

L'actu **SUZUKI**

Le magazine d'information de Suzuki en France

22

4^e TRIMESTRE 2017

AUTO - MOTO - MARINE



Way of Life!

*Un style de vie !

Surfer sur la vague

« En France, le “monde” Suzuki repose sur les trois grands piliers du groupe Suzuki Motor Corporation : l'Automobile, la Moto et la Marine, secteur que j'ai le plaisir de “barrer.” Pour ce numéro de L'Actu 22, c'est l'univers nautique qui “fait la une” comme on dit dans la presse, et j'en suis très heureux.

Dans l'Hexagone, 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, pour propulser des unités de belle taille destinées à la promenade ou à la pêche mais aussi les embarcations professionnelles.

Suzuki vient de répondre magnifiquement à cette attente en lançant son nouveau V6 développant 350 ch. Puissant, compact et souple, le DF350A bénéficie des technologies les plus innovantes issues de programmes de recherches menés au Japon.

Ce nouveau moteur a nécessité quatre années de développement qui ont permis d'associer, autour des concepteurs et ingénieurs japonais, des experts et techniciens d'autres pays ; la France a eu l'honneur d'apporter sa contribution en tenant compte notamment des avis d'utilisateurs afin de parvenir à élaborer un moteur plus souple, moins gourmand et donc moins onéreux que deux moteurs de 175 ch installés à l'arrière d'un bateau.

Chez Suzuki, nous avons désormais au sommet de la gamme trois moteurs V6 ; les 3,6 l développant 200, 225 et 250 ch, les 4 l développant 250 et 300 ch et le nouveau 4,4 l de 350 ch.

Dans un marché français du moteur hors-bord qui reste stable en volume, le segment des moteurs offrant une forte puissance est le plus dynamique. Suzuki continue cette année sa progression. L'Activité Marine se porte bien, les équipes sont engagées et confiantes pour surfer sur la vague du succès.

Avec mes collègues de l'Automobile et de la Moto, je vous souhaite une excellente fin d'année.

Bonne lecture à tous. »

Christophe Vassas
Directeur de l'Activité Marine.



2

Sur le mois d'octobre, Suzuki avec sa technologie hybride arrive en 2^e position des ventes de modèles hybrides non rechargeables derrière Toyota et devant Lexus.

1

Malgré son arrivée tardive dans la saison, la GSX-R1000 a su très vite rattraper ses concurrentes pour s'imposer comme la meilleure vente sur le segment des sportives.

700

C'est en chevaux, la puissance totale des deux moteurs Suzuki DF350A installés sur le Cap Camarat lors des essais presse à Hyères.

6



10



16



14

28



22



4-5 SUZUKI GLOBAL

4 Brèves

6-9 PRODUIT

6-7 DF350A

8 Gamme Business Auto

9 Séries spéciales Moto

10-17 ÉVÉNEMENTS SALONS

10-11 Convention Marine

12 Le DF350A en vedette à Gênes et à Cannes

13 Suzuki partenaire des Voiles de Saint-Tropez

13 Grand Pavois de la Rochelle

14-15 Salons de Tokyo, Lyon et Francfort

15 Essais presse en Alsace

16 GSX-R 1000 au Bol d'Or

16 Boutique Bol d'Or

17 Montre Casio G-Shock

18-21 RÉSEAU

18-19 Concession Bellamy et Etienne Masson

20-21 Concession Hardennière au Mans

22-27 COMMUNICATION

22 Les formations Suzuki Sales Campus

23 Cote d'Amour des Constructeurs 2017

24 Journée ALD BlueFeet

24 Les Fantastiques BNP Paribas

25 Marine : les promos hivernage

25 Marine : Appli smartphone

26 Teddy Riner : Bravo Champion !

27 Communauté Suzuki

28 Awards Auto Moto Marine

28 AGENDA

Suzuki passe la barre des 25 millions d'unités automobiles cumulées vendues au Japon

Après 62 ans de présence sur son marché domestique, Suzuki a franchi les 25 millions d'unités cumulées vendues au Japon en août 2017.

Depuis octobre 1955, et le lancement de la Suzulight, Suzuki s'est attaché à proposer des véhicules toujours plus adaptés aux besoins des clients et c'est aujourd'hui une nouvelle étape qui a été franchie avec fierté pour la Marque.

À l'échelle mondiale, les ventes cumulées se montaient à 62,6 millions d'unités à fin juillet 2017 et Suzuki ne compte pas s'arrêter là.



Programme Next 100

L'exercice 2016 correspondait à la deuxième année du nouveau programme de gouvernance à moyen terme « SUZUKI NEXT 100 » (2015 à 2019) et Suzuki est déterminé à maintenir ses efforts pour atteindre ses objectifs de progression du chiffre d'affaires à 3,7 milliards de yens en 2019 tout en conservant une marge de résultats d'exploitation de 7 %. C'est pourquoi Suzuki prévoit de se concentrer sur les axes de Recherche et Développement en matière de sécurité et d'environnement, tout en investissant sur des marchés d'avenir tel que l'Inde.



Le Pakistan est le premier pays où Suzuki a produit ses véhicules en dehors du Japon, en 1975. Suzuki est leader sur le marché pakistanais avec 53 % de part de marché. Par ailleurs, Pak Suzuki Motor s'est mobilisé sur des questions d'éducation et d'environnement.

Hirofumi Nagao, Directeur Général de la filiale pakistanaise de Suzuki, s'est vu récompenser pour sa contribution au développement de l'industrie automobile pakistanaise et au renforcement des relations économiques et de confiance entre le Japon et le Pakistan. L'ambassadeur japonais au Pakistan lui a remis la décoration du Ministère des Affaires Étrangères japonais.

De bons résultats sur le premier trimestre 2017

Sur 2017, le chiffre d'affaires consolidé de Suzuki Motor Corporation croît de 115,3 milliards de yens (+15,3 %) par rapport à la même période du dernier exercice. Cette croissance est soutenue par les trois unités Suzuki - Auto, Moto et Marine - grâce à des nouveautés produits qui séduisent et à la progression des ventes à l'export, notamment en Inde et en Europe.



Moto : **La nouvelle GSX-R1000 s'impose en compétition lors de la course Senior TT 2017**

Micheal Dunlop a remporté la victoire pour le team Suzuki Benetts au guidon de la nouvelle Suzuki GSX-R1000 lors de la prestigieuse course Senior du Tourist Trophy de l'île de Man 2017.

Le nouveau modèle Suzuki GSX-R1000 a su montrer ses performances hors du commun, affichant un temps inférieur de 13 secondes par rapport à la moto terminant à la seconde place.

Suzuki UK et Nouvelle Zélande à l'honneur pour la satisfaction clients

Suzuki Nouvelle Zélande a remporté l'Award de la satisfaction clients, organisé par Canstar Blue Nouvelle Zélande. Les participants lui ont attribué la note maximale de 5 étoiles, devant toutes les autres marques automobile, sur les critères de fiabilité, d'expérience de conduite, de rapport qualité-prix, d'expérience d'achat et d'expérience après-vente.

De son côté, le service après-vente de Suzuki UK a obtenu un bon score dans l'étude clients Driver Power, réalisée par le magazine Auto Express. Suzuki a été classé 4^e sur 26, grimant ainsi de 3 places par rapport à l'année dernière.

La Swift remporte le Prix RJC de Voiture de l'Année 2018



La Swift a remporté le Prix RJC de Voiture de l'Année 2018, décerné par l'Automotive Researchers' and Journalists' Conference of Japan (RJC, conférence des analystes et journalistes automobiles japonais).

Depuis son lancement en 2004 en tant que modèle stratégique mondial de la Marque, la Swift en est à sa troisième génération, et ce sont donc trois générations de ce modèle qui ont successivement obtenu cette distinction. Après le WagonR en 1993, le WagonR et le WagonR Stingray en 2008, la Swift en 2005 et 2010, le Hustler en 2014 et l'Alto en 2015, c'est la septième fois que Suzuki décroche le prix RJC de Voiture de l'Année.

DF350A

Le plus performant des V6 signés Suzuki

Le nouveau moteur V6 4 temps de Suzuki est le moteur hors-bord le plus gros et le plus puissant jamais conçu par Suzuki. En développement depuis 2014, son lancement marque une étape importante dans l'évolution en matière d'ingénierie et de design des moteurs marins.

Pour Suzuki Marine, l'année 2017 aura été marquée par l'arrivée, au sommet de la gamme des moteurs marins, du plus puissant des moteurs jamais construits par l'entreprise. Compact et de poids réduit, le nouveau V6 DF350A offre une puissance de 350 ch ainsi que des caractéristiques exemplaires de confort, de souplesse, de sobriété.

« Pour son élaboration, nous avons suivi avec intérêt l'évolution de la taille des bateaux. Mais nous avons aussi pris en compte le regain d'intérêt des clients pour le hors-bord parmi tous les types d'embarcations le plus souvent équipées de moteurs sterndrive ou inboard » a expliqué Yasuharu Osawa, Directeur Général Exécutif, division Moteurs Marins et autres activités de Suzuki Motor Corporation, lors du lancement presse.





La technologie des hélices contre-rotatives

L'imposante cylindrée de 4,4 l est associée à un taux de compression haute performance de 12/1, le plus élevé de tous les moteurs hors-bord de série. La combinaison exclusive d'une admission d'air directe, d'injecteurs doubles et de pistons renforcés a permis d'éliminer quasiment tous les cognements, typiques des moteurs à haute compression.

Le nouveau DF350A reçoit un système d'admission d'air directe permettant au moteur d'aspirer une grande quantité d'air frais tout en éliminant l'eau, les vapeurs et l'humidité. Ce nouveau moteur dispose également d'un système inédit d'hélices contre-rotatives offrant trois avantages majeurs : des dimensions compactes, une stabilité accrue et une capacité de traction supérieure.



Le moteur DF350A récompensé

Suzuki a décroché en septembre 2017 son 9^e Prix de l'Innovation IBEX de la National Marine Manufacturers Association (NMMA), récompensant son nouveau DF350A ; la Marque détient ainsi le plus beau palmarès de l'Industrie Marine dans la catégorie moteurs hors-bord.

Les Innovation Awards (distinguant l'innovation technologique) attribués chaque année par la NMMA sont considérés comme les prix les plus prestigieux de l'industrie marine.

Les moteurs hors-bord de Suzuki ont décroché le trophée IBEX à huit reprises, le premier étant le DT200 en 1987. Huit de ces prix ont été attribués à des hors-bord 4 temps, un palmarès inégalé dans la catégorie moteur.

1987 : DT200 1997 : DF70 & DF60
1998 : DF50 & DF40 2003 : DF250
2006 : DF300 2011 : DF50A & DF40A
2012 : DF300AP 2014 : DF30A & DF25A
2017 : DF350A



Depuis septembre, la gamme Business est en action



Après avoir enregistré des résultats très significatifs et très encourageants, soit +35 % en juin 2017 et +22,9 % sur le semestre par rapport aux mêmes périodes de 2016, Suzuki France lance une gamme Business à destination des professionnels. Les professions médicales et paramédicales seront les premières visées par cette nouvelle offre.

« Tous les modèles de la gamme Suzuki sont concernés par notre nouvelle offre Business. Nous les

proposons avec les principaux équipements de sécurité comme le GPS, le régulateur de vitesse, l'allumage automatique des phares, l'Android Auto et Apple CarPlay. Nous voulons aussi affirmer nos atouts en matière de technologies hybrides, que les professionnels apprécient, sur Swift, Ignis et Baleno, et bien sûr renforcer nos offres Diesel, en boîte automatique, sur Vitara et S-Cross. Notre offre Business sera enfin complétée par l'entretien inclus » explique Fabien Edery Responsable des Ventes aux

Entreprises. Côté financement, il sera possible de s'appuyer sur nos partenaires ALD pour la location longue durée et Cetelem pour le crédit-bail. Tous les concessionnaires de la Marque sont concernés par cette offre, mais dans le premier temps de déploiement, ce programme s'adresse prioritairement à une soixantaine d'entre-eux. L'objectif de Suzuki est de "booster" les ventes à professionnels à hauteur de 3 500 unités cette année contre 2 500 en 2016.



MOTO

Séries spéciales...



RM-Z250 MXGP Réplica

Pour doper son offre de rentrée, Suzuki propose à ses clients une offre spéciale de motos réalisées en séries limitées. Les V-Strom 1000 et V-Strom 1000 XT série Adventure embarquent ainsi des poignées chauffantes, un top-case de 55 l, une béquille centrale, des pare-carters ainsi que des projecteurs antibrouillard.

La GSX-S1000 Evo se pare de son côté d'un silencieux Yoshimura Evo 6, d'un saute-vent noir, de clignotants à Led et de liserés de jantes. Enfin, les RM-Z250 et RM-Z450 MXGP Réplica sont proposées aux couleurs MXGP, avec un échappement titane AKRAPOVIČ.



V-Strom 1000 Adventure



GSX-S1000 Evo

Convention Marine

À Hyères, le réseau a fêté le nouveau DF350A

Ils sont venus et ils étaient (presque) tous là, les distributeurs Suzuki Marine. À Hyères, les 6 et 7 novembre, la convention de fin d'année a rassemblé les représentants de la Marque autour du nouveau Directeur Général Marine Europe, Daisuke Kawatari qui a ouvert la réunion plénière avec quelques mots en français.



Le nouveau moteur V6 a été présenté lors d'un show « à l'américaine » à la fois convivial et tonique, précédant une soirée de gala, au club Belambra – Les Criques à Hyères, face à la presqu'île de Giens. « *Le site avait été choisi pour la qualité de son plan d'eau, généralement plat lorsqu'il fait beau ; nous voulions vraiment pouvoir démontrer les capacités de notre nouveau moteur* » explique Christophe Vassas Directeur de l'Activité Marine de Suzuki France.



La proximité avec la grande bleue était évidemment nécessaire puisque le second jour, après les ateliers technique et pièces détachées pour la présentation du nouveau configurateur, tous les participants étaient invités à tester le 350 ch. Deux unités avaient été prévues pour les sorties en mer, un Cap Camarat Jeanneau de 10.5m équipé de deux moteurs de 350 ch et un semi-rigide Nuova Jolly de 28 pieds équipé, lui, en monomoteur.

Du ponton privé du site de Belambra, les deux bateaux ont successivement emmené les invités pour tester les performances du V6 qui a fait l'unanimité, avec des pointes à plus de 50 nœuds. Les participants s'en souviendront longtemps !

Le moteur DF350A en vedette à Gênes et à Cannes



Deux salons mais une même vedette, le nouveau DF350A. Révélé à la presse à Gênes, le nouveau V6 a également fait la joie des amoureux du nautisme, réunis au Yachting Festival de Cannes.

Présenté pour la première fois en Europe dans le cadre du Salon International de Gênes, le nouveau moteur V6 DF350A de Suzuki a pu exprimer tout son talent sur l'eau, malgré des conditions de mer difficiles. Suzuki avait invité à cette occasion de nombreux journalistes venus de différents pays, dont une dizaine de français. Les journalistes ont pu échanger avec l'ingénieur Katsuhiro Fukuda et avec Christophe Vassas en charge du département



Marine chez Suzuki France. Le salon de Gênes a également permis à Suzuki de présenter son nouveau moteur de 100 ch de 1,5 l de cylindrée, le 100B. Réalisé à partir du moteur connu de 90 ch, le 100B, plus léger que le 100A, se destine aux bateaux légers et aux semi-rigides. Produit dans l'usine de Toyokawa au Japon, il est actuellement disponible.

À Cannes, parmi les grands

En présence des plus grands acteurs de la plaisance mondiale, le DF350A occupait une place de choix au Yachting Festival de Cannes. « Pour Suzuki Marine, faire partie des exposants du Yachting Festival de Cannes est un réel privilège. Nous sommes présents ici au cœur de l'un des plus prestigieux

salons internationaux de la plaisance. A voile ou à moteur, les plus somptueux bateaux se côtoient ici et rivalisent d'élégance, de raffinement et de prouesses technologiques devant un public averti » déclare Christophe Vassas.



Suzuki, nouveau partenaire moteur des Voiles de Saint-Tropez

Évènement référence du monde nautique, “Les Voiles de Saint-Tropez”, est d’abord un rassemblement unique dédié à la tradition, à l’authenticité et à la passion. Depuis l’édition 2017, 19^e du nom, et pour 3 ans, Suzuki est fournisseur officiel de la Société Nautique organisatrice.

Devenant ainsi fournisseur officiel de ce rassemblement de passionnés réunissant plus de 300 des plus beaux voiliers du monde, modernes et classiques, pour des régates dans le golfe tropézien, Suzuki met à disposition de son partenaire 10 moteurs hors-bord

pour sa flotte d’encadrement des activités de voile. Il s’agit de moteurs de **la gamme portable avec le DF20A, de la gamme sport avec les DF90A et DF40A ainsi que de la gamme performance avec le DF200APX.**

Le Trophée Suzuki au vainqueur

Suzuki Marine a également présenté ses moteurs dans le prestigieux village des Voiles, situé sur l’Esplanade du port et remis un **Trophée** au gagnant de la catégorie 12 m JI.

Philippe Martinez, Responsable Logistique en Mer a déclaré : « *Nous avons trouvé, avec Suzuki Marine, un partenaire de confiance. Avec l’expérience de la Marque sur le marché des moteurs marins et leur qualité reconnue, il nous semblait naturel que Suzuki Marine devienne fournisseur officiel de la Société Nautique de Saint-Tropez.* »

Grand Pavois de la Rochelle Un salon riche en échanges



A peine rentrées du salon de Gênes, les équipes « marine » de Suzuki ont pris la route de La Rochelle où se déroulait, comme chaque année, le Grand Pavois. À La Rochelle, les contacts établis avec Suzuki sont toujours riches d’enseignement et d’échange. « *Ici, nous avons des clients connaisseurs et utilisateurs de nos pro-*

duits ; ils nous posent parfois des questions pointues car ils sont plaisanciers ou pêcheurs et les moteurs Suzuki sont leurs véritables partenaires » explique Christophe Vassas. Cette année, Suzuki apportait également un soutien technique à l’équipe Zeppelin qui participait au Fishing, un concours de pêche en mer se déroulant pendant le salon.



SURVIVOR star électrique du Salon de Tokyo

Révéle au monde lors du récent Salon de Tokyo, le concept e-Survivor présente la vision qu'a Suzuki d'un modèle ludique.

C'est dans le « temple » d'Hamamatsu que les ingénieurs et designers ont donné naissance à ce 4x4 du futur qui cache, dans ses roues, quatre moteurs électriques. Un concept réalisé à partir d'un châssis échelle et arborant un style inédit, à la fois sportif et viril. Une jolie manière de mettre l'eau à la bouche du public, et notamment des fidèles amateurs du Jimny dont une nouvelle version sera présentée au Japon au printemps prochain.

Aux côtés du e-Survivor, Suzuki présentait à Tokyo les XBEE (lire Cross-bi), XBEE Outdoor Adventure et XBEE Street Adventure, des modèles qui seront bientôt sur le marché japonais et qui s'inspirent largement des key-cars. Dans son pays d'origine, Suzuki a vendu en 2016 plus de 3 millions de voitures, près de 1,4 million de deux-roues et plus de 67 000 moteurs marins.



XBEE Street Adventure

Salon de Francfort

La Swift Sport, en vedette européenne

Présentée pour la première fois en Europe, la version Sport de la nouvelle Swift a attiré les regards des médias au dernier Salon de Francfort. La jolie sportive sera commercialisée au printemps 2018.

Suzuki a révélé son nouveau modèle vitaminé dont le lancement commercial aura lieu en mai prochain. La Swift Sport de troisième génération se distingue par une assise abaissée et élargie, un style plus agressif et un rapport poids/couple la propulsant dans la catégorie des véhicules « hautes performances ».

« Nous savons que nos clients recherchent avant tout une expérience de conduite dynamique, c'est pourquoi nous avons fait de la nouvelle Swift Sport un véhicule plus léger, plus vélocé et plus gratifiant à tous égards » explique Masao Kobori, Ingénieur en Chef de la Swift Sport.





Le grand salon organisé à Eurexpo a connu un véritable succès cette année. Suzuki a vendu 61 véhicules grâce à l'implication des deux concessionnaires de Villeurbanne et Tassin-la-Demi-Lune.

Une grande et belle vitrine, deux concessionnaires très impliqués et investis dans le projet et 15 % de visiteurs en plus que lors de l'édition 2015, c'est là le joli bilan du Salon de Lyon 2017. Une édition à la réussite unanimement soulignée et qui a permis à Suzuki de dépasser le cap des 60 voitures vendues. « Lyon est un salon de taille idéale

pour notre Marque. Nous sommes dans une région qui nous est favorable, les clients et prospects apprécient un accès facilité et un échange détendu avec les équipes » explique Stéphane Magnin Directeur de l'Activité Automobile. « Nous avons sur Lyon deux représentants qui s'entendent bien et qui savent travailler ensemble. C'est à la fois agréable et

performant ; le salon a été monté avec Richard Drevet Automobiles de Villeurbanne et Valvert Automobiles de Tassin-la-Demi-Lune. Au final, les affaires ont été bonnes puisque nous avons vendu 61 voitures contre 44 en 2015 » ajoute Christophe Madaire Chef de Région Auvergne Rhône-Alpes.

Essais Presse Les journalistes en ballon (d'Alsace) !

C'est dans la magnifique campagne alsacienne que les journalistes ont pu tester Swift et Ignis. 30 médias étaient représentés.



L'Alsace est une région assez peu visitée par les journalistes essayeurs des différents médias français et c'est pour cela que l'équipe presse de Suzuki France l'a choisie. Une trentaine de journalistes, répartis en deux groupes, ont pris le train depuis Paris pour Strasbourg avant de découvrir les qualités techniques et le comportement routier des Ignis et Swift.

« Nous avons proposé aux journalistes d'essayer les versions hybrides et boîtes automatiques 1.2 l essence et 1.0 Boosterjet de nos deux véhicules compacts à succès, entre Strasbourg et Mulhouse. Et l'Alsace, ses vallées, ses ballons, ses parcours magnifiques avec notamment la route des Crêtes, a enthousiasmé les conducteurs qui ont mis à l'épreuve les qualités dynamiques de nos voitures. La visite du magnifique et incontournable musée Schlumpf à Mulhouse, qui réunit plus de 500 voitures anciennes, n'a pas laissé indifférents nos passionnés d'automobile » explique Nathalie Geslin Directrice Adjointe et Responsable des Relations Presse.



La nouvelle GSX-R1000 fait ses débuts au Bol d'Or 2017

L'édition 2017 du Bol D'Or a permis au Suzuki Endurance Racing Team (SERT) de quitter le circuit Paul Ricard avec une très belle 7^e place et 33 points en poche pour ses débuts avec la toute dernière GSX-R1000 version EWC (Endurance World Championship), encore en plein développement. En catégorie Superstock (modèles de série), la Marque fait encore mieux : en effet, la machine du Junior Team LMS (Le Mans Sud) monte sur le podium en se classant troisième.

Cette équipe, managée de main de maître par Damien Saulnier, s'octroie même la 10^e place du classement scratch ! Notons également que plus de la moitié des Suzuki engagées pour ce Bol d'Or 2017 a franchi la ligne d'arrivée.

La nouvelle GSX-R1000 a ainsi largement prouvé qu'elle était définitivement bien née, malgré quelques inévitables aléas essentiellement dus à sa jeunesse. Après la trêve hivernale, les deux teams officiels Suzuki auront à cœur de se retrouver au départ des 24 Heures Motos du Mans qui auront lieu les 21 et 22 avril 2018. On peut d'ores et déjà s'attendre à du grand spectacle et, pourquoi pas, rêver de victoire !

Moto Opération rentrée Suzuki : 1 000 mercis !

Pour son opération Portes Ouvertes de la rentrée 2017, Suzuki a vraiment mis les petits plats dans les grands afin de satisfaire au mieux ses clients. En dehors du financement exceptionnel proposé en partenariat avec Cetelem sur l'ensemble de la gamme, il était également possible de bénéficier d'un mois d'assurance, offert pour l'achat d'une GSX-R125, GSX-S125 ou GSX-S750.

L'occasion était aussi trop belle pour découvrir les nouvelles GSX-R1000 et GSX-R1000R. Performantes, belles et fortes en caractère, celles-ci ont d'ailleurs déjà fait l'objet de nombreux essais relayés dans la presse où, le plus souvent, leurs nombreuses qualités ont été largement soulignées. À ce titre, ces hypersportives sont d'ores et déjà les plus vendues de leur catégorie en France.

Un Bol de bonheur

Les fans Suzuki n'auraient pour rien au monde manqué ce rendez-vous légendaire qu'est le Bol d'Or. Et, si l'aspect compétition offrait un indéniable spectacle, l'attrait du village n'était pas en reste avec un univers Suzuki magnifiquement mis en avant : exposition de motos de compétition, présentation de nouveaux modèles, séances de dédicaces des pilotes, goodies (casquettes, tétines pour enfant, porte-clés...), accueil VIP et partenaires, etc. Tout a été fait pour que la fête soit la plus belle possible ! Et côté boutique, on s'est encore arraché les produits aux couleurs du SERT et du MotoGP. En résumé, un vrai Bol de bonheur !



Avec CASIO, la performance au poignet

Le team SUZUKI ECSTAR s'est associé à la marque CASIO pour proposer à tous ses fans une montre chronographe particulièrement performante. Habillée aux couleurs MotoGP, cette version spéciale G-SHOCK by CASIO est basée sur le célèbre modèle GA-110. Solidité et équipements complets sont donc au rendez-vous. La montre offre en effet un choix de 29 fuseaux horaires, une mise à jour automatique du calendrier, un chronomètre au 1/1000^e de seconde, une alarme, un minuteur, un rétroéclairage Led, une étanchéité testée à 20 bars ainsi qu'une résistance aux champs magnétiques.

Robuste et fiable, cette montre exceptionnelle est proposée à la vente, par les concessionnaires, au tarif de 169 € TTC.





Etienne Masson

À Lons-le-Saunier, François-Xavier Bellamy apporte son soutien au Champion du Monde d'Endurance moto. En retour, Etienne Masson participe aux journées portes ouvertes de la concession.

Natif du Jura, Etienne Masson a gravi les échelons de la compétition moto aux côtés de son père et de son frère, jusqu'à décrocher le titre de Champion du Monde d'Endurance EWC en 2015 sur la GSX-R1000 du SERT (Suzuki Endurance Racing Team). D'abord porté sur le tout-terrain et le cross en particulier, il est aujourd'hui une icône des circuits, et est devenu proche de François-Xavier Bellamy, concessionnaire Suzuki dans le Jura et dans l'Ain.

« Je vends des Suzuki depuis le début des années 2000. Mon épouse travaille à mes côtés et pilote la partie marketing de nos affaires. Lorsque j'ai rencontré Étienne Masson qui est de la région, j'ai tout de suite accroché avec ce champion et j'ai voulu lui apporter notre soutien. Il roule ainsi en Vitara » explique François-Xavier Bellamy.

« Un motard possède souvent une voiture et Étienne joue vraiment le jeu ; il est présent lors de nos journées Portes Ouvertes ou pour toute occasion qui se présente sous réserve de sa disponibilité bien sûr. »

Pour que le partenariat soit complet, le pilote moto a invité son ami concessionnaire au prochain Bol d'Or et il présentera sa nouvelle moto à la presse dans la concession auto Bellamy. Le prochain projet à l'étude serait d'organiser une journée de pilotage sur le circuit de Bresse, lors de laquelle les vendeurs du « team Bellamy » pourraient faire quelques tours de piste avec le Champion du Monde, sur sa machine. Mais c'est encore confidentiel...

Étienne Masson a commencé la moto à l'âge de 5 ans, avec son frère. À 12 ans, la pratique se fait plus sérieuse, Etienne passant sur une 80 cm³ pour faire du cross. La compétition débute un peu plus tard, mais ses résultats restent à un niveau local.

En 2006, il s'engage sur piste pour la saison complète de la Junior Cup. En apprenant « sur le tas » la pratique et la compétition de vitesse moto, Etienne ne se doutait pas du chemin qu'il allait parcourir...

Son palmarès

2015 : Team S.E.R.T ; Champion du Monde d'Endurance EWC

2014 : Superbike, Junior Team Suzuki LMS ; 3^e du Championnat. Champion du Monde d'Endurance Stock

2013 : Superbike, Junior Team Suzuki LMS ; 4^e du Championnat du Monde d'Endurance : Victoire au Bol d'Or Stock, 2^e des 24h du Mans Stock. Gagnant du Trophée Bruno Bonhuil.

2012 : Supersport, Team Up Racing ; 3^e du Championnat.

2011 : Supersport, Team Moto Ain ; 6^e du Championnat.

2010 : Supersport, Team Moto Ain ; 4^e du Championnat et 5 podiums.

Mondial d'Endurance : 24h du Mans (12^e au général, 4^e Stock), Albacete, Bol d'Or, Qatar (5^e au général)

2009 : Coupe 1000 Promosport
Championnat de France d'Endurance avec le Team V2 ; Vainqueur du Championnat. Bol d'Or avec le Team TRT 27 ; 12^e au classement général et 4^e catégorie Stocksport.

2008 : Trophée Pirelli, Team Moto Ain (Yamaha) ; 2^e du Trophée Supersport, Team V2 (Suzuki) ; Wild Card Superstock Magny Cours ; 10^e Mondial d'Endurance : Oschersleben, Bol d'Or et Qatar.

2007 : Trophée Junior Pirelli, 6^e du Trophée French Cup (3 courses sur 6), 4^e de la French Cup 1^{er} Bol d'Or avec le Team V2 ; Etienne gagne la manche de la French Cup en ouverture du Bol d'Or.

roule en Vitara



Au Mans, l'auto et la moto roulent ensemble

72 Auto Parc et Moto Parc 72, sont les deux concessions de Franck Hardonnière au Mans. La première vend des voitures et la seconde, collée au circuit des 24 Heures, des motos. Ici, les 41 collaborateurs ont un « S » gravé sur le cœur.

Certains d'entre nous mettent, lorsqu'il le faut vraiment, un peu d'eau dans leur vin. Au Mans – en Sarthe comme l'on dit ici – Franck Hardonnière met des motos dans son show-room auto et quelques automobiles devant son show-room moto. Dans la ville des 24 Heures, « Monsieur Suzuki » est très connu, très visible aussi, toujours vêtu d'un blouson Suzuki ; il change simplement la couleur selon s'il se trouve à la concession auto ou à la concession moto, chacune étant située à une entrée de la ville et distante de l'autre de 8 km.

À 54 ans, Franck travaille avec son épouse et son fils Julien ; motard depuis 35 ans, il a d'abord vendu des voitures avant de racheter la concession moto. « Je suis concessionnaire Suzuki auto depuis 1996 et moto depuis 2015. Lorsque j'ai repris l'affaire moto, je n'ai pas cherché bien loin pour lui donner un nom. J'avais déjà la bannière 72 Auto Parc alors j'ai décliné en Moto Parc 72. Mais les deux affaires sont exactement aux normes de

la Marque et c'est là pour moi un point majeur. Je demande à tous mes collaborateurs de porter le plus possible des tenues Suzuki car je trouve qu'il est à la fois normal et valorisant de mettre en avant notre Marque. »

Avec 41 collaborateurs sur deux affaires, Frank Hardonnière est un parfait ambassadeur Suzuki ; il vend 270 VN par an et 100 motos. Mais, avec le VO et ses marques complémentaires, Hyundai, Subaru et Ssangyong, il livre une centaine de voitures par mois. « Au-delà du commerce pur, j'ai souhaité internaliser totalement l'atelier de réparation et de carrosserie ; nous avons une grande stabilité des collaborateurs et les clients apprécient la relation créée avec eux. Je suis très attentif à cela. »

ADAPTER LES MÉTHODES DE L'AUTO À LA MOTO

Lorsqu'il a repris l'affaire dédiée à la moto, celle-ci était en perte de vitesse. C'est le comble, lorsque l'on est situé

tout juste le long de la piste des 24 Heures du Mans ! Alors, Franck a analysé la situation et a décliné les méthodes en place dans l'univers auto pour les adapter à la moto.

« J'ai repris l'activité moto par passion. Je pensais bien qu'avec quelques méthodes nouvelles, il serait possible de changer de braquet. J'ai donné de la visibilité à l'activité et j'ai apporté un service clair et transparent aux clients tout en augmentant le stock de machines disponibles à la vente. »

Aujourd'hui, la moto est devenue plus corporate que l'auto ; en 3 ans, nous sommes passés de 35 motos neuves par an à 100, nous avons désormais 3 semaines de remplissage à l'atelier. En termes d'emploi, nous étions 3 et nous sommes 7. En auto comme en moto, je n'ai jamais considéré que Suzuki était une "petite marque". Ici au Mans, nous vivons à fond Suzuki, avec une réelle volonté d'appartenance. Et tout le monde s'en porte bien. »





LA COMPÉTITION COMME VITRINE



Franck Hardonnière

Passionné, Franck Hardonnière l'est aussi par la compétition et il a entraîné son fils Julien dans la course automobile sur terre. Membre de la Fédération Française du Sport Auto en charge du Rallycross dans sa région, il est aussi pilote. Il avoue courir aujourd'hui plus pour le plaisir que pour la gagne qu'il laisse à son fils, Champion de France de Rallycross 2016 sur Swift Super 1600.

« Nous avons acheté une voiture de course, ex usine ; l'an prochain nous en aurons une seconde car, au-delà du plaisir, j'ai constaté que le sport auto était un très bon vecteur commercial. Je pense pouvoir dire que, grâce à lui, nous vendons 2 à 3 voitures de plus par mois. Lors des épreuves, notre visibilité sur les réseaux sociaux crée du lien et des contacts. »

Pour ne pas être en reste avec la moto, Franck Hardonnière pense bien engager une moto cette fois en endurance. Il veut inscrire en juillet prochain une machine au départ des « 23 Heures 60 » la course qui se déroule sur le circuit du Mans, l'année où Suzuki relancera la GSX-R. Vendre des Suzuki, qu'elles soient sur 2 ou 4 roues, c'est plus efficace avec quelques investissements et un peu de stratégie. Franck Hardonnière l'a compris depuis longtemps.



Lancés avec succès en 2015, les cycles de formation Suzuki Sales Campus ont permis à 106 commerciaux de se former et à 98 d'entre eux de se certifier.

Pour l'édition 2017, Suzuki Sales Campus a mis en place, avec le soutien de coaches dédiés, une formation complète grâce à de nombreux outils et astuces permettant d'approfondir et de maîtriser tous les aspects de la vente.

Fidèle à ses valeurs de simplicité et d'efficacité, Suzuki France a conçu un programme pragmatique composé de deux cycles qui mettent l'accent sur la pratique et l'échange. L'objectif est de développer les connaissances et compétences des commerciaux notamment sur les valeurs Suzuki, les fondamentaux

de la vente et les différentes typologies de clients, afin d'augmenter la qualité de la relation client et donc les ventes globales.

Le Cycle 1 – Les Fondamentaux. Destiné aux nouveaux entrants, il se compose de 3 modules de trois jours chacun. La nouvelle formule propose une première session centralisée au siège de Suzuki France, afin de créer une dynamique de groupe ; les sessions suivantes seront, elles, délocalisées en régions.

Le Cycle 2 – Le Perfectionnement. Accessible aux commerciaux certifiés à l'issue du Cycle 1, il se compose de 4 modules de 1,5 jour chacun, axés sur la spécialisation et l'approfondissement des différentes techniques. La Certification du Cycle 2 s'effectue sous forme de contrôle continu. La remise des diplômes des deux cycles aura lieu à Paris en juin 2018.

PROGRAMME CYCLE 2

- **MODULE 1**
Relance & Fidélisation
- **MODULE 2**
Financement, LOA, Switch & Go
- **MODULE 3**
Vente aux TPE/PME
et Professions Libérales
- **MODULE 4**
Cultiver son portefeuille

Cote d'Amour des Constructeurs 2017

Suzuki vainqueur de sa catégorie

Evènement référence de l'automobile, la Cote d'Amour des Constructeurs est organisée pour la branche concessionnaire du CNPA (Conseil National des Professions de l'Automobile).

Suzuki se hisse sur la plus haute marche du podium de la catégorie « autres marques » devant Skoda et Dacia et s'installe à la 5^e place du classement général.

La Cote d'Amour des Constructeurs qualifie, chaque année, en partenariat avec le magazine Auto Infos, la relation qu'entretient la Marque avec son réseau.

Une grille très complète de 23 critères est proposée, autour de la vente VN et VO, de la réparation, de la vente de pièces détachées, et des conditions financières proposées.

Suzuki totalise cette année une note de 6,45/10 alors que le vainqueur toutes catégories – Volvo – totalise 7,29/10. La meilleure appréciation formulée pour Suzuki concerne la qualité des VN livrés avec 9,6/10. A noter également les 4 meilleurs scores pour l'assistance technique, la qualité de la formation, le traitement de la garantie, et la communication marketing après-vente.



Journée ALD Bluefleet®



Suzuki France a participé en septembre à la journée Bluefleet® d'ALD Automotive, spécialiste de la location longue durée et partenaire de la Marque. Ce rendez-vous, devenu incontournable dans l'univers de la gestion de parcs automobiles, réunit les grands comptes, les marques automobiles et les spécialistes du service apporté au conducteur. Organisée sur le circuit de Versailles-Satory (78) entièrement privatisé pour l'occasion, cette journée conviviale a permis à 30 constructeurs de présenter leurs dernières nouveautés dédiées à la mobilité professionnelle. Pour sa part, Suzuki France exposait la Swift Hybrid SHVS, avec le soutien de deux de ses Chefs de Région.

Cet événement, dédié à la mobilité automobile d'entreprise éco-responsable, était placé sous le signe des nouvelles mobilités et de la transition énergétique. Car-sharing, co-voiturage, vélos électriques, véhicules hybrides et électriques, de nouveaux usages se développent et avec l'apport du digital, le déplacement en entreprise est en pleine mutation. Au travers d'interventions et d'expertises, les équipes ALD ont présenté les solutions imaginées pour anticiper le futur.



Initiative originale et porteuse de succès, l'opération « Les Fantastiques » organisée par Suzuki Finance avec BNP Paribas s'est déroulée du 9 octobre au 2 décembre. L'objectif : contribuer au développement des ventes par l'acquisition active de nouveaux clients. La mécanique : les conseillers du Pôle Expert Auto BNP Paribas démarchent leurs clients en phase de renouvellement de véhicule et leur proposent une offre locative packagée orientée sur la nouvelle Swift, clients qu'ils adressent chez le concessionnaire Suzuki le plus proche.

« Notre partenaire historique BNP Paribas dispose de 2 088 agences en France et nous avons voulu réunir nos forces pour tester cette opération qui est une première pour Suzuki. 600 000 flyers ont été insérés dans les relevés de comptes clients, assortis de push digital sur tablettes et mobiles, de bannières sur le site web client et d'une campagne d'affichage en agences sur la solution locative » explique Gilbert Kingold, Directeur Adjoint Automobile - Marketing - Suzuki France.

Suzuki et Cetelem font des heureux !



La rentrée a, une nouvelle fois, permis de faire des heureux avec le soutien de Cetelem, partenaire financier de la Marque. Outre la TVA ou l'entretien offert sur certains modèles de voitures, les clients moto ont pu bénéficier pendant un mois et demi d'une offre de financement exceptionnelle à taux fixe se situant entre 0,9 % à 2,9 %. Tous les modèles étaient concernés, des motos sportives aux modèles tout-terrain en passant par les scooters. Une bonne raison de s'offrir l'engin de ses rêves et d'entrer dans la grande famille Suzuki tout en ménageant son portefeuille !

Les promos hivernage et mise à la mer

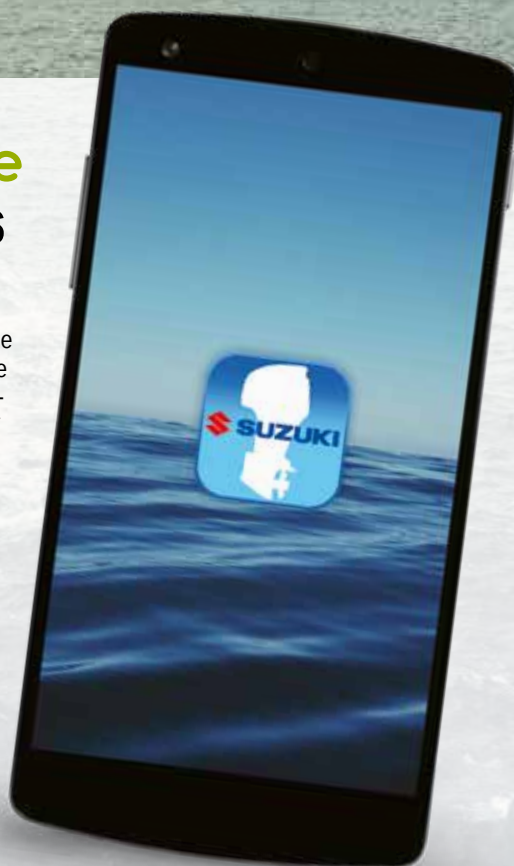
Pour lisser les travaux d'entretien sur les moteurs marins, Suzuki propose à son réseau de distributeurs Marine une formule astucieuse que ces derniers relayent avec succès auprès de leurs clients possesseurs de bateaux à moteur. Il s'agit des formules « hivernage » en septembre/octobre et « mise à la mer » au printemps.

Celles-ci permettent, avant de stocker le bateau ou au contraire avant sa remise à l'eau, de réaliser les travaux nécessaires à savoir le remplacement des bougies, des filtres à huile et essence, de la pompe à eau, des anodes et des lubrifiants.

Cette année, le département Pièces de Rechange et Accessoires de Suzuki a ajouté dans la formule la possibilité de proposer au client une housse moteur afin d'améliorer encore la protection, notamment lorsque le bateau est au ponton ou à un corps mort.

Une application smartphone pour l'acquisition d'informations sur un moteur hors-bord

Suzuki Motor Corporation a développé une application gratuite pour smartphone baptisée Suzuki Diagnostic System Mobile (SDSM) qui permet à l'utilisateur d'acquérir facilement des informations sur son moteur hors-bord. Celle-ci a pour objectif de renforcer la satisfaction client en après-vente. À l'approche de l'entretien d'un moteur hors-bord, SDSM permet à son utilisateur de consulter des informations relatives au moteur en question, sur son smartphone, en scannant simplement les QR Codes affichés sur la jauge multifonction. En outre, si les informations sur le moteur sont jointes à un e-mail envoyé au personnel de service, ce dernier n'aura pas besoin d'effectuer de diagnostic complémentaire lors de la réception du moteur à l'atelier. L'application SDSM est compatible avec tous les moteurs hors-bord à injection de Suzuki pouvant être associés à une jauge MFG. Son lancement a d'ores et déjà débuté pour l'iPhone (date variable selon les pays). Une version pour Android™ devrait également être proposée ultérieurement.



Bravo Champion !



Les amateurs de sport qui suivent le judo notamment à la télévision ont eu la surprise de découvrir lors des derniers Championnats du Monde, le logo Suzuki en très bonne place sur les sites hongrois de la compétition et sur le kimono de Teddy Riner de nouveau Champion du Monde.

La Fédération hongroise de judo, représentée par son président Laszlo Toth et Suzuki Hongrie, présidée par Yoshinobu Abe, avaient en effet signé un bel accord faisant de Suzuki le partenaire principal de ces Championnats du Monde 2017.

Par ailleurs, en marge de la compétition sur les tatamis, du 28 août au 3 septembre, les officiels et participants ont pu prendre place dans divers véhicules de la Marque, dont des Swift. Peut-on en déduire que Suzuki a porté chance à notre illustre champion Teddy Riner? Rien ne nous interdit de le croire. Mais il est néanmoins fort probable que seul le talent de notre nonuple médaillé d'or aux mondiaux, ait suffi pour s'imposer une nouvelle fois...

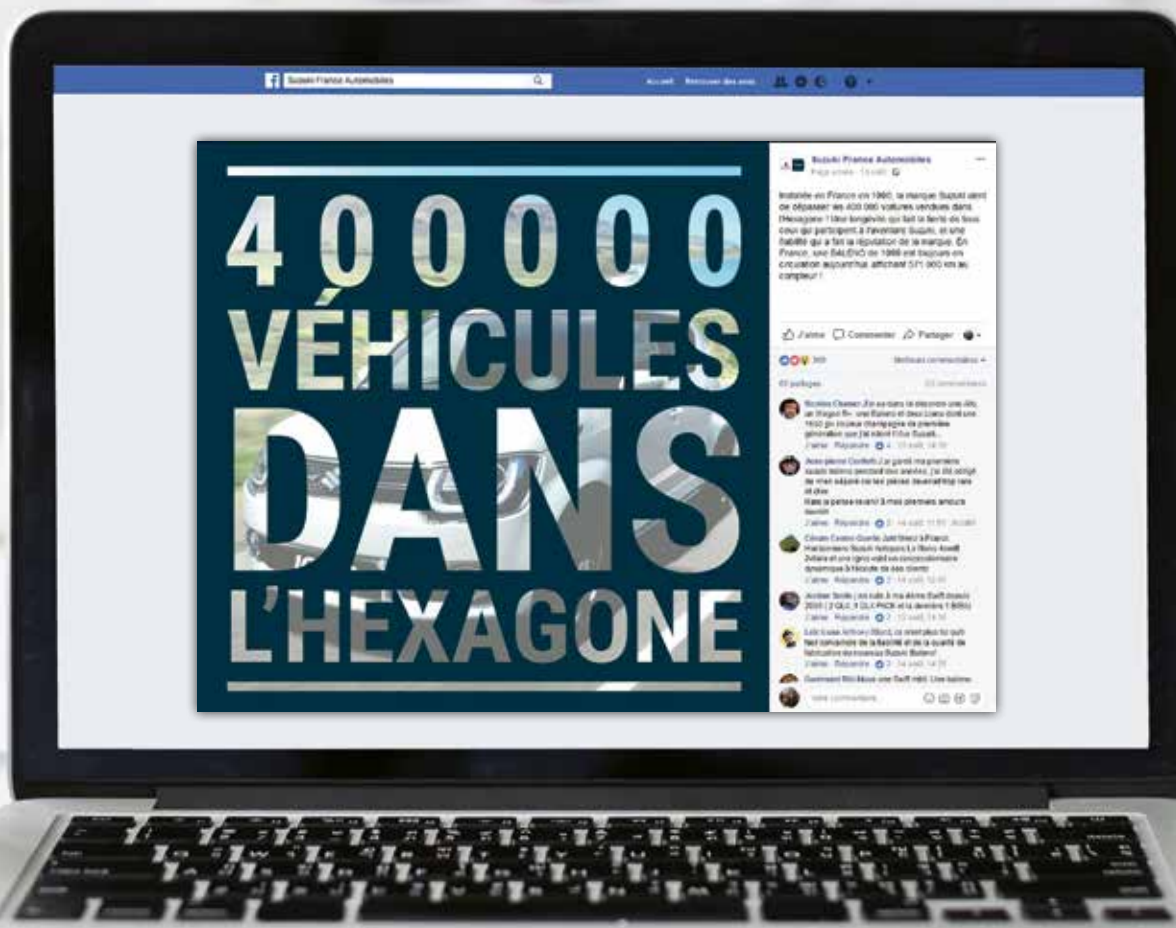
Réseaux sociaux

Suzuki, on t'aime !

Si la marque Suzuki est connue des français depuis le tout début des années 1960, avec la commercialisation des motos dans l'Hexagone, il aura fallu attendre 1990 pour que l'implantation officielle des automobiles soit entérinée. Depuis lors, Suzuki Automobiles a vendu localement quelques 400 000 véhicules. Pour la plus grande fierté de ses représentants, la Marque peut se targuer d'une longévité et d'une fiabilité qui ont fait sa réputation. Et si certains sont des inconditionnels des 4X4 depuis des décennies, d'autres entretiennent également avec minutie des berlines, comme ce propriétaire d'une Baleno affichant 571 000 km au compteur !

Pour se rendre compte de la notoriété de la Marque en France, il suffit de se rendre sur les réseaux sociaux ou la communauté Suzuki Automobiles, tout comme celle de la moto, est particulièrement active. À ce jour, le compte Facebook dédié à l'automobile totalise plus de 12 000

abonnés. Des centaines de commentaires apportent un éclairage significatif sur l'engouement que suscite la marque Suzuki : « *j'en suis à ma 4^e Suzuki* » dit Jordan, « *ce n'est plus toi qu'il faut convaincre de la fiabilité et de la qualité de fabrication de la nouvelle Baleno* » lui répond Loïc. On a l'impression que d'autres collectionnent les modèles, comme Gwennael avouant posséder « *deux WagonR et une Swift cabriolet*. » D'autres encore, comme Raphaël, se vantent d'une « *Ignis affichant plus de 265 000 km* » ou comme Jean-Luc « *d'un Vitara indiquant 320 000 km*. » Et Mark Henry conclut avec conviction son attachement à Suzuki : « *j'ai eu une Swift, une Ignis, un Jimmy et, depuis 2017, un Vitara. C'est la seule marque de voiture avec laquelle je n'ai pas eu de réparation à faire, que de l'entretien. J'ai essayé d'autres marques, mais maintenant je n'achète que Suzuki !* » Finalement, les clients Suzuki sont les meilleurs ambassadeurs de la Marque !



Suzuki Motor Corporation, récompensé

par un Award pour chacune de ses activités auto, moto et marine

Suzuki Motor Corporation a reçu, au Japon, le Good Design Award, un prestigieux prix remis par le Ministère de l'Industrie. Créé en 1957 « The Good Design Award » récompense une entreprise qui s'est distinguée dans le secteur du design.

Pour la première fois, le groupe Suzuki est distingué dans ses trois activités. En automobile, c'est le WagonR, la Swift et la Dzire qui sont récompensées alors que la moto est primée pour les nouvelles GSX250R et V-Strom 250.

En Marine, c'est naturellement le tout nouveau et puissant moteur V6 DF350A qui est mis à l'honneur.



Agenda 2018

AUTO

- **13 au 24 janvier**
La Grande Odyssée
Savoie Mont-blanc
- **7 au 11 février**
Salon Rétromobile
- **8 au 18 mars**
Salon International de
l'Automobile de Genève
Journées presse :
6 et 7 mars

MOTO

- **14 janvier**
Convention Nationale
Suzuki Moto à Paris
- **26, 27 et 28 janvier**
Enduropale
du Touquet
- **17 et 18 mars**
Ouverture du
Championnat de France
Elite de Motocross à
Gueugnon

MARINE

- **12 au 14 janvier**
Carrefour National
Pêche & Loisirs de
Clermont-Ferrand
- **20 au 28 janvier**
Salon Nautique
International de
Düsseldorf
- **16 au 18 mars**
Salon de la Pêche en
Mer de Nantes

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