

# L'actu SUZUKI

Le magazine d'information de Suzuki en France

# 26

1<sup>er</sup> TRIMESTRE 2019  
AUTO - MOTO - MARINE



  
SUZUKI

Way of Life!





## Développer, à partir de nos valeurs

« Suzuki poursuit son développement en France et ses trois activités, Automobile, Moto et Marine se portent bien. Si les trois univers ont été très actifs en 2018, l'Automobile et la Moto ont connu un événement majeur à Paris, le Mondial qui réunissait pour la première fois les deux activités.

Pour Suzuki, les sujets essentiels qui concerneront la Marque dans la prochaine décennie, sont bien sûr l'avancée vers l'ère de l'électrification et l'harmonisation des actions liées à nos trois activités. Cette dernière est déjà bien initiée, tant sur le plan de l'identité graphique des affaires Automobile, Moto et Marine, que sur le plan de la gestion des Pièces de Rechange et Accessoires. Vous découvrirez à ce propos dans ce numéro, un reportage sur le fonctionnement de la plateforme logistique de Suzuki France.

Président de Suzuki France depuis plus d'un an, je suis pour ma part fier et heureux de piloter le développement de cette Marque chargée d'ambitions et de promesses, que nous souhaitons mener à bien en respectant toujours les valeurs de l'entreprise. Un développement qui n'est envisageable que grâce à l'implication forte de nos réseaux de concessionnaires et distributeurs.

Je vous souhaite une belle année Suzuki. Cap sur 2020, 100<sup>e</sup> anniversaire de la Marque ! »

T. Shimazaki, Président

## Expansion, based on our values

«Suzuki continues its expansion in France and its three business entities, automobile, motorcycle and marine are doing well. All three businesses were very active in 2018, and the automobile and motorcycle attended a major event in Paris, the Mondial show, which brought the two together for the first time.

For Suzuki, the main subjects to which the brand is concerned over the next decade are, of course, the progress towards electrification and the harmonisation of actions related to our three activities. This has already been successfully instigated, in terms of the graphic identity of the automobile, motorcycle and marine businesses, as well as in terms of Parts and Accessories management. Relating to these, you will find in this edition a report on the functioning of the Suzuki France logistics platform.

As the President of Suzuki France for over one year, I am personally proud and happy to be heading the expansion of our brand, full of ambitions and promises, which we wish to implement successfully while always respecting the values of the company. This development is only possible thanks to the strong involvement of our dealer and distributor networks.

I wish you all a great year with Suzuki. Heading to 2020, 100<sup>th</sup> Anniversary of the Brand!»

T. Shimazaki, President





## AUTOMOBILE

# 38 836

Nombre de commandes concessionnaires en 2018

## MOTO

# 94 %

Pourcentage issu d'un sondage indiquant que les résultats de Suzuki en MotoGP donnent une excellente image de marque

## MARINE

# 43

Nombre de moteurs équipant les bateaux de sécurité de la Route du Rhum

4



10



31

29



21

25



## 4-5 SUZUKI GLOBAL

## 6-7 SUZUKI EN FRANCE

## 8-15 ÉVÈNEMENTS

- 8 À Val Thorens, ça glisse en Suzuki !
- 10 L'Auto et la Marine sur la Route du Rhum !
- 12 Nautic de Paris
- 14 SUPERCROSS de Paris

## 16-21 RÉSEAU

- 16 BOOT CAMP, ou la leçon de technologie AllGrip
- 18 Convention réseau en Estonie
- 19 Suzuki Sales Campus
- 20 Convention Marine à Rennes

## 22-23 COMMUNICATION

- 22 Suzuki fait le buzz dans le grand blanc

## 24-25 PRODUITS

- 24 La GSX-S750 se décline pour les possesseurs d'un permis récent
- 25 La nouvelle vie du Vitara...

## 26-27 REPORTAGE

- 26 Camille Briard, Responsable logistique et entrepôt à Trappes

## 28-29 PIÈCES DE RECHANGE ET ACCESSOIRES

- 28 La boutique du Mondial à l'honneur
- 29 Le configurateur Marine est opérationnel

## 30-31 SAV

- 30 En route pour la République Dominicaine !
- 31 Un nouveau Baroweb en temps réel

## 32 ZOOM SUR...

- 32 Suzuki mise sur le digital !

## 32 AGENDA



# NOUVEAU MARUTI SUZUKI WagonR

La filiale de Suzuki Maruti vient de lancer un nouveau WagonR. Localement, il s'agit de la troisième génération, offrant un style renouvelé et une largeur augmentée de 145 mm, améliorant l'assise sur la route. Un événement majeur pour Maruti Suzuki, qui a écoulé 2,2 millions de WagonR depuis 1999. Produit dans l'usine de Manesar, le nouveau WagonR, proposé avec un choix de deux moteurs à essence 1.0 et 1.2, est diffusé par le réseau Arena de Maruti Suzuki.



## LA SWIFT, VOITURE DE L'ANNÉE sur trois générations consécutives



La version indienne de la nouvelle Swift, produite et distribuée en Inde, a reçu le titre de « Voiture Indienne de l'Année (ICOTY) 2019 ». La Swift devient ainsi le seul et unique modèle en Inde à avoir reçu ce titre sur trois générations consécutives. Le prix ICOTY est le plus prestigieux du secteur automobile en Inde. Il est décerné par un jury composé de 11 magazines automobiles et de 18 journalistes automobiles indiens. La Swift de première génération avait reçu le prix ICOTY en 2006, suivie par le modèle de deuxième génération en 2012. Depuis son lancement sur le marché indien en 2005, la Swift s'est vendue à plus de deux millions d'exemplaires.

## OUVERTURE D'UNE NOUVELLE USINE

Suzuki Motor Gujarat Private Limited (SMG), filiale détenue à 100 % par Suzuki Motor Corporation pour la production d'automobiles

en Inde, a achevé la construction de son usine n°2 du Gujarat, et débuté la production de la Swift en janvier 2019. Installé en Inde depuis 1981, Suzuki a créé SMG en mars 2014 pour s'assurer une capacité de production en ligne avec la croissance du marché local. La première usine SMG

produit la Baleno et la Swift depuis février 2017, la seconde se charge aussi de cette dernière et des groupes motopropulseurs. SMG offre une capacité totale de 500 000 unités/an, portant celle de Suzuki en Inde à 2 millions d'unités.



## Suzuki atteint une production automobile cumulée de **2 MILLIONS D'UNITÉS**



La barre des 2 millions d'unités a été franchie en août 2018 par Pak Suzuki Motor Co., Ltd. (Pak Suzuki), filiale de Suzuki Motor Corporation pour la production et la vente d'automobiles et de motocycles au Pakistan. Pour célébrer cet événement, une cérémonie a été organisée le 26 novembre à l'usine de Pak Suzuki, en présence de Osamu Suzuki, Président de Suzuki Motor Corporation, venu accueillir les invités parmi lesquels Abdul Razak Dawood, Conseiller du Premier ministre pakistanais.

La part de Suzuki dans les ventes automobiles au Pakistan s'élevait à environ 55 % au cours de l'exercice 2017. L'entreprise se projette dans un avenir proche en lançant sur le marché pakistanais une mini-citadine animée par un moteur de 660 cm<sup>3</sup> au printemps 2019.

## LE SUZUKI JIMNY REMPORTE LE TROPHÉE « Good Design Award 2018 »

Le Good Design Gold Award, un des prix les plus prestigieux, récompense l'un des produits de la sélection « Good Design Best 100 », tous caractérisés par un design particulièrement remarquable. Cette année les lauréats du Good Design Gold Award 2018 (prix du Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie) sont les versions compactes et « kei car » du nouveau Jimny 4x4 de Suzuki Motor Corporation.

C'est la première fois que Suzuki remporte le Good Design Gold Award, prix remis lors de la cérémonie Good Design Awards 2018 (organisée sous l'égide du Japan Institute of Design Promotion, Institut Japonais de Promotion du Design).





## LA SWIFT HYBRIDE RÉCOMPENSÉE par les premiers Coyote Automobile Awards

Organisés pour la première fois, les Coyote Automobile Awards ont pour objectif de récompenser les différents acteurs de l'écosystème automobile en élisant les modèles et équipements les plus marquants de

l'année. Un jury d'experts et de journalistes a désigné les gagnants dans 13 catégories. La Suzuki Swift Hybride SHVS a été plébiscitée et élue comme voiture représentant la « meilleure affaire » pour le client.



## Un moteur Suzuki DANS LE GUINNESS BOOK

Les amateurs du Guinness Book, dont l'édition 2019 vient de sortir, auront la bonne surprise de découvrir un moteur marin Suzuki sur un bateau semi-rigide en très bonne place du guide. Parmi différentes séquences mises en avant au tout début du Guinness Book, Suzuki Marine est ainsi mis en avant dans cette véritable bible des innovations et des records en tous genres.



## Stéphane Paulus ROULE EN VITARA

Les départements Automobile et Moto de Suzuki viennent de signer un partenariat avec le pilote moto Stéphane Paulus, Champion de France en 2018 de la PMR Cup. Pour la deuxième année consécutive, le français a signé un nouveau contrat avec Suzuki Moto France pour piloter la GSX-R1000 2019. Il reçoit également pour la 1<sup>re</sup> fois le soutien de Suzuki France Automobile avec la mise à disposition d'un Vitara. Ce véhicule sera, notamment, utilisé pour ses déplacements dans le cadre de ses différentes compétitions.

Stéphane Paulus, Fondateur et Président de l'Association Handi-Free Riders depuis 2014, est un pilote moto paraplégique, passionné, volontaire et combatif. Très impliqué, il est un bel ambassadeur pour la Marque ! En 2016, il avait mis en place la première compétition de vitesse pour personnes à mobilité réduite en France, la PMR Cup. En 2018, cette Coupe est devenue le Championnat de France Handisport Moto.





## SALON PÊCHE & LOISIRS de Clermont-Ferrand

**P**our conforter ses actions et développements en direction des pêcheurs en eaux intérieures, Suzuki Marine a participé au Salon Pêche & Loisirs de Clermont-Ferrand. Cet événement entièrement dédié aux activités des lacs et rivières a réuni de très nombreux amateurs qui ont pu découvrir l'essentiel de la gamme des moteurs. Ce salon de « centre France » réunit également de très nombreux pêcheurs de compétition, récompensés lors de différentes épreuves nationales. Une bonne occasion pour la Marque de mettre en avant son expertise auprès de cette clientèle d'experts.

## Stéphane Mifsud, MISSION ANTILLES 2019

**S**téphane Mifsud, le fondateur de l'Odyssée Bleue que soutient Suzuki, parti de Hyères à bord de son voilier Bénéteau Océanis 55, le «11-35 Explorer», est arrivé aux Antilles après un mois en mer. Accueilli à bras ouverts en Guadeloupe à Pointe-à-Pitre, Stéphane a aussitôt entrepris ses premières plongées avec la bonne surprise de tomber, sur un fond de 75m, sur un magnifique banc de barracudas. Une belle mise en bouche avant l'organisation de nombreuses plongées entre autres avec les élèves de seconde du Lycée Pointe Noire et la participation du club Anbadlola Guadeloupe-Plongée. A suivre !



## SUZUKI MARINE PARTENAIRE

de la Société Nautique de Saint-Tropez, associé à Brig pour les Voiles de Saint-Tropez



**D**ans le cadre de son partenariat, avec la SNST (Société Nautique de Saint-Tropez) Suzuki, motoriste officiel des embarcations de la flotte d'encadrement, s'est associé avec Brig, le 1<sup>er</sup> constructeur de semi-rigides en Europe, pour les prestigieuses Voiles de Saint-Tropez. Pour célébrer la 20<sup>e</sup> édition de cet événement d'exception, Brig et

Suzuki ont mis 18 semi-rigides à la disposition de la SNST pour l'organisation et la sécurité du plan d'eau. Les bateaux Eagle 250 équipés de DF 200APX pour la plupart, ont accompagné pendant une semaine, près de 300 des plus beaux et des plus grands voiliers du

monde. Un spectacle époustouflant pour les milliers de visiteurs, amoureux de la voile traditionnelle associée à la haute technologie, offert sur le mythique site de Saint-Tropez. Dans le prestigieux village des Voiles, situé sur l'Esplanade du port, Suzuki Marine et Brig accueillaient le public dans un espace dédié.



# À Val Thorens, ça glisse en Suzuki !

À 2 200 m d'altitude, le plus haut circuit sur glace d'Europe propose ses cours de conduite sur glace à bord de Suzuki Swift Sport. Légère et performante, la bombinette fait merveille et enchante les moniteurs et les élèves !





**F**lanquée du «S» pour Sport, la Swift glisse et dérive sur la glace fraîche de la nuit. Puis une autre, puis une encore. À « Val Tho » cette saison, elles sont 6 à enchaîner les tours des 800 m de déroulé de cette piste très courue des amateurs de glisse et théâtre d'une épreuve du Trophée Andros. Pour la première fois, le circuit sur glace Ice Driving Val Thorens que dirige Olivier Pignon un professionnel de la compétition automobile, fait évoluer ses moniteurs et clients sur des Swift.

« La voiture est très performante et très légère ce qui autorise des sensations fortes après seulement quelques minutes d'apprentissage. Tout le monde ici est très heureux de débiter la saison 2018-2019 avec des Swift Sport mais aussi une Swift AllGrip pour aborder certaines situations. Les Swift Sport sont équipées de pneus cloutés à l'avant mais de pneus traditionnels d'hiver à l'arrière. Le résultat est impressionnant » s'enthousiasme Olivier.

Ce partenariat, conclu entre Suzuki, le Groupe Maurin en Savoie et Haute-Savoie et le site Ice Driving Val Thorens, est le fruit de l'expérience de trois hommes passionnés : Jean-Philippe Sabatier pour Suzuki France, Directeur adjoint en charge du pilotage

commercial - Communication & produit, Jean-Pierre Chiodega le Directeur de la plaque Suzuki dans le Groupe Maurin et Olivier Pignon à Val Thorens.

« Nous nous sommes retrouvés autour d'une envie commune de valoriser les performances de la Swift Sport, en la proposant à des stages et cours de pilotage sur l'un des plus beaux sites européens, Val Thorens. De mi-décembre à mi-avril, les Swift donneront du bonheur aux moniteurs de pilotage et aux stagiaires » explique Jean-Pierre Chiodega.

Des stagiaires, il en passe environ 3 500 par saison à Val Thorens ; et pour Olivier Pignon, se savoir soutenu par une marque très engagée et disposant de 5 concessionnaires Suzuki à proximité est un autre critère de confiance.

« Les débuts de saison sont très prometteurs ; les moniteurs prennent du plaisir et savent en donner aux clients. Les Swift Sport font merveille, elles s'offrent comme de merveilleux jouets sur ce terrain qui favorise les dérives et les contre-braquages » ajoute Olivier Pignon.

À Val Thorens, ça glisse en Suzuki !

## À PROPOS DE SAVOIE MOTORS

Savoie Motors est un groupe de 4 concessions Suzuki installées à Annemasse, Annecy, Chambéry et Albertville, en Haute-Savoie et Savoie. Sur l'année 2018, les douze commerciaux des sites auront vendu 1 100 Suzuki neuves sur leur zone. Un territoire favorable à la Marque compte tenu des conditions de conduite souvent complexes en raison de la neige et de la glace, des conditions qui conviennent parfaitement aux modèles AllGrip Suzuki.



« Nous connaissons l'implication de la Marque et du Groupe Maurin à nos côtés et les rapports que nous avons noués nous semblent très intéressants pour réussir une belle saison, sur un circuit très technique de 800 m intégrant notamment une pente à 6 % . »

**Olivier Pignon**, Directeur du circuit sur glace Ice Driving Val Thorens.





# L'Auto et la Marine sur la Route du Rhum !

Réunis pour la seconde fois comme partenaires de la Route du Rhum – Destination Guadeloupe, les départements Automobile et Marine de Suzuki ont assuré la visibilité de la Marque, dans le village de la course et sur l'eau.







Des moteurs marins sur les bateaux de la sécurité auxquels s'ajoutent des véhicules pour transporter les personnalités et voilà l'excellent cocktail du « Rhum » 2018, signé Suzuki. Pour la seconde fois, les équipes Auto et Marine ont assuré la visibilité de la Marque au départ de la course mythique à Saint-Malo. Partenaire de l'organisateur OC Sport Pen Duick, Suzuki présentait ainsi dans le village sa gamme de voitures et de moteurs hors-bord.

Alors qu'une flotte de 15 Vitara assurerait le transport des personnalités, 43 semi-rigides Highfield, étaient équipés de moteurs hors-bord Suzuki pour effectuer les rotations à flot autour des 123 bateaux engagés dans la course. Une épreuve

remportée de façon mémorable par Francis Joyon, au terme d'un coude à coude incroyable avec François Gabart.

## Une relation de confiance

« Ce partenariat que nous avons construit avec OC Sport Pen Duick pour La Route du Rhum 2018, n'est pas un partenariat ordinaire. C'est non seulement le choix de Suzuki d'accompagner un événement d'envergure, avec des enjeux économiques importants, mais aussi une relation de confiance que nous nous engageons à tenir face au cahier des charges de l'organisation qui doit pouvoir s'appuyer sur une logistique fiable à terre et en mer. » explique Nathalie Geslin Directeur adjoint Relations Publiques et Presse.



## SUZUKI AVEC STÉPHANE MIFSUD

Au pied des remparts de Saint-Malo, le village de la course a connu pour cette édition un visitorat de premier plan. Le public – 1,3 million de visiteurs – a pu découvrir l'ensemble des animations proposées et échanger, avec Stéphane Mifsud, le recordman mondial d'apnée statique. Toujours très disponible, Stéphane a pu partager sa passion avec des visiteurs qui n'ont pas manqué de le solliciter pour partager un selfie !

La présence de Suzuki sur le village, sur un stand de plus de 100m<sup>2</sup> et l'exposition des derniers modèles de véhicules présentés par les concessionnaires locaux, a été remarquée, tout comme les 19 véhicules de la flotte officielle qui ont circulé intra muros et aux abords du village. Sur l'eau, la flotte impressionnante des Highfield, qui arborait les moteurs de la Marque, a rempli sa mission d'encadrement.

La présence et la visibilité de la Marque sur cet événement unique, la forte implication des équipes Automobile et Marine et celle des réseaux de distribution, motivent grandement les équipes pour une nouvelle participation lors de la prochaine édition.





# NAUTIC de Paris



## Une excellente édition pour Suzuki

**E**vénement international de grande renommée, le Nautic de Paris a conclu l'année 2018 à la Porte de Versailles à Paris. Comme chaque année, Suzuki présentait ses nouveautés sur un stand de plus de 200 m<sup>2</sup> et accueillait ses visiteurs et partenaires. Parmi les moteurs de la gamme présentée,

les moteurs vedettes étaient pour cette édition les nouveaux DF150AT et DF175AT ainsi que les V6 DF350AT et DF325AT. De très nombreux professionnels de la plaisance ont pu être accueillis par les équipes présentes et recevoir les informations nécessaires.

Au-delà des moteurs, en termes d'accessoires c'est la toute dernière tablette Suzuki Multifonction Display qui a connu le succès. Une innovation qui devrait se retrouver peu à peu sur de très nombreux bateaux équipés des moteurs de la Marque.



# Le Trophée de la Combativité

## " toutes catégories " à Jean-Marie Patier

Lors de la Route du Rhum, Suzuki a organisé un Trophée de la Combativité à destination des compétiteurs dans chacune des 6 catégories représentées. Le jury, présidé par Michel Desjoyeaux, était composé de Mathieu Sarrot, Directeur de l'évènement, Jacques Caraes et Francis Le Goff, Directeurs de Course, Anouk Corge, journaliste à l'Equipe, Nathalie Geslin et Guillaume Vuillardot de Suzuki. Le trophée a été remis sur la scène du Nautic de Paris au vainqueur "toutes catégories", Jean-Marie Patier, 52 ans, qui participait pour la première fois à la course sur Formatives Network, l'ancien bateau de Jean-Luc Van den Heede. Il a terminé à la 4<sup>e</sup> place de la catégorie mono.



Jean-Marie Patier, Guillaume Vuillardot et Nathalie Geslin

### LES VAINQUEURS DE L'ÉPREUVE PAR CATÉGORIE

ULTIME	Francis Joyon	IDEC Sport
MULTI50	Thibaut Vauchel-Camus	Solidaires en Peloton - ARSEP
IMOCA	Vincent Riou	PRB
CLASS40	Miranda Merron	Campagne de France
RHUM MULTI	Etienne Hochedé	PIR2
RHUM MONO	Jean-Marie Patier	Formatives Network

## Street Fishing



Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, Suzuki Marine s'est associé à l'organisation du Salon afin d'accompagner les adeptes d'une activité de plus en plus prisée en ville : le Street Fishing. Partant du principe que ces passionnés, petits et grands, de la pêche, seraient peut-être un jour amenés à étendre ou diversifier leur expérience depuis l'eau et pourquoi pas sur un bateau motorisé Suzuki...

Même si les poissons parisiens ont un peu bouddé les leurres ce jour là, l'ambiance de la compétition n'en était pas moins sympathique. Quant à la remise des prix le soir même sur la Scène Nautic, elle a permis de récompenser pour le premier prix, Brice Drevet et Romain Ripoll qui seront invités sur la Grande Finale du Barracuda Tour au Crouesty en mai prochain. Yoann Voisin et Alexandra Saint-Hilaire ont remporté le deuxième prix et participeront au Challenge Amateur de la même compétition.

**« Le partenariat que nous avons avec Suzuki Marine afin de valoriser le Street Fishing est important. Il nous permet, dans l'esprit du Barracuda Tour, de promouvoir la pêche qui connaît un réel engouement en ce moment. Pour tous les pêcheurs qui pratiquent leur discipline en mer, la fiabilité d'un moteur est évidemment primordiale, ainsi que ses caractéristiques liées à la consommation de carburant, au respect de l'environnement et aux performances. »**

**Alain Pichavant,  
Commissaire Général  
du Nautic**



# SUPERCROSS de Paris





## Suzuki utilise la Réalité Virtuelle pour donner aux fans les frissons de la compétition

**L**e Supercross de Paris a été pour Suzuki le théâtre d'une opération très spéciale à destination des fans de motocross. En plus

d'assister aux performances des protagonistes Suzuki sur la plus grande piste européenne de Supercross, les fans de la Marque ont pu vivre une expérience exceptionnelle dans l'ambiance surchauffée de la salle U Arena. Alors que les 33 000 spectateurs de l'évènement assistaient à de belles courses animées par les pilotes des teams Amexio Suzuki, Suzuki JPM Racing et JGR Autotrader Yoshimura Suzuki, un groupe plus restreint de 400

personnes a pu expérimenter un tour de piste au guidon d'une RM-Z450, une moto suspendue à un ressort grâce à un équipement de réalité virtuelle dédié. Une excellente façon de ressentir les sensations d'un pilote lorsque la grille de départ s'abaisse. Les vidéos de cette animation, une fois partagées sur les réseaux sociaux, ont réuni pas moins de 200 000 vues en quelques heures !







# BOOT CAMP, ou la leçon de technologie AllGrip

**Pour rappeler les capacités tout-terrain du nouveau Jimny 4<sup>e</sup> génération et du Vitara restylé, Suzuki a réuni ses vendeurs dans les Alpes. Au programme de ce « Boot Camp », technologie AllGrip et cohésion d'équipes.**

**D**eux jours au sommet, dans les Alpes, en novembre, le programme Boot Camp concocté par les équipes marketing de Suzuki France autour de la technologie AllGrip des nouveaux Jimny et Vitara, laissera des souvenirs.

*« Nous avons constaté que les jeunes conseillers de vente Suzuki n'étaient pas tous très familiers avec le 4x4 et les performances du Jimny. Les croisements de pont, les dévers, le franchissement de pentes abruptes méritaient d'être réexpliqués par des experts pour valoriser*

*les qualités de ces modèles. Nous avons donc imaginé un programme typé Boot Camp »* explique Gilbert Kingold - Directeur Adjoint Marketing.

Au départ d'Evian et sur deux journées en novembre, 160 vendeurs du réseau Suzuki sont venus redécouvrir la technologie AllGrip sur le Jimny, le Vitara mais aussi l'Ignis. Selon un programme élaboré spécialement pour Suzuki, les participants ont vécu des moments intenses dans des sites d'exception, avec la complicité des édiles des communes traversées comme Châtel ou Abondance en Haute-Savoie, au volant d'une flotte de 24 véhicules.

*« Nous avons imaginé un programme complet illustrant le mode de vie à bord du Jimny, depuis la composition de son paquetage d'expédition, la conduite sur tous types de route, jusqu'au nettoyage des voitures.*







*Tous les participants étaient encadrés par leurs formateurs mais aussi par une équipe de militaires d'active et de réservistes opérationnels des unités spéciales d'intervention ! Les sessions intégraient par exemple un passage de gué en tyrolienne ou encore la fabrication d'un brancard de fortune » ajoute Laurence Lebreton - Responsable Marketing, qui a participé à la conception des modules de formation. Et ce n'est pas tout ; après les sessions de pilotage et la découverte des capacités de franchissement des véhicules, il fallait encore montrer ses compétences propres de baroudeur lors d'épreuves : faire un feu sans allumette ni briquet, affronter un collègue sur une épreuve de bras de fer ou au duel des marteaux, se distinguer au jeu de la vache à traire... N'est pas expert Suzuki qui veut !*



## Nicolas Bazin, concessionnaire à Chaumont

### « Une superbe expérience ! »

Directeur de la concession Suzuki à Chaumont (Haute-Marne), Nicolas Bazin a fait partie du voyage dans les Alpes. Il nous livre quelques impressions.

#### Comment avez-vous vécu le Boot Camp ?

Partir en formation avec Suzuki est toujours un réel plaisir. Nous sommes extrêmement bien reçus, avec des intentions toujours pensées et originales. C'est très différent des autres marques. En prime, nous avons découvert un très beau site pour ce Boot Camp dans les Alpes, pour essayer le Jimny dans son élément. Les ateliers étaient très intéressants. C'était aussi l'occasion de rouler avec les véhicules en montagne, dans les lacets, ce qui ne nous arrive pas tous les jours à nous qui ne sommes pas des montagnards. J'ai été très agréablement surpris par ses capacités. Et pourtant, je le connais déjà bien !

#### Etes-vous toujours convaincu par la technologie AllGrip ?

Je suis plus convaincu que jamais par notre solution Suzuki ! Cette technologie très efficace, déclinée sur toute la gamme, est abordable économiquement. C'est un véritable argument de vente, grâce à son gain en sécurité active. Et ce n'est pas éternel côté consommation. Avec la technologie AllGrip, nul besoin de rouler dans la neige ou la boue pour que ce soit utile. Et nous sommes imbattables au niveau tarif ! Que vouloir de mieux ?

#### Souhaiteriez-vous vivre d'autres opérations de ce genre ?

Oui, car Suzuki c'est un peu une grande famille. Ce genre de réunion à la fois instructive et ludique, permet de rencontrer les équipes de Suzuki France et d'avoir de véritables échanges, dans la durée et l'écoute réciproque. Je distribue des Suzuki depuis 17 ans maintenant et je peux dire que cette convivialité, cette proximité avec des équipes du siège qui changent peu au fil des années, c'est très appréciable. C'est loin d'être le cas partout. Ici, proximité et simplicité, c'est la formule gagnante ! Pour cela aussi, c'est un plaisir de participer à ce genre d'évènement.





CONVENTION RÉSEAU EN ESTONIE

## Cap au Nord !

**La convention Réseau Automobile 2018 a eu des airs de « rendez-vous en terre inconnue ». Suzuki France a créé la surprise auprès des 300 participants avec comme destination l'Estonie, au bord de la mer Baltique.**

**L**a convention Suzuki Automobile a débuté au Hyatt Regency de l'aéroport Roissy CDG pour une première partie sous forme de plénière. Après la présentation des résultats 2018 puis de la stratégie 2019 par les équipes commerciales, marketing, PRA et APV, M. Tomoyuki SHIMAZAKI – Président, a conclu en dévoilant le plan de marche 2020 – 2025, avec la mutation progressive mais très engagée de la gamme vers la mobilité propre.

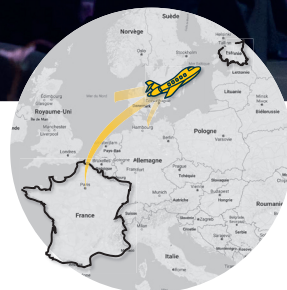
Le mystère ayant été préservé jusqu'au dernier moment, les concessionnaires, partenaires et

équipes Suzuki France ont ensuite embarqué pour une destination inconnue, à bord de deux avions spécialement affrétés. Ce n'est qu'à l'atterrissage que chacun découvrit la destination : Tallinn, Estonie !

Que cette convention soit organisée en Estonie ne doit rien au hasard. Le pays est particulièrement en avance dans son utilisation des nouvelles technologies. Administration, écoles, transports : tout ou presque se fait en ligne. Si bien que certains spécialistes qualifient ce pays de 1,3 million d'habitants de nation la plus avancée au monde en la matière.

Peu connu, ce territoire varié composé de plages rocheuses, de forêts centenaires et de nombreux lacs a enchanté les participants. Au programme des 3 journées, découverte des traditions, curling et sculpture sur glace, sensations fortes sur un circuit de rallye mêlant asphalte et terre à bord de voitures de compétition, soirée médiévale et dîner de gala sur le thème de Noël.

Le programme imaginé pour clôturer 2018 a parfaitement rempli son objectif : après le Nord, le nouveau cap est désormais mis sur le business 2019 !







**SUZUKI**  
SALES CAMPUS

## Suzuki Sales Campus, troisième cycle

**S'**il s'agissait d'une série télé, ce serait la « saison 3 » ; mais le Suzuki Sales Campus n'a rien d'un divertissement, puisqu'il s'agit du programme de formation mis en place depuis 2015 par Suzuki France, pour les équipes de vente de son réseau de distribution automobile.

Après les modules 1 et 2, respectivement dédiés aux fondamentaux de la vente et aux valeurs de Marque pour le premier, et au développement des compétences clés de la performance commerciale grâce à l'appui d'un coach dédié pour le second, le troisième module est, lui, plus axé sur la mise en pratique et l'accompagnement sur site.

*« Il s'agit là de piloter un acte de vente dans sa globalité, depuis la prise de rendez-vous avec le prospect jusqu'à l'entretien de fidélisation ou de renouvellement, le tout guidé par leur coach. La préparation de la journée avec le coach (ciblage, objectifs) s'achève en fin de journée par un débriefing avec le directeur de site et le Chef de Région Suzuki »* explique Laurence Lebreton – Responsable Marketing.

65 vendeurs ont accédé cette année à ce troisième cycle de formation interne et bénéficient ainsi de compétences décuplées afin de performer dans leur mission commerciale.



## Les clients Suzuki au cœur des événements

**À Saint-Malo pour la Route du Rhum et en Savoie pour La Grande Odyssée, de nombreux clients de la Marque ont été invités par leurs concessionnaires. Plus de 500 propriétaires de Suzuki ont répondu à l'appel.**

**S**uccès total et sans retenue ; c'est ainsi que l'on pourrait faire le bilan des deux opérations spéciales pensées par le département Réseau de Suzuki et mises en place par l'agence DPS Les Indés. Afin de consolider encore les relations entre les propriétaires de Suzuki et la Marque, deux événements ont ainsi été créés. Le premier dans le cadre de la Route du Rhum a permis d'accueillir près de 180 clients invités à découvrir les coulisses de la course, et de visiter le port à bord de semi rigides équipés de moteurs Suzuki. Une dizaine de concessionnaires bretons avaient organisé cette opération découverte, tonique et iodée.

À l'autre bout de la France, c'est La Grande Odyssée qui était, quelques mois plus tard, le théâtre d'une opération similaire mais auprès de mushers cette fois et des chiens de traîneaux. Plus de 350 clients se sont ainsi déplacés, sur 6 étapes, à l'invitation des trois concessionnaires de la région.

*« Nous avons enregistré énormément de satisfaction de la part des clients et des concessionnaires. Ce genre d'opération de proximité colle parfaitement à l'image de Suzuki et, que ce soit en Bretagne ou en montagne, les invités des concessionnaires ont encore mieux perçu les valeurs de Marque »* explique Martial Genoudet, de l'agence DPS Les Indés.





CONVENTION MARINE À RENNES

## "Maintenir le cap"

**« Maintenir le Cap » était le thème de cette réunion des forces de vente, tenue avant le départ de la Route du Rhum**

Réunis à Rennes pour être à quelques encablures du départ de la Route du Rhum, les distributeurs Suzuki Marine ont tenu leur Convention Nationale animée par Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité et son équipe. Au programme, un état des lieux mais

aussi et surtout les actions de l'année 2019, les formations techniques et après-vente, pièces de rechange et accessoires, le développement nécessaire de la communication en général et les outils marketing en particulier.

Suzuki Marine détient aujourd'hui le plus beau palmarès de récompenses en matière d'innovation pour ses produits (8 fois primés par le prestigieux et reconnu prix IBEX) et il est important que le réseau des distributeurs puisse exploiter au mieux ces valeurs de Marque. De belles valeurs de performances, de fiabilité et de respect de l'environ-

nement entre autres, portées par les nombreux partenariats dans le monde du Motonautisme et de la Voile. L'occasion ne fut pas manquée d'emmener tout le monde le lendemain à Saint-Malo, pour le départ de la Route du Rhum.

Des moments exceptionnels pour une édition exceptionnelle, 120 bateaux au départ, que ne sont pas prêts d'oublier les distributeurs. Ils ont pu constater en situation réelle et extrême, à quel point les moteurs (Suzuki, flotte officielle) étaient sollicités sur les bateaux de l'organisation, pour la sécurité du plan d'eau et le bon déroulement du départ.



## MOTO

## Réunions régionales

Le planning des réunions régionales touchait à sa fin le 29 janvier dernier. Trois sessions ont été programmées qui ont accueilli, chacune, environ 45 participants :

**Paris : 14, 15 et 16 janvier**

**Lyon : 21 et 22 janvier**

**Bordeaux : 28 et 29 janvier.**

Chaque réunion abordait les thématiques principales que sont la politique commerciale, le marketing, l'après-vente, les Pièces de Rechange et Accessoires, la finance et l'assurance. Dans un esprit très convivial, ces réunions s'achevaient par la présentation des nouveautés que sont la Katana, la GSX-S750 A2 et la RM-Z250.



## GSX-R EXPERIENCE Saison 2 !



Poursuivant ses efforts pour aider le réseau dans ses actions de promotion de l'ultime version de la GSX-R1000, le département Moto renouvelle cette année le GSX-R Experience, un programme initié en 2018. Mais pour cette «saison 2» le concept a été adapté ; il est désormais ouvert à tout public quelle que soit la marque de moto. Développées en partenariat avec l'école de pilotage BMC, ces journées piste

permettent aux amateurs de sensations fortes de découvrir l'hypersportive d'Hamamatsu sur circuit dans un environnement sécurisé.

Encadré par un instructeur, cet essai VIP permettra à chaque participant de découvrir la GSX-R1000 en détails puisqu'un atelier technique sera également au programme. Une journée qui devrait laisser quelques sensations qui resteront gravées dans les mémoires.

### Trois dates sont inscrites au calendrier :

1 <sup>er</sup> mai	à Lédénon
9 juin	sur le circuit Carole en région parisienne
8 juillet	à Magny-Cours





# Suzuki fait le buzz dans le grand blanc

**Partenaire de la célèbre course de mushers pour la 7<sup>e</sup> année, Suzuki a fait vivre l'épreuve à ses partenaires, distributeurs et journalistes. Un évènement vécu au sommet !**

P our illustrer son partenariat avec La Grande Odyssée Savoie Mont-Blanc, septième du nom en 2019, Suzuki a installé son campement dans les Alpes, le temps de cette épreuve à la renommée internationale. Les concessionnaires régionaux, associés à l'évènement, ont ainsi invité leurs clients pour découvrir cette course de mushers particulièrement spectaculaire.

19 véhicules avaient été dépêchés en Savoie et Haute-Savoie pour mettre en avant les technologies Suzuki, notamment sur les deux vedettes de la gamme, le Jimny et le nouveau Vitara. Du 12 au 23 janvier, les Suzuki ont donné le meilleur d'elles-mêmes à proximité des parcours empruntés par les 45 mushers et 400 chiens !

« La Grande Odyssée, c'est l'engagement humain, le dépassement de soi et l'immense confiance que le musher fait à son attelage pour effectuer les parcours. Nous sommes heureux de ce partenariat avec une épreuve technique et éprouvante dont nous partageons les valeurs » précise Jean-Philippe Sabatier, Directeur adjoint en charge du pilotage commercial - communication et produit.

Durant l'épreuve et pour soutenir la communication sur la Marque, Suzuki a également investi dans une campagne TV d'encapsulage, sur plusieurs chaînes de la TNT.





## Essais presse nouveau Jimny et Vitara restylé

Dans le cadre de son partenariat La Grande Odyssée, Suzuki a organisé une prise en main de ses deux nouveautés – Jimny et Vitara – sur l'un de leurs terrains de prédilection : la route enneigée. Deux groupes de 23 journalistes chacun, représentant les titres de presse spécialisée, de presse lifestyle, certaines télévisions et des sites internet ont été conviés à ces essais « en blanc ». Un parcours routier, souvent technique, de plus de 200 km avait été concocté au cœur des magnifiques paysages haut-savoyards, passant par Genève, la vallée du Giffre, Samoëns et Les Carroz-D'Arâches. Une Flotte de 18 véhicules tous équipés de pneus neige était à disposition de ces essais qui permettaient également un passage sur une « aire de jeu » dédiée aux performances du Jimny. Cette présentation originale, qui a remporté un franc succès avec une couverture médiatique très importante, permettait aux participants d'assister à la cérémonie d'ouverture de La Grande Odyssée et au prologue pour le 1<sup>er</sup> groupe et de vivre le départ de l'étape 2 pour les membres du 2<sup>e</sup> groupe.



## En images sur les réseaux sociaux

**Les actions menées sur les réseaux sociaux montent en puissance chez Suzuki. Une véritable stratégie a été mise en place afin d'accroître la visibilité.**

La Grande Odyssée a permis aux équipes Suzuki de vérifier que la stratégie mise en place il y a quelques mois pour développer la visibilité sur les réseaux sociaux était payante. Les vidéos réalisées pendant l'épreuve ont connu un grand succès.

« La ligne éditoriale mise en place avec nos partenaires de chez DPS Les Indés porte ses fruits sur Facebook, Instagram et YouTube. L'objectif initial était d'améliorer le

contenu et de renforcer la notoriété de la Marque à partir de la conception d'une histoire, sa mise en avant et en reprenant les éléments du Way of Life » explique Arthur Martinez en charge des réseaux sociaux au siège de Suzuki France.

« Que ce soit sur Facebook ou Instagram, nous pilotons désormais un calendrier rédactionnel, la production de contenus, la création des posts, l'achat média ainsi que

la modération quotidienne sur les pages. Depuis septembre dernier, nous avons davantage de vidéos et de GIFs. Ce genre de contenu est très apprécié sur les médias sociaux. Cela nous a permis d'accroître drastiquement le nombre d'abonnés. Aujourd'hui, nous avons 15 000 likes sur Facebook soit +15 % par rapport à septembre 2018 et 1 405 followers sur Instagram, soit +40 %. »





# La GSX-S750 se décline pour les possesseurs d'un permis récent

Baptisée A2, cette machine moins puissante arrivera en concession en mars.

Elle a tout d'une grande, mais elle peut être pilotée par le détenteur d'un permis récent. La GSX-S750 A2 a été conçue pour les « jeunes permis », son moteur étant bridé à 47,5 ch. Très attendu par le réseau et les motards, ce roadster midsize est une nouveauté qui marquera le début d'année.

Disposant des mêmes qualités que la version traditionnelle « Full », son design est sportif, ses qualités routières soulignent son agilité et la précision de conduite caractéristique de cette moto. Souple et dotée d'une sonorité bien à elle, la GSX-S750 A2 présente les spécificités suivantes :

- 35 kW (47.5 ch) à 7 000 tr/min & 62.9 Nm (6.4 mKg) à 4 000 tr/min
- 70 kW (95 ch) à 9 500 tr/min & 75.4 Nm (7.7 mKg) à 8 000 tr/min



# La nouvelle vie du Vitara...

**Nouveau look, équipements plus riches et sécurité renforcée; pour son 30<sup>e</sup> anniversaire ce précurseur du SUV compact – né en 1988 – apparaît encore plus séduisant**

Lancé en 2015, le Vitara de la quatrième génération se modernise pour répondre aux attentes des clients toujours plus importantes. Il reçoit le système de transmission intégrale ALLGRIP SELECT de Suzuki, gage de meilleures performances en termes de sécurité et en tout-terrain. Le Vitara se dote également de nombreux équipements de sécurité et de connectivité. Il est disponible avec des options de personnalisation pour refléter les préférences de chaque conducteur.

Sur le plan du style extérieur, le Vitara arbore une proue redessinée et présentant désormais des inserts chromés verticaux sur une calandre à cinq fentes, une caractéristique emblématique des SUV de Suzuki. Un nouvel insert chromé traversant la calandre inférieure souligne le raffinement de ce modèle. À l'arrière, les blocs-feux intègrent désormais trois lignes de LED, gages d'un sentiment d'innovation.

## Un design au caractère plus marqué

À l'intérieur, les instruments bénéficient d'un design plus fort en caractère. Le nouvel écran LCD couleur 4,2" intégré au combiné d'instrumentation permet de visualiser plus aisément la sélection du mode ALLGRIP et les animations du contrôle de vitesse en descente, ainsi que les

icônes du système de reconnaissance des panneaux de signalisation routière, un nouvel équipement de sécurité préventive.

Parmi les autres nouveautés, citons le garnissage moussé de la partie supérieure du tableau de bord, les inserts argent sur la planche de bord, les portes et la console centrale, et le motif géométrique métallique sur le panneau argent traversant la planche de bord. Les sièges sont habillés de suédine agrémentée de motifs géométriques et confèrent à l'ensemble un aspect raffiné.

## Deux motorisations

Le nouveau Vitara est proposé avec un choix de deux motorisations : le moteur suralimenté à injection directe 1,4l, équipant déjà le Vitara S et le nouveau moteur suralimenté à injection directe 1.0l. Ce dernier a été spécialement conçu pour offrir un parfait équilibre entre puissance et performances environnementales.





**Camille Briard Responsable logistique et entrepôt à Trappes**

## *" Mon objectif final est la satisfaction du concessionnaire "*

**Responsable de la logistique et en charge de l'entrepôt de Trappes, Camille est le pilote de l'approvisionnement dans les concessions, des pièces et accessoires. Sa «petite entreprise» a des rouages bien huilés pour gérer 70 000 références et acheminer entre 3 000 et 4 000 lignes de commandes chaque jour.**



**D**es stocks que vous n' imaginez même pas, des alignements de cartons sur 10 000 m<sup>2</sup>, 70 000 références et une douce agitation quotidienne, pour assurer le service et acheminer les pièces et accessoires commandés par les réseaux de distributeurs auto, moto et marine ; c'est le quotidien de Camille Briard et de son équipe d'une trentaine de collaborateurs. À Trappes, lorsque l'on va chez Suzuki, tout ce petit monde travaille dans l'ombre de l'entrepôt. Seul le va et vient incessant des camions

qui livrent et alimentent les stocks, chargent ou déchargent les colis, illustrent l'existence d'une équipe experte, à la manœuvre pour servir les distributeurs.

À 49 ans, cette femme heureuse de vivre dans cet univers, formée à la gestion, aux échanges internationaux et au transport, mariée et mère d'un garçon et d'une fille, pilote la logistique et l'entrepôt Suzuki comme un véritable chef d'entreprise. Cette « maman logisticienne » forcément très organisée et exigeante, dit pourtant savoir

faire preuve de souplesse « à la maison »...

*« Dans mon rôle chez Suzuki, c'est évidemment la méthode, l'organisation qui prédominent. C'est même la base de ce métier que j'aime énormément. J'ai toujours travaillé dans la logistique et le transport ; chez Ed L'épicier puis pour la plateforme Téléshopping de TF1 puis au Technocentre Renault. Je suis chez Suzuki depuis 5 ans. Ici, le respect des process est important d'abord pour la sécurité des équipes. »*

### **UN ENTREPÔT AU CARREFOUR DE L'EUROPE**

À Trappes, l'entrepôt de Suzuki a une particularité peu connue, parfois même des équipes Suzuki basées en France. Il traite des trois univers Automobile, Moto et Marine pour les Pièces de Rechange et les Accessoires et fait partie d'un réseau d'entrepôts européens fédérés par Suzuki International Europe, une sorte de « hub » dont la « tour de contrôle » est aujourd'hui située à Bensheim en Allemagne et qui sera délocalisée cette année en Hongrie, sur le site Suzuki de Magyar où sont produits certains véhicules de la Marque.



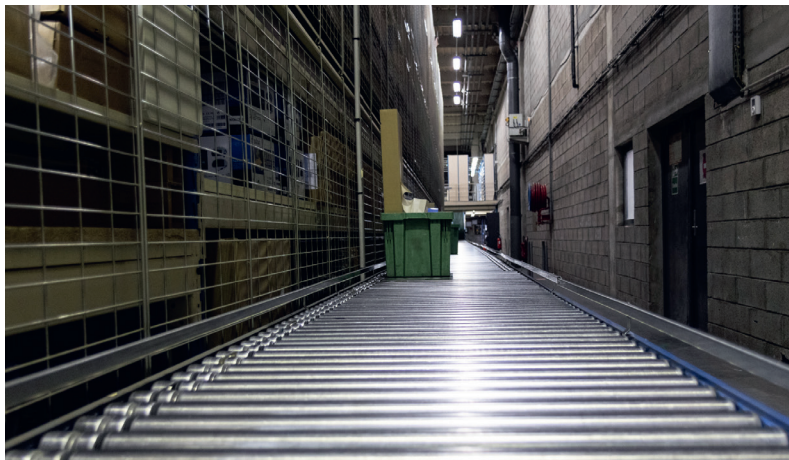
«Suzuki Europe a des entrepôts en France, Allemagne, Italie, Grande-Bretagne, Espagne, et Hongrie. Tous les sites coordonnent bien sûr leurs actions et le maillage est assez complexe. La marchandise stockée à Trappes appartient à Suzuki Europe ; elle est en attente d'être distribuée, dans le réseau français le plus souvent, mais nous servons aussi des commandes d'autres pays. Les concessionnaires français peuvent aussi recevoir des pièces en provenance de pays voisins. Pour moi comme pour mes équipes, une mission majeure est que la commande passée soit livrée dans les délais. Mon objectif final est la satisfaction du concessionnaire.»

#### **CHACQUE JOUR, 2 SEMI-REMORQUES POUR L'AUTOMOBILE ET UNE SEMI-REMORQUE POUR LA MOTO ET LA MARINE**

À Trappes, l'organisation quotidienne est millimétrée pour que chaque concessionnaire qui passe une commande avant 11h, puisse la recevoir le lendemain matin.

« C'est notre contrat quotidien ! » dit Camille. « Et lorsque la commande est très urgente, nous savons la traiter jusqu'à 14 heures. Mais le coût de traitement est alors un peu plus élevé... Les concessionnaires automobiles sont livrés la nuit ou le matin tôt ; pour la marine et la moto, les livraisons s'effectuent avant midi. Chaque jour partent de Trappes deux semi-remorques pour l'activité Automobile et une semi-remorque pour la Moto et la Marine. »

Dans l'univers de Camille, un seul grain de sable peut gripper la machine.



défi est encore plus difficile à relever. Et si un concessionnaire n'a pas sa pièce à temps, c'est toute la

Et c'est là le rôle permanent de tous les collaborateurs de l'équipe, faire en sorte que le système ne s'engorge pas.

« Chaque jour est unique. Pour ce qui est de la réception des pièces et accessoires, nous avons une visibilité claire, avec un planning ; mais pour ce qui est des commandes c'est l'inconnu au quotidien. L'un de mes challenges est de pallier des absences de collaborateurs. Nous sommes des êtres humains et si l'équipe n'est pas au complet, le

chaîne qui subit une contrainte ; le professionnel n'est pas content et son client non plus. Ici, on essaye de rendre les concessionnaires heureux. Nous sommes tous dans la recherche permanente de la satisfaction totale. »

À Trappes, dans son bureau du rez-de-chaussée, la chef pilote des pièces de rechange et accessoires Suzuki sait masquer son stress. C'est là l'une des forces d'une logisticienne expérimentée.

**70 000** références dont 35 000 qui tournent

**10 000 m<sup>2</sup>** de stockage  
(pièces de rechange moteur, carrosserie + accessoires.)

**3 000** lignes de commandes chaque jour et 4 000 le lundi

**30** collaborateurs

## La CAT assurera désormais la livraison des colis

Le département Auto modifie son système d'acheminement des colis de Pièces de Rechange et Accessoires en direction du réseau. C'est la CAT qui assurera désormais ce service en lieu et

place de GEODIS. Les horaires et délais de livraison devraient être améliorés. Ce choix a été fait dans un souci d'apporter toujours plus de facilité au réseau pour viser une qualité de service irréprochable.

L'objectif tient en deux points principaux : aucun colis perdu ou endommagé et une livraison garantie chez le concessionnaire, avant 8h, le lendemain de la commande.



# La boutique du Mondial à l'honneur

**A**u Mondial de Paris, si les nouveautés Automobile et Moto ont connu un grand succès, la boutique des accessoires disposée sur le stand Automobile a, elle aussi, connu l'affluence. Un jeu concours judicieusement organisé par le marketing Automobile permettait de gagner des cadeaux à condition de répondre à un ques-

tionnaire où les réponses étaient sur les stands Automobile et Moto, pour faire le lien entre les deux univers. 500 clients sont venus faire un achat pendant le salon, choisissant principalement des miniatures, des mugs ou des vêtements. Le produit le plus vendu a été le Jimny – nouveauté du Mondial – en version miniature. La boutique Suzuki avait

mis en avant sur ses 40 m<sup>2</sup> les trois univers de la Marque, l'Automobile, la Moto et la Marine, chacun d'eux étant notamment représenté par un objet d'identification central. Piloté par une équipe renouvelée à laquelle se sont joints des responsables régionaux, la boutique du Mondial a connu un véritable succès.





# Les accessoires du Jimny

**S**i le nouveau Jimny a connu un impressionnant succès lors du Mondial de Paris, la gamme d'accessoires qui a été élaborée à l'occasion de son lancement a elle aussi été plébiscitée. Réalisée à partir de l'univers du tout terrain, de

la chasse et de la randonnée, celle-ci réunit notamment une calandre à l'ancienne arborant au centre le nom SUZUKI, un couvre roue de secours, des accessoires de portage, porte ski, porte vélo et une galerie de toit, une lampe à leds, des bâ-

tons de marche, etc. Mais l'accessoire Jimny le plus «fun» est sans doute la tente qui s'installe à partir du toit du Jimny. Pour baroudeurs exclusivement.

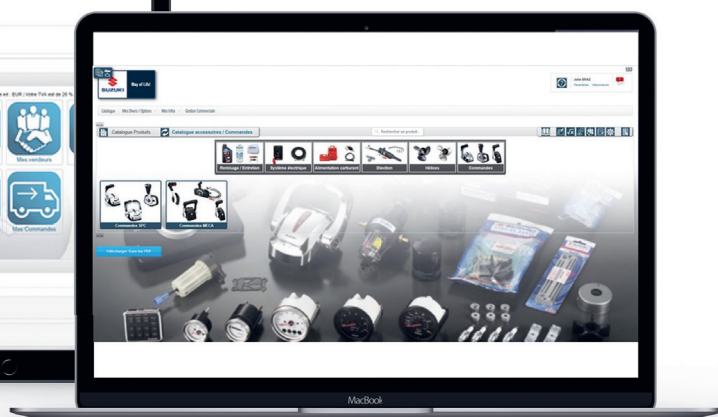


## Le configurateur Marine est opérationnel

**D**ans le cadre de la réorganisation du service marketing par univers – Automobile, Moto et Marine – le département des Pièces de Rechange et Accessoires met la dernière touche aux configurateurs professionnels qui permettront aux concessionnaires des trois activités de mener à bien leurs commandes d'accessoires encore plus efficacement. Les configurateurs Automobile et Moto seront finalisés dans le courant du 1<sup>er</sup> semestre ; la Marine, elle, est opérationnelle dès aujourd'hui. Ce nouvel outil digital

permet de regrouper toutes les références et tarifs d'accessoires Marine. Selon qu'il s'agit d'un moteur à commande mécanique ou électronique du moteur, une base de données permet de concevoir à distance les kits qui seront commandés. Le configurateur, qui intègre un web services permettant une mise à jour quotidienne des tarifs et des références, garantit la

compatibilité des accessoires retenus, sans erreur possible. Une banque d'images complète le nouvel outil, permettant ainsi de visualiser, sur tablette ou smartphone, les différents produits. Suzuki est à ce jour le premier constructeur de moteurs marins à disposer d'un configurateur accessoires professionnel aussi performant.







# En route pour la

**Le Challenge Technique Après-Vente 2019 Automobile et Moto, dédié aux mécaniciens et techniciens des réseaux, se conclura par une grande finale à Trappes le 22 mars. Un voyage dans les Caraïbes sera le point d'orgue.**

Des techniciens et des mécaniciens de l'Automobile et de la Moto, réunis pour viser un seul objectif : l'excellence au bénéfice des clients Suzuki des ateliers des concessions Automobile et Moto. Le Challenge Technique Après-Vente Suzuki 2019 connaît un succès majeur avec 210 inscrits côté Automobile et 140 côté Moto.

Les questionnaires exigeants soumis aux participants ont fait l'objet d'un traitement très sérieux et rigoureux. À l'issue des épreuves écrites, Anthony Chevallier, pour

l'Automobile, du Garage Mezenge d'Alençon termine premier avec un score de 381 / 400 alors qu'en moto c'est Thierry Vincent de Vincent Motos à Saint-Pierre-du-Mont qui arrive en tête avec 188,5 / 200.

En Automobile et parmi les vingt meilleurs du classement, 11 sont des participants de la précédente édition du Challenge et deux sont des nouveaux techniciens dans la Marque. En Moto, parmi les 14 meilleurs, 9 ont participé à la précédente édition.





# République Dominicaine !

Les finales sont programmées à Trappes pour le 22 mars, avec 20 participants pour l'Automobile et 14 participants pour la Moto. À l'issue de cette journée forcément éprouvante, tous les candidats s'envoleront le lendemain pour un voyage de détente et de cohésion

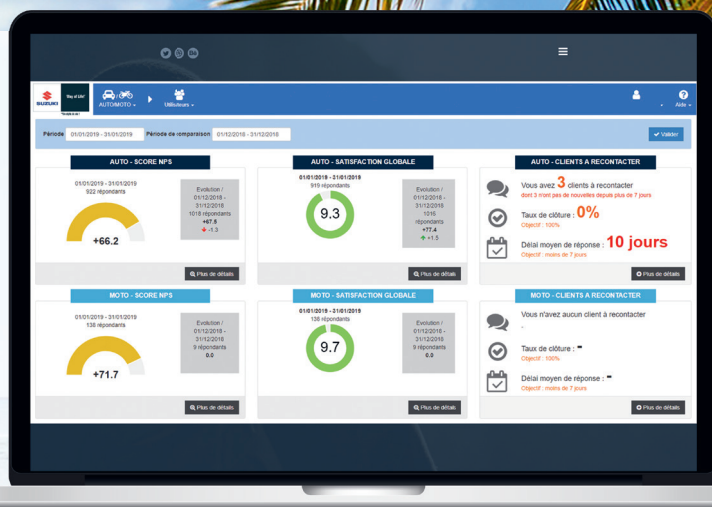
en République Dominicaine, accompagnés des équipes du SAV Suzuki France. Les compteurs sont remis à zéro, bonne chance à tous !

## Un nouveau Baroweb en temps réel

Mise en place en 2014, la plateforme d'étude de Satisfaction Client - le Baroweb Suzuki - a fait l'objet d'une refonte majeure. Le nouvel outil qui concerne l'Automobile et la Moto est plus performant et plus complet que le précédent. Il intègre notamment l'envoi d'un e-mail au client dès le lendemain de l'intervention invitant ce dernier à répondre à un questionnaire de satisfaction relatif à la prestation après-vente délivrée en atelier.

Le questionnaire comprend notamment la prise de rendez-vous, la qualité de la relation entre le professionnel et le client, la prise en charge en atelier, la proposition de travaux supplémentaires éventuels à effectuer et bien sûr le bilan de l'intervention.

Mis en place officiellement au début de cette année, le nouveau Baroweb Suzuki doit pouvoir permettre d'améliorer encore la qualité de la relation client, déjà très bien perçue par les propriétaires de motos ou de voitures de la Marque.





# Suzuki mise sur le digital !

**Suzuki Moto a choisi d'associer son image à la jeune Sarah Lezito, championne de Stunt.**

Une jeune femme, française, au guidon d'une moto, sur la roue avant ou la roue arrière, ou encore debout sur son engin ; Sarah Lezito pratique le Stunt à moto, cette discipline faite de figures dans laquelle elle excelle. Suzuki a choisi de soutenir cette jeune pilote de grand talent en signant avec elle un partenariat exclusif où Sarah ne s'affichera qu'avec des produits Suzuki sur les réseaux sociaux mais aussi sur les différentes épreuves de stunt auxquelles elle participe

comme le Championnat du Monde notamment.

Tout au long de la saison, Suzuki lui met à disposition différents type de motos - sportives, motocross, motos de loisir - et lui apporte également un soutien financier pour l'aider dans ses compétitions. De son côté, Sarah participera à des événements Suzuki, dont le Suzuki Festival où elle assurera un show de Stunt.



## L'agenda

### AUTO

- **Du 7 au 17 mars**  
Salon International de l'Automobile de Genève (journées presse les 5 et 6 mars)

### MOTO

- **Du 11 au 14 mars**  
Lancement presse mondial de la nouvelle KATANA
- **Du 18 au 20 mars**  
Lancement presse européen de la nouvelle GSX-S750 A2
- **Du 23 au 24 mars**  
Ouverture de la GSX-R125 Cup sur les Coupes de France Promosport
- **12 avril**  
Soirée de lancement de la nouvelle KATANA
- **Du 18 au 21 avril**  
24 Heures Motos

### MARINE

- **Du 1<sup>er</sup> au 3 mars**  
Salon de la Pêche en Mer à Nantes
- **18 et 19 mars**  
Présentation presse prototype LH 1000 avec la Ligue de Voile de Haute-Normandie
- **Du 23 au 31 mars**  
Salon Les Nauticales à La Ciotat
- **Du 13 au 15 avril**  
Hyères Boat Show

## 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