

L'actu **SUZUKI**

Le magazine d'information de Suzuki en France

23

1^{er} TRIMESTRE 2018
AUTO - MOTO - MARINE



Way of Life!

*Un style de vie !



"Que 2018 vous apporte succès et performance"

« J'ai désormais le plaisir de présider Suzuki France, une entreprise dirigée ces dernières années, avec le succès que l'on sait, par M. Yasuhiko Hirose. Je connais bien tout l'opérationnel de Suzuki en Europe pour y avoir passé plusieurs années en tant que Président de Suzuki Pologne et Président de Suzuki Iberica.

Je suis fier d'avoir été nommé à ces responsabilités nouvelles dans un pays phare en Europe. Ma mission est de poursuivre le développement de la croissance de la Marque dans l'Hexagone, en m'appuyant sur les équipes en place, au siège et dans les réseaux.

Les trois activités de Suzuki France – l'Automobile, la Moto et la Marine – sont en croissance ; je sais qu'elles sont sous la responsabilité d'équipes motivées et très engagées pour leur développement. Je sais aussi que, sur le terrain, les distributeurs et concessionnaires entretiennent une relation de grande qualité avec les équipes du siège, un fonctionnement qui est dans l'ADN des managers de Suzuki Motor Corporation.

En France, comme dans de nombreux pays d'Europe, Suzuki est en phase de croissance.

J'accompagnerai avec volonté et pugnacité le développement de notre entreprise et je serai à l'écoute des idées créatrices de valeur.

Je souhaite, à tous et à toutes, que 2018 vous apporte succès et performances dans vos affaires. »

Tomoyuki SHIMAZAKI
Président de Suzuki France

"May 2018 bring you success and performance"

« I now have the pleasure of chairing Suzuki France, a company run in recent years, with the success that we know, by Mr. Yasuhiko Hirose. I am familiar with Suzuki operation in Europe in which I have spent many years in my past career as President of Suzuki Poland and President of Suzuki Iberica.

I am proud to have been appointed to these new responsibilities in a leading country in Europe. My mission is to continue the development of Brand growth in France, by building on existing teams, headquarters and networks.

Suzuki France's three businesses – Automotive, Motorcycle and Marine – are growing; I know that they are under the responsibility of teams motivated and very committed to their development. I also know that, on the spot, distributors and dealers maintain a high-quality relationship with the headquarters teams, an operation that is in the DNA of the managers of Suzuki Motor Corporation.

In France, as in many European countries, Suzuki is in the growth phase. I will accompany with will and pugnacity the development of our company and I will be attentive to ideas creating value.

For 2018, I wish to all of you, success and performance in your business. »

Tomoyuki SHIMAZAKI
President of Suzuki France



AUTOMOBILE

25 900

C'est le nombre d'immatriculations de véhicules Suzuki en France pour 2017

MOTO

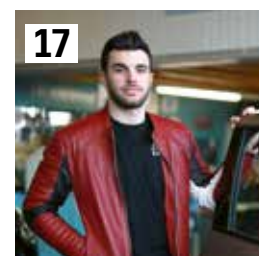
+ 20%

C'est l'objectif de ventes pour 2018 que se fixe le département Moto de Suzuki France

MARINE

100

Comme le nom du moteur hors-bord « DF100B » dont la commercialisation vient de débiter dans le réseau Suzuki Marine



4-5 SUZUKI GLOBAL

6-7 SUZUKI EN FRANCE

8-9 BUSINESS

9 Interview S. Magnin

10-11 PRODUIT / APRÈS-VENTE

10 SV650X / GSX-R1000R

11 L'auto et la moto roulent ensemble

12-13 ÉVÉNEMENTS

12 Salon Nautic de Paris

13 Salon de Düsseldorf

14-19 RÉSEAU

14-15 Paris Mogador :
Les Rencontres Réseau

16 Convention moto

17 Suzuki au Puy-en-Velay

18 Challenge "Game of Parts"

20-21 PARTENARIAT

20-21 La Grande Odyssée
Savoie Mont Blanc

22-23 ZOOM SUR

22-23 Les normes
d'émissions CO₂

24 REVUE DE PRESSE / AGENDA

Suzuki Motor Corporation, partenaire majeur du Championnat d'Asie du Sud-Est de Football 2018

Cette année encore, Suzuki Motor Corporation sera le partenaire majeur du Championnat d'Asie du Sud-Est de Football 2018 - l'AFF Suzuki Cup.

Cette année marquera le 10^e anniversaire de ce sponsoring, qui

donne corps au slogan Suzuki «Way of Life!». Le football est un vecteur majeur de visibilité et Suzuki Motor Corporation est particulièrement fier de soutenir pour la sixième édition consécutive ce Championnat incontournable pour la région, qui

voit naître chaque année de grands talents du monde footballistique asiatique.

L'AFF Suzuki Cup 2018 aura un goût d'autant plus particulier que le Championnat connaît quelques grands changements pour cette nouvelle édition. Désormais, la phase de qualifications opposera les deux équipes les moins bien classées, le vainqueur rejoignant le Championnat aux côtés des neuf pays en tête de classement, qualifiés d'office. Autre changement de taille, les demi-finales et la finale se dérouleront sous forme de matchs aller-retour, à domicile et à l'extérieur. Grâce à ce nouveau système qui met fin aux «pays hôtes» du Championnat, l'engouement des supporters devrait se trouver multiplié.



Le Vitara et la Swift distingués par la presse néo-zélandaise

Le Vitara a été salué par les professionnels du secteur automobile en Nouvelle-Zélande, se voyant attribuer le prix de «SUV Compact de l'année» par le magazine New Zealand Company Vehicle, et le prix du «SUV 4x4 compact de l'année 2017» par le magazine New Zealand Four Wheel Drive. En 2016, le Vitara avait déjà reçu ces deux distinctions.

La Swift s'est elle aussi vu féliciter par le New Zealand Company Vehicle, accédant à la première marche du

podium au titre de «Véhicule commercial compact de l'année 2017». La citadine emblématique de Suzuki a également remporté les prix de «Micro/Light Car» lors de l'élection de la Voiture de l'Année 2017 en Nouvelle-Zélande, événement sponsorisé par AA Motoring et New Zealand Motoring Writers' Guild. Lors de cet événement prestigieux, la Swift a reçu une autre distinction de taille, celle de «Choix du public», preuve qu'elle séduit également les clients néo-zélandais.



Une production record en novembre 2017

Novembre 2017 aura été un mois record pour Suzuki Motor Corporation. La production en dehors du Japon s'est élevée à 208 812 unités, un chiffre jamais atteint sur un seul mois. Cette progression, de 103 % par rapport à novembre 2016, s'explique par la croissance soutenue des marchés indien, indonésien et pakistanais. La production au Japon a également progressé (+129 % par rapport à novembre 2016), permettant à Suzuki Motor Corporation d'enregistrer un nouveau record de production globale en novembre 2017 avec un total de 292 721 unités produites (+109 % par rapport à la même période en 2016).

Au niveau des ventes, novembre 2017 aura également été un mois favorable à Suzuki qui enregistre une progression de 107 % pour les voitures super compactes - soutenues par les ventes de WagonR, Spacia et Every - et de 106 % pour les catégories supérieures, par rapport à novembre 2016. Jamais Suzuki n'avait vendu autant de véhicules de taille supérieure au Japon.

Suzuki prend part à la conquête de l'espace

En juillet 2016, Suzuki annonçait son partenariat avec l'équipe HAKUTO, seule équipe japonaise participant au Google Luna XPRIZE, actuellement dirigée par iSpace.

C'est dans le cadre de ce partenariat que Suzuki va financer les projets d'iSpace lors de deux missions lunaires d'ici 2020. La première d'entre-elles s'effectuera en orbite autour de la Lune tandis que la seconde visera l'alunissage, grâce à un module développé par iSpace.



Les mini-citadines Spacia et Spacia Custom font leur arrivée au Japon

Suzuki Motor Corporation a lancé ses deux minispaces surélevés Spacia et Spacia Custom au Japon. Basés sur la plate-forme «HEARTECT», ils disposent d'un système hybride-léger sur toutes les versions, permettant d'être entraînés uniquement par le moteur électrique au démarrage.

Ces deux modèles, au design distinctif, sont aussi bien pensés pour le conducteur que pour les passagers avec un habitacle confortable,

spacieux et accueillant, un coffre généreux et des équipements de pointe. Spacia et Spacia Custom embarquent des systèmes de sécurité avancés intégrant la technologie de sécurité préventive Suzuki Safety Support. Ils sont également équipés de l'affichage tête-haute. Présenté au Salon de Tokyo, le nouveau XBEE, croisement d'un break et d'un SUV, a lui aussi fait son entrée sur le marché japonais.



Leads awards : Suzuki sur le podium

La quatrième édition de l'enquête mystère sur les leads, organisée par le Magazine Auto Infos et en partenariat avec Select'Up et Call'Win s'est déroulée entre septembre et novembre 2017. Cette étude nationale vente et après-vente permet d'interroger les constructeurs sur leur réactivité web, selon différents critères. Suzuki s'est distingué lors de cette édition en montant sur le podium, à la troisième place dans la catégorie «meilleure qualité de réponse VN + VO». Il s'agit ici de valider le plus grand nombre de rendez-vous pour un essai de modèle, dès le premier contact.



De gauche à droite :
David Laventure - Volvo France
Lionel French-Keogh - Hyundai France
Stéphane Magnin - Suzuki France
Gilbert Kingold - Suzuki France
Philippe Bouchard - Call Win

Credit photo : Pierre Vassal - Auto Infos



Apple CarPlay et Android Auto™ équipent les Suzuki

Depuis le début de l'année, Suzuki équipe la quasi-totalité des modèles de sa gamme européenne des interfaces Apple CarPlay et Android Auto™. Swit et Ignis bénéficient de série de ces deux systèmes embarqués; Baleno, Vitara et S-Cross nécessitent une mise à jour du logiciel en concession pour recevoir Android Auto™.

Ces évolutions d'équipements faciliteront la vie à bord d'une Suzuki où, comme dans la vie courante, le smartphone rythme de plus en plus notre quotidien.

Pièces et accessoires succès des opérations de Noël

Un jeu concours «opération de Noël» a été mis en place pour animer la période et fidéliser les clients de la Marque leur permettant de gagner des goodies.

Le succès a été plus marqué en moto qu'en auto, la clientèle deux roues étant plus sensible à ce genre d'action. En moto, plus de 4 000 fans se sont inscrits au tirage au sort gagnant de nombreux lots.



De gauche à droite :
H. Favre, OC Sport - Y. Brintet, Highfield - M. Sarrot, OC Sport - C. Vassas, Suzuki Marine France

MARINE Suzuki reprend du Rhum !

Suzuki France a renouvelé en fin d'année dernière son engagement comme partenaire de la Route du Rhum-Destination Guadeloupe. Suzuki est associé à l'épreuve mythique en tant que « Flotte Officielle » - Automobile et Marine.

C'est Highfield qui a été retenu comme fournisseur des semi-rigides et une quarantaine de bateaux permettront d'accompagner cette épreuve mythique qui fêtera ses 40 ans. Départ de Saint-Malo le 4 novembre prochain.



MOTO : Suzuki en Promosport !

Suzuki France sera présent en 2018 dans le paddock du Promosport aux côtés des pilotes et équipes concourant sur des machines de la Marque. Pour permettre à ces pilotes d'évoluer et se diriger

vers le plus haut niveau, une structure d'accueil comprenant du coaching et un soutien technique, avec la présence d'un ancien vainqueur des 24H du Mans, sera mise en place sur toutes les épreuves du calendrier.

Le PSG Handball repart avec Suzuki

Partenaire officiel du Paris Saint-Germain Handball depuis fin 2016 pour la saison 2017, Suzuki vient de renouveler pour un an son partenariat. Cet engagement sportif illustre la volonté de la Marque de poursuivre sa communication vers le grand public en dehors de ses terrains habituels que sont la voile ou les épreuves liées à la montagne comme l'EuroNordicWalk ou La Grande Odysée Savoie Mont Blanc.

Le Paris Saint-Germain Handball est l'une des équipes les plus spectaculaires au monde. Finaliste de la Ligue des Champions, elle a remporté au cours de la saison trois trophées : le Trophée des Champions, la Coupe de la Ligue et le Championnat Lidl Star Ligue. Elle compte dans ses rangs quelques-uns des meilleurs joueurs au monde. Pour la nouvelle saison, Suzuki a mis un S-Cross à disposition de l'équipe.

Le calendrier est le suivant :

Du 07 au 08/04/2018 sur le circuit de Lédenon (30)

Du 05 au 06/05/2018 sur le circuit Carole (Tremblay-en-France 93)

Du 02 au 03/06/2018 sur le circuit de Croix-en-Ternois (62)

Du 23 au 24/06/2018 sur le circuit de Pau Arnos (64)

Du 21 au 22/07/2018 sur le circuit Bugatti (Le Mans 72)

Du 04 au 05/08/2018 sur le circuit de Nevers Magny-Cours (58)

Du 18 au 19/08/2018 sur le Pôle Mécanique Ales Cévennes (St-Martin-de-Valgagues 30)

Du 01 au 02/09/2018 sur le circuit Paul Armagnac (Nogaro 32)

Interview – Stéphane Magnin

"2017, un excellent cru avec 25 900"



Poursuivant sa route vers l'objectif des 30 000 immatriculations dans l'Hexagone, Suzuki se rapproche de ce seuil majeur. En 2017, ce sont 25 900 voitures qui ont été immatriculées. Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile revient sur cette belle performance.

L'année 2017 aura donc été un bon cru pour Suzuki France. Chacun des maillons de la chaîne a apporté sa contribution, que ce soit au siège de Trappes ou chez les distributeurs, que ce soit en vente ou en service Après-Vente, en pièces détachées. Les derniers modèles de la Marque ont trouvé leur public et, dans le même temps, la « Cote d'Amour des Constructeurs » a plébiscité les rapports de qualité qu'entretiennent le réseau et la Marque. 2017, une belle année sur tous les plans.



voitures"

évolution d'environ 5 %, Suzuki progresse de 22 % par rapport à l'année 2016. Notre progression s'effectue aussi bien en ventes à particuliers qu'en ventes de véhicules aux entreprises. Le mix est à ce jour de 77 % de particuliers et 23 % de sociétés.»

Q2: Ce bon résultat est-il d'abord à mettre à l'actif du succès des nouveaux modèles ?

S.M.: «2017 a en effet été une année très dynamique en la matière puisque nous sommes montés en puissance avec deux modèles majeurs. Le lancement de la nouvelle Swift et le succès de l'Ignis sont, en partie à l'origine de cette performance. Cela nous a permis d'enregistrer 41 % de nos ventes avec les citadines Ignis, Swift et Baleno. L'Ignis connaît un véritable succès depuis son lancement et il ne se dément pas au fil des mois; elle enregistre 5 000 ventes sur la période. La nouvelle Swift enregistre quant à elle une progression de 15 % par rapport à l'ancienne version, sur les sept mois de commercialisation. Dans la famille des SUV équipés de la technologie AllGrip, le Vitara compte plus de 6 000 ventes et le S-Cross dépasse les 2 400 unités.»

Q3 : Les nouveautés produits servent le business mais c'est sur le terrain, en régions, que se vendent les voitures. La relation entre Suzuki et ses distributeurs semble s'être encore renforcée?

S.M.: « Nous avons toujours travaillé, chez Suzuki en totale transparence avec nos partenaires distributeurs. Nous savons les écouter, les entendre. Nous avons une très grande proximité avec nos 200 concessionnaires. Je crois en effet que c'est une situation privilégiée, pour nous et pour eux. C'est un marqueur de notre Marque. Cette proximité nous aide dans le business bien sûr. Nous avons des nouveautés séduisantes, mais ce sont bien nos distributeurs qui font une grande partie du travail ! »



**3 nouveaux
lancements
en 2018**

Pour l'année 2018, dans un marché global qui devrait rester stable au-dessus des 2 millions de véhicules au regard de la reprise économique, Suzuki vise les 28 000 immatriculations dans l'Hexagone. La disponibilité des modèles Ignis a retrouvé son rythme normal après une période délicate et la Swift bénéficiera d'une année pleine de commercialisation.

En termes de nouveautés, l'année sera marquée par le lancement commercial de la **Swift Sport** au printemps et, sur la deuxième partie de l'année, par le « face lift » du **Vitara**.

Enfin, le vétéran et toujours très apprécié **Jimny** sera renouvelé à l'occasion du Mondial de l'Automobile de Paris.



**52 modèles
éligibles à
la prime
gouvernementale**

Au début de l'année 2018, la gamme globale des modèles et versions Suzuki compte 54 propositions. Parmi ces véhicules, 52 sont éligibles à la prime gouvernementale à la conversion, ce qui fait de Suzuki une marque très vertueuse en matière de protection de l'environnement. Les technologies AllGrip, les motorisations hybrides et les moteurs thermiques peu polluants constituent ainsi une offre séduisante. En 2017, les statistiques France de ventes de modèles hybrides plaçaient Suzuki sur la seconde marche du podium derrière Toyota.



Q1: 2017 a permis à la Marque d'atteindre les 25 900 voitures immatriculées dans l'Hexagone. C'est une performance ?

Stéphane Magnin: « Le score de l'année qui s'achève marque en effet un bon travail collectif à tous les niveaux. Il nous permet de viser notre objectif des 30 000 voitures neuves avec sérénité. Dans un marché global qui a enregistré une

La SV650X : un néo-rétro original et séduisant

Basé sur le prototype SV650 Rally Concept de 2016, le nouveau modèle Suzuki SV650X s'habille d'une robe minimaliste deux tons noir et gris, soulignée de rouge. Elle s'inspire directement des berlines de rallyes des années 70. Son châssis compact et léger accueille le célèbre V-Twin à double arbre à cames de 645 cm³, offrant puissance et rondeur.

Les guidons bracelets, la selle étroite et profilée façon «Tuck-and-Roll», la tête de fourche au look classique et les pneus Dunlop Roadsmart III affirment parfaitement son caractère sportif au style Café Racer. En option, des antibrouillards à LED peuvent encore différencier ce Café Racer destiné à séduire aussi bien les « Youngtimers » que les « Papy-boomers » !



Origins : une GSX-R1000R au compte-goutte !



33 exemplaires et pas un de plus ! C'est le nombre d'unités de cette GSX-R1000R pas comme les autres ! Cette série ultra limitée de la machine hypersportive la plus performante de tous les temps, rend hommage à la pionnière des sportives modernes, la GSX-R750 du milieu des années quatre vingt. Lancée en 1985, l'emblématique « 750 » a donc 33 ans en 2018, d'où le volume d'unités de la nouvelle venue, réservé à la France.

Baptisée «Origins», cette version dédiée aux initiés est affichée au tarif de 24 999€. Ce modèle revêt la même robe, aussi caractéristique que son aïeule et affiche une plaque numérotée sur l'avant du réservoir, attestant de son authenticité et de son exclusivité.

Une série d'équipements racing est proposée sur cette GSX-R1000R et une caisse spéciale et numérotée l'accompagne avec toutes ses pièces d'origines. Disponible courant mars 2018 en concession, ce modèle très exclusif va sans doute faire sensation et aussi quelques envieux...



Challenge Qualité et Fidélité Clients: objectif Thaïlande !

Lancé en début d'année, le Challenge Qualité et Fidélité Clients dédié aux équipes Après-Vente du réseau Suzuki s'achèvera le 30 avril. Il s'adresse aux chefs d'ateliers, conseillers clients et secrétaires Après-Vente, interlocuteurs essentiels de la relation avec le client.

Basé sur des critères de qualité et de fidélité, il permettra à une vingtaine de gagnants de s'envoler pour une destination exotique en juin prochain : la Thaïlande où le « Team Suzuki » passera une huitaine de jours.

« Nous avons fait le plein des inscrits au bout de quelques semaines seulement. Je suis convaincu que l'édition 2018 sera un grand cru et que les scores de points seront eux aussi très significatifs de l'engagement des participants » indique Franck Lammens Responsable des Opérations Après-Vente de Suzuki France.

L'auto et la moto roulent ensemble

Depuis fin septembre 2017, la Direction Après-Vente de Suzuki France regroupe les activités Automobile et Moto. Un fonctionnement commun à toutes les filiales, qui doit permettre de simplifier les process. Plus d'efficacité, plus de cohérence et de synergie sont les principales raisons qui ont conduit à fusionner, à Trappes, les métiers de l'Après-Vente pour l'Automobile et la Moto. Désormais, les deux activités marchent ensemble sous le pilotage de Luc Malnoury qui dirigeait jusque-là l'Après-Vente automobile.

« Nous avons souhaité rationaliser notre fonctionnement comme l'ont déjà fait les autres filiales européennes. Les activités Automobile et Moto bénéficieront ainsi des effets de synergie, lors de la mutualisation de nos différentes missions.

L'activité Après-Vente Moto devait

être renforcée ; le département réunira à terme 28 collaborateurs et cette fusion va nous permettre d'embaucher deux collaborateurs » explique Luc Malnoury.

Au siège de Trappes, chaque intervenant Après-Vente a ainsi la double compétence, Automobile et Moto. Mais, en régions, les responsables de la Marque qui visitent les concessionnaires ont conservé leur spécificité ; 7 responsables Après-Vente Automobile et 5 responsables Après-Vente Moto constituent désormais le pool d'experts.

Prochainement, c'est un responsable Relations Clients Suzuki France qui viendra compléter le dispositif dont l'objectif est de pouvoir suivre l'évolution des ventes de voitures et de motos neuves et, en conséquence, l'augmentation des activités de l'Après-Vente.



Suzuki au Nautic de Paris

Pour le grand rendez-vous parisien du monde du nautisme, Suzuki a accueilli ses clients autour du nouveau moteur V6 de la Marque, le DF350A. Le stand présentait également le nouveau moteur DF100B.

206 000 visiteurs, 1 000 bateaux présentés et 800 exposants dont, Suzuki Marine ! C'est là le résumé chiffré de l'édition 2017 du Nautic de Paris, évènement majeur du secteur.

Le plus grand port indoor de France, qui fait toujours la part belle à l'innovation, a permis à Suzuki de présenter son dernier né dans un écrin taillé pour lui ; le plus puissant des moteurs V6 de la Marque, le DF350A qui a séduit les visiteurs, tant par ses performances que par son design.

« En France, comme dans les principaux pays européens, le marché est en demande de moteurs qui allient performance, fiabilité, consommation raisonnée, faibles émissions et facilité d'usage, propulsant des unités de belle taille destinées à la promenade ou à la pêche mais aussi aux embarcations professionnelles. Le DF350A est une réponse magnifique qui a été saluée au Nautic. J'en suis très heureux. Ce nouveau venu donne à Suzuki une véritable dimension nouvelle » a expliqué

Christophe Vassas, Directeur de l'Activité Marine.

Suzuki présentait également pour la première fois le nouveau DF100B commercialisé en janvier 2018, ainsi que les petits DF25A et DF30A dans leur livrée blanche.

Mais le Nautic 2017 fut également l'occasion pour Suzuki de présenter les partenariats avec notamment Michel Desjoyeaux, les Voiles de Saint-Tropez ou Franck Cammas pour le Team France.

À Düsseldorf,

Suzuki présente son nouveau DF325A

Ce moteur hors-bord 4 temps fonctionne au carburant sans plomb 91 RON.

Le Salon Nautique de Düsseldorf, l'un des plus importants événements européens du genre, s'est tenu dans la capitale de la Rhénanie Westphalie en janvier. Suzuki y a présenté son nouveau DF325A – un moteur hors-bord offrant un parfait équilibre entre puissance et poussée. Conçu pour répondre aux exigences des clients d'embarcations de grand gabarit, ce nouveau hors-bord se place en leader sur le marché et peut fonctionner au carburant sans plomb 91 RON – une première pour un moteur hors-bord quatre temps de plus de 300 ch. Le nouveau venu affiche un excellent rendement énergétique et présente une configuration légère et élégante tout en bénéficiant des mêmes technologies que le DF350A lancé récemment.

La configuration classique, à simple hélice, ne crée pas seulement une poussée vers l'avant mais génère aussi une quantité d'énergie de rotation significative. Les ingénieurs de Suzuki ont converti cette énergie gaspillée en énergie productive grâce à une technologie à double hélice révolutionnaire : le système Dual Prop d'hélices contre-rotatives qui offre davantage de poussée sous l'eau et dont bénéficie désormais le DF325A.



Le nouveau moteur Suzuki DF325A est commercialisé en France depuis le mois de février.



« Les tout derniers moteurs hors-bord haute puissance utilisent tous du carburant sans plomb à fort indice d'octane.

À notre connaissance, aucun autre hors-bord de plus de 300 ch n'est capable de fonctionner avec de l'essence sans plomb 91 RON, le carburant standard sur plusieurs marchés clés.

Cette spécificité fait du DF325A un moteur hors-bord très attractif pour une utilisation professionnelle. Il est en outre doté des technologies les plus récentes, lui permettant d'offrir une expérience de navigation des plus plaisantes. »

Yasuharu Osawa, Directeur Général Exécutif Moteurs Marins Suzuki Motor Corporation

Mogador, théâtre des

180 des 200 concessionnaires Suzuki ont investi la mythique salle parisienne pour faire le bilan de 2017 et échanger sur les objectifs du 1^{er} semestre 2018. Avant de revivre Grease...

Le théâtre Mogador qui fut un haut lieu du spectacle parisien dans les années trente, a accueilli les Rencontres Réseau Suzuki. L'ambiance était excellente compte tenu des bons résultats de l'année mais l'essentiel de la journée fut studieux, entièrement consacré à des échanges business.

180 des 200 concessionnaires étaient présents dans ce lieu qui accueillit de 2002 à 2006, la célèbre cérémonie télévisée des Molières. Le Président Yasuhiko **Hirose**, qui

intervenait avant son départ pour le Japon, présenta les chiffres Suzuki monde et Europe avant de passer le relais à **Stéphane Magnin** pour l'activité en France et les perspectives 2018.

« Nous avons eu un échange très direct et très constructif avec les concessionnaires ; les questions majeures ont porté sur le plan commercial 2018 et sur le plan de communication du premier trimestre. Nombreux ont été les distributeurs qui voulaient savoir si nous allions

maintenir une communication forte et active comme en 2017. La réponse est oui, nous confirmons nos actions de marketing multicanal » explique **Gilbert Kingold**, Directeur Adjoint Département Automobile.

La session hivernale des Rencontres Réseau s'est poursuivie par deux ateliers, l'un sur le commerce et le marketing et le second sur l'Après-Vente et les Pièces de Rechange et Accessoires.

La journée intense et fructueuse se termina par une remise des trophées aux concessionnaires les plus performants suivie d'un cocktail dinatoire et d'une représentation de la comédie musicale Grease, créée en 1971 par Jim Jacobs et Warren Casey.



LES TROPHÉES

MEILLEURE PROGRESSION DE VENTES PIÈCES ET ACCESSOIRES 2017	MEILLEURE SATISFACTION CLIENT 2017	RECORD HISTORIQUE DE VENTES
1^{er} GARAGE ZANGRANDI à Lons-le-Saunier	1^{er} AUTO REAL VEHICULES à Toulouse	1^{er} JAPASUD à Marseille
2^e SAFI à Saint-Maur-des-Fossés	2^e SARL PERIER à Châteauroux	2^e SEYSSINET ALPES AUTOS à Grenoble
3^e AUTOMOBILES RVO à Clermont-Ferrand	3^e BRETAGNE AUTOMOBILE à Quimper	3^e MDA - PACIFIC AUTO à Morlaix

Rencontres Réseau



Yasuhiko Hirose pilotera le marché indonésien

Après cinq années à la tête de Suzuki France, Yasuhiko Hirose a mis le cap sur le Japon où l'attend un nouveau challenge. Très impliqué dans le business en France et soucieux des bonnes relations entre la Marque et le réseau, le Président de Suzuki France a tenu à venir dire au revoir à chacun lors de ces Rencontres Réseau de décembre. Il a affirmé avoir passé en France de belles années professionnelles avant de rentrer dans son pays d'origine d'où il pilotera désormais l'ensemble des affaires du marché indonésien.



Convention moto 2018 : ça bouge chez Suzuki !

Le 14 janvier 2018, l'ensemble des responsables commerciaux, techniques et Après-Vente de Suzuki Moto France avait donné rendez-vous aux concessionnaires aux Yachts de Paris pour la traditionnelle convention nationale.

Ce fut l'occasion de présenter les nouvelles orientations internes comme la réunion des services

Après-Vente Auto et Moto, le développement d'un nouveau CRM plus commercial, les engagements en compétition, les relations presse, l'aide aux concessionnaires pour les pièces ou encore les séries spéciales.

Cette journée s'est terminée par l'intervention d'un ancien membre du Raid, venu démontrer tout l'intérêt de la cohésion d'équipe.



« L'année 2018 s'annonce solide pour Suzuki France puisque nous disposons de tous les éléments nécessaires pour travailler dans de bonnes conditions : les stocks sont bons, les outils mis en place performants et les équipes motivées. Nous pourrons tirer les conclusions du travail réalisé en fin d'année » a expliqué Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Moto chez Suzuki France.





©Laurence Baruelle

Au Puy, un incroyable talent !

À Saint-Paulien en Haute-Loire, la concession Suzuki d'Olivier Thomas est aussi le fief de son fils Kenny, l'un des plus talentueux showman moto du moment.

Implanté à Saint-Paulien (43) sur la RN 102, commune de la périphérie du Puy-en-Velay, le Garage de la Pierre Plantée a été créé en 1972.

Repris depuis 1997 par Olivier Thomas, il a d'abord été réparateur agréé Suzuki avant de devenir concessionnaire en 2014. Le site comprend aussi une station-service et une station de lavage. « *En raison de notre altitude de 800 m, nos ventes sont composées à 90 % de modèles à 4 roues motrices* », assure Olivier Thomas. La concession vend ainsi 120 VN par an, principalement des Jimmy, Vitara et S-Cross.

La Pierre Plantée, c'est également le repaire des aficionados de Kenny Thomas, le fils de la maison. Ce surdoué du trial fait aujourd'hui le show sur la scène internationale.

Après avoir été double Champion de France et 3^e en Coupe du monde, il a choisi le Freestyle et se produit, à tout juste 23 ans, dans le monde. « *Je suis très souvent en déplacement et j'aime le show. Je suis très heureux de pouvoir exprimer mon talent en étant proche de Suzuki et de ses clients.* » explique Kenny.

Les prouesses qu'il réalise le plus souvent sur une seule roue, lui ont aussi valu d'être remarqué par Disney et invité à «La France a un incroyable talent» ou «Le plus grand cabaret du monde». Le père, très fier de son fils, a même réalisé deux mini séries spéciales de Suzuki Swift «Kenny Thomas». La concession vend aussi tee-shirts et affiches à qui le souhaite. Une belle histoire de famille sur deux et quatre roues...



©Laurence Baruelle



Challenge "Game of Parts" : Cap sur le Canada

Pour le voyage de début d'année récompensant les meilleurs concessionnaires en termes d'achat de Pièces et Accessoires en 2017, les vainqueurs sont allés s'initier au lancer de hache, au Canada !

Inscrit sur une période allant d'avril à octobre, le challenge « Game of Parts » permet de motiver les équipes. Il s'adresse au réseau et permet de récompenser les meilleurs concessionnaires en termes d'achat de Pièces et Accessoires. « Tout au long de la période, nous mesurons les achats des concessionnaires inscrits et nous

proposons des « points bonus » lors de nos promotions ; cela permet également de pousser un produit en particulier ou d'aider à faire connaître une nouvelle gamme d'accessoires par exemple » explique **Olivier Cattani** Marketing Manager Pièces et Accessoires du Département.

Cette année, tous les vainqueurs représentant 18 concessionnaires se sont retrouvés au Canada pour découvrir les paysages enneigés et s'initier – entre autres – au lancer de hache (notre photo), spécialité locale...



Stéphane Souvignec, Coordinateur pièces de rechange chez Suzuki à Bagneux

Des actions d'incentive Suzuki très appréciées...

À Bagneux, dans le sud de Paris, la concession SAFI est une affaire multimarque. Le showroom Suzuki voisine avec les showrooms Ford et Jaguar Land Rover. Stéphane Souvignec, qui coordonne le département des pièces de rechange, pilote une équipe de collaborateurs en charge de la satisfaction client, dans le domaine des accessoires et pièces de rechange. Il reconnaît que, si plusieurs marques proposent des actions de motivation et de sensibilisation aux résultats et à la qualité du service rendu, les challenges Suzuki figurent parmi les plus appréciés.

« Plusieurs marques motivent les équipes avec des initiatives spécifiques ou des challenges. Mais chez Suzuki, je dois dire que l'on est particulièrement bien traités. J'ai moi-même participé à un événement de ce genre, mais les autres ont été vécus par d'autres collaborateurs. Chez SAFI, nous avons remporté trois challenges et les équipes sont parties aux Bahamas, en République Dominicaine et au Canada. »

Pour Stéphane, ces actions de motivation sont bien évidemment très appréciées par les collaborateurs de son département.



« Les collaborateurs sont d'autant plus motivés et impliqués envers la Marque. Ils opèrent un meilleur service aux clients pour améliorer le chiffre d'affaires, augmenter la fidélité, mettre en place les programmes proposés par le siège. »

Ce sont toujours de très beaux voyages bien organisés qui permettent de rencontrer le réseau et la direction de Suzuki. Si l'essentiel est tourné vers le loisir, on parle boulot, voiture et l'on crée du lien. C'est important. Ainsi, la communication passe mieux et plus directement... » explique Stéphane Souvignec.

La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc

Le réseau alpin Suzuki aux côtés des mushers

Soutien de l'épreuve pour la sixième année consécutive, Suzuki a associé étroitement cette année ses concessionnaires régionaux. 19 véhicules de la Marque, chaussés de pneus neige bien utiles, ont accompagné l'organisation.

Partie de Samoëns le 13 janvier, La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc 2018 s'est achevée, sous la neige, à Bonneval-sur-Arc. L'édition 2018 aura été marquée par une très forte couche de neige qui a conduit l'organisation à revoir certaines épreuves, notamment celles des 20 et 21 janvier à Lanslevillard.

Une quinzaine de mushers, parmi les meilleurs

du monde, ont participé à cette épreuve qui a acquis une notoriété internationale et que gère désormais Annabel Lascar Kam, la fille du fondateur récemment décédé.

Pour la sixième année, Suzuki s'est associé à cette course de chiens de traîneaux dont les valeurs sont partagées par la Marque.

« Le dépassement de soi, la compétition, l'engagement humain sont des valeurs que nous portons

chez Suzuki et que nous partageons avec La Grande Odyssée Savoie Mont Blanc, cette épreuve unissant les hommes et les animaux. Nous sommes heureux d'apporter notre soutien à cette compétition, notamment pour des missions logistiques essentielles pour l'organisation » explique **Jean-Philippe Sabatier** Directeur Adjoint Département Automobile.





©Vincent Piccerelle

Cette année, 19 voitures ont été mises à disposition pour l'organisation, mettant en valeur les qualités des modèles Suzuki, des Vitara, S-Cross et Ignis. Trois SUV dotés notamment de la technologie Suzuki AllGrip si prisée en montagne.

Pour cette édition, Suzuki a souhaité associer plus étroitement, encore son

réseau local ; les groupes **Favret** (Sallanches et Thonon), **Savoie Motors** (Albertville, Annemasse, Annecy, Chambéry) ainsi que **Seysinet Alpes Autos** (Grenoble) ont été parties prenantes. « Pour les concessionnaires, une telle participation à un évènement sportif sur un terrain idéal pour mettre en valeur nos modèles est un bel investissement.

Et pouvoir y inviter leurs clients est encore plus valorisant » explique en souriant **Christophe Madaire**, Chef de Région Auvergne-Rhône-Alpes.



©Vincent Piccerelle

La Grande Odyssée en télé

Pour soutenir son investissement, Suzuki a varié sa communication autour de La Grande Odyssée. Le choix était de sortir des canaux traditionnels de publicité pour réaliser un programme court en télévision, diffusé sur TF1, TMC et LCI. Pendant toute la durée de la course, un film résumé de l'étape du jour a été encapsulé aux émissions du soir comme Quotidien sur TMC et à certains créneaux en « prime time ». Cette communication inédite et très visible aura permis de valoriser la gamme Suzuki autour du résumé de l'épreuve du jour, sur le terrain de prédilection de la Marque : la montagne.





Les normes d'émissions de CO₂

Les réglementations européennes en matière de protection de l'environnement dédiées à l'usage de l'automobile prévoient des baisses drastiques d'émission de CO₂ à horizon 2021. Suzuki, comme les autres constructeurs, travaille dans ce sens pour abaisser encore, dans les années qui viennent, les taux d'émissions des moteurs, avec le développement de l'hybride et de propositions électriques.

Pour les voitures particulières l'Union européenne, comme les

États-Unis ou la Chine, poursuit la réduction des émissions de CO₂. De 167,2 g de CO₂/km en 2002, la moyenne des taux d'émissions de l'Europe est passée à 120,3 g en 2015*. En matière de taux de CO₂ moyen, la France occupe aujourd'hui le cinquième rang avec 111,3 g, derrière les Pays-Bas (104,2 g), le Danemark (106,7 g), le Portugal (107,1 g) et la Norvège (99,9 g). Mais devant l'Allemagne (128,6 g), le Royaume-Uni (121,9 g) ou encore l'Espagne (116,2 g).

Pour 2020, les constructeurs devront remplir l'objectif de 95 g de CO₂/km. À cette date, 95 % des véhicules neufs devront respecter le seuil et 100 % en 2021. Pour 2025, les discussions sont toujours en cours et la limite de CO₂ admise devrait être encore abaissée à 68 ou 78 g de CO₂, soit une réduction de 4 à 6 % par rapport à 2020.

Pour les véhicules utilitaires légers, l'Union européenne prévoit un objectif d'émissions de CO₂ de 147 g en 2020.

*source CCFA / AAA Data.



La conso en PLV

Mise en valeur dans un article d'Auto Plus, la faible consommation des modèles de la gamme Suzuki a fait l'objet d'une affichette distribuée en concession.

Cette PLV rappelle les technologies Suzuki au service des faibles consommations et donc de l'environnement, comme les moteurs hybrides, les technologies BoosterJet, Dualjet, AllGrip, les boîtes de vitesse automatiques.

SUZUKI
Way of Life!

Vous coupez l'eau en vous brossant les dents
 Vous débranchez vos appareils en veille
 Vous prenez le train plutôt que l'avion
 Vous avez un cabas réutilisable
 Vous pratiquez le co-voiturage
 Vous imprimez en recto verso
 Vous ne prenez plus de bains
 Vous éteignez les lumières
 Vous triez vos déchets
 Vous chauffez à 19°
 Vous mangez bio

Et sinon, vous roulez en quoi ?

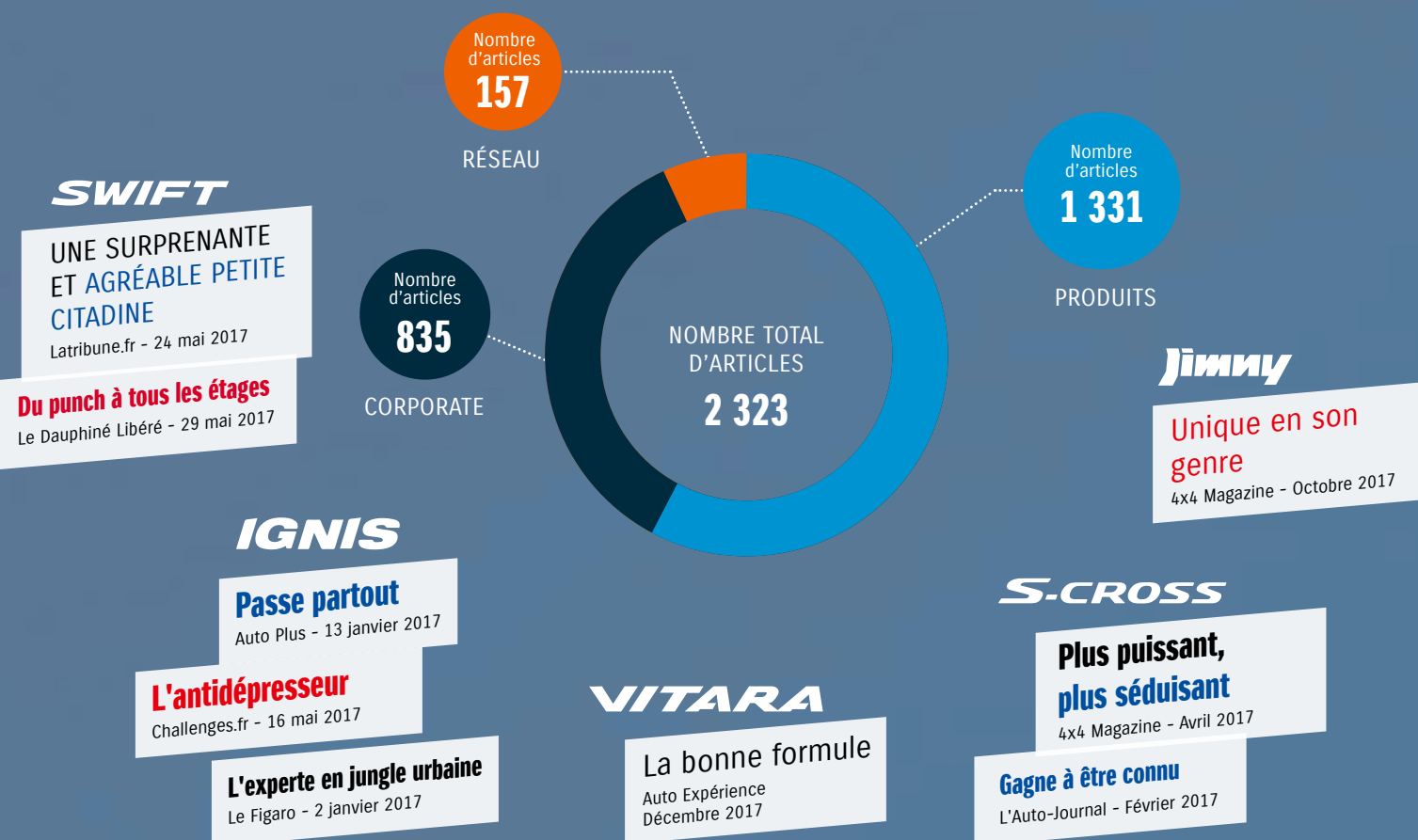
Suzuki, 5 véhicules classés n°1 en sobriété dans 5 catégories.**

MOTOBISATION ESSENCE SUZUKI

Citadines jusqu'à 100 ch Suzuki Baleno 1.2 Dualjet Hybride : 5,5 l/100 km	Les SUV Citadins Suzuki Ignis 1.2 Dualjet : 5,8 l/100 km
Citadines jusqu'à 100 ch Modèles à boîte automatique Suzuki Celerio 1.0 iVTEC : 5,8 l/100 km	Les SUV Compacts Suzuki S-Cross 1.0 BoosterJet : 6,7 l/100 km
Citadines de plus de 100 ch Suzuki Swift 1.0 BoosterJet : 5,6 l/100 km	

**Référence Auto Plus n° 1521 du 27/10/2017 - Datasys Labo

Automobile : LES RETOMBÉES MÉDIAS - ANNÉE 2017



L'agenda 2018

AUTO

- **du 8 au 18 mars**
Salon International de Genève, journées presse les 6 et 7 mars
- **18 et 19 avril**
Lancement presse pan européen de la Swift Sport
- **du 10 au 19 mai**
Rêves de Gosse

MOTO

- **2, 3 et 4 mars**
Salon du deux roues à Lyon
- **21 et 22 avril**
24 Heures Motos
- **18, 19 et 20 mai**
Grand Prix de France moto GP

MARINE

- **du 16 au 18 mars**
Salon des Pêches à Nantes
- **du 31 mars au 8 avril**
Les Nauticales de la Ciotat
- **du 24 mai au 2 juin**
Barracuda Tour au Crouesty

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

www.presse.suzuki.fr