

LE S-CROSS VA PLUS LOIN SUR L'HYBRIDE

Le S-CROSS reçoit la
nouvelle motorisation
hybride auto-rechargeable
de Suzuki **p.8**



**DOSSIER
SPÉCIAL**

**1992-2022 SUZUKI FRANCE AUTOMOBILE :
L'ALBUM DES 30 ANS** **p.13**



Suzuki et la Société Nautique de Saint Tropez :
des valeurs et des projets en commun **p.26**



Nouvelles V-STROM 1050/DE : pour repousser encore
les limites de l'aventure ! **p.10**

EDITO

DEPUIS 30 ANS,
L'HUMAIN AU CENTRE DE TOUT

Je suis particulièrement heureux de fêter les 30 ans de l'Activité Automobile de Suzuki France, une entreprise que j'ai le bonheur de diriger depuis presque 5 ans. En trois décennies, Suzuki est devenu un acteur important et reconnu du marché français, multipliant ses ventes par 9, mettant l'hybride à la portée du plus grand nombre grâce à une gamme complète, efficiente et abordable.

J'ai la chance de manager des équipes performantes et engagées, tant au siège que sur le terrain. Ces trois décennies de succès sont aussi dues à la contribution de tous les collaborateurs qui se sont succédés jusqu'à aujourd'hui, à la forte implication du Réseau, tout comme au soutien indéfectible et à la grande fidélité de nos clients. Cette véritable «Suzuki Family» qui s'est constituée depuis 30 ans n'est pas un concept marketing, c'est

la réalité d'une entreprise qui met l'humain au centre de tout.

Avec Stéphane Magnin, je suis le garant de cette éthique qui trouve son origine au cœur de l'ADN de Suzuki Motor Corporation. Je suis confiant que, dans 30 ans, l'humain sera toujours au centre de tout chez Suzuki France.



> **Tomoyuki Shimazaki**

Président
de Suzuki
France



p. 8

Nouvelle formule

Vous tenez entre les mains la nouvelle formule de l'Actu Suzuki. Nous l'avons voulue encore plus moderne, plus conviviale, plus séduisante... bref encore plus Suzuki !



p. 10



p. 26

4-5 EN BREF

6-7 COMMUNICATION

Suzuki France célèbre ses partenariats

8-12 PRODUITS

8 Auto : Le S-CROSS va plus loin sur l'hybride

10 Moto : Nouvelles V-STROM, pour repousser les limites de l'aventure

12 Marine : DF350AMD/DF300BMD, la technologie Suzuki atteint un nouveau sommet

13-20 DOSSIER SPECIAL

L'album des 30 ans de Suzuki France Automobile

21-27 PARTENARIATS

21 Suzuki et le basket français : on ne change pas une équipe qui gagne

22 La Solitaire du Figaro : Suzuki au cœur de la course

24 La Solitaire du Figaro : dans les coulisses avec l'équipe Suzuki

26 Société Nautique de Saint-Tropez : des valeurs et des projets en commun

28-29 PIÈCES DE RECHANGE ET ACCESSOIRES

L'entrepôt Suzuki France mobilisé au service des clients

30 FORMATIONS

Les grandes retrouvailles des vendeurs Suzuki

31 LA CARTE POSTALE DU JAPON

31 AGENDA

> CHIFFRES CLÉS

AUTOMOBILE

250

C'EST LE NOMBRE DE VIP INVITÉS
PAR SUZUKI À VISITER
LES COULISSES DE LA SOLITAIRE
DU FIGARO (VOIR P. 24)

MOTO

20

C'EST LE NOMBRE DE MOTEURS QUI
COMPOSENT LA GAMME PORTABLE
DE SUZUKI, LA PLUS COMPLÈTE DU
MARCHÉ, DU 2,5 CH AU 30 CH

MARINE

2^e

C'EST LE CLASSEMENT DU SUZUKI
ENDURANCE RACING TEAM AU
CHAMPIONNAT DU MONDE EWC 2022



LA LAPIN POSE DANS PARIS

Paris sera toujours Paris... En tout cas vue du Japon : le lancement de la nouvelle Suzuki Lapin dans l'Archipel s'appuie sur une publicité qui se déroule dans un Paris idéalisé (avec des Parisiens souriants, par exemple). Une pub pimpante et

joyeuse, à l'image de ce modèle star de la gamme des kei-cars Suzuki. Rappelons que la Marque fait partie des leaders de cet important marché local de petites citadines avec plus de 500 000 kei-cars Suzuki vendues chaque année !

DESJOYEUX ET BEYOU EN CAMPAGNE POUR LES MOTEURS GEKI



Ambassadeurs de Suzuki Marine, les skippers **Michel Desjoyeux** et **Jérémy Beyou** ont accepté de participer à la campagne de promotion des nouveaux moteurs GEKI DF350A et DF300B. Qui mieux que ces marins d'exception, dont les équipes utilisent au quotidien des moteurs GEKI, pour témoigner de la performance des produits Suzuki ?



SUZUKI INVESTIT POUR UN AVENIR ÉLECTRIFIÉ EN INDE

En Inde, son premier marché, comme en Europe, Suzuki déploie sa stratégie globale d'électrification des produits. Déterminée à contribuer sur le long terme au développement d'une société durable, l'entreprise vient ainsi d'y annoncer des accords de recherche avec deux importants instituts de management et la création d'un nouveau centre de R&D. Deux nouvelles usines verront également le jour, dont l'une sera dédiée en 2026 à la fabrication de batteries pour les futurs véhicules 100 % électriques de Suzuki.



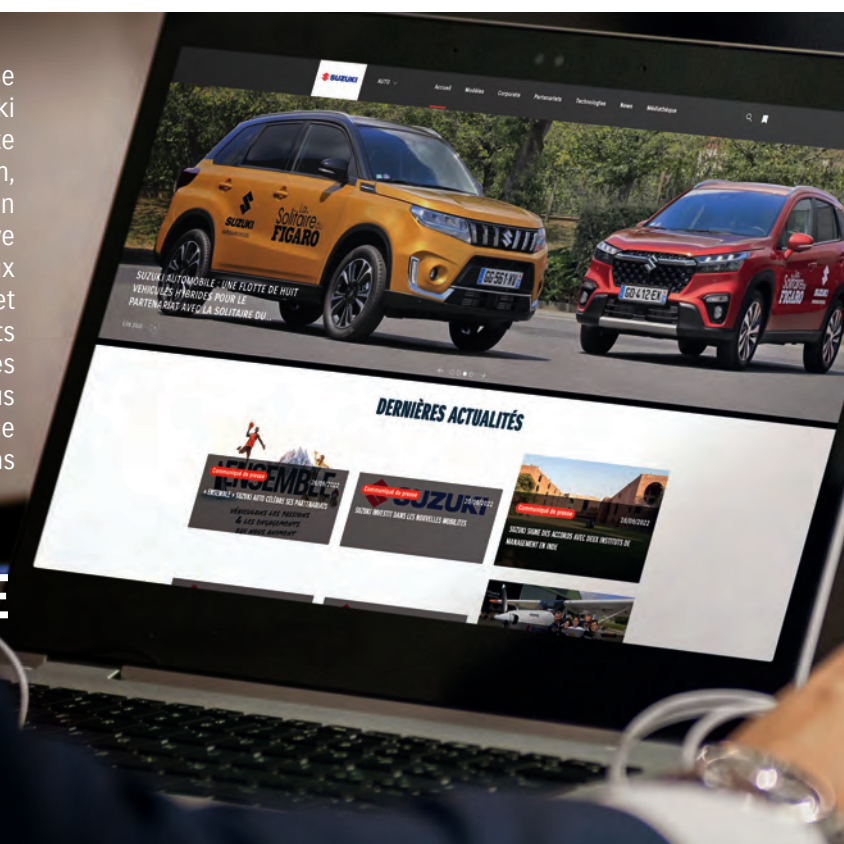
RÉSERVER SA MOTO SUZUKI EN LIGNE, C'EST SMART !

Suzuki France a lancé sa toute première plateforme internet de réservation de motos neuves : le web shop « Smart Buy Suzuki ». Hébergé sur le site suzuki-moto.com, il permet de réserver sa moto en quelques clics. Le client doit simplement sélectionner le modèle de son choix et verser un acompte de 500 euros par carte bancaire. Il sera ensuite contacté par le concessionnaire qu'il a choisi afin de finaliser l'achat et organiser la livraison. Toute la gamme Suzuki est accessible via le « Smart Buy », y compris les nouveautés et les éditions limitées.

Le département Relations Presse - Relations Publiques de Suzuki Automobiles met un tout nouveau site internet réservé à la Presse - ou newsroom, selon le terme consacré - à disposition des journalistes. Enrichie, plus intuitive et conviviale, avec un accès direct aux modèles, elle permet de trouver, lire et télécharger plus rapidement les différents contenus publiés par Suzuki Automobiles et destinés aux media. Si ses contenus sont réservés à un usage éditorial, ce nouveau site est accessible à tous sans codes d'accès sur :

<https://presse.suzuki.fr/auto/>

UNE TOUTE NOUVELLE NEWSROOM POUR LES JOURNALISTES





SUZUKI AUTO CÉLÈBRE SES PARTENARIATS

SUZUKI FRANCE AUTOMOBILE COMMUNIQUE POUR LA PREMIÈRE FOIS SUR SES PARTENARIATS, QU'IL S'AGISSE DE SE TENIR AUX CÔTÉS DE SPORTIFS OU D'ENFANTS, AVEC UN MÊME MOT D'ORDRE : «ENSEMBLE».

« En matière de partenariats, Suzuki Auto est une marque particulièrement active et fidèle. » explique Laurence Lebreton, Responsable Marketing pour l'Activité Automobile de Suzuki France. « Nous soutenons ainsi La Solitaire du Figaro depuis 17 ans, La Grande Odyssée VVF depuis 10 ans, le Tour de France Aérien Rêves de Gosse depuis 12 ans ou la Fondation La Voix De l'Enfant depuis 14 ans. Nos équipes sont tellement impliquées au quotidien dans ces partenariats que nous n'avions jamais pris le temps nécessaire pour expliquer nos motivations et les valeurs que nous partageons à travers ces actions. »

Suzuki Auto a donc décidé de prendre la parole pour expliquer le but commun à ces partenariats. Une campagne et des outils de communication, print et digitaux, externes comme internes, sont déployés à compter de l'automne 2022, avec un spectaculaire coup d'envoi donné par la publication d'une pleine page dans le quotidien L'Equipe du 24 septembre.

L'humain au cœur de l'action

L'humain, élément clé de l'ADN de la Marque, est ce qui réunit fondamentalement Suzuki et ses partenaires. Le partage collectif de cette valeur est résumé dans la campagne de communication par un mot puissant :

« Ensemble ». Clin d'œil à l'univers de l'automobile, le slogan « Ensemble, véhiculons... » est décliné de façon différente pour chaque partenariat : « Ensemble, véhiculons le goût du challenge » pour La Solitaire du Figaro, « Ensemble, véhiculons la soif d'aventure » pour La Grande Odyssée VVF, « Ensemble, véhiculons le goût de la différence » pour Rêves de Gosse ou « Ensemble, véhiculons l'engagement pour les droits de l'enfant » pour La Voix De l'Enfant. Plus globalement cette campagne résume l'engagement de l'Activité Automobile de Suzuki France par une phrase : « Ensemble, portons toujours plus loin les passions et les aventures qui animent nos vies. »

NOUVELLE MOTORISATION AUTO-RECHARGEABLE

LE S-CROSS VA PLUS LOIN SUR L'HYBRIDE



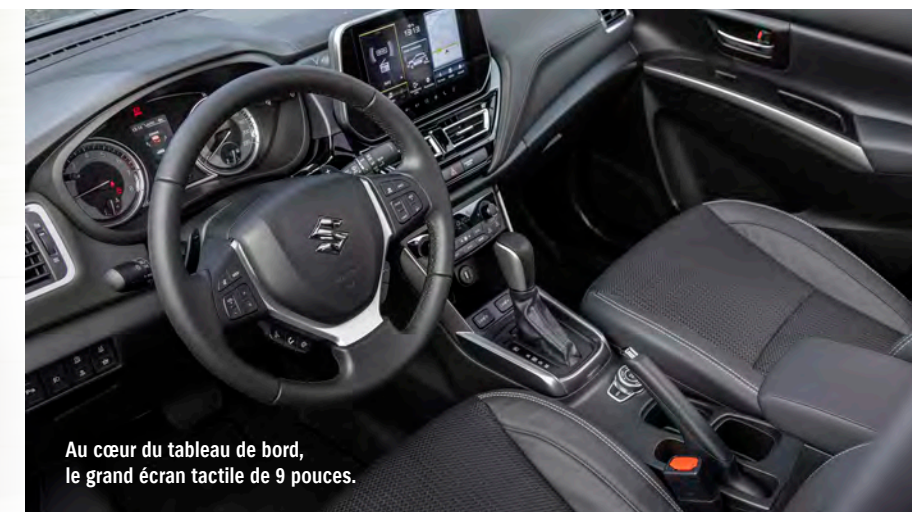
LE SUCCÈS DU NOUVEAU S-CROSS DEVRAIT S'AMPLIFIER AVEC L'ARRIVÉE D'UNE MOTORISATION 1.5 DUALJET HYBRIDE AUTO-RECHARGEABLE PARTICULIÈREMENT EFFICIENTE.

Bien accueilli par les clients et les médias lors de son lancement fin 2021 avec une motorisation hybride 48V, le tout nouveau S-CROSS franchit une nouvelle étape. Sa gamme s'enrichit de la motorisation hybride auto-rechargeable développée par Suzuki et inaugurée sur le Vitara.

Cette technologie combine un moteur électrique de 33 ch. avec un bloc thermique 1.5 DUALJET de 102 ch, pour une puissance cumulée de 115 ch. Comme le Vitara, le S-Cross hybride auto-rechargeable est équipé d'une boîte de vitesses robotisée AGS à six rapports. Le moteur électrique positionné à la sortie de la boîte de vitesses entraîne directement l'arbre de transmission, compensant ainsi les ruptures de couple pour un meilleur agrément de conduite.

Mode hybride ou électrique

La motorisation 1.5 DUALJET HYBRID auto-rechargeable permet de rouler soit en mode hybride, soit en 100 % électrique. Le moteur électrique officie seul dans les phases de démarrage à faible vitesse et, selon les conditions, peut se passer de l'aide du moteur thermique à charge et allure modérées, tout comme à vitesse stabilisée et en marche arrière. Lors de plus fortes sollicitations, il assiste le bloc ther-



Au cœur du tableau de bord, le grand écran tactile de 9 pouces.

mique en silence et limite ses besoins en carburant.

En outre, la motorisation 1.5 DUALJET HYBRID offre deux modes de conduite. Le mode STANDARD combine les deux énergies pour plus de dynamisme, utilisant néanmoins le plus souvent possible l'énergie électrique pour limiter la consommation. Une démarche qui est encore plus prononcée avec le mode ECO qui donne la priorité à la propulsion électrique pour une évolution plus douce et encore moins énergivore.

Consommations en baisse

Cette nouvelle motorisation permet au Suzuki S-CROSS d'améliorer encore son efficacité. La consommation de la version traction s'établit à 5,2 l/100 km (cycle mixte WLTP),

« La sobriété et l'agrément de l'hybride auto-rechargeable Suzuki avec toutes les qualités du nouveau S-CROSS. »

soit 9 % de moins que le S-CROSS 1.4 BOOSTERJET HYBRID BVA. En ville, où la motorisation hybride auto-rechargeable revêt tout son potentiel, la consommation descend même à 4,7 l/100 km, soit 33 % de moins !

Quant aux émissions de CO₂, elles sont réduites à 118 g/km, ce qui permet notamment aux clients professionnels de bénéficier d'une exemption pendant 3 ans de la Taxe Annuelle sur les Emissions de CO₂.

Le S-CROSS hybride auto-rechargeable reprend par ailleurs toutes les qualités qui ont fait le succès de la nouvelle génération du SUV familial de Suzuki : un design affirmé, un habitacle spacieux et confortable, un système multimédia sophistiqué et une sécurité de haut niveau, notamment grâce à la possibilité d'opter pour la transmission intégrale AllGrip.

NOUVELLES V-STROM 1050/DE

POUR REPOUSSER LES LIMITES DE L'AVENTURE

SUZUKI FÊTE LE 20^e ANNIVERSAIRE DE LA V-STROM AVEC DEUX NOUVELLES ÉVOLUTIONS DE SON TRAIL EMBLÉMATIQUE, PLUS QUE JAMAIS TAILLÉES POUR L'AVENTURE.

En deux décennies et trois générations, la Suzuki V-STROM est devenue une référence pour les motards passionnés de grands espaces et d'aventure. Une moto performante, fiable, robuste et à la technologie sophistiquée, qui offre la liberté d'enchaîner les kilomètres dans les meilleures conditions.

Pour fêter les 20 ans de son trail emblématique, Suzuki franchit une nouvelle étape en déclinant la V-STROM en deux versions : la V-STROM 1050 est prioritairement destinée aux amateurs de grandes virées sur route, tandis que la V-STROM 1050DE est spécialement adaptée à l'aventure loin du bitume.

Ces deux nouvelles motos, qui seront commercialisées en mars 2023, ont été dévoilées en première mondiale le 9 septembre lors du 6^e Alpes Aven-

ture Motofestival auquel Suzuki participait pour la 4^e année consécutive. Elles conservent les atouts fondamentaux de la V-STROM, à commencer par son célèbre moteur V-Twin de 1037 cm³, son cadre en aluminium léger et rigide et son package électronique Suzuki Intelligent Ride System qui permet d'optimiser l'expérience de conduite en toute sécurité.

V-STROM 1050 : pour avaler du bitume

La nouvelle Suzuki V-STROM 1050 est spécifiquement conçue pour optimiser le confort et les performances lors de longs voyages sur route. Elle reçoit ainsi des roues à bâtons spécifiques de 19 pouces à l'avant et de 17 pouces à l'arrière, un large pare-brise ajustable en hauteur, et une selle en deux parties, réglable en hauteur côté

pilote pour une position idéale. Les nouvelles V-STROM 1050 bénéficient d'un look sophistiqué, combinant des éléments mats et brillants.

V-STROM 1050DE : quand la route s'arrête...

... la nouvelle V-STROM 1050DE continue ! Cette version du trail est taillée pour affronter les plus mauvais chemins : grande roue avant de 21 pouces, chaîne renforcée, empattement allongé pour une meilleure stabilité, suspensions avant et arrière avec un débattement augmenté pour mieux absorber les chocs, guidon plus large pour un contrôle parfait, repose-pieds plus confortables pour une position debout plus stable, pare-brise réduit pour une meilleure visibilité dans la poussière, robuste plaque de protection moteur en aluminium, etc.

Le Suzuki Intelligent Ride System de la V-STROM 1050DE intègre un nouveau réglage : le mode G (Gravel) adapte l'action du Suzuki Traction Control System pour aider le pilote à contrôler la moto sur des surfaces glissantes. Dans le même but, il est possible de désactiver l'ABS sur la roue arrière.

Le design de la V-STROM 1050DE est le reflet de son caractère robuste d'aventurière avec notamment des barres de protection latérales en aluminium noir et des protections d'amortisseurs avant assorties au reste de la moto. Une beauté sauvage.



Les nouvelles V-STROM reçoivent un écran couleur de 5 pouces.



À gauche, la Suzuki V-STROM 1050, à droite, la V-STROM 1050DE.

« Sur route ou sur piste, les nouvelles V-STROM permettent de collectionner les kilomètres et les plaisirs. »

NOUVEAUX MOTEURS GEKI DF350AMD/DF300BMD

LA TECHNOLOGIE SUZUKI ATTEINT UN NOUVEAU SOMMET

THE
ULTIMATE
OUTBOARD MOTOR



LES MOTEURS GEKI DF350/DF300, FLEURONS DE LA TECHNOLOGIE SUZUKI, ÉVOLUENT POUR ENCORE PLUS DE CONFORT, DE PERFORMANCES ET DE FIABILITÉ.

Au Cannes Yachting Festival, en septembre, Suzuki a présenté les nouveaux DF350AMD et DF 300BMD. Ces moteurs adoptent le premier système de direction intégré de Suzuki, solution qui permet de ne plus encombrer l'arrière du bateau ; aucun équipement supplémentaire n'est nécessaire.

Par ailleurs, un nouveau carter d'embase perfectionné dans lequel le trajet de l'huile de transmission a été repensé permet de réduire la hausse de température du lubrifiant et donc d'améliorer la fiabilité. En outre, la largeur frontale du nouveau carter a été diminuée d'environ 4 %, ce qui permet une augmentation significative de la vitesse de pointe

sans consommer plus.*

Enfin, un nouveau système de changement d'huile de transmission facilite l'entretien et garantit une meilleure efficacité, également optimisée par la réduction du volume d'huile qui passe de 3,2l à 2,8l

Un nouveau joystick pour faciliter les manœuvres

Ces nouveaux moteurs DF350AMD/DF300BMD, lorsqu'ils associés à la direction électrique «steer by wire», peuvent désormais recevoir en option un nouveau joystick qui fonctionne par signaux électroniques et permet d'ajuster automatiquement la direction et l'accostage. Plus confortable pour le barreur, le système réduit les frictions, et les tours de vo-

lant sont adaptés en fonction de la vitesse du moteur.

*Les moteurs DF350AT/DF325AT/DF300BT reçoivent également ces nouveaux carters d'embase, et aussi un nouveau système de remplacement de l'huile moteur, sans sortir le bateau de l'eau.



DOSSIER SPÉCIAL

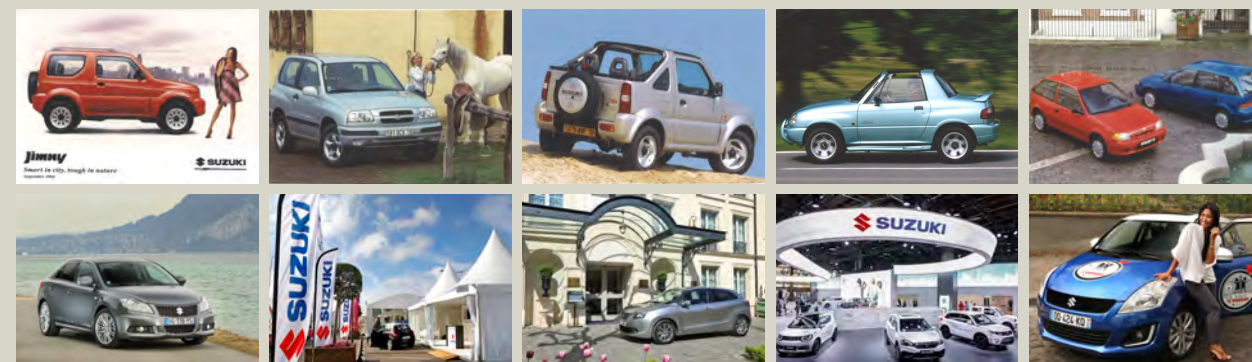
SUZUKI FRANCE AUTOMOBILE : L'ALBUM DES 30 ANS

1992
2022

FEUILLETONS ENSEMBLE LES PLUS BELLES PAGES DES TROIS PREMIÈRES DÉCENNIES DE L'ACTIVITÉ AUTOMOBILE DE SUZUKI EN FRANCE...

Suzuki France Automobile célèbre cette année ses 30 ans de succès, de croissance et de complicité avec ses clients et son réseau. En trois décennies, l'Activité Automobile a multiplié ses ventes en France par 9 et électrifié tous ses modèles pour les particuliers. Une véritable Suzuki Family s'est constituée, au

cœur de laquelle se retrouvent les collaborateurs du siège historique de Trappes, inauguré lui aussi il y a 30 ans, les 213 concessionnaires Suzuki Automobile en France, et les clients de la Marque auxquels 550000 véhicules neufs ont été livrés depuis 1992. L'Actu Suzuki vous propose de revenir en images sur cette belle histoire en trois décennies...



1992-2001

Janvier 1992



Suzuki France s'installe à Trappes. Le tout nouveau siège social de Trappes dans les Yvelines, dont la première pierre avait été posée au printemps 1991 (photo), accueille les activités Auto et Moto de Suzuki France. L'activité Marine les rejoindra en 2012..

Janvier 1992



Une équipe de choc. Yoshiaki Tamai et Jean-Luc de la Ruffie (ci-dessus) sont respectivement le premier président de Suzuki France et le premier directeur de l'Activité Automobile.

Décembre 1992



Des débuts encourageants. A l'issue de seulement quelques mois de fonctionnement, la toute jeune société Suzuki France a déjà vendu 2863 véhicules neufs. Un succès prometteur.

Octobre 1992



Premières immatriculations de Suzuki Swift et Vitara. Après l'accréditation de la marque Suzuki Automobile par le ministère des Transports et de l'Industrie, les toutes premières Swift 3 et 5 portes et Vitara 5 portes (ci-dessus) portant la marque Suzuki sont immatriculées.

Octobre 1996



La gamme s'étoffe. Au Mondial de l'Automobile 1996, Suzuki présente le break Baleno (à gauche) et un petit «coupé 4X4» particulièrement innovant, le X-90 (à droite). Et la marque répond à la demande des clients français en proposant le Vitara 3 portes avec une motorisation turbo-diesel.

Janvier 1998



La Suzuki Wagon R+ arrive dans les villes françaises. Cette très japonaise kei-car connaît un beau succès dans les villes françaises, déjà très encombrées. Et, dès 1998, Suzuki France s'adresse aux professionnels avec une version VU de la Wagon R+.

Le Jimny et Carla Bruni, c'est du sérieux. Au Mondial de Paris, qui fête son 100^e anniversaire, Suzuki lance le Jimny devant plus de 1 000 journalistes en présence du directeur général de Suzuki Motor Corporation et de Carla Bruni. La top model sera également l'égérie du Jimny pour son lancement commercial.

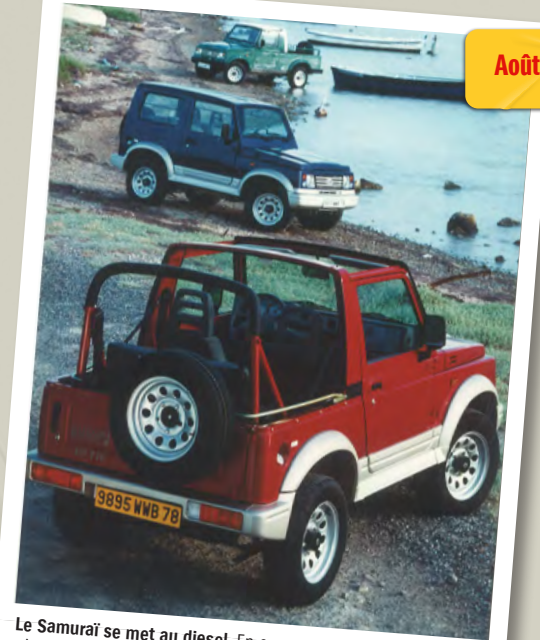
Septembre 1998



Jimny
Smart in city, tough in nature
September 1998

SUZUKI

Août 1998



Le Samurai se met au diesel. En ces années du diesel triomphant, le Samurai, petit tout-terrain emblématique de la Marque, s'adapte au marché français avec un moteur 1.9 TD.

Février 1999



Le Grand Vitara 3 portes entre dans l'arène. Ce précurseur des SUV modernes est présenté à la presse avec le concours de Marie Sara, l'une des rares femmes toreras françaises.

Octobre 1999



Le Jimny se découvre. Suzuki France élargit encore sa gamme avec une version cabriolet du Jimny, disponible en motorisation Diesel.

L'Ignis est lancée au Mondial de l'Auto. Suzuki dévoile la première génération d'Ignis au Mondial de Paris. Un concept radicalement nouveau de véhicule «multi-compact familial», 3 ou 5 portes, 2 ou 4 roues motrices, qui prend place entre le Wagon R+ et le Jimny.

IGNIS
Le Nouveau Multi-Compact de SUZUKI

Septembre 2000



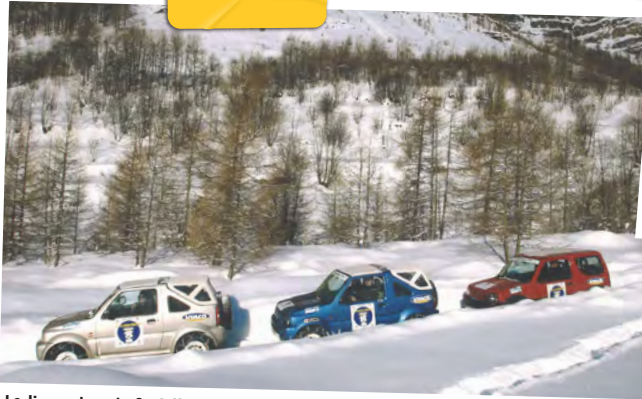
2002-2011

Octobre 2002



Un avant-goût de la nouvelle Swift à Paris. Au Mondial de l'Automobile 2002, Suzuki présente «Concept-S», un concept-car musclé qui annonce la nouvelle Swift.

Janvier 2004



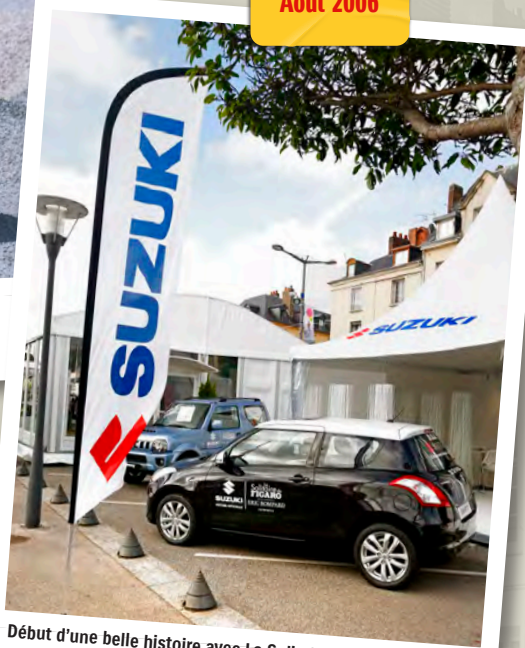
Le Jimny dans la Croisière Blanche. Marque déjà réputée pour l'efficacité de ses transmissions 4x4, Suzuki est partenaire de La Croisière Blanche qui s'élance sur les pistes enneigées des Alpes françaises.

Octobre 2004



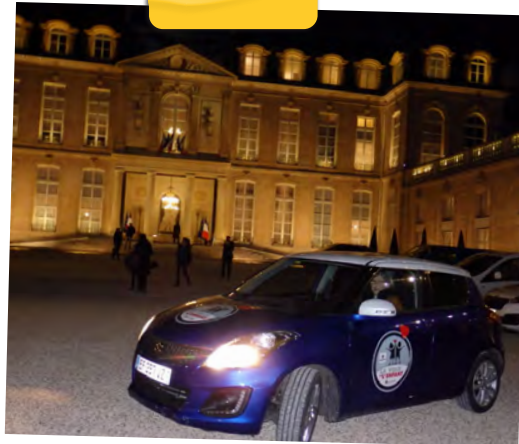
La nouvelle Swift fait son show au Mondial. A Paris, au Mondial de l'Automobile, Adriana Karembeu est présente sur le stand Suzuki pour dévoiler en Première Mondiale la nouvelle génération de Swift.

Août 2006



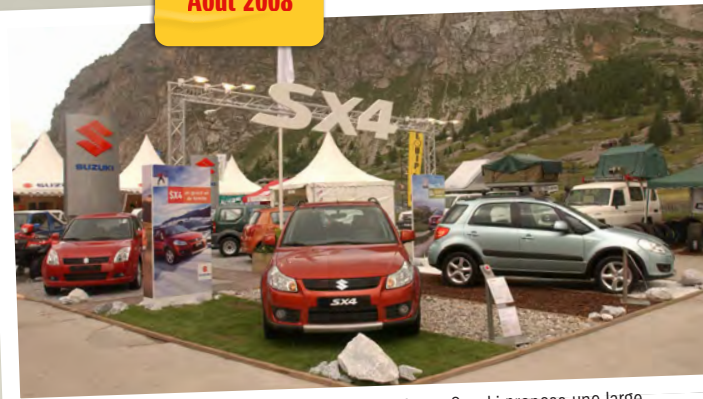
Début d'une belle histoire avec La Solitaire du Figaro. Suzuki est partenaire de La Solitaire du Figaro depuis 17 ans. Une collaboration ininterrompue (ci-dessus en 2015) basée sur le partage de valeurs communes: l'authenticité, l'engagement, la ténacité.

2008



Suzuki France avec La Voix de l'Enfant. Depuis 2008, l'Activité Automobile est partenaire de la fédération La Voix de l'Enfant, lui fournissant notamment un véhicule (ci-dessus la présidente Martine Brousse avec sa Swift dans la cour de l'Élysée).

Août 2008



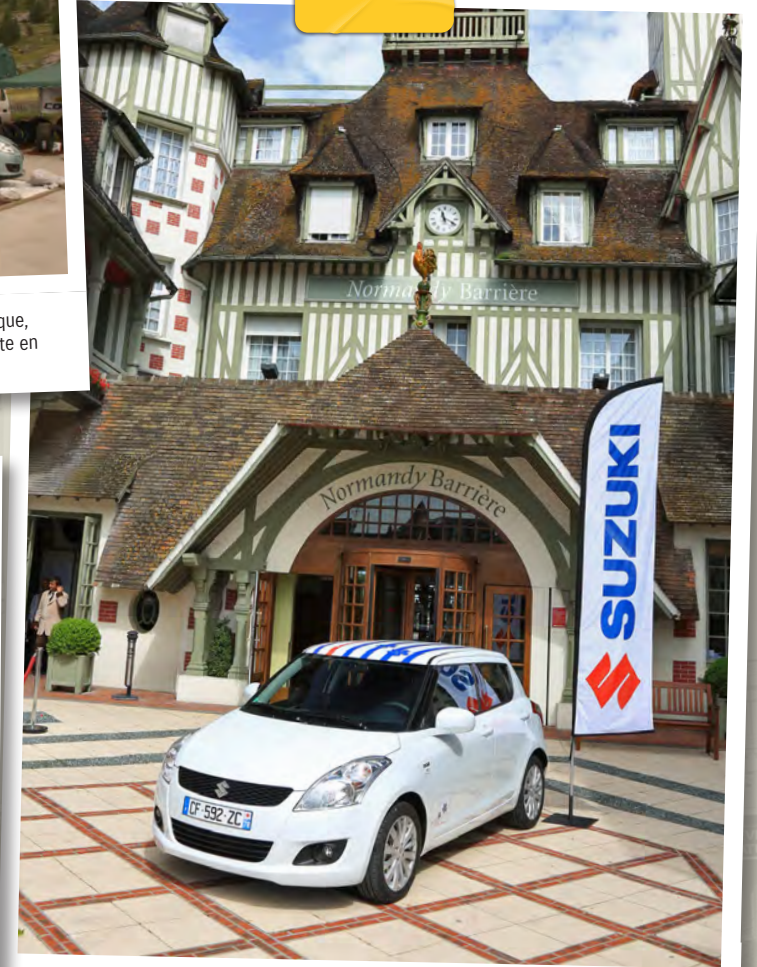
Les Suzuki au sommet à Val d'Isère. Depuis toujours, Suzuki propose une large gamme de véhicules à quatre roues motrices et de modèles tout-terrains. La Marque, particulièrement appréciée dans les régions montagneuses françaises, est présente en force au Salon de Val d'Isère 2008.

Mai 2010



Suzuki s'envole pour les enfants. Depuis 2010, Suzuki soutient l'association Rêves de Gosse qui organise chaque année un tour de France aérien permettant à des enfants «ordinaires ou extraordinaires» de vivre des instants d'émotion à bord d'appareils pilotés par des bénévoles (photo ci-dessus, l'édition 2011).

2010



La presse française teste la Swift. La nouvelle génération de celle qui est déjà une citadine à succès en France est testée par les journalistes en Normandie.

2011



Stéphane Magnin devient directeur de l'Activité Auto. Depuis 11 ans, Stéphane Magnin dirige l'Activité Automobile de Suzuki en France

2011



Lancement en France de la Kizashi... un futur collector. Vous en souvenez-vous? Cette puissante berline Suzuki de 178 ch sera vendue en France à 95 exemplaires.

Janvier 2013



Suzuki se lance dans La Grande Odyssée. La Marque est partenaire depuis 2013 de La Grande Odyssée, l'une des principales compétitions de chiens de traineau en Europe. Les organisateurs bénéficient de l'efficacité des modèles 4x4 mis à leur disposition par Suzuki.

Juillet 2013



Suzuki marche avec l'Euro Nordic Walk. Entreprise déjà sensible aux questions environnementales et qui met l'humain au centre de tout, Suzuki France initie en 2013 un partenariat avec l'Euro Nordic Walk, grand rendez-vous annuel de la marche nordique dans le Vercors.

Octobre 2014



Le nouveau Vitara en vedette au Mondial. Suzuki Motor Corporation choisit la France et le Mondial de l'Automobile pour dévoiler le nouveau Vitara en présence de Toshihiro Suzuki lui-même (à droite ci-dessus).

Novembre 2014



Suzuki prend La Route du Rhum. En 2014, Suzuki France approfondit son engagement dans la course au large en s'associant avec la prestigieuse Route du Rhum. Rendez-vous le 6 novembre prochain pour l'édition 2022 !

2016



Suzuki, pionnier de l'hybride 48V. Dès 2016, Suzuki s'engage résolument dans les motorisations hybrides et décide d'arrêter le diesel. Cette année-là, le best-seller Swift et la Baleno (ci-dessus) sont les premiers modèles dotés de l'hybride SHVS de Suzuki.

Octobre 2016



L'Ignis et la gamme AllGrip à l'honneur. Au Mondial de l'Automobile 2016, Suzuki présente la troisième génération d'Ignis et sa nouvelle gamme AllGrip qui rend la transmission intégrale accessible à tous.

Octobre 2018



La sensation Jimny Au Mondial de l'Automobile 2018, le design du nouveau Jimny rallie tous les suffrages: c'est le coup de cœur du salon pour de nombreux journalistes !

2018



M. Tomoyuki Shimazaki devient président de Suzuki France. Il est le 8^e président de la société depuis M. Tamai en 1992.

SWIFT

2017



La nouvelle Swift arrive en France. Elle est, depuis son lancement, le best-seller de la Marque en France.

Décembre 2019



Une année record. Avant que la Covid ne bouleverse la donne, Suzuki France avait réalisé en 2019 son année record, dépassant pour la deuxième fois (après 2007) les 30 000 véhicules neufs vendus.

Juillet 2019



Début de la collaboration avec le basket français. En 2019, Suzuki France devient Fournisseur Officiel de la Fédération Française de Basketball. Un partenariat qui n'a cessé de prendre de l'ampleur et qui a été renouvelé en 2022.

2020



Une gamme VP 100 % hybride en France. Suzuki recueille les fruits de ses investissements précoces dans l'hybride. En 2020, Suzuki est n°2 de l'hybride non rechargeable en France grâce à sa gamme VP 100 % hybride efficace et abordable.

Novembre 2021



UNE BELLE RELATION,
C'EST SOUVENT SANS CONCESSION...
POUR NOUS, C'EST TOUJOURS AVEC.

Suzuki France N°1 de la Cote d'Amour des Constructeurs. Suzuki France se classe première des 27 marques évaluées par ce baromètre, réalisé par le CNPA avec Auto Infos, où les concessionnaires notent leur constructeur.

**PLUS ON EST PROCHE
PLUS ON S'ENTEND
PLUS ON SE COMPREND**

**DEPUIS 30 ANS
SUZUKI FRANCE AUTOMOBILE
ENTRETIENT AVEC SON RÉSEAU ET SES CLIENTS
UN VRAI DIALOGUE**
VOILÀ POURQUOI, DEPUIS 30 ANS,
SUZUKI FRANCE AUTOMOBILE, C'EST :

**L'UTILITÉ AVANT LA FUTILITÉ
L'EXPÉRIENCE ET PAS LES FAUSSES TENDANCES
LA FIABILITÉ ET JAMAIS LA FACILITÉ
DES VALEURS SÛRES PLUTÔT QUE DE BELLES POSTURES**



SUZUKI ET LE BASKET FRANÇAIS

ON NE CHANGE PAS UNE ÉQUIPE QUI GAGNE !

SUZUKI ET LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE BASKETBALL
RECONDUISENT LEUR ASSOCIATION POUR 3 ANS DE PLUS.

Trois années pour se découvrir, trois années pour approfondir... Fournisseur Officiel de la Fédération Française de Basketball et des Équipes de France depuis 2019, Suzuki France est devenu un partenaire majeur du basket français. Le succès de ce partenariat repose sur le partage de valeurs communes fortes : l'esprit d'équipe, la mixité, l'engagement, la performance. La reconduction pour trois années supplémentaires du partenariat entre Suzuki France Automobile et la FFBB, annoncée le 23 août dernier, confirme et renforce l'engagement de Suzuki aux côtés du basket français et de ses pratiquants, tant au niveau natio-

nal qu'à l'échelle locale. Suzuki France sera présent lors des finales de la Coupe de France et accompagnera également les Équipes de France féminine et masculine lors des matchs internationaux, notamment en vue du grand rendez-vous de Paris en 2024.

Des actions nationales et locales

Le partenariat entre Suzuki France et la FFBB s'exprime également par de nombreuses actions locales destinées aux clubs de basket amateurs, relayées et appuyées par le réseau de concessionnaires Suzuki Automobile. Pour Tomoyuki Shimazaki, Président de Suzuki France, « Le renouvelle-

ment de notre partenariat avec la FFBB, alors que Suzuki Automobile fête cette année ses 30 ans de présence en France, est un nouveau signe fort et concret de notre enracinement durable, profond et enthousiaste dans le pays. Le basketball est aussi le reflet de la philosophie Suzuki qui met l'humain au centre de tout. »

Jean-Pierre Siutat, Président de la Fédération Française de Basketball, a ajouté : « Nous sommes très heureux de prolonger notre partenariat avec Suzuki France Automobile jusqu'en 2025. Nous mettons tout en œuvre pour faire au moins aussi bien sportivement les prochaines années et continuer à animer les territoires avec nos clubs, nos événements et le soutien du réseau Suzuki Automobile. »

Suzuki accompagne les équipes de France
lors des matchs internationaux.

SOLITAIRE DU FIGARO 2022

SUZUKI AUTO ET MARINE AU CŒUR DE LA COURSE

PARTENAIRE DE LA SOLITAIRE DU FIGARO DEPUIS 2006, SUZUKI FRANCE A CETTE ANNÉE ENCORE FOURNI UNE AIDE LOGISTIQUE PRÉCIEUSE AUX ORGANISATEURS, SUR TERRE COMME EN MER.



« L'ensemble de la flotte chargée de la sécurité est motorisée par Suzuki. »



Dix-sept ans de partenariat, c'est du solide ! Une histoire exceptionnelle qui repose sur le partage de valeurs communes - authenticité, engagement, ténacité - et sur une véritable collaboration opérationnelle...

Huit Suzuki hybrides pour les organisateurs

Lors de La Solitaire du Figaro 2022, les membres de l'encadrement et de la direction de course avaient à leur disposition une flotte de huit véhicules hybrides Suzuki. Deux Vitara hybrides auto-rechargeables de dernière génération, deux Vitara SHVS 48V, trois S-Cross SHVS 48V et une Swace Hybrid leur ont permis de faire face avec efficacité à toutes les exigences de mobilité de l'événement, itinérant par nature,

de Nantes à Saint-Nazaire, via Port-La-Forêt et Royan

Dix bateaux motorisés par Suzuki pour la sécurité en mer

L'ensemble de la flotte affectée à la sécurité du plan d'eau sur chaque ville étape était équipée de moteurs Suzuki. Une dizaine de bateaux encadraient ainsi tous les concurrents lors des départs et arrivées d'étapes, contribuant à assurer leur bon déroulement.

Aux côtés des ZODIAC et ZODIAC MIL PRO propulsés par des moteurs Suzuki DF140ATL et DF250APX, particulièrement fiables, performants et efficaces, une unité a été particulièrement remarquée... Le Black Pearl est un fantastique semi-rigide de 10,25 m, unique et emprunté à la Ligue de Voile de Normandie qui compte également parmi les

partenaires de Suzuki Marine. Il fait preuve d'une manœuvrabilité exceptionnelle en conditions exigeantes grâce à ses deux moteurs Suzuki DF300APX.

La Suzuki Family au rendez-vous des villages

Dans chaque village de la course, les concessionnaires régionaux de la Marque ont exposé les produits Suzuki. Sur le stand Suzuki, l'animation « les Instants Gagnants » a récompensé le public estival avec une remise de souvenirs Suzuki lors des deux tirages au sort quotidiens. Enfin, à l'occasion de chaque village, des opérations spécifiques ont été organisées pour faire vivre à des clients fidèles de la Marque des moments privilégiés avec l'organisation et découvrir les coulisses de la course.



Des Vitara hybrides auto-rechargeables au service des organisateurs.



Le Black Pearl et ses deux moteurs Suzuki DF300APX.

TROPHÉES SUZUKI DE LA COMBATIVITÉ : QUATRE MARINS D'EXCEPTION RÉCOMPENSÉS

Comme chaque année depuis 2017, Suzuki a récompensé sur chacune des trois étapes le skipper qui s'est distingué par sa ténacité en lui remettant le Trophée Suzuki de la Combativité, accompagné d'une dotation de 1000 €. Celui-ci était attribué par un jury de 5 membres constitué de journalistes, de membres de la direction de course et de collaborateurs Suzuki.

A l'issue de la première étape, le Trophée a récompensé les choix tactiques audacieux de **Basile Bourgnon**. Sur la deuxième

étape, il a salué la ténacité d'**Erwan Le Draoulec**, qui a effectué une belle remontée après une collision avec un obstacle. À l'initiative aussi d'une belle remontée suivie d'un duel acharné avec Nils Palmieri, **Elodie Bonafous** a remporté le Trophée Suzuki de la Combativité sur la troisième étape. Enfin, à l'issue de la course, le jury a attribué le Super Trophée de la Combativité à **Nils Palmieri** (ci-contre), qui a fait preuve d'une audace et d'une combativité exceptionnelles sur les trois étapes.



SOLITAIRE DU FIGARO 2022

DANS LES COULISSES AVEC L'ÉQUIPE SUZUKI

PENDANT PRÈS DE QUATRE SEMAINES, UNE ÉQUIPE DE COLLABORATEURS SUZUKI A ÉTÉ MOBILISÉE DANS LE VILLAGE DE LA SOLITAIRE DU FIGARO POUR ACCUEILLIR CLIENTS, CONCESSIONNAIRES ET PARTENAIRES.



Il est 08h00 et les conversations vont bon train à la table du petit déjeuner de l'équipe Suzuki sur La Solitaire du Figaro: un point sur la course, un point sur les événements prévus dans le village pendant la journée. Le dernier café à peine avalé, il est déjà temps de se rendre au port... Sur le stand Suzuki, la patronne c'est Florence Shutz, responsable depuis de nombreuses années de l'hospitalité de la Marque sur La Solitaire du Figaro. Il n'est pas encore 10h00, le village n'est pas ouvert au public, Florence s'assure que tout est en ordre: les quatre voitures d'exposition de la gamme hybride Suzuki sont impeccables, les goodies sont prêts à être distribués, l'urne destinée aux bulletins du jeu «Instants Gagnants» est en place... C'est parti: visiteurs, partenaires et concurrents arrivent dans le village. Nous sommes un week-end, c'est l'affluence des grands jours. Florence accueille avec un sourire, un café et des crois-

sants les clients VIP conviés par le concessionnaire Suzuki de la ville. Elle les accompagnera ensuite pour une visite guidée exceptionnelle des coulisses de la course, notamment sur les pontons où sont amarrés les bateaux.

Visites VIP et relations publiques

De leur côté, Stéphane Magnin, directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France, parfois accompagné du président Shimazaki, et Alain Le Meur, directeur adjoint Presse & Relations Publiques, accueillent leurs invités - concessionnaires, journalistes, partenaires... -, avec lesquels ils iront assister en mer au départ de l'étape. A la fin de la journée, tout le monde se retrouve sur le stand Suzuki. Et, comme le souligne Florence, «on ne voit que des visages heureux». Y compris ceux des membres de l'équipe Suzuki qui, heureux mais fatigués, rentrent déjà à l'hôtel car demain il faudra déménager vers la prochaine ville étape !

VICTOIRE DE TOM LAPERCHE, SKIPPER SOUTENU PAR SUZUKI



A seulement 25 ans, **Tom Laperche** a remporté la 53^e édition de La Solitaire du Figaro. Le potentiel de ce jeune skipper n'avait pas échappé aux équipes de Suzuki France et du concessionnaire Suzuki de Quimper : Tom fait ainsi partie des skippers soutenus par la Marque, avec **Violette Dorange** qui s'est classée à une belle 10^e place.

Tout au long de l'année, Tom bénéficie du soutien du concessionnaire Suzuki Bretagne Automobiles. Celui-ci met à sa disposition une Swace Hybrid qui lui permet de se déplacer avec son équipement dans les meilleures conditions.

La Suzuki Family adresse ses félicitations au skipper qui incarne de belle manière les valeurs d'engagement, de ténacité et de courage promues par la Marque. « La course était dure et il n'y a pas beaucoup de fois je pense dans une vie où tu es sur un bord en train de jouer La Solitaire du Figaro. » a expliqué Tom Laperche à l'arrivée. « Je ne me suis jamais forcé autant, je suis allé au bout, je me suis donné à fond. »



Dès le petit déjeuner, Florence, responsable de l'hospitalité Suzuki, est sur le pont !



Toujours un succès, le jeu Instants Gagnants permet de remporter de nombreux goodies Suzuki.



C'est parti, munis du badge VIP, un groupe de clients Suzuki commence la visite des coulisses de la course...



Le village de La Solitaire du Figaro permet aux visiteurs de découvrir la gamme Suzuki.



SUZUKI MARINE ET LA SOCIÉTÉ NAUTIQUE DE SAINT-TROPEZ

DES VALEURS ET DES PROJETS EN COMMUN

FORTS DE SIX ANNÉES RÉUSSIES DE PARTENARIAT FONDÉES SUR LE PARTAGE DE NOMBREUSES VALEURS, SUZUKI MARINE ET LA SOCIÉTÉ NAUTIQUE DE SAINT-TROPEZ NE MANQUENT PAS DE PROJETS !

Du 24 septembre au 8 octobre, pour la sixième année consécutive, Suzuki Marine est au rendez-vous des célèbres Voiles de Saint-Tropez. Cette manifestation exceptionnelle, organisée par la Société Nautique de

Saint-Tropez, attire les plus beaux gréments du monde, anciens et modernes, et près de 50 000 spectateurs par jour ! Sur le plan d'eau, Suzuki Marine prolonge cette année son engagement passé en contribuant à la mise à

disposition des organisateurs d'une flotte de douze semi-rigides Marshall équipés de moteurs hors-bord Suzuki. L'un des moteurs bénéficie d'une nouveauté emblématique de l'engagement de la marque en matière d'environnement : le collecteur de microplastiques, qui équipera dès cet automne les moteurs Suzuki DF115B et DF140B. A terre, la présentation du programme environnemental Clean Ocean Project de Suzuki Marine souligne les ac-

tions engagées par la Marque pour réduire son besoin en matière plastique dans son processus industriel et pour collecter les déchets marins dans le cadre de ses campagnes Clean Up The World. Cet engagement concret et actif pour l'environnement est l'un des piliers du partenariat entre Suzuki Marine et la Société Nautique de Saint-Tropez. C'est dans cet esprit que les deux partenaires organiseront en octobre le premier

Master Suzuki Fishing du Golfe de Saint-Tropez.

Le premier Master Suzuki Fishing en Méditerranée

Cette compétition, dans laquelle sont également impliqués l'amicale du club de pêche et les distributeurs Suzuki locaux, rassemblera une vingtaine d'équipages en semi-rigides et coques dures équipés de moteurs Suzuki, pour un concours de pêche en «no kill». Dans une lo-

gique de soutien aux pratiques durables, cette compétition en no kill encouragera de surcroît la collecte des déchets en mer. Un trophée spécifique sera remis à cette occasion afin de récompenser l'équipage qui aura collecté le plus de déchets au cours de la compétition.

Au-delà des événements ponctuels comme Les Voiles ou le Master Fishing, Suzuki Marine est présent tout au long de l'année aux côtés de la Société Nautique de Saint Tropez. La Marque motorise en effet deux semi-rigides que son partenaire Marshall met en permanence à disposition de la SNST pour l'encadrement de ses différentes activités, comme l'organisation de la prestigieuse Rolex Giraglia ou du spectaculaire Sail GP.

« L'engagement pour l'environnement est un des piliers du partenariat. »

L'ENTREPÔT SUZUKI FRANCE MOBILISÉ AU SERVICE DES CLIENTS



Depuis plusieurs années, Suzuki optimise ses emballages d'un point de vue environnemental.

TOUT, TOUT DE SUITE! L'ÉQUIPE DE L'ENTREPÔT DE SUZUKI FRANCE EST CAPABLE DE LIVRER (PRESQUE) N'IMPORTE QUELLE PIÈCE AUTO, MOTO OU MARINE EN 24 HEURES CHRONO, PARTOUT DANS L'HEXAGONE.

Fidèle client Suzuki, monsieur Martin a décidé de chouchouter son tout nouveau Vitara Hybrid en l'équipant d'un tapis de coffre supplémentaire de protection. Il se rend donc chez son concessionnaire Suzuki pour en passer commande. Ce que monsieur Martin ignore alors, c'est qu'il déclenche un véritable sprint qui va lui permettre,

dès le lendemain après-midi, de récupérer son tapis de coffre...

Mitoyen du siège de Trappes

Juste après avoir reçu monsieur Martin, le concessionnaire a enregistré sa commande sur la plateforme internet ad hoc partagée par les activités Auto, Moto et Marine de Suzuki. Immédiatement informée, l'équipe

de l'entrepôt de Suzuki France, mitoyen du siège de Trappes (Yvelines), identifie le tapis de coffre pour Vitara parmi les 35 000 références de pièces en stock.

De la porte de voiture au guidon de moto en passant par l'hélice de moteur hors-bord - sans oublier le tapis de coffre de monsieur Martin -, l'entrepôt dispose en permanence d'en-



L'entrepôt dispose en permanence d'environ 90 % des pièces nécessaires à l'activité de Suzuki France.

> **Sabine Heim**
Directrice du Département
Pièces & Accessoires,
Suzuki France

« L'équipe de l'entrepôt de Suzuki France applique avec efficacité et rigueur des règles de travail qui sont les mêmes dans tous les entrepôts Suzuki de la planète. »

viron 90 % des pièces nécessaires aux trois activités de Suzuki France. Si une pièce manque à l'appel à Trappes, la demande est transférée automatiquement à l'un des quatre autres entrepôts de Suzuki en Europe (Allemagne, Espagne, Hongrie, Italie).

Emballage écologique

Ça y est ! Le tapis de coffre de monsieur Martin a été identifié, il est en stock. Prochaine étape : préparer le colis. A l'initiative de Sabine Heim, directrice du Département Pièces & Accessoires, Suzuki France optimise depuis plusieurs années déjà ses emballages d'un point de vue environnemental. Ainsi, les sachets plastiques gonflés à l'air autrefois utilisés pour caler les pièces dans les cartons sont aujourd'hui tous remplacés par du papier recyclé froissé. Aussi efficace et beaucoup plus écologique! Emballé, le tapis de coffre de monsieur Martin est chargé dans un semi-remorque avec des centaines d'autres pièces. Chaque jour, trois camions chargés de commandes

des concessionnaires Auto, Moto et Marine de toute la France - et un camion chargé de pièces pour des distributeurs Suzuki d'autres pays - partent vers les plateformes des transporteurs spécialisés qui en assureront la livraison. Ainsi, comme celle de monsieur Martin, toutes les commandes arrivées à l'entrepôt Suzuki avant 10h00 sont livrées le lendemain matin au concessionnaire.

L'ENTREPÔT DE SUZUKI FRANCE EN BREF

- 7 000 m² de superficie
- 35 000 références
- Plus de 3 000 lignes de commandes préparées chaque jour
- 30 à 40 employés, selon les périodes

LES GRANDES RETROUVAILLES DES VENDEURS SUZUKI



190 vendeurs ont participé à cette formation.

APRÈS DEUX ANNÉES DE VIDÉO-FORMATIONS POUR CAUSE DE PANDÉMIE, LES VENDEURS SUZUKI FURENT HEUREUX DE SE RETROUVER POUR UNE SESSION RICHE EN NOUVEAUTÉS.

Sur les 270 conseillers commerciaux que compte le réseau Suzuki Automobile, 190 ont participé aux formations organisées au printemps dernier. Un taux de participation élevé qui témoigne de l'envie générale de se retrouver « en vrai » après deux années perturbées par la Covid et de l'attractivité des thèmes abordés... Au programme des 14 sessions qui se sont déroulées sur deux jours dans sept villes : comment expliquer aux clients les technologies hybrides et l'électrification, maîtriser les nouveautés fiscales liées aux véhicules les moins polluants et les nouveaux

produits financiers (LLD, LOA, LOA sans engagement, etc.), et identifier les points clés de l'expérience client dans le parcours de vente.

Pas de langue de bois

Comme toujours dans les formations Suzuki, les groupes de stagiaires ont travaillé sur des cas très concrets, au plus près de leur réalité quotidienne et dans une ambiance conviviale. Les responsables de Suzuki France, à commencer par Stéphane Magnin, directeur de l'Activité Automobile, étaient présents pour expliquer la stratégie de la Marque et répondre aux questions sans langue de bois.



« Le but principal de ces formations était de renforcer les compétences globales de nos vendeurs en matière d'électrification pour leur permettre de mieux accompagner la montée en puissance de la gamme VP 100 % hybride de la Marque. » explique Laurence Lebreton, responsable Marketing de l'Activité Automobile de Suzuki France. « Le bilan est très positif avec un taux de satisfaction des vendeurs de plus de 80 % ».



Photo et texte : Joël Chassaing-Cuvillier

MIYAJIMA

LE TORII FLOTTANT

Le Torii de Miyajima est l'un des sites touristiques les plus connus du Japon. Situé dans l'île sacrée de Miyajima, il fait partie du temple Shinto Itsukushima-jinja. Ce temple posé en partie sur pilotis et qui, en fonction des marées, semble posé sur l'eau, se doit d'être visité. L'idéal est de passer une nuit sur place dans l'un des ryokan installés dans les collines. Cela permet de s'imprégner de l'ambiance du site et de découvrir les cerisiers en fleurs au travers de la brume matinale. Ne pas oublier de déguster des huîtres grillées proposées dans les échoppes de pêcheurs avant d'aller se plonger dans le onsen brûlant de l'hôtel et de dîner d'un superbe repas kaiseki. Autre curiosité de l'île, ses cerfs qui déambulent dans le village et quémantent de la nourriture. Située au large d'Hiroshima dans la mer de Sato, l'accès à Miyajima se fait par ferries.

> AGENDA

AUTO

- Du 3 au 7 octobre
Essais media du S-Cross hybride auto-rechargeable
- Du 25 octobre au 6 novembre
Route du Rhum - Destination Guadeloupe (départ à Saint Malo)
- Du 7 au 19 janvier
La Grande Odyssée VWF

MOTO

- 29 et 30 octobre
V-STROM Experience à Perpignan
- Du 10 au 13 novembre
Suzuki présente ses nouveautés au salon EICMA à Milan
- A partir du 28 novembre
Essais presse des nouvelles V-STROM 1050/DE

MARINE

- 22 et 23 septembre
Salon de Gênes et essais des nouveautés par la presse française
- 1^{er} et 2 octobre
Grand Pavois Fishing
- 15 et 16 octobre
Master Suzuki Fishing Golfe de Saint Tropez avec la SNST
- Du 3 au 10 décembre
Nautic de Paris 2022

> CONTACTS PRESSE

AUTO

Alain Le Meur
Directeur Adjoint Presse & R.P
01 34 82 14 71
alemeur@suzuki.fr

Yann Bouffaut
Chargé de Communication
01 34 82 14 48
ybouffaut@suzuki.fr

MOTO

Mikaël Barreau
Chargé de Communication
01 34 82 14 55
mbarreau@suzuki.fr

MARINE

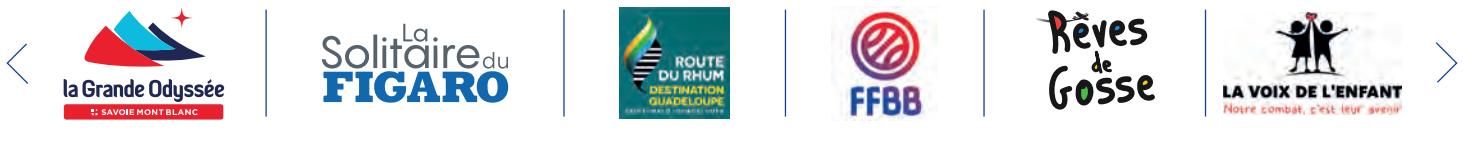
Marika Doulas
Responsable Communication
Marketing & Presse
06 48 17 80 74 | mdoulas@suzuki.fr



ENSEMBLE

VÉHICULONS LES PASSIONS
& LES ENGAGEMENTS
QUI NOUS ANIMENT

Suzuki Automobile est partenaire
d'aventures sportives & d'associations au grand cœur.



TOUT AU LONG DE L'ANNÉE, VIBREZ AVEC NOUS AU RYTHME
D'ÉVÉNEMENTS ET D' ACTIONS INCONTOURNABLES.