai a été extrêmement actif, et sur les deux mois mai-juin, nous rattrapons les résultats commerciaux de 2019. »

Ce succès n'est pas le fruit du hasard, l'équipe d'Acte 3 Motos avait bien préparé cette reprise : « Nous avons maintenu le lien avec nos clients grâce aux réseaux sociaux, en y présentant les nouveautés ou en y organisant des jeux, par exemple. C'est une démarche assez nouvelle pour nous et nous en percevons les bénéfices, même si nous n'arrivons pas encore à les quantifier précisément. Nous allons tout de même persister dans cette voie, avec quelqu'un qui travaillera désormais à temps partiel sur les supports digitaux. »

Marine

Jean-Louis Metge : "l'enthousiasme des acheteurs est incroyable"

À la tête de Sud Yachting à Bouzigues (34), Jean-Louis Metge commence tout juste à reprendre son souffle... « Nous avons vécu un vrai moment d'euphorie de la part des acheteurs à la suite du déconfinement. Avec 1 à 2 bateaux vendus par jour, en neuf ou en occasion, nous avons vraiment été étonnés par l'enthousiasme de nos clients. Surtout que nous enregistrons de nombreux nouveaux prospects ! » Heureusement que Jean-Louis Metge avait anticipé cette reprise : « J'ai pu compter sur

le soutien de Suzuki pour être approvisionné pendant le confinement, me permettant ainsi d'assurer la continuité du service. »

Véritable « hyperactif d'organisation d'événements », Jean-Louis Metge a cependant été contraint d'annuler ceux prévus cet été. « Pour promouvoir mon activité, je reste très actif sur les réseaux sociaux avec la réalisation de vidéos lors de la réception de nouveaux modèles, ou à l'occasion d'une livraison à un client. »





VAINQUEUR !

Jérémie Beyou a brillamment remporté la première course d'après confinement, la Vendée-Arctique-Les Sables-d'Olonne. Le skipper de l'Imoca Charal qui a été dans le trio de tête durant toute la course, a parcouru les 6 600 km en 10 jours, 5 heures et 14 minutes, terminant 1 heure devant Charlie Dalin (Apivia) et Thomas Ruyant (Linkedout).



Jérémie Beyou reprend la mer avec Suzuki

C'est tracté par un Suzuki S-Cross que l'Imoca Charal a retrouvé l'océan après un chantier d'hiver prolongé par le confinement. Suzuki est plus que jamais aux côtés de Jérémie Beyou dans sa préparation pour le Vendée Globe 2020.

Un Suzuki S-Cross devant, pour tracter l'imposant monocoque. Un autre Suzuki S-Cross derrière, pour maintenir l'équilibre de ce convoi exceptionnel. Le 16 mai dernier, la sortie de chantier de l'Imoca Charal n'est pas passée inaperçue ! Après de longs mois sous un hangar, prolongés encore à cause du confinement, le bateau comme l'équipe avaient hâte de retrouver l'océan.

Mais ces mois de travail confiné n'ont évidemment pas été inutiles. Si Jérémie Beyou a partagé son temps entre culture physique, étude des stratégies de course et réunions ou visio-conférences avec ses ingénieurs, son équipe, elle, a bossé dur sur le bateau pour mettre en œuvre toute une série d'améliorations. La principale d'entre elles concerne les spectaculaires foils, implantés de chaque côté de la coque, sur lesquels le bateau s'appuie pour sortir de l'eau, réduire sa trainée, et donc accélérer. De nouveaux foils ont été conçus pour améliorer la stabilité et la rapidité du monocoque au portant*, une allure qu'il rencontrera fréquemment pendant son tour du monde pour le Vendée Globe, en novembre prochain.

Un monocoque hybride...

À l'occasion de ce chantier d'inter-saison, Charal a reçu également des panneaux solaires, montés sur le roof et la casquette du bateau. Ils sont la seconde source d'énergie de l'Imoca, à côté du moteur diesel (dont les performances sont limitées par la réglementation). Une fonction autrefois remplie par un système hydrodynamique. Le bateau de course de

Jérémie Beyou devient ainsi authentiquement hybride... tout comme l'ensemble de la gamme Suzuki automobiles !

Quatre nouveaux SUV hybrides, c'est d'ailleurs ce que vient de recevoir la Team Beyou Racing dans le cadre de son partenariat avec Suzuki. Quatre nouveaux S-Cross dotés de l'hybridation légère SHVS 48V de Suzuki. Deux d'entre eux sont équipés pour manœuvrer l'Imoca à terre, les deux autres étant utilisés comme véhicules de service de l'équipe.

Un nouveau semi-rigide motorisé par Suzuki

Le partenariat technique entre Suzuki et Beyou Racing va également s'approfondir côté Marine avec l'arrivée dans la flottille d'un nouveau bateau d'accompagnement de Charal. Jusqu'à présent, celle-ci était composée d'un semi-rigide de 8,50 m et d'un autre de 6,50 m, tous deux motorisés par Suzuki bien sûr. Pour faire face aux performances croissantes de l'Imoca, l'équipe a décidé de s'équiper d'un semi-rigide supplémentaire, un Zeppelin de 8,50 m, encore mieux adapté en termes de confort, de sécurité et de vitesse. En effet, celui-ci sera doté de deux moteurs hors-bord Suzuki de 200 ch. Un vrai pur-sang, préparé par Franck Lauféron, Lelu Marine à Lorient.

Mais le grand rendez-vous vers lequel tout le Team Beyou Racing est mobilisé, c'est le dimanche 8 novembre à 13h02 aux Sables d'Olonne pour le départ du Vendée Globe 2020 !

*Au portant, le vent vient de l'arrière.





La Swift plus séduisante que jamais

Forte de son succès planétaire, la citadine vedette de Suzuki accélère encore avec un design plus sportif, un nouveau moteur hybride et des équipements de sécurité inédits.

Plus de 745 000 exemplaires vendus dans 119 pays*... Née en 2017, la quatrième génération de Swift a conquis de nombreux clients à travers le monde. Suzuki ne compte pas s'arrêter là et renforce encore l'attractivité de sa dynamique citadine.

À commencer par un design extérieur plus sportif, illustré notamment par une nouvelle calandre 3D soulignée par un large jonc chromé horizontal. D'inédites jantes en alliage léger polies viennent aussi réhausser la sportivité de la Swift. L'ambiance intérieure n'est pas en reste avec un volant cuir à méplat, des compteurs cylindriques et de nouveaux inserts décoratifs couleur gris argent.

Une gamme 100 % hybride

Citadine bien dans son époque, la Swift reçoit un nouveau moteur essence 1.2 Dualjet, particulièrement efficient, associé sur toutes les versions au système d'hybridation légère SHVS Suzuki. Ce dernier se compose d'un alerno-démarrreur compact, faisant office de moteur électrique, et d'une batterie lithium-ion dont la capacité a été portée de 3 Ah à 10 Ah. Le système SHVS convertit l'énergie cinétique générée lors des décélérations en électricité, laquelle est stockée dans la batterie puis restituée lors des accélérations pour venir épauler le moteur essence. Cela permet d'améliorer encore la vivacité de l'auto, une des qualités emblématiques de la Swift, et surtout de

réduire la consommation de carburant, et donc les émissions polluantes. Cet ensemble propulseur, qui offre un rendement remarquable, peut être associé sur la nouvelle Swift à une boîte manuelle ou automatique et à une transmission intégrale.

Une sécurité au top

Forte de ses 83 ch, la nouvelle Swift reçoit en série des équipements de sécurité de haute technologie comme une aide à la correction de trajectoire, qui agit sur la direction pour aider le conducteur à recentrer sa voiture en cas de franchissement de ligne inopiné. Citons aussi un système de reconnaissance de panneaux de signalisation et un dispositif de détection des véhicules dans les angles morts. Ces nouveaux équipements, ajoutés aux nombreux autres qui existaient déjà sur la Swift, en font une citadine au plus haut niveau de sécurité.

La nouvelle Swift sera commercialisée en France dès septembre prochain.

*Chiffres à fin 2019.

La Swift Sport passe à l'hybride

La plus musclée des Swift démontre que l'on peut concilier performances et respect de l'environnement.

Comme toutes les Swift, l'émblématique version Sport est désormais hybride. Elle reçoit un nouveau moteur essence 1.4 Boosterjet doté d'un turbo et d'un système d'injection revus, aussi performant mais plus sobre que le précédent, associé au système d'hybridation légère SHVS 48V de Suzuki. Ce dernier apporte l'appui d'un moteur électrique lors des phases d'accélération, ce qui permet d'améliorer les performances tout en maîtrisant la consommation et les émissions polluantes.

Emissions de CO₂ en baisse

La nouvelle Swift Sport offre une puissance généreuse de 129 ch tout en réduisant ses émissions de



CO₂ à 127 g/km (contre 135 g/km pour la génération précédente). Une performance qui lui permet d'échapper à tout malus ! Enfin, la nouvelle Swift Sport bénéficie en série du Suzuki Safety Support, un pack d'équipements de sécurité high-tech parmi lesquels l'alerte de trafic en marche arrière, le système de détection des véhicules dans les angles morts ou le dispositif de reconnaissance des panneaux de signalisation.

Les journalistes en essais à Trappes



Pour sortir de la parenthèse COVID, Suzuki a organisé des essais presse

au départ du circuit Beltoise à Trappes, à proximité du siège de Suzuki France. Un lieu pratique et convivial permettant de respecter les règles sanitaires en vigueur. Les journalistes ont repris le volant, en testant la Swift Sport et la nouvelle Ignis, sur deux boucles d'une heure trente chacune. Une vingtaine de médias étaient représentés sur les trois jours : presse spécialisée auto, presse réseau, presse régionale, blogueurs. En présence de Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile, les journalistes ont également pu faire le point sur la période qui s'achevait. Pour agrémenter les trois journées ponctuées chacune d'un déjeuner champêtre, quelques tours du circuit Beltoise étaient proposés aux journalistes en Swift Sport. Une séquence plaisir qui a permis de mettre en avant les qualités de la sportive de la Marque.

Nouvelle Ignis : un lancement remarqué !

Seul SUV ultra-compact du marché, l'Ignis a bénéficié au printemps d'évolutions esthétiques sensibles et d'un nouveau moteur hybride 1.2 Dualjet associé à un système d'hybridation légère SHVS 12V avec une batterie lithium-ion de 10 Ah à la capacité nettement accrue. Confiant dans le potentiel de ce nouveau produit, Suzuki France accompagne son lancement d'une importante campagne de publicité multimédia, avec notamment, pour la première fois, une présence télé avec une offre de financement à partir de 99 €/mois, entretien compris.

« Nous avons choisi un concept ambitieux, multicanal. La voiture respire la bonne humeur et je crois que les films réalisés le montrent bien » explique Jean-Philippe Sabatier, Directeur Adjoint Marketing et Publicité.



Auto Day

Crank.

AUTOMOTIV PRESS

DrivEmotion

DOWN
SHIFT

LE NOUVEL
AUTO
MOBI
LISTE

Miss280ch.com

Blog Automobile

Suzuki se rapproche des blogueurs Auto

Si la relation avec les journalistes reste au cœur de l'activité de communication de Suzuki France, la collaboration avec les blogueurs prend de l'ampleur...

La communication à destination des blogueurs a toujours constitué un défi pour les marques automobiles. À ce jour, il n'existe pas de formule permettant d'en définir les codes ou les règles. Face à un paysage hétérogène et changeant, il revient aux constructeurs de s'adapter selon leur stratégie, leurs produits, et surtout leurs objectifs.

Déterminer ses objectifs

« Nous avons la volonté d'optimiser la visibilité et la notoriété de Suzuki sur des médias où la marque n'était pas assez présente » explique Yann Bouffaut, Chargé de Communication de Suzuki France. « Les médias automobiles apportent toutes les informations techniques nécessaires aux internautes, mais considérant le

caractère différenciant et ludique de certaines de nos autos, comme la Swift Sport ou le Jimny, nous savions que nous pouvions susciter l'intérêt des blogueurs. »

Construire une relation

Dès 2018, Yann Bouffaut se lance donc dans une campagne d'identification de ces blogueurs. « Nous avons pu constater une réelle démarche de professionnalisation dans le fonctionnement de certains blogs, avec par exemple la constitution d'une équipe rédactionnelle hiérarchisée. Cela nous a incité à associer les blogueurs à nos campagnes de relations presse. Certains d'entre eux sont également conviés aux essais presse. Evidemment, il nous a fallu faire des choix, impossible d'inviter tout le monde. Nous n'avons pas

souhaité nous limiter à une sélection uniquement déterminée selon l'audience du blog et avons favorisé une approche plus globale, intégrant la qualité rédactionnelle, le soin apporté aux visuels, mais aussi les rapports humains entretenus avec les blogueurs. Forts de ces critères immatériels, nous développons d'excellentes relations avec les blogueurs qui sont souvent reconnaissants de l'attention qu'on leur porte ! »

Une formule qui fonctionne : en 2019, sur 66 blogs identifiés, Suzuki a collaboré avec 25 d'entre eux, ce qui a donné lieu à 35 essais. Comme attendu, ce sont les modèles les plus "fun" de Suzuki qui sont les plus prisés, avec dans l'ordre décroissant le Jimny, la Swift Sport et le Vitara, décidément d'excellents ambassadeurs de la marque.

Voiturelectrique.eu



TENDANCE AU MASCULIN



Soutenir les lancements

L'année 2020 sera marquée par des changements majeurs dans la typologie des blogs auxquels Suzuki souhaite s'adresser. « Notre objectif est de soutenir le lancement de nos nouvelles gammes hybrides. Les blogs traitant des véhicules propres sont évidemment ciblés. » Par ailleurs, le confinement dû à la crise du Covid-19 aura eu un effet singulier sur les relations entre le service Communication de Suzuki et les blogueurs : « cette période a été propice au développement des liens, puisque j'ai eu l'occasion d'échanger longuement par téléphone avec nombre d'entre eux, sur leurs attentes, leurs contraintes, leur fonctionnement. Nos relations s'en trouvent renforcées et cela nous permettra d'optimiser nos futures collaborations » conclut Yann Bouffaut.



La présidente de La Voix De l'Enfant a reçu sa nouvelle Swift

Martine Brousse roule en Suzuki depuis 12 ans. Sa voiture est son second bureau...

Déjà 12 années que Suzuki est partenaire de La Voix De l'Enfant, une fédération regroupant 87 associations qui protègent les enfants en détresse, maltraités ou démunis. L'une des traductions concrètes de ce partenariat est la mise à disposition de l'énergique présidente, Martine Brousse, d'une Swift : « Je viens de rendre une bleue qui avait beaucoup de succès dans Paris. Ma nouvelle est grise, élégante et chic. La Swift, c'est mon second bureau. Souvent, je suis arrêtée au feu rouge et l'on me demande ce qu'est la fédération. La Swift est un bon support de communication. »

La Voix De l'Enfant a connu une forte activité pendant le confinement. « La période a été

douloureuse pour les familles démunies » explique Martine Brousse. « Les enfants ont décroché de l'école car ils n'avaient pas d'ordinateur à la maison. Avec nos partenaires, nous nous sommes mobilisés pour fournir 350 ordinateurs et tablettes. Nous avons aussi fourni 72 000 couches, des milliers de boîtes de lait maternisé, des produits d'hygiène, etc. J'ai d'ailleurs fait des livraisons en Swift, elle est très pratique car très logeable. »

De la période de confinement, Martine Brousse veut retenir une bonne nouvelle : la baisse des cas d'enfants battus, dû au fait que les proches de parents maltraitants ont été davantage à l'écoute et ont pu alerter la police à temps, lorsqu'il le fallait.

Martine Sevestre une carrière chez Suzuki !



Martine Sevestre sait ce qu'elle fait et va à l'essentiel. Au téléphone, son ton énergique livre des réponses concises, précises et toujours pertinentes. Assistante des entrées en stock au service Pièces de Rechange et Accessoires de Suzuki France, Martine laisse transparaître au premier abord la rigueur et le sens de l'efficacité qui l'ont menée à ce poste... il y a maintenant 37 ans. « J'avais 23 ans en 1983 quand j'ai intégré ce qui était encore les Etablissements Bonnet en tant qu'opératrice de saisie. Tout se faisait par téléphone. Puis j'ai connu le Minitel et enfin l'informatisation. Suzuki m'a toujours permis d'évoluer à mon poste, je n'avais pas de raison de partir. »

Martine se dévoile un peu plus lorsqu'on aborde sa relation avec l'entreprise. « L'ambiance est conviviale, voire même un peu familiale. En fait, je suis de nature protectrice, cela m'a beaucoup rapproché de certains de mes collègues. » Et quelle fierté lorsqu'elle nous parle de son fils, mécanicien de moto de course, qui a passé son CAP et son BAC Pro à l'atelier moto de Suzuki France, avant d'intégrer durant un an le Junior Team Suzuki !

Mère de deux enfants, Martine a tout le temps de se consacrer à sa famille depuis son départ à la retraite le 26 juin. Et c'est avec une très grande confiance qu'elle évoque son jeune successeur, Romain Geyer, formé par ses soins.



L'agenda

AUTO

- **Du 27 août au 20 septembre (Auto et Marine)**
La Solitaire du Figaro
(Saint-Quay-Portrieux, Dunkerque, Saint-Nazaire)
- **Du 7 au 11 septembre**
Présentation presse de la nouvelle Swift Hybrid
- **Du 17 octobre au 8 novembre**
Village du Vendée Globe 2020 aux Sables-d'Olonne

MOTO

- **29 et 30 août**
Les 24 heures du Mans (huis clos)
- **Du 4 au 6 septembre**
Alpes Adventure Motofestival - Barcelonnette
- **A partir du 12 septembre**
V-Strom Tour dans les concessions de France
- **19 et 20 septembre**
Bol d'Or
- **Du 9 au 11 octobre**
GP de France au Mans

MARINE

- **Du 8 au 13 septembre**
Cannes Yachting Festival
- **Du 26 septembre au 10 octobre**
Les Voiles de Saint-Tropez
- **Du 29 septembre au 4 octobre**
Salon Nautique Grand Pavois La Rochelle

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