

L'actu **SUZUKI**

Le magazine d'information de Suzuki en France

24

2^e TRIMESTRE 2018
AUTO - MOTO - MARINE




SUZUKI

Way of Life!

*Un style de vie!



"L'esprit Suzuki est une force!"

Les trois activités de Suzuki, l'Automobile, la Moto et la Marine se portent bien, dans le monde, en Europe et en France. C'est le fruit du travail de tous les collaborateurs de l'entreprise auxquels j'associe nos partenaires directs.

Nouveau Président de Suzuki France, je suis heureux chaque jour de travailler avec des équipes motivées et performantes, centrées sur le business et sur la satisfaction client qui est l'un des piliers de notre entreprise.

Les événements que nous organisons dans chacun de nos trois univers servent à la notoriété et à l'image de notre Marque. Les prix que nous recevons, sur tous les continents et en France particulièrement doivent nous rendre fiers de travailler pour Suzuki. Les distributeurs de tous nos produits affichent, eux aussi, ce lien fort d'appartenance et cet engagement de chacun est une partie de notre ADN.

Associé à des produits et modèles performants faisant la part belle à l'innovation et toujours plus respectueux de l'environnement, l'esprit Suzuki est une force sur laquelle nous capitalisons chaque jour un peu plus.

Poursuivons, ensemble, sur cette voie. Je vous laisse découvrir toute l'actualité de notre Marque - en France mais aussi sur d'autres contrées - en lisant ce numéro de l'Actu SUZUKI.

Je vous souhaite, à chacun et chacune, un bel été.

Tomoyuki SHIMAZAKI
Président de Suzuki France

"The Suzuki spirit is our strenght!"

Suzuki's three business operations, Automobile, Motorcycle and Marine, are performing well, throughout the world, in Europe and in France. This is the fruit of the work of all of the company's teams also in association with our direct partners.

As the new President of Suzuki France, I am very happy to be working every day with motivated and performing teams, centred on the business and customer satisfaction which is one of the cornerstones of our company.

The events we organise in each of our three universes contribute to our Brand's reputation and image. The awards which we receive, on all continents and in France in particular, should make us proud to work for Suzuki. The distributors of all of our products also demonstrate their strong involvement, and the commitment of each one is part of our DNA.

Associated with performing products and models greatly benefitting from innovation, while always increasingly environmentally friendly, the Suzuki spirit is our strenght which we can capitalise on little by little every day.

Together, let us continue down this road. I will leave you to discover all of our Brand's latest news - in France but also in other areas of the world - by reading this edition of Actu SUZUKI.

I wish every one of you, a wonderful summer.

Tomoyuki SHIMAZAKI
President of Suzuki France

Chiffres Clés

AUTOMOBILE

6

C'est, en millions, le volume de Swift vendues dans le monde. Le best seller de la Marque est, plus que jamais, une icône...

MOTO

70

C'est le nombre - très limité - de GSX-S750 signées par Igor Akrapovic et vendues numérotées depuis avril 2018.

MARINE

25 %

C'est la remise proposée jusqu'au 8 août par les distributeurs, sur les moteurs à démarrage mécanique de 2.5 à 30 ch.

6



4



17

8



23



4-7 **SUZUKI GLOBAL**

8-11 **SUZUKI EN FRANCE**

12-13 **REPORTAGE**
12 En immersion, au siège d'Hamamatsu

14-20 **ÉVÉNEMENTS - SALONS**
14 Swift Sport De Genève à Marbella!

16 L'épreuve des 24 Heures Motos!

18 GSX-R Expérience : le mythe au bout des doigts!

19 Des circuits de renom pour une expérience unique

20 Suzuki Marine aux Nauticales de La Ciotat

21 **RÉSEAU**

21 L'Hybride Genius Tour

22-23 **PRODUITS - APRÈS-VENTE**

23 La GSX-S750 en série limitée Akrapovic

24-25 **PIÈCES ET ACCESSOIRES**

24 Formation réseau : l'Auto, la Moto et la Marine bénéficient d'une même organisation

26-27 **ZOOM SUR**

27 La nouvelle norme WLTP

28 **RÊVES DE GOSSE AGENDA**



Le nouveau Suzuki Ertiga arrive en Indonésie

Lancé en 2012 en Inde et en Indonésie, le Suzuki Ertiga a très largement conquis son public. Aujourd'hui Suzuki présente la nouvelle génération de son monos-

pace, avec un design élégant et dynamique. Posé sur une nouvelle plateforme HEARTECT et équipé d'un nouveau moteur essence 1.5 l, le Suzuki Ertiga réunit de nouveau les

clés de son succès : maniabilité, espace à bord et confort de conduite.

Ce modèle n'est pas importé en Europe.



Suzuki au premier rang d'une étude de satisfaction client en Australie

Canstar Blue, un cabinet d'étude australien, a placé Suzuki sur la première marche du podium dans sa dernière enquête de satisfaction client pour la catégorie Voitures Neuves 2018.

Suzuki est arrivée en tête devant 14 autres marques automobiles, grâce aux notes attribuées par 2 300 conducteurs sur les critères suivants : expérience de conduite, services en point de vente, service après-vente, fiabilité, rapport qualité-prix et entretien du véhicule.

Suzuki emporte trois prix aux Consumer Awards en Afrique du Sud

Pour la deuxième année consécutive, Suzuki a été élue « Marque de l'Année » lors des « Consumer Awards powered by WesBank » organisés par le magazine automobile sud-africain Cars.co.za. Ce prix est déterminé par les notes attribuées par les clients au regard des services après-vente, de l'expérience client et du processus de vente chez les concessionnaires.

Suzuki s'est également vu remettre le prix de « Compacte familiale de l'Année » avec le Suzuki Vitara ; le titre de « Voiture la plus abordable » est revenu à la Suzuki Ignis.



©Fotolia



La Suzuki Swift monte sur le podium pour l'élection de la Voiture mondiale de l'Année

La Suzuki Swift s'offre la troisième place sur le podium de la Citadine mondiale de l'année lors des Awards de la Voiture Mondiale de l'Année, qui se sont déroulés à l'occasion du Salon de l'Automobile de New-York.

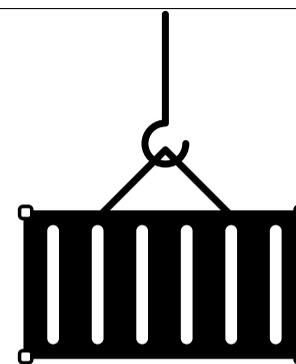
L'année dernière, Suzuki faisait déjà partie du TOP 3 dans la même catégorie avec l'Ignis.

La contribution de Suzuki dans le secteur automobile honorée par le magazine italien Quattroruote

QUATTORUOTE

Le magazine italien Quattroruote a remis le prestigieux prix Gianni Mazzocchi à la famille Suzuki. Ce prix récompense les personnalités qui ont dédié leur carrière à l'automobile et qui y ont apporté une contribution hors-normes.

Ce prix salue l'engagement de Suzuki pour le développement du secteur automobile sur les marchés émergents mais aussi le maintien de son activité commerciale et sa gestion managériale.



Premières exportations depuis l'Inde

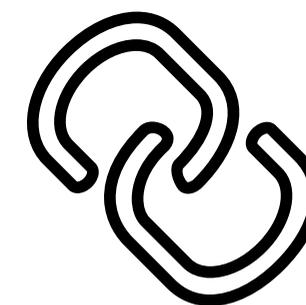
L'usine Suzuki Motor Gujarat Private Limited a marqué une nouvelle page de son histoire avec l'exportation de nouvelles Suzuki Swift, depuis le port de Bombay jusqu'en Afrique du Sud. C'est le premier modèle Suzuki produit en Inde à être exporté et Suzuki Motor Corporation ne compte pas s'arrêter là : les véhicules « Made in India » seront vendus dans plus de 100 pays à travers le monde.

Suzuki s'associe à Toyota pour la distribution de véhicules hybrides en Inde

Suzuki fournira ses modèles Baleno et Vitara Brezza à Toyota, qui fournira en retour son modèle Corolla afin de mutualiser leurs ventes de véhicules hybrides en Inde via les réseaux de distributions de leurs filiales locales.

Cet accord s'ancre dans un processus d'amélioration commun en vue de dynamiser le marché automobile indien et d'y rehausser l'attrait des produits de ces deux marques.

Dans le cadre de ce partenariat, Suzuki et Toyota prévoient également de lancer des véhicules électriques sur le marché indien à l'horizon 2020.



AUTO



Hausse des immatriculations de 22 % au premier trimestre

Après une année 2017 record pour Suzuki, la Marque a bouclé son premier trimestre 2018 sur la même courbe. Les immatriculations enregistrent sur les trois premiers mois une nouvelle hausse de 22 %, par rapport à la même période de 2017.

Au début de l'année dernière, le lancement de l'Ignis avait dopé considérablement les ventes globales. Pour la période qui vient de s'achever, le mix est plus équilibré entre Swift, Ignis et Celerio.

Swift a déjà dépassé les 2500 unités, Celerio bénéficie de la prime à la casse, Ignis enregistre toujours des valeurs fortes et Vitara demeure le second modèle le plus vendu de la Marque, derrière la Swift.

L'ADEME place la Celerio en tête des voitures essence les moins polluantes

L'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) a publié récemment son tout dernier classement des voitures essence les moins polluantes. Suzuki occupe la première place, avec la Celerio. Placée en catégorie énergétique « A » - la meilleure - la Celerio est créditée de 84 grammes de CO₂ rejetés par kilomètre parcouru.

La Celerio sur le podium des voitures économiques de L'Argus

Réalisée par L'Argus, la traditionnelle étude du Prix de Revient Kilométrique a placé la Suzuki Celerio à la deuxième place du classement. La Celerio fait partie des trois modèles de voitures qui reviennent le moins cher par kilomètre parcouru. Elle figure ainsi sur le podium, à la seconde place ex-aequo avec la Dacia Logan et derrière une autre Dacia, la Sandero, qui arrive en tête du classement. La Celerio s'affiche ainsi en très bonne position parmi les 10 véhicules les moins onéreux à l'usage, grâce à son moteur essence 1.0 l. Le coût du km parcouru, évalué par l'enquête de L'Argus est ainsi de 0,35 euro, contre 0,33 euro pour la première du classement.

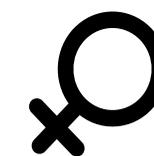
La Suzuki Swift 1.2 Dualjet Hybrid Pack remporte le Grand Prix Auto Environnement MAAF 2018



Le traditionnel Prix Auto Environnement MAAF a récompensé cette année à Paris, la Suzuki Swift 1.2 Dualjet Hybrid Pack et sa technologie d'hybridation légère (mild hybrid). Après la Baleno Hybrid récompensée en 2016 dans la catégorie des citadines polyvalentes et l'Ignis, en 2017, dans la catégorie des compactes, Suzuki France remporte ainsi avec son modèle emblématique Swift, dans sa configuration hybride, le titre 2018 toutes catégories confondues. C'est la première fois qu'une Suzuki est distinguée à ce niveau par un jury de journalistes spécialisés.

GRAND PRIX AUTO ENVIRONNEMENT MAAF 2018

(1) Nouvelle Swift 1.2 Dualjet Hybrid SHVS Pack récompensée dans la catégorie « Citadine Polyvalente ». Consommations mixtes CEE gamme nouvelle Swift (l/100 km) : 4,0 - 5,0. Emissions CO₂ (g/km) : 90 - 114.



Suzuki, partenaire au féminin du Trophée des femmes en action de Lyon

Organisé par Le Progrès, le Trophée des Femmes en action est devenu un événement reconnu du " tout Lyon ". Suzuki y a été associé cette année grâce à l'investissement des deux concessionnaires locaux, certes concurrents, mais ravis de réaliser une action commune.

Richard Drevet concessionnaire à Villeurbanne et Jean-Christophe Vincent, Suzuki Valvert Autos à Tassin-la-Demi-Lune ont décidé, ensemble, de soutenir l'initiative « Femmes en action ».

Suzuki est une marque très présente auprès de la clientèle lyonnaise féminine avec la Swift

notamment et avec ses SUV Vitara et S-Cross. Les femmes, mises en avant par cette initiative du Progrès, se sont forcément distinguées sur le plan personnel ou professionnel et par leur engagement pour une cause ou une action spécifique.

MARINE



Suzuki partenaire de la Fédération des Pêches Sportives

Partageant les valeurs humaines, sportives et environnementales de la Fédération Française des Pêches Sportives, Suzuki Marine a décidé de soutenir la Fédération pour sa section «carnassier». Suzuki est ainsi le partenaire privilégié du Championnat de France de Street Fishing, aux côtés de Sakura (spécialiste de la pêche aux leurres) et de Lowrance (technologie marine). Le street fishing est une première approche de la compétition pour les jeunes et les familles, s'appuyant sur une certaine philosophie de la pratique de la pêche.

Une nouvelle gamme d'hélices pour les moteurs marins

Le récent salon nautique international de Yokohama a été le théâtre du lancement, pour Suzuki, d'une nouvelle gamme d'hélices hautes performances pour les moteurs hors-bord 4 temps. Baptisées Watergrip et déclinables immédiatement en deux définitions, «Standard» et «Dual», elles seront proposées ultérieurement en définition «Sport» offrant une stabilité directionnelle encore plus importante que les deux autres.



MOTO

Suzuki accompagne les pilotes en herbe

Le Suzuki Racing Lab permet à des pilotes motivés d'être épaulés dans deux championnats. Pour les Coupes de France Promosport 125 et Promosport 1000 (7 avril au 2 septembre 2018) sur les grands circuits français, Suzuki et ses partenaires BMC, S2 Concept et EMC Suspension proposent un coaching et un soutien technique.

Pour participer, il faut piloter une GSX-R et être inscrit à au moins une des huit épreuves du Championnat de France et de la Cup. Le gagnant en 125 participera à la Twin Cup sur une SV650 et celui en 1000, obtiendra une place de pilote pour la finale du Championnat de France FSBK d'Albi.



D'autres challenges ont également été mis en place en WERC avec divers partenaires et le soutien de Dunlop, du 25 mai au 21 octobre 2018 sur les circuits français et

espagnols, dans 3 catégories : Twin Cup (SV650), Roadster Cup (GSX-S750) et 1000 Dunlop (GSX-R1000/R).

Suzuki offre le soleil levant

Du 24 mars au 7 avril 2018, Suzuki organisait son événement Spring Break qui s'est traduit par des portes ouvertes dans toutes les concessions. Le moment idéal pour le pu-

blic de découvrir les dernières offres sur les V-Strom 1000, V-Strom 1000 XT, V-Strom 650, V-Strom 650 XT, GSX-S 750, GSX-S 1000, GSX-S 1000 Evo ou Burgman 400.

En plus des portes ouvertes, des lots ont été mis en jeu dont un voyage au Japon. Au programme de celui-ci : une visite de Tokyo et du Musée Suzuki à Hamamatsu sans oublier l'invitation du Team Suzuki Ecstar pour le Grand Prix du Japon, qui aura lieu du 19 au 21 octobre 2018 à Motegi.

Un ensemble de modèles proposés pour l'occasion accompagnés d'un taux de crédit à 0 %.



GAGNEZ UN VOYAGE VIP AU JAPON !
 POUR DÉCOUVRIR LE MUSÉE SUZUKI PLAZA ET VIVRE LE GRAND PRIX DE MOTEGI DANS LE TEAM ECSTAR SUZUKI

HAMAMATSU
TOKYO
MOTEGI

Spring Break
 JE JOUE SUR SUZUKITIMES.COM

Salon de Lyon : Suzuki fait le plein !

La dernière édition du Salon du Deux Roues de Lyon s'est déroulée du 2 au 4 mars 2018 à Eurexpo. Toujours présente, Suzuki a exposé ses dernières nouveautés. Les visiteurs ont pu ainsi admirer la SV 650 X et son look Café Racer ou la V-Strom 250 « Massive & Smart », une moto légère, maniable, simple et efficace. Il était aussi possible de voir les GSX-R125 et GSX-S125, des motos au rapport poids-puissance exceptionnel et à la consommation de carburant minimale.

Les scooters n'étaient pas en reste, à l'image du Burgman 400 qui se présente dans une nouvelle livrée plus sportive et plus élégante. Toutes ces nouveautés ont participé au succès de la marque Suzuki, qui est repartie avec 14 bons de commande signés.



En immersion, au siège d'Hamamatsu

Suzuki Motor Corporation a organisé un Brand Tour pour les représentants des filiales mondiales. Une sorte de plongée dans l'univers Suzuki, afin de rappeler l'ADN de la Marque et ses valeurs.



Un Brand Tour c'est, comme son nom l'indique, une sorte de plongée au cœur de la Marque, de ses valeurs, de son histoire. Chez Suzuki, il s'agit aussi de découvrir l'innovation qui prévaut aux destinées de l'entreprise depuis que Michio Suzuki a créé ses premiers métiers à tisser qui, à l'époque, pouvaient réaliser des étoffes à rayures verticales, là où ceux de son concurrent Toyota, ne tissaient que des matières unies...

C'est là le début de l'histoire Suzuki, bien loin des Swift et des Vitara,

qu'ont pu (re)découvrir Nathalie Geslin et Gilbert Kingold respectivement en charge de la communication et du marketing de Suzuki France.

« Nous nous sommes réimprégnés de l'univers de l'entreprise. Ce fut passionnant et même si nous connaissons bien l'entreprise et son histoire, pouvoir redécouvrir les codes, les messages qui correspondent à notre époque est extrêmement enrichissant » raconte Nathalie Geslin.

Un programme riche et varié

Avec les français, pour ce Brand Tour



2018, ce sont les équipes Suzuki autrichiennes, italiennes, espagnoles, belges et mexicaines qui étaient réunies. « Ce genre d'évènement d'ampleur internationale est très important et lourd en investissement puisque quatre sessions successives avaient lieu dans la fameuse région d'Enshu où est véritablement née l'automobile japonaise. Grâce aux présentations qui nous sont faites, au temps que les managers du siège consacrent aux représentants des filiales, nous intégrons les messages à partager ensuite avec les équipes dans les pays, avec les distributeurs et, bien sûr, avec les clients finaux. Pour Suzuki, les valeurs de l'entreprise ont toujours été le développement de produits de grande qualité en se concentrant sur le client, l'inspiration et l'innovation grâce au travail en équipe et l'excellence individuelle et ce pour

chacune des activités de l'entreprise, l'Automobile, la Moto et la Marine » ajoute Gilbert Kingold.

Lors de ces quatre jours intenses au cœur de la culture Yaramaika (un esprit pionnier), les participants ont pu découvrir les sites de Takatsuka, l'usine de Sagara dédiée aux voitures compactes, le centre de crash tests de Ryuyo, le musée Suzuki ou encore la gigantesque succursale de Shinohara qui supervise 13 concessions et gère environ 13 000 clients.

Des voitures et des pianos!

Mais, au-delà du « monde Suzuki », les organisateurs avaient judicieusement convié les participants à une expérience très intéressante pour faire un parallèle entre l'excellence automobile Suzuki et l'excellence en matière d'instruments de

musique. C'est en effet dans cette région très créative de bord de mer, fertile et ensoleillée, qu'est installé Kawai le très connu fabricant de pianos.

« Nous avons ainsi pu mesurer combien le facteur humain est majeur dans la réalisation des pianos comme dans celle des modèles Suzuki. Dans les deux cas, si l'innovation est primordiale, l'engagement sociétal est très important. Nous sommes revenus du Japon avec des idées neuves et très motivantes pour réaliser notre travail au quotidien. » ajoute Nathalie Geslin.

Un Brand Tour très apprécié pour redécouvrir l'univers de l'entreprise, se souvenir que la première voiture Suzuki, la Suzulight est née en 1955 et, surtout, penser dès à présent au centenaire de Suzuki, en 2020.

SWIFT SPORT

De Genève à Marbella !

Dévoilée en première européenne au salon de Genève en mars, la nouvelle Swift Sport a été essayée par les journalistes sur les magnifiques routes du sud de l'Espagne. Effets garantis pour la bombinette jaune !

Le jaune est mis chez Suzuki ! La toute nouvelle Swift Sport – troisième génération – s'est dévoilée à la presse internationale en Suisse tout d'abord, avant de filer au sud de l'Europe pour les essais presse dynamiques. À Genève, Suzuki France avait convié une dizaine de journalistes de la presse spécialisée qui ont pu découvrir la nouvelle venue et échanger avec Stéphane Magnin, le Directeur de l'activité automobile, sur les très bons résultats commerciaux 2017.

Marbella, pour le plaisir au volant

Plus légère et encore plus dynamique et plaisante à piloter que la précédente, la nouvelle Swift Sport a révélé ses qualités routières sur les magnifiques routes du sud de l'Espagne. Après un débarquement à Malaga, les journalistes européens ont pu tester la voiture entre Ronda,

la ville mauresque rendue célèbre par son site pittoresque en hauteur surplombant le Tage et Malaga. Une trentaine de journalistes français avaient répondu à l'invitation de Suzuki France, en présence de M. Shimazaki le Président. La Swift Sport de troisième génération a fait forte impression avec son assise abaissée et élargie, son style affirmé de sportive et un rapport poids/couple la propulsant dans la catégorie des véhicules « hautes performances ». Animée par un moteur Boosterjet 1.4 l développant un couple de 230 Nm et affichant un poids total à vide abaissé de 80 kg par rapport à celui de sa devancière, la nouvelle Swift Sport est devenue un véhicule haute performance à part entière, offrant une conduite sportive des plus exaltantes. Elle devrait facilement trouver son public en France.



« Nous savons que nos clients recherchent avant tout une expérience de conduite dynamique, c'est pourquoi nous avons basé notre concept de développement de la Swift Sport de troisième génération sur le plaisir de conduite ultime. Nous avons bénéficié d'une excellente base de travail car la plate-forme HEARTECT de la nouvelle Swift est incroyablement légère et rigide. Notre équipe avait une multitude d'idées nouvelles en matière de design et d'ingénierie, mais ces idées ne pouvaient être mises en œuvre que si elles étaient source de performance et d'émotion. Nous avons abaissé et élargi la Swift, et l'avons dotée d'une technologie d'allègement. »

Masao Kobori Ingénieur en chef du projet Swift Sport



Le jaune et... les autres

La nouvelle Swift Sport a été révélée dans une couleur unique et lumineuse, le « Champion Yellow ». Emprunté au modèle de rallye de Suzuki Works Techno, qui a participé au Championnat du Monde des Rallyes Junior, il est la couleur étendard du nouveau modèle.

La Swift Sport se décline néanmoins en sept coloris, parmi lesquels les nouvelles teintes Burning Red Pearl Metallic et Speedy Blue Metallic introduites sur l'ensemble de la nouvelle gamme Swift.

L'épreuve des 24 Heures Motos!

Pour les 40 ans des 24 Heures Motos du Mans, épreuve qui s'est déroulée les 21 et 22 avril 2018, Suzuki était bien représentée avec 13 équipages aux couleurs de la Marque dont, bien entendu, l'iconique SERT. La course a été éprouvante pour tous les équipages qui, entre chutes ou déboires mécaniques, n'ont eu que plus de mérite à passer la ligne d'arrivée.



Pour les 40 ans de cette mythique course, une soixantaine d'équipages s'était alignés au départ. Suzuki était bien représentée, en particulier par le Suzuki Endurance Racing Team (SERT) dont les pilotes Vincent Philippe, Etienne Masson et Gregg Black prenaient part à la course en EWC au guidon de la nouvelle GSX-R1000, le tout sous l'œil avisé de leur manager Dominique Méliand. Outre des équipes comme l'April Motos Motors Events (AMME), l'Atomic Motorsport, le Motor Team ou le R2CL pour ne citer qu'elles, Suzuki pouvait

aussi compter en Superstock (SST) sur le Junior Team Le Mans Sud Suzuki et sa GSX-R1000 quasi de série.

Tous les atouts pour gagner

Si l'on a vu les principaux équipages Suzuki passer la ligne d'arrivée, il faut avouer que la course fut éprouvante pour tous. Par exemple, jusque-là en 7^e position, le team AMME était victime d'une chute à la quatrième heure de course, le pénalisant pour le reste de l'épreuve. Le SERT, en deuxième et troisième position pendant longtemps a, de

son côté, rencontré des problèmes de freinage récurrents qui l'ont relayé finalement à la 24^e place. «*Nous n'avons pas été épargnés pendant cette course difficile. Il faut aussi rappeler que notre moto est en phase de progression et au Mans, ce n'était que sa deuxième course. Nous avons encore du travail à accomplir. Nous devons bien sûr résoudre les problèmes de freinage rencontrés ce week-end et qui nous ont privés d'une belle course. Car cette nouvelle GSX R1000 a tous les atouts pour gagner*» estime Dominique Méliand.

Le Junior Team Le Mans Sud Suzuki sur le podium!

Éprouvante, dure, sélective, cette édition des 24 H du Mans Motos n'a pas été de tout repos pour les participants, équipages Suzuki compris. Malgré tout, le Junior Team Le Mans Sud tire bien son épingle du jeu et s'offre même un podium en Superstock. En effet, la moto n° 72, avec à ses commandes le trio composé d'Hugo Clère, Alex Sarabayrouse et Louis Rossi, s'octroie la 8^e place au classement général, mais surtout la 3^e dans la catégorie SST.

De quoi redonner du baume au cœur à bien des suzukistes.



Convivialité : le mot d'ordre de la famille Suzuki!

Lors des dernières 24 Heures Motos, 40^e du nom, le soleil étant au rendez-vous, le public a pu profiter d'un double stand Suzuki. D'un côté, était présentée une partie de la gamme, dont la GSX-S 750 Akrapovic, avec une zone photo souvenir permettant de chevaucher une GSX-R 1000 façon course.

De l'autre, Moto Parc 72, le concessionnaire local, proposait les produits du SERT et Moto GP. Ce stand était aussi l'occasion rêvée pour les pilotes Margaux Wanham, Stéphane Paulus, Étienne Masson et Gregg Black de s'adonner à des séances de dédicaces fort appréciées des grands comme des petits.

Par ailleurs, des concessionnaires Suzuki ont également été invités à partager un repas avec les membres du SERT et son team manager, Dominique Méliand. Une occasion unique de découvrir l'envers du décor des compétitions motos. Une vraie réussite!





GSX-R Expérience : le mythe au bout des doigts !

Suzuki a mis en place le GSX-R Expérience pour faire découvrir ou redécouvrir ce modèle mythique, le plus puissant jamais produit, au plus grand nombre. C'est pour bien des motards l'occasion rêvée d'essayer la dernière GSX-R 1000 dans des conditions très privilégiées. En effet, outre le fait que Suzuki mette à disposition la ma-

chine, les participants sont invités à une présentation et des sessions de roulage. Le programme prévoit même des baptêmes en duo. Si le nombre de places est volontairement limité pour des raisons de sécurité évidentes, les heureux bénéficiaires de l'invitation profitent de la présence active de teams et pilotes officiels Suzuki pour plus de

plaisir encore. Pendant cette expérience inédite, des conseils sont donnés pour régler sa moto et progresser en pilotage. En plus de différents ateliers thématiques et techniques sur la GSX-R 1000, on profite aussi du retour d'expérience de clients possesseurs de ce modèle haut en couleur.

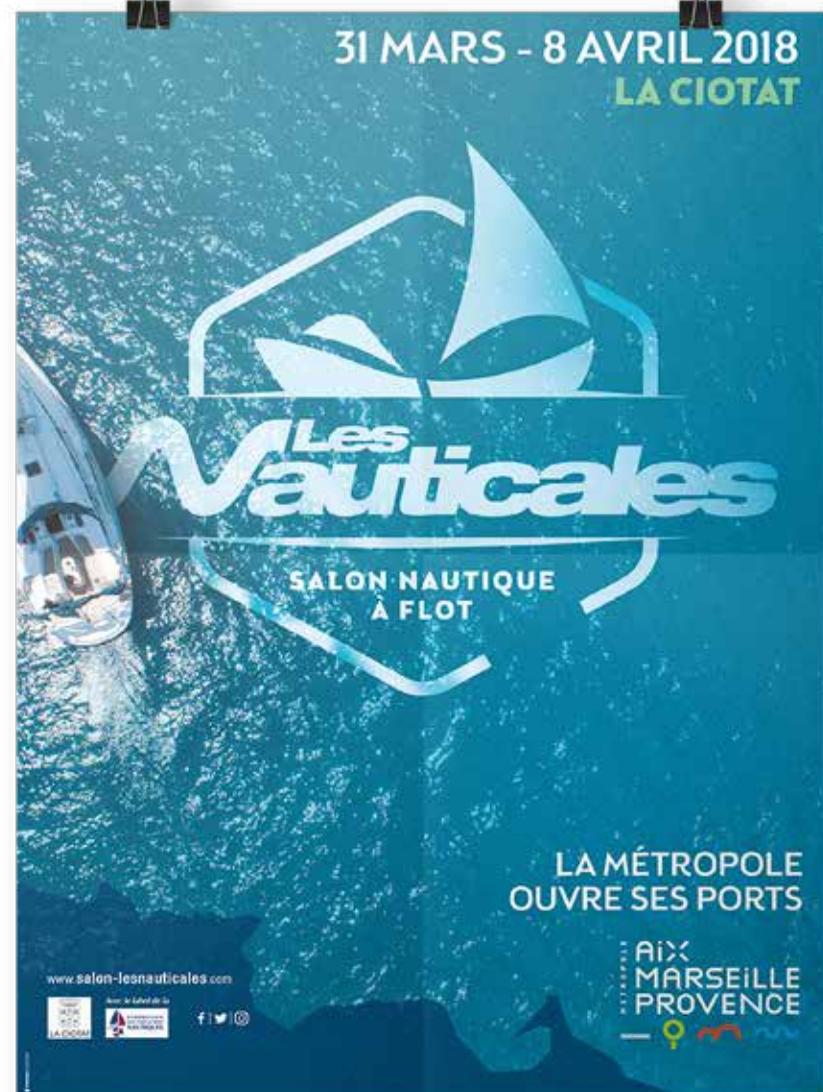
Des circuits de renom pour une expérience unique

Les journées GSX-R Expérience ont été déployées sur cinq dates, permettant ainsi de toucher le plus grand nombre de parti-

cipants dans pratiquement toutes les régions de France. En effet, elles sont organisées sur les plus beaux circuits hexagonaux : Lédénon le 15

avril, Le Mans le 30 avril, Dijon-Prenois le 10 mai, Nogaro le 13 mai et Carole le 3 juin 2018.





Suzuki Marine aux Nauticales de La Ciotat

Suzuki Marine a ouvert la saison nautique en participant au Salon Les Nauticales de La Ciotat, du 31 mars au 8 avril dans le port de la commune des Bouches du Rhône. Grand rendez-vous de printemps en Méditerranée, cet événement rassemble des bateaux à moteur ou à voile, des pneuma-

tiques et semi-rigides, des bateaux en bois, des motoristes et accessoires. L'édition 2018 mettait en avant plusieurs thématiques comme les nouveaux ports de la Métropole Aix-Marseille-Provence ou le forum des Métiers de la mer. Suzuki, présentait une quinzaine de moteurs sur son stand, dont les nouveaux et

puissants DF350ATX et, surtout, le tout dernier DF325ATX dont les caractéristiques techniques en font un moteur particulièrement destiné aux professionnels de la mer. Dérivé du DF350A, le DF325ATX est le premier moteur hors-bord 4 temps de plus de 300 ch à fonctionner au carburant 91 RON.

L'Hybride Genius Tour

Accessible, performante et en phase avec la demande actuelle, la gamme hybride Suzuki est mise en avant. Le Genius Tour a permis de former les vendeurs à cette nouvelle technologie.

Formation, information et communication sont les trois piliers du tryptique hybride de Suzuki. La Marque, qui a la chance de disposer de trois modèles proposés avec la technologie hybride – Baleno, Swift et Ignis – au moment où cette technologie se développe, a décidé d'investir afin de former les vendeurs du réseau et d'informer, au mieux, les clients.

Pour le réseau, c'est un Genius Tour qui a été élaboré en neuf dates et a réuni 165 vendeurs du réseau pour découvrir la technologie et démystifier l'approche. « Nous avons pour objectif de devenir un spécialiste de l'hybride ; au moment où les nouvelles normes (WLTP) se mettent en

place, nous avons chez Suzuki une famille de modèles parfaitement en ligne avec les attentes clients » explique Laurence Lebreton du département Marketing.

Aujourd'hui, près de 50 % des ventes des modèles Suzuki disponibles en hybrides sont déjà réalisées avec cette technologie. Les vendeurs qui ont participé à cette formation ont fait part de leur satisfaction et de leur intérêt général pour le Genius Tour Hybride.

« Tous les participants ont apprécié le format délocalisé en régions et ont bien intégré le changement lié à la motorisation hybride. Ceux qui arrivaient sceptiques le matin, re-

partaient conquis le soir après avoir intégré la technologie et les principes de présentation aux clients. La formation a vraiment levé les doutes et les appréhensions. Les neuf sessions organisées ont parfaitement fonctionné » explique Fabien Rouilleris formateur en Training Spirit, la société spécialisée partenaire de Suzuki pour ce projet.

COMMUNIQUEZ !

Une bonne action de sensibilisation n'allant pas sans communication, une campagne de mailing spécifique a été mise en place auprès des clients et des prospects, ainsi qu'un renfort publicitaire autour de messages radio et d'annonces presse. Ce dispositif a permis de porter les valeurs de la technologie hybride Suzuki auprès du grand public. Chez Suzuki, l'hybride fait le printemps !



AutoPlus Occasion décerne à Suzuki le titre de marque la plus fiable

Suzuki arrive en tête des marques, toutes catégories confondues, du baromètre 2018

Réputée pour sa robustesse, Suzuki a toujours figuré parmi les marques les plus fiables du marché. Mais cette année, le titre référence AutoPlus Occasion, qui réalise un baromètre annuel, décerne à la Marque le titre suprême. Réalisé à partir des constats de pannes des modèles, constats qui sont ensuite corrélés aux ventes des véhicules neufs de la Marque pour établir un ratio, ce baromètre

est devenu au fil des ans, un outil de comparaison très attendu par les constructeurs.

« Nous sommes très heureux de figurer cette année comme leader. Suzuki a toujours été une marque reconnue par les clients et par le réseau des concessionnaires comme étant très fiable. Il s'agit là d'une caractéristique forte de la Marque » précise Luc Malnoury, directeur après-vente, avant de pour-

suivre : « Si nous ne sommes pas vraiment surpris par cette première place du baromètre 2018, nous sommes fiers ; en effet, que ce soit au siège de l'entreprise au Japon ou dans les filiales, tous les collaborateurs s'attachent à améliorer constamment le produit et les offres de services. L'après-vente est un sujet majeur au bénéfice de la satisfaction client. »

Les offres spéciales annoncent l'été

À chaque saison estivale sa campagne ; cette année, le département Après-Vente de Suzuki a conçu pour son réseau et à destination des clients propriétaires de Suzuki, une action « bilan gratuit » avant de prendre la route des vacances. À cette action s'ajoute une opération de promotion, à partir de trois offres à personnaliser sur les freins, les pneumatiques et la climatisation. Une sorte de check'up de sa voiture avant de prendre la route des vacances complètement serein.



La GSX-S750 en série limitée Akrapovic

Pour la toute première fois, Igor Akrapovic, le patron de la célèbre marque slovène, valide officiellement une série limitée éponyme avec Suzuki. Le modèle retenu est la GSX-S750, disponible depuis fin avril 2018 à seulement 70 exemplaires numérotés. Ce modèle

est doté de stickers spécifiques, d'un silencieux Akrapovic revêtu de carbone (Euro 4), d'un support de plaque en aluminium, d'une selle texturée, d'un capot de selle passager et d'une plaque carbone numérotée. Le coût total de cet habillage est de 1 700 € TTC (tarif client).

La Suzuki GSX-S750 Akrapovic est proposée à 9 999 € en concession.



Formation réseau : l'Auto, la Moto et la Marine bénéficient d'une même organisation

Le département Marine a rejoint l'Auto et la Moto au cœur du dispositif de formation dédié aux équipes des concessionnaires. Engagé il y a deux ans, le plan est en phase d'achèvement.

Gérée par les équipes internes de Suzuki France, la formation aux supports techniques et à la logistique concernait principalement l'Auto et la Moto. Depuis cette année, les concessionnaires Suzuki Marine sont également concernés directement. Composée d'Emmanuel Dubourg, Victor Herisset et de Julie Mauguier pour l'aspect organisationnel, l'équipe des formateurs pilote des sessions en régions, qui réunissent une vingtaine de collaborateurs des concessions régionales.

« Nos dernières formations concernaient les magasiniers et il s'agissait de les initier aux nouveaux logiciels et aux procédures. En deux ans, nous avons couvert les trois-quarts des réseaux et les dernières journées se sont déroulées à Montpellier, Bordeaux, Rennes, Valence et Besançon » explique Emmanuel Dubourg.

Chaque formation s'achève par la remise d'une clé USB aux participants, qui contient le déroulé des process et rassemble les documents utilisés pour la formation.

Très efficaces, ces sessions ont déjà permis de vérifier largement leur intérêt, notamment en termes d'amélioration des suivis de commandes et de réduction des appels téléphoniques auprès des équipes du siège.

Formation aux nouveaux outils

De janvier à février 2018, divers membres du département des pièces et services ont sillonné la France pour aller à la rencontre des réseaux Auto, Moto et Marine. Le but : former les responsables après-vente et les magasiniers aux nou-

veaux outils présents sur Suzuki Espace Pro. Le nombre de places limité et la mise à disposition d'un ordinateur pour deux stagiaires ont favorisé les échanges.

« Les réseaux sont vraiment contents de voir Suzuki France se déplacer pour les écouter, conseiller et former. Ce lien avec la Marque est presque d'ordre familial. C'est un vrai plus » estime Olivier Cattani, Responsable Marketing Pièces Détachées & Accessoires.

Pour la Marine plus spécifiquement, le Configérateur est désormais opérationnel. Cet outil inédit permet, lors de la vente d'un moteur, de sélectionner automatiquement les éléments indispensables et obligatoires, plus communément appelés "accessoires Prerigging" :

commandes, faisceaux électriques, instrumentations, etc. Il évite les erreurs en associant le bon moteur avec les bons périphériques, supprimant la perte de temps, l'immobilisation des bateaux et les retours coûteux. « Ce

configérateur met en avant tout le savoir-faire de Suzuki et son panel de pièces et d'accessoires d'origine. Cet outil permet d'aller jusqu'à la réalisation d'un devis complet avec le calcul de la marge », conclut Olivier Cattani.



Catalogue Corporate : une édition complète et repensée

Le catalogue « Corporate » réunit sur une centaine de pages toutes les gammes de vêtements et objets proposés par Suzuki Auto, Moto et Marine, qui peuvent être vendus aux clients ou utilisés en concession. Élaboré en Allemagne, il présente près de 300 références incontournables pour la promotion et l'image de marque de Suzuki. Les représentants d'Allemagne, Grande-Bretagne, Italie, Espagne et France se sont impliqués et ont choisi les gammes à développer. Ainsi, pour la Moto, si les Anglais ont privilégié le British Super Bike, les Français ont étendu leur

offre SERT en lançant de nouveaux articles comme les casquettes pour enfants. Elles ont du reste "fait un tabac" lors des dernières 24H du Mans.

Ce catalogue est à disposition des concessions en version papier et est accessible en ligne. Il est présenté en Français et chaque référence est accompagnée d'une fiche descriptive.



« C'est la première fois que nous avons une édition aussi complète. Ça raconte une histoire. Je pense que les concessionnaires peuvent être fiers de montrer à leurs clients, toutes les possibilités de représenter fièrement la famille Suzuki », assure Olivier Cattani, Responsable Marketing Pièces Détachées & Accessoires.



La nouvelle norme WLTP

Le nouveau protocole permettant d'évaluer la consommation de carburant et les émissions de CO₂ sera peu à peu mis en place. Jusqu'en 2020, les normes NEDC et WLTP cohabiteront.

Mise en place dans les années 1990, l'actuelle norme NEDC (New European Driving Cycle) est appelée à disparaître. Elle sera peu à peu remplacée par la norme WLTP (Worldwide Harmonised Light Vehicle Test Procedure) qui est un nouveau protocole permettant de mesurer la consommation de carburant ainsi que les émissions de CO₂ et de substances polluantes par les véhicules. Un dispositif pensé et mis en place par La Commission Économique pour l'Europe des Nations Unies (CEE-ONU) en remplacement du précédent. L'un des principaux objectifs de la procédure WLTP est de faire en sorte que les résultats des tests effectués en laboratoire reflètent de façon la plus réaliste possible le fonctionnement des

véhicules. Au regard de l'importance des objectifs en termes d'émissions de CO₂ qui ont été fixés aux constructeurs dans le monde, WLTP vise également à harmoniser les procédures de test à l'échelle mondiale afin d'éviter les disparités possibles entre pays.

Les mesures de CO₂ résultant des tests WLTP seront indiquées dans le certificat de conformité du véhicule et seront utilisées pour vérifier que les constructeurs respectent bien les objectifs d'émissions de CO₂ qui leur ont été fixés par l'Union Européenne. Dans de nombreux pays, dont la France, les résultats de ces nouveaux tests seront aussi pris en compte pour élaborer la réglementation fiscale appliquée aux véhicules.

En complément du dispositif WLTP, la Commission Européenne s'appuiera également sur les émissions réelles constatées pendant la conduite (« Real Driving Emissions » - RDE) pour homologuer les véhicules. Dans ce cadre, d'autres polluants comme les NOx seront désormais mesurés lors d'essais dynamiques, ce qui permettra de compléter les tests effectués en laboratoire par des mesures réalisées dans des conditions réelles d'utilisation. Jusqu'en 2020, les normes NEDC et WLTP seront utilisées mais NEDC restera la seule norme juridiquement contraignante pour les constructeurs. L'Union Européenne devra donc revoir ses objectifs d'émissions de CO₂ pour 2020-2021 en s'appuyant sur les mesures obtenues avec le dispositif WLTP.

Dans quels pays ?

La norme WLTP sera adoptée par les 28 membres de la Communauté Européenne ; la Norvège, l'Islande, La Suisse et le Liechtenstein, la Turquie et Israël selon également concernés. D'autres pays ayant également ratifié l'accord WLTP comme la Chine, le Japon, la Corée du Sud, la Russie, l'Inde et les États-Unis, sont actuellement en train d'étudier ses modalités de mise en œuvre.

Qui est concerné ?

WLTP est une certification légalement obligatoire qui concerne tous les constructeurs automobiles. Dans de nombreux pays, la fiscalité automobile est liée aux émissions de CO₂ des véhicules. L'impact de la nouvelle norme WLTP sur la fiscalité sera

connu petit à petit. En attendant, la réglementation en vigueur continue donc de s'appliquer dans chacun des pays concernés.

Les options des véhicules auront un rôle

Contrairement au dispositif NEDC, les tests WLTP tiendront compte des options dont peuvent être équipés les véhicules. Les équipements en option peuvent modifier le poids ou l'aérodynamisme du véhicule et affecter ainsi sa consommation de carburant et ses émissions. Désormais, il sera possible de connaître leur éventuel impact sur les émissions de CO₂ du véhicule.

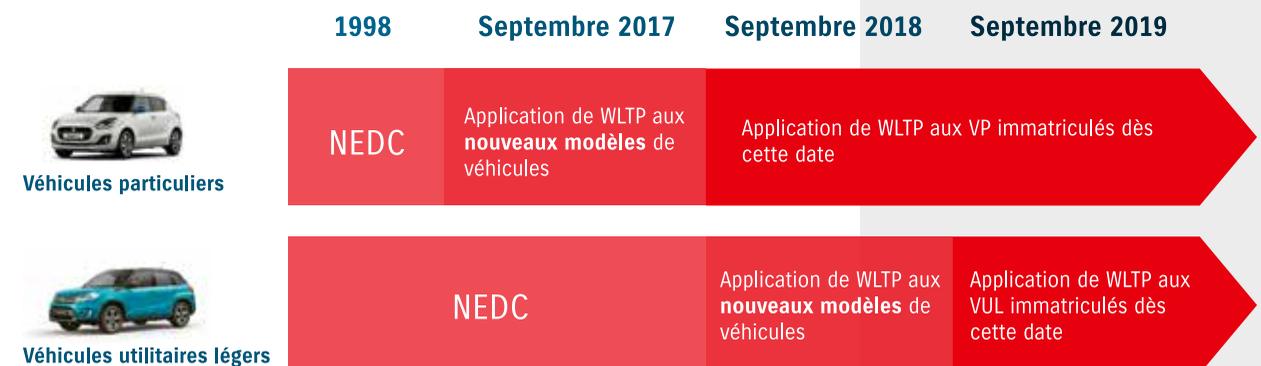
Pour Suzuki, la nouvelle norme valorisera le travail accompli

Suzuki a engagé depuis plusieurs années les travaux permettant de répondre favorablement aux exigences européennes en matière de CO₂. La mise en place des nouvelles règles en la matière permettra à la Marque de valoriser auprès du public et des clients potentiels, tous les efforts accomplis et succès enregistrés notamment en matière de l'allègement du poids des voitures. En termes de motorisation, c'est l'amélioration de l'efficacité globale qui est à noter - taux de compression, réduction des frottements, optimisation de la combustion, etc - et, bien entendu, la mise en production en grande série d'une solution simple, fiable et accessible en terme budgétaire.

Le moteur Suzuki 1.2 Dualjet



LES DATES CLÉS DU DISPOSITIF WLTP



A noter : les véhicules immatriculés avant le 01.09.2017 ne sont pas concernés par le dispositif WLTP



Suzuki rêve, avec les gosses...

Partenaire de l'association Les Chevaliers du Ciel pour son événement « Rêves de Gosse », Suzuki a invité Stéphane Paulus le pilote moto handicapé sur l'étape de Melun du Tour de France aérien. De nombreux enfants, participant aux

baptêmes de l'air ont ainsi pu échanger avec le champion qui s'est livré au jeu des questions réponses.

L'actrice Véronique Jannot était égale-



ment présente sur cette étape de la région parisienne, aux côtés de l'équipe d'organisation emmenée par Jean-Yves Glémée, Président et Christiane Monnier, vice-Présidente.

L'agenda 2018

AUTO

- **Du 21 août au 16 septembre (Auto et Marine) :** La Solitaire URGO Le Figaro (Le Havre, Saint-Brieuc, Ria de Muros-Noia, Saint-Gilles-Croix-de-Vie)
- **Du 17 au 20 septembre :** Essais Presse pan-européens du Jimny
- **Du 4 au 14 octobre :** Mondial de l'Automobile de Paris (Journées presse les 2 et 3 octobre)

MOTO

- **1 et 2 septembre :** Finale Coupes de France Promosport à Nogaro
- **4 et 5 septembre :** Suzuki Académie, sur le circuit du Vigeant
- **7 au 9 septembre :** Alpes Adventure Moto Festival
- **8 et 9 septembre :** Kenny Festival
- **14, 15 et 16 septembre :** Bol d'Or

MARINE

- **Du 11 au 16 septembre :** Cannes Yachting Festival
- **Du 20 au 25 septembre :** Salon Nautique de Gênes (Italie)
- **Du 26 septembre au 1^{er} octobre :** Le Grand Pavois – La Rochelle
- **Du 29 septembre au 7 octobre :** Les Voiles de Saint-Tropez

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