

L'actu **SUZUKI**

Le magazine d'information de Suzuki en France

29

4^e TRIMESTRE 2019
AUTO - MOTO - MARINE



*Un style de vie!


SUZUKI

Way of Life!



"Waku Waku" pour tous

Les révolutions font toujours peur. Celle qui s'annonce et s'amorce dans le secteur de la mobilité n'échappe pas à la règle. Comment, demain, allons-nous concilier liberté de mouvement et respect de l'environnement ? Faudra-t-il sacrifier un peu du plaisir et de l'efficacité de nos modes de déplacement actuels, sur terre comme sur mer, pour préserver la planète ? Des questions décisives, vitales parfois, angoissantes souvent.

Lors du dernier Salon de Tokyo, Suzuki a pris des positions très fortes sur ces sujets. Le président Toshihiro Suzuki a notamment exprimé une vision sociétale qui guidera le développement de l'entreprise et de ses produits dans les années à venir. Avec un mot d'ordre : «WAKU WAKU SWITCH For Everyone», du plaisir partagé par tous. La philosophie Suzuki est claire : les moyens de transports de demain devront être respectueux de l'environnement, bien sûr, mais aussi accessibles à tous les consommateurs, et excitants !

Au 46^e Tokyo Motor Show, Toshihiro Suzuki a été très explicite : « Nous allons développer de nouveaux services et des technologies avancées dans le domaine de l'électrification, de la sécurité et de la connectivité tout en continuant de proposer des produits abordables, avec un rapport prix/prestations exceptionnel ». Pour l'entreprise, le progrès ne doit surtout pas être réservé à quelques privilégiés mais mis à la portée du plus grand nombre. Une vision d'ores et déjà mise en application, par exemple sur la gamme automobile avec la technologie hybride Suzuki qui concilie efficacité environnementale et accessibilité tarifaire, ou sur la gamme marine avec l'important travail mené pour réduire la consommation de carburant des moteurs...

L'efficacité est essentielle, la maîtrise des coûts cruciale. Mais l'automobile, la moto et la marine sont des activités où la passion, l'excitation, le plaisir font encore souvent la différence. Sur ce sujet également, Toshihiro Suzuki précisait, par exemple en évoquant l'activité automobile : « Notre souhait est de continuer à offrir à nos clients des jours heureux, conviviaux et joyeux tout en adaptant nos voitures aux changements exigés par la société ». Une philosophie illustrée sur le stand Suzuki du Salon de Tokyo par la présentation du concept-car Waku SPO, un petit coupé hybride rechargeable offrant un design très plaisant, un agrément de conduite exceptionnel et une modularité originale.

Bref, chers amis vous l'aurez compris, l'avenir sera «waku waku», c'est-à-dire excitant et joyeux. Mais, finalement, il ne s'agit pour Suzuki que d'adapter à la nouvelle ère dans laquelle nous entrons la philosophie adoptée par la marque depuis 100 ans. Cet anniversaire que nous fêtons l'an prochain sera l'occasion de confirmer que, fort de ces valeurs et de son savoir-faire, Suzuki peut aborder l'avenir sans crainte, dans la sérénité... et la joie, bien sûr.

Nathalie Geslin
Directeur Adjoint
Relations Publiques et Presse



AUTOMOBILE

80

Articles consacrés à Suzuki dans les médias français à l'occasion du Salon de Tokyo

MOTO

1050

Cylindrée de la toute nouvelle V-Strom

MARINE

50

Correspond au pourcentage d'économie de carburant réalisée par la SNST (Société Nautique de Saint-Tropez) sur trois ans grâce aux moteurs hors-bord Suzuki



4-5 SUZUKI GLOBAL

6-7 SUZUKI EN FRANCE

8-11 PARTENARIATS

8 Une Transat d'anthologie !

10 Suzuki et le basket : des valeurs communes

12-16 PRODUITS

12 Suzuki, n°2 des ventes d'hybrides en France

14 Katana Yoshimura : le choix des connaisseurs

15 Burgman 400 Lounge : priorité au confort

16 Le nouveau DF300B, star Suzuki à Cannes

17 RÉSEAU

17 Les Voiles de Saint-Tropez : Suzuki monte en puissance

18 PORTRAIT

18 Madame Swift

19 S.A.V

19 Benjamin et Jérôme : SAV... des concessions !

20-21 SALON

20 Les hybrides Suzuki s'exposent au Salon de Lyon !

22-23 COMPÉTITION

22 17^e Victoire au Bol d'Or : le SERT de retour au sommet

23 Promosport 2020 : un bon cru

24-28 REPORTAGE

24 Une semaine au cœur du Japon

29 MARKETING

29 Une nouvelle campagne Business

30 ÉVÉNEMENTS

30 Alpes Aventures Motofestival : 9000 visiteurs dans un décor de rêve

31 PIÈCES DE RECHANGE ET ACCESSOIRES

31 Itinéraire d'une fidélité

32 ZOOM SUR

32 Rêves de Gosse et concert de rêve !

32 AGENDA

Tous les essais des véhicules Suzuki ont été effectués sur voies ouvertes à la circulation publique.

OFFENSIVE SUZUKI AU SALON DE TOKYO

Suzuki a créé l'événement au 46^e Tokyo Motor Show en dévoilant plusieurs concept-cars qui illustrent sa vision de l'avenir proche.

LE WAKU SPO, COUPÉ ET FAMILIAL À LA FOIS

Avec son style délicieusement rétro, le concept Waku SPO a fait sensation... Au premier abord, on découvre un joli petit coupé, à l'intérieur très travaillé. Mais le Waku SPO regorge d'innovations, et met en particulier l'accent sur la modularité. La voiture peut ainsi se transformer en break, et devenir ainsi une vraie familiale pratique. Le toit se déplie, et les sièges arrière coulissent pour gagner de l'espace aux jambes. Un 2-en-1 qui fait rêver !

L'intérieur est également transformable, avec une planche de bord en bois qui disparaît pour révéler un grand écran qui traverse toute la largeur de la voiture. Et pour ne rien gâcher, le Waku SPO bénéficie d'une motorisation hybride rechargeable.



HUSTLER CONCEPT, LA KEI-CAR FAÇON JIMNY

Le Hustler, kei-car (micro-voiture) crossover urbain vendu au Japon depuis 2014, va bientôt se décliner dans une nouvelle génération. C'est ce qu'annonce ce concept présenté au Salon de Tokyo. On y découvre des accents inspirés par le succès du Jimny, pour une voiture urbaine qui peut aussi devenir baroudeuse.



HANARE, LA CONDUITE AUTONOME SELON SUZUKI

Suzuki se prépare à la conduite autonome, et propose sa vision d'un futur où vous n'aurez pas à prendre le volant de votre voiture. Le concept Hanare est donc un salon sur roues, qui met en avant des valeurs de convivialité et de personnalisation.



MOTO: DU NEUF DANS LA FAMILLE V-STROM

Les nouvelles V-Strom 1050 et V-Strom 1050XT ont été dévoilées au Salon de Milan (EICMA) début novembre.

Le moteur V-twin de 1 037 cm³, performant, confortable et économe, gagne 7 chevaux (107 ch au total). Le système ride-by-wire d'accélérateur électronique propose différents modes de conduite pour s'adapter aux conditions extérieures et à l'humeur du pilote.

De son côté, la 1050XT dispose du tout nouveau SIRS (Suzuki Intelligent Ride System) qui comprend entre autres, le régulateur de vitesse, l'aide au démarrage en côte, les assistances intelligentes au freinage, pour les fortes descentes par exemple, ainsi que d'autres équipements pour un voyage parfait, même sur de longues distances.

Enfin, l'inédite livrée rouge et blanche évoque la fameuse DR du Paris-Dakar 1988.



MARUTI SUZUKI LANCE LE S-PRESSO

Maruti Suzuki a lancé en Inde son nouveau mini SUV, le S-PRESSO. Compact et doté d'un moteur 1.0 litre, ce SUV urbain vise une clientèle jeune grâce à un design extérieur marquant et une planche de bord originale avec l'instrumentation en position centrale.





OPÉRATION "CLEAN UP THE WORLD" : SUZUKI FRANCE NETTOIE UNE ÎLE !

Depuis 2011, les équipes Suzuki aux quatre coins de la planète s'activent à rendre la planète un peu plus propre avec l'opération "Clean Up the World". Cette année, une quarantaine de collaborateurs de toutes les divisions de Suzuki France se sont donnés rendez-vous pour nettoyer l'Île de Monsieur, dans les Hauts-de-Seine.

Tous ensemble pour la planète

Ce sont ainsi 2m³ de déchets qui ont été ramassés par les équipes. Elles étaient assistées dans leur travail par Stéphane Mifsud, Champion du Monde d'apnée statique et partenaire de la marque, par Daisuke Kawatari (Directeur Europe, Suzuki Marine), Tomoyuki Shimazaki (Président, Suzuki France), et Guillaume Vuillardot (Directeur, départements Marine et Moto en France).

Suzuki à vos côtés sur l'autoroute

Avant l'arrivée de l'hiver et des conditions difficiles qui l'accompagnent, le groupe APRR* a décidé de se doter de quatre nouveaux Suzuki Jimny. Grâce à sa petite taille, sa manœuvrabilité, et ses capacités de baroudeur, le Jimny est l'outil idéal pour prêter assistance à des usagers lorsque l'autoroute est bloquée...

Service d'urgence et communication avec les usagers

Les Jimny ont une double mission : renforcer en urgence les équipes sur place en se frayant un passage parmi les bouchons et les intempéries, et informer les automobilistes immobilisés de la nature du problème en cours.

Pour ce faire, les Jimny ont été équipés d'une signalisation lumineuse et d'équipements de sécurité. De quoi garantir aux usagers du réseau APRR* un service efficace, même dans des conditions extrêmes.

*Autoroutes Paris-Rhin-Rhône



SUZUKI MARINE ET LE STREET FISHING

Toujours à l'affut des dernières tendances, Suzuki Marine suit de près l'émergence d'une nouvelle discipline de pêche, le Street Fishing. Récemment arrivée en France depuis le Japon et les États-Unis, cette pêche urbaine a déjà son championnat Pro Élite en France. Brice Drevet, (ci-contre) soutenu par Suzuki, a d'ailleurs remporté la manche de Lyon, début septembre.



MARIA LÉAL SOUTIENT L'ASSOCIATION SOLANN DREAM TEAM

La Solann Dream Team est une équipe d'amis engagée autour de Solann, un jeune garçon âgé de 16 ans polyhandicapé, qui participe depuis son plus jeune âge à de nombreuses manifestations sportives en compétition avec et pour les enfants polyhandicapés (10 km, semi-marathon, Paris Versailles, TraverSeine...). Maria Leal, assistante de Stéphane Magnin (Directeur Activité Automobile Suzuki France), qui est une amie de Régis, le père de Solann, participe depuis leur rencontre aux différents événements organisés par l'association.

Pour en savoir plus et pour les soutenir, n'hésitez pas à vous rendre sur le site internet : www.solanndreamteam.com



Stéphane Magnin parrain de l'Escra

Le Directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France, Stéphane Magnin, s'intéresse de très près à l'avenir de la distribution automobile. Il est devenu le parrain de la promo 2019 de l'ESCRA*, qui forme les futurs commerciaux de l'automobile, et a participé à la remise des diplômes aux étudiants le 25 octobre dernier.

*Ecole Supérieure du Commerce des Réseaux de l'Automobile, installée au Mans.



Une Transat d'anthologie !

Jérémie Beyou, dont Suzuki est partenaire, termine sur le podium d'une Transat Jacques Vabre durant laquelle il aura connu le paradis... et l'enfer. Récit.

L'ambition était grande, simple : gagner. Jérémie Beyou ne s'en cachait pas avant le départ de la Transat Jacques Vabre, le 27 octobre au Havre. Fort de son expérience -il a déjà remporté cette course en 2011- et d'un bateau, Charal, particulièrement affûté, il visait la plus haute marche du podium dans la catégorie Imoca, ces monocoques spectaculaires qui « décollent » sur des foils implantés de chaque côté de leur coque. Jérémie Beyou se confiait à l'Actu Suzuki : « *Charal est un des premiers bateaux pensés totalement autour des foils, il vole complètement. Nous avons 1 an de navigation d'avance sur nos concurrents, ce qui a permis de le comprendre et de le fiabiliser.* »

Pot-au-noir... c'est noir

Excellent départ de Jérémie Beyou et de son coéquipier Christopher Pratt qui virent en première position à Ouessant pour attaquer la descente de l'Atlantique. Le monocoque de 18 mètres donne toute sa puissance avec des pointes à 30 nœuds, soit plus de 55 km/h !

Cap plein sud pour une régates quasiment bord à bord avec PRB (skippers Escoffier/Lunven) et Apivia (Dalin/Eliès) : côte portugaise, Açores, Cap Vert... C'est Charal qui tient la tête à l'approche du fameux Pot-au-noir, cette zone autour de l'équateur où le vent meurt, s'éteint, disparaît parfois totalement... La hantise de tous les concurrents. Être en tête à l'entrée du Pot-au-noir c'est une performance. C'est aussi un risque, celui de montrer à ses poursuivants la route qu'il ne faut pas prendre, celle sans vent. Charal prend ce risque et... s'arrête, ou presque. Sa vitesse moyenne passe de 19 à... 3 nœuds ! La souffrance de l'impuissance ronge les deux skippers, d'autant que leurs poursuivants, constatant la situation de Charal, choisissent d'autres routes et s'en tirent bien mieux. Jérémie Beyou raconte : « *Le Pot-au-noir ça a été 3 jours insupportables. Quand tu es en tête, animé par la victoire depuis le début, et que tu vois que ça t'échappe, tu passes par tous les états.* » Happé par le Pot-au-noir, Charal tombe de la première à la sixième place du classement.

Une belle remontée

Mais pas question de se décourager. Jérémie Beyou : « *À la sortie du Pot-au-noir, le bateau a bien réaccélééré, on est remontés au classement et on a vu qu'une 3^e place était possible.* ». S'engage alors une incroyable régates, et le dimanche 10 novembre Charal franchit la ligne d'arrivée à Salvador de Bahia au Brésil à la troisième place, avec seulement 6 minutes de retard sur le deuxième. 6 minutes après 14 jours de course.



Suzuki engagé aux côtés de Jérémie Beyou

Présent dans la course au large depuis 15 ans, Suzuki a franchi une étape supplémentaire en annonçant son soutien à Jérémie Beyou jusqu'en 2021. Ce partenariat qui engage les divisions Automobile et Marine de la marque va bien au-delà du simple sponsoring...

Outre les moteurs équipant les semi-rigides d'accompagnement du team, Suzuki met à disposition quatre véhicules S-Cross. Le SUV est la voiture officielle de Jérémie Beyou et du Charal Sailing Team. En course, le logo Suzuki est présent sur la bôme du bateau. « *Nous partageons des valeurs communes, celles de l'audace, de l'aventure et du dépassement de soi.* » explique Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile de Suzuki.



Suzuki et le basket : des valeurs communes



C'est une alliance stratégique: Suzuki France est devenu partenaire officiel de la Fédération Française de Basketball. Raymond Bauriaud, Directeur

Marketing et Communication de la FFBB, revient sur les enjeux de ce partenariat.

Cet été, Suzuki France s'est engagé pour plusieurs années avec la Fédération Française de Basketball. Tomoyuki Shimazaki, Président de Suzuki France, a expliqué à cette occasion que «l'association entre la FFBB et Suzuki France démontre notre attachement commun à des valeurs fortes telles que l'intégrité, l'humilité, le respect et l'esprit d'équipe». D'un point de vue opérationnel, ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de la marque pour développer sa visibilité en France. Pour L'Actu Suzuki, le Directeur du Marketing et de la Communication de la FFBB, Raymond Bauriaud, précise l'état d'esprit dans lequel il aborde cette collaboration...

L'Actu Suzuki : Le partenariat entre la FFBB et Suzuki va au-delà d'une classique opération de sponsoring...

Raymond Bauriaud : « Ce n'est en effet pas seulement la pose d'un logo sur un événement ou sur un

maillot. C'est une association de nos deux marques, de nos deux organisations au service de nos publics. Pour réussir cela, il a fallu avant tout travailler en amont pour vérifier la compatibilité de nos deux marques, ce qui est le cas, notamment sur le terrain (territoire) des valeurs, mais aussi que l'humain soit bien mis au centre de ce partenariat par le biais d'un relationnel fort entre nos deux structures, ce qui est le cas également. Le but est de travailler sur des objectifs d'image, de développement, et d'animation. »

« Une collaboration nationale et locale »

L'Actu Suzuki : Quelle sera la visibilité procurée à Suzuki par ce partenariat ?

Raymond Bauriaud : « Suzuki apparaîtra sur les backdrops* d'interview, sur des panneaux LED au bord des terrains, sur les visuels des événements et sur les supports de communication de la fédération. L'exploitation de l'image des équipes de France est également

possible. Des véhicules pourront aussi être présents sur nos événements, etc. »

L'Actu Suzuki : Au-delà des équipes de France, le partenariat aura-t-il aussi des déclinaisons locales au niveau des clubs qui pourront être utilisées par le réseau Suzuki ?

Raymond Bauriaud : « Le partenariat concerne le basket en général. Nous souhaitons rapprocher nos clubs, comités départementaux et ligues régionales des points de vente Suzuki. Que les gens se rencontrent, se parlent, développent des actions locales... L'élaboration d'un plan marketing et de supports utilisant l'image des joueurs et joueuses est en cours de réflexion chez Suzuki pour animer le réseau de concessionnaires. »

*Panneaux où apparaissent les partenaires de la fédération (NDLR).

Le pilote Stéphane Paulus a reçu son Vitara

Pilote handisport moto sur une Suzuki, Stéphane Paulus roulera désormais également aux couleurs de la marque au quotidien... Le vainqueur de la première coupe de France handisport en 2017 a reçu les clés d'un Vitara à la concession Cormontoise d'Automobiles à Englos dans le Nord. C'est Fanny Verbaere, responsable marketing du groupe Verbaere auquel appartient la concession, qui a remis le véhicule au pilote. Stéphane Paulus a déclaré : « Ce Vitara équipé d'une boîte de vitesses automatique est très pratique pour moi, il me permet d'aller à mes entraînements ainsi que sur les courses françaises. »



Stéphane Paulus, Fanny Verbaere, Anthony Bartier et Fabien Pierart



Suzuki, n°2 des ventes d'hybrides en France !

La gamme hybride se développe rapidement. Et les résultats sont là : Suzuki est sur la 2^e marche du podium des ventes de voitures hybrides en France...

Des versions hybrides pour l'ensemble de la gamme, hors Jimny... L'engagement pris par Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile de Suzuki France, sera bien tenu. Et selon le calendrier prévu. Une offensive produit qui, ajoutée aux efforts de l'ensemble des équipes, permet à la marque de décrocher le deuxième rang des ventes de voitures hybrides en France (cumul 2018 jusqu'à septembre 2019). Et les nouveautés déjà lancées et à venir devraient encore consolider cette position... Depuis cet été, la motorisation

1.2 Dualjet Hybrid, associée à la boîte de vitesses manuelle, est disponible sur l'ensemble des finitions de l'Ignis. De la même façon, depuis octobre toutes les finitions de Swift peuvent être commandées avec cette technologie hybride 12 Volts. Ce système simple et efficace, issu de l'ingénierie Suzuki, va être étendu très rapidement à de nouveaux modèles.

Vitara et S-Cross hybrides
Événement 2020, le lancement en début d'année des versions hybrides des Vitara et S-Cross. Des modèles qui permettront à Suzuki de se renforcer encore sur un marché des

hybrides promis à une forte progression l'an prochain, par le double effet d'une sensibilité croissante des automobilistes à l'efficacité de ce type de motorisations et de l'augmentation du malus à l'achat. La marque sera d'autant mieux positionnée dans ce contexte que les Vitara et S-Cross hybrides recevront une nouvelle technologie 48 Volts basée sur le moteur 1.4 Boosterjet... Cerise sur le turbo, l'iconique Swift Sport recevra cette même motorisation hybride, performante et sobre, dès le mois de mars. Vivement le printemps !

La technologie Suzuki hybride à la loupe

Développée par Suzuki au Japon, cette technologie novatrice est constituée d'un **alternateur-démarrateur (alternateur + moteur électrique)**, alimenté par une **batterie lithium-ion**, qui vient assister le **moteur thermique**. Son fonctionnement permet d'**abaisser la consommation de carburant de près d'un litre aux 100 km en cycle urbain**, et rend la conduite plus fluide et plus douce.

ACCÉLÉRATION ET ROULAGE



Durant les accélérations, périodes les plus énergivores, et jusqu'à 125 km/h, l'alternateur-démarrateur assiste le moteur thermique grâce à son couple de 50 Nm supplémentaires. Au-delà de cette vitesse (ou de 3900 tr/mn), le 4 cylindres fonctionne seul.

DÉCÉLÉRATION



Lors de freinages ou de décélérations, le système récupère l'énergie cinétique pour recharger la batterie lithium-ion du système hybride mais aussi la batterie au plomb traditionnelle. C'est également via l'alternateur-démarrateur que se fait cette recharge.

ARRÊT



En phase finale de freinage, boîte de vitesses au point mort et embrayage relâché, le système coupe automatiquement le moteur mais continue d'alimenter l'ensemble des équipements de la voiture. Le niveau de charge de la batterie est symbolisé par des barrettes sur l'écran de contrôle au tableau de bord.

DÉMARRAGE



Dès que le conducteur appuie sur la pédale d'embrayage, l'alternateur-démarrateur permet de relancer le moteur thermique en douceur et silencieusement. Cette action ne prend que 0,3 seconde et se révèle complètement transparente pour le conducteur...

Katana Yoshimura : le choix des connaisseurs

Toujours plus! L'iconique Katana est proposée dans une série limitée particulièrement exclusive, la Katana Yoshimura.

Suzuki France s'associe avec le célèbre équipementier japonais pour commercialiser 10 exemplaires numérotés qui ont fait l'objet d'attentions très particulières...

La pièce maîtresse de la préparation est un silencieux Yoshimura R11. Un peu plus haut, on remarque le support de la plaque d'immatriculation en aluminium. Sur sa partie avant, la Katana Yoshimura se distingue par un garde-boue en carbone. Ajoutez à cela une peinture spécifique rouge et noire (les couleurs de l'équipementier) réalisée par AD-Koncept... qui est efficacement protégée par la housse sur mesure remise à chaque client.

Hommage à la fameuse Suzuki Katana engagée en compétition par Yoshimura en 1982, cette série limitée satisfera les exigences des motards les plus exigeants.



Burgman 400 Lounge : priorité au confort

Déjà réputé pour son compromis confort/praticité/sportivité, le pionnier des scooters de grosse cylindrée franchit une nouvelle étape.

À travers cette série spéciale Lounge, Suzuki dote le Burgman 400 d'une série d'équipements très appréciés des utilisateurs... Premier accessoire, fort utile : une bulle haute, particulièrement

protectrice. Face aux intempéries, le Burgman 400 Lounge bénéficie également d'un tablier haut de gamme Bagster WinZip (hiver/été) et de poignées chauffantes. Élément essentiel pour le bien-être: la selle, qui est ici un

modèle confort bicolore. Enfin, un kit stickers «Lounge Edition» fait définitivement basculer ce Burgman dans la catégorie des scooters premium.

Le nouveau DF300B, star Suzuki à Cannes

Le prestigieux Yachting Festival était l'écrin idéal pour présenter le nouveau moteur hors-bord haut de gamme de Suzuki.



Première apparition en France

L'attraction principale du stand Suzuki à Cannes fut la première apparition en France du nouveau moteur DF300B. Un produit résolument haut de gamme développé pour les clients désireux de bénéficier de technologies de pointe. Ainsi ce V6 de 300 chevaux dispose d'hélices contre-rotatives à haut rendement et d'une réduction à deux étages compacte. L'ensemble offre une force de propulsion élevée lui permettant d'être installé sur un bateau de gabarit imposant grâce à son grand rapport de réduction. Alimenté par de l'essence ordinaire, il peut ainsi séduire une large

clientèle, professionnels comme plaisanciers.

Une vitrine extraordinaire

Guillaume Vuillardot, Directeur de l'Activité Marine de Suzuki France, dresse le bilan du salon cannois : « Le Yachting Festival est, pour nous, une vitrine extraordinaire. Suzuki se donne les moyens de ses ambitions et c'est pour cela que nos progrès se remarquent. Nos moteurs sont de plus en plus performants, silencieux, moins gourmands en carburant et de plus en plus respectueux de l'environnement. Le DF300B présenté à Cannes en est un nouvel exemple. »



Suzuki était présent en force au Yachting Festival de Cannes, du 10 au 15 septembre dernier. À côté d'une quinzaine de moteurs de la gamme, les milliers de visiteurs ont aussi pu découvrir une innovation Suzuki : le nouvel écran de contrôle multifonction qui permet de gérer les données du moteur et de l'environnement du bateau grâce à une interface claire et performante.



Les Voiles de Saint-Tropez : Suzuki monte en puissance

La marque et son réseau de distributeurs sont de plus en plus impliqués dans cette magnifique manifestation...

Du 28 septembre au 6 octobre, pour la troisième année, Suzuki Marine fut le partenaire moteur des prestigieuses Voiles de Saint-Tropez. Une collaboration qui s'est traduite par un stand dans le village, qui accueille clients et distributeurs, et aussi par la présence d'une quinzaine de moteurs montés sur les semi-rigides Brig chargés de la sécurité.

« Avec les moteurs Suzuki, explique Tony Oller le Président de la SNST*, la performance est là et on a réduit de 50% notre consommation de carburant ». Philippe Martinez, le responsable de la flotte de la SNST ajoute : « quand on navigue des journées entières avec les moteurs Suzuki, on est serein, il y a une fiabilité exceptionnelle. Pour nous c'est un vrai plaisir. »

*SNST: Société Nautique de Saint-Tropez.

Des concessionnaires satisfaits...



● DOMINIQUE LE HIRESS
(Yachting Center Bormes-les-Mimosas)

« Une visibilité exceptionnelle pour la marque »

« La marque est très présente sur le plan d'eau à travers les bateaux de l'organisation, cela nous donne une visibilité exceptionnelle. Cela permet notamment d'insister sur les qualités de moteurs propres des Suzuki et donc de travailler en profondeur l'image du constructeur. C'est important. »



● PIERRE PATURLE
(Paturle Nautic Antibes)

« Des contacts privilégiés avec les clients »

« Les Voiles offrent une forte visibilité et d'un point de vue qualitatif c'est aussi très intéressant car la manifestation est prestigieuse. Le fait que les bateaux chargés de la sécurité soient motorisés par Suzuki est perçu de façon positive par les clients. Enfin, le stand Suzuki, que j'ai trouvé très confortable, permet d'avoir des contacts privilégiés avec nos clients. »



Madame Swift

Anne est infirmière à domicile... et collectionneuse de Swift ! Pour sillonner les routes du nord de la France, elle en est à son 8^e modèle.

Quand on parcourt 40 000 kilomètres par an... Quand on est infirmière à domicile avec des dizaines de patients qui comptent sur vous tous les jours... Quand on exerce un métier aussi exigeant, on a besoin d'une voiture « qui démarre au quart de tour le matin et ne tombe jamais en panne ». C'est Anne D. qui le dit et qui a choisi une Suzuki Swift. Ou, pour être précis, huit Suzuki Swift !

8 ans, 8 Swift...

Anne change de voiture chaque année : « Je suis ravie de ce modèle, ni trop petit, ni trop grand. Parfaite pour moi qui fais beaucoup de ville et d'autoroute, elle conjugue agilité et confort. J'apprécie particulièrement la version hybride, très agréable et surtout très économe en carburant. Autre atout de la Swift : elle est super mignonne ! »

Anne s'est adressée à Suzuki il y a 8 ans, après une expérience difficile

avec une marque italienne... « J'ai été très bien accueillie à l'époque chez le concessionnaire de Villeneuve d'Ascq, le commercial a tout de suite bien compris mes besoins. Et d'ailleurs quand il est parti travailler pour la concession Suzuki d'Englos, je l'ai suivi. » Une fidèle, on vous dit ! À tel point qu'Anne a même convaincu sa collègue infirmière de choisir... une Swift.



Benjamin et Jérôme : SAV... des concessions !

C'est la hot-line la plus hot... Avec deux grands pros au service de tous les professionnels du réseau Suzuki.

Si vous êtes concessionnaire, vous les avez probablement déjà eus au bout du fil. Benjamin Drozdowski et Jérôme Couty sont les spécialistes du SAV qui répondent à toutes les questions techniques du réseau. Ils sont également chargés de faire remonter à la maison mère les pannes qui arrivent un peu trop souvent, pour que des solutions soient mises en place directement sur la chaîne de production.

Du multimètre à la panne mystérieuse

Chaque relation avec une concession est unique. Certains sont des habitués de la hot-line, d'autres n'appellent que pour parler d'un problème insoluble. Ces "cas", nos deux experts les adorent : "comprendre une panne qui bloquait tout le monde, c'est très valorisant", pour Benjamin. Et il s'y connaît en pannes mystérieuses, lui qui est passé par la restauration de voitures

anciennes et le sport automobile avant de rejoindre Suzuki France.

Au fil des années (2 pour Benjamin, 5 pour Jérôme), quelques anecdotes remontent : "on a dû une fois expliquer à un apprenti comment se servir d'un multimètre !" La paire rigole doucement.

Preuve que si vous avez la moindre question, n'hésitez pas : Benjamin et Jérôme ont la réponse à l'autre bout du fil.



Les hybrides Suzuki s'exposent au Salon de Lyon

La dernière édition du Salon Automobile de Lyon a connu un succès sans précédent. Plus de 62 000 visiteurs ont découvert l'exposition sur 5 jours. 1 800 voitures ont été vendues, dont 80 Suzuki.

La Marque, comme à son habitude, avait organisé un voyage de presse réunissant une dizaine de journalistes spécialisés. Lors d'un dîner à proximité de la Saône, Stéphane Magnin, Directeur de l'Activité Automobile a pu rappeler la position de Suzuki et son engagement en faveur des véhicules propres, grâce à sa gamme hybride.

À ses côtés, Jean-Philippe Sabatier Directeur Adjoint en charge du pilotage commercial, communication et produit a évoqué la stratégie de communication autour des modèles qui sera mise en place sur la fin de l'année et Christophe Madaire, Chef de Région sur Auvergne-Rhône-Alpes a rappelé la position majeure de la région pour Suzuki, qui comptabilise plus de 18 % des ventes de la marque en France.

Plus de 140 essais réalisés
Situé à l'entrée du Salon, le stand Suzuki de 200 m² avait été pensé et conçu en partenariat avec les concessionnaires régionaux Valvert Sport Automobiles à Tassin-la-Demi-Lune et Garage Richard Drevet à Villeurbanne. Le stand présentait la gamme dans son intégralité, dont les nouvelles Swift et Ignis hybrides.



Richard Drevet, dans le top 5 des distributeurs Suzuki en France

À l'occasion du Salon Automobile de Lyon, Richard Drevet a officialisé le rachat de deux concessions Suzuki du groupe Suma, à Tassin-la-Demi-Lune (69160) et Villefranche-sur-Saône (69400). Chaque site représente environ 4 millions d'euros de chiffre d'affaires. Avec le site de Villeurbanne qu'il a repris en 2015, son potentiel de VN Suzuki s'établit

désormais aux environs de 700 unités, ce qui en fait le cinquième distributeur de la marque en France. Un volume qui repose sur l'implication d'une soixantaine de collaborateurs répartis sur les trois sites. « Jean-Pierre Rinaudo m'avait conseillé de développer mes relations avec Suzuki et c'est ce que j'ai fait; j'ai réalisé 320 VN en 2018

pour ma première année pleine avec la marque. Je sais que le potentiel est encore important. De plus, dans cette marque la qualité d'écoute est remarquable, comme celle de Christophe Madaire, notre chef de région » explique Richard Drevet, président du groupe éponyme.

Sur place, les journalistes ont ainsi pu échanger avec chaque intervenant présent et partager le déjeuner de presse proposé par Anne-Marie Baezner la directrice générale du Salon de Lyon.

Les visiteurs eux, ont pu essayer les modèles Suzuki très facilement, grâce au centre de test dédié, situé à proximité. Plus de 140 prises en mains des modèles ont ainsi pu être gérés par les équipes des

commerciaux présents. En Région Auvergne-Rhône-Alpes, Suzuki compte quinze investisseurs qui possèdent, ensemble, 24 points de vente Suzuki.



De gauche à droite : Damien Saulnier, Vincent Philippe, Gregg Black et Etienne Masson

17^e victoire au Bol d'Or : le SERT de retour au sommet

La Suzuki de Black, Masson et Philippe l'a emporté au terme d'une épreuve marquée par des conditions météo dantesques...

Même dans le sud de la France, le soleil n'est pas toujours au rendez-vous. Samedi 21 septembre, le circuit du Castellet accueillait la 83^e édition du Bol d'Or... sous une pluie battante ! Des conditions difficiles dont Gregg Black a su tirer profit, intégrant le trio de tête pendant les trois premières heures de course, avant que les organisateurs ne se résolvent à interrompre la compétition, la météo s'étant encore dégradée. Un choix salué par le pilote

Suzuki : « la piste était piégeuse et la direction de course a pris la bonne décision pour la sécurité ».

Une stratégie gagnante

La course n'est relancée que le dimanche matin, à 6 heures, sur une piste encore humide. Pour Etienne Masson « ce n'était pas facile de reprendre la piste, mais la moto marchait bien et nous avons tout de suite été dans le bon rythme ». Dans des conditions restées difficiles, le SERT mise sur sa régularité pour

mettre la pression sur ses adversaires et tirer profit de leurs faux pas. Stratégie gagnante : à 10 heures la Suzuki prend la tête de la course, et ne la quittera plus...

Avec ce neuvième succès, Vincent Philippe devient le pilote le plus titré au Bol d'Or : « J'étais très concentré sur le dernier relais et j'ai beaucoup apprécié que Damien me laisse prendre le guidon pour finir la course. » Un résultat qui permet en outre au SERT de prendre la tête du championnat FIM EWC. Chapeau !

MotoGP : le team Suzuki dans une bonne dynamique !



Depuis la victoire de Silverstone, l'écurie Suzuki s'est maintenue course après course aux avant-postes...

L'été s'était conclu de la plus belle des façons au British Grand Prix à Silverstone avec la deuxième victoire de l'année d'Alex Rins... Puis la dynamique positive instaurée par le team Suzuki Ecstar ne s'est plus démentie, Rins

terminant toutes les courses suivantes dans le top 10 et Joan Mir progressant régulièrement. Avec comme apothéose le Grand Prix d'Australie où notre rookie a sans doute réalisé sa plus belle course de la saison : parti en 13^e position

sur la grille, il effectue une remontée spectaculaire pour terminer 5^e, son meilleur résultat depuis son arrivée en MotoGP. Fort de ce débutant à haut potentiel et de la valeur sûre Alex Rins, qui termine 4^e du classement pilotes 2019, le team Suzuki Ecstar a montré toute sa valeur et boucle le championnat à une très belle 5^e place.

Promosport 2019 : un bon cru



Clap de fin les 7 et 8 septembre derniers à Ledenon pour la saison Promosport 2019. Dans la catégorie 125, largement dominée par les Suzuki GSX-R, c'est le jeune Joan Bouchet qui remporte la Coupe de France avec 12 podiums en... 14 courses ! En 600 cm³, deux pilotes Suzuki terminent la saison dans le top 5 : Benjamin Vaucher (4^e) et Killian Aebi (5^e).

Enfin, en catégorie 1000 cm³, Eddy Dupuy, qui n'a pu être présent à Ledenon, se classe à la 5^e place d'un championnat marqué par ses deux belles victoires à Nogaro et au Mans. Mention spéciale à Margaux Wanham, seule femme du plateau, qui termine la saison 27^e sur 38 avec sa Suzuki GSX-R 1000.

Une semaine au cœur du Japon

Le service de presse Suzuki Automobile a profité du Salon de Tokyo pour convier quelques journalistes à une découverte du Japon. Récit de l'un d'entre eux, Didier Ric.



Première promenade pour les journalistes, premières surprises : malgré l'extrême densité urbaine, la circulation automobile se fait assez discrète.

Après douze heures de vol, auxquelles s'ajoutent les sept heures de décalage horaire avec la France, il est temps de toucher terre. À la descente de l'avion, le calme et l'ordre régnant dans l'archipel surprennent et contrastent avec l'extrême densité urbaine. Marcher dans les rues de Tokyo est apaisant. Sans diesel, sans klaxon, la circulation automobile se fait discrète. Bien différentes des européennes, les automobiles au Japon sont très compactes, étroites et hautes sur pattes. Elles ont su s'adapter à l'exiguïté du territoire. Impeccablement propres, en bon état et, lorsqu'elles sont garées, parfaitement alignées comme à la parade. Au Japon, les voitures ne fument pas, les gens non plus. La consommation de tabac est interdite dans les rues et dans les espaces publics.

Au-delà des sushis

C'est dans une authentique maison japonaise construite en bois au tout début du siècle dernier que nous attaquons notre premier repas. Avant de manger, on se déchausse. La seule entorse à la tradition, sera de pouvoir glisser nos pieds sous la

table et par conséquent de bénéficier d'un espace pour étendre nos jambes. C'est un aménagement indispensable pour le confort des européens qui ne sont pas habitués à manger assis en tailleur ou, pire encore, agenouillés...

La cuisine japonaise n'est pas réduite au duo sushis / sashimis. Nous aurons l'occasion de découvrir un

large éventail de la palette gastronomique japonaise: les poissons crus, les beignets de légumes frits (tempura), les viandes et poissons passés à la plancha (teppanyaki), les nombreuses soupes miso et même le plat traditionnel servi aux Sumos, dégusté aux abords de leur terrain de lutte.

Dans le métro au pas de l'oie

Quitter Tokyo pour nous rendre à Kamakura, ville côtière distante d'une cinquantaine de kilomètres, fut l'occasion d'emprunter le métro puis deux trains. Là encore, l'expérience est étonnante. Dans les couloirs souterrains bas de plafond, la foule marche au pas de l'oie, à la même cadence, personne ne double. Les gens se croisent en respectant scrupuleusement les marquages au sol. Les flux sont fluides. Veillant à la montée dans les rames et à renseigner les voyageurs, les employés sont nombreux et bienveillants, tous en uniformes et gantés de blanc. A bord des wagons, nulle trace de dégradation, les banquettes en velours semblent n'avoir jamais accueilli aucun séant avant le vôtre.



Conférence de presse en présence de Toshihiro Suzuki sur le stand Suzuki au Tokyo Motor Show, la révélation du concept-car Waku SPO, un coupé transformable... en break (voir page 4) !



Pause bienvenue dans la frénésie tokyoïte : la visite des temples de Kamakura. Très accueillants, ceux-ci s'ouvrent aussi bien aux fidèles en quête de méditation qu'aux touristes du monde entier.

À bord du Shinkansen

Autre expérience des transports en commun, et non des moindres, celle de pouvoir prendre le Shinkansen, le train à haute vitesse, fleuron national, l'équivalent de notre TGV. Ultra profilé, son museau lui donne des allures d'un vaisseau issu de la science-fiction. Les petits hublots qui percent les flancs des wagons, l'agencement intérieur et la cabine qui se penche dans les virages sont

clairement une évocation du monde du transport aérien. À bord, tout le monde voyage dans le sens de la marche, les sièges sont pivotants et, à chaque terminus, des employés retournent les banquettes, rang après rang, afin qu'elles soient toujours orientées vers l'avant du train.

Musique et méditation

Nous avons visité un temple bouddhiste. Au milieu d'une végétation

aussi luxuriante qu'épurée, seul l'écoulement de l'eau via de longs tubes en bambous est audible. Un univers propice à la méditation devant l'immense statut de Bouddha, en bois recouvert de feuille d'or, qui du haut de ses neuf mètres, nous intimide. Nous pénétrons ensuite dans un temple Shintoïste au milieu duquel se trouve un apaisant jardin japonais et des constructions en bois rouge. Un lieu où l'on vénère la nature ou les ancêtres.

Immersion dans la culture japonaise en assistant à un concert de musique traditionnelle : deux joueurs de Shamisen, un banjo à trois cordes grattées à l'aide d'un peigne, s'en donnent à cœur joie. Apprenant que nous sommes français, l'un des « shamiseniste », nous joue la Marseillaise. Pour nous consoler de la défaite de notre équipe nationale de rugby, le jour même, face au Pays de Galles ?

Suzuki : du métier à tisser au véhicule autonome

Nous nous sommes rendus à Hamamatsu, ville située à 250 kilomètres à l'ouest de Tokyo, berceau

de Suzuki. Installé dans l'enceinte de l'usine, le musée de la marque fondée il y a 100 ans par Michio Suzuki nous enseigne que tout a débuté par des métiers à tisser en bois. Une technologie que la firme n'a cessé de moderniser et de perfectionner avant de s'investir dans les bicyclettes motorisées à l'issue de la seconde guerre mondiale. En 1955, Suzuki commercialise sa première

automobile, la Suzulight. Elle est d'emblée déclinée en berline, break, utilitaire et pick-up, toute une palette de carrosseries de petits formats parfaitement adaptées à un usage dans l'archipel nippon. Sur deux niveaux, le musée nous offre un panorama complet de la production automobile, motos et moteurs hors-bord...

Après le passé, nous découvrons l'actualité de la marque en visitant la concession Suzuki Arena de Tokyo,

l'un de ses plus vastes lieux de vente. Show-room, atelier de réparation et espace alloué aux véhicules neufs et d'occasion nous ont été présentés. Le client peut venir en famille, même avec de très jeunes enfants, des lits-bébé et un espace nurserie sont à sa disposition. Avec une gamme comportant 22 modèles, il peut prendre un certain temps avant de finaliser son choix !

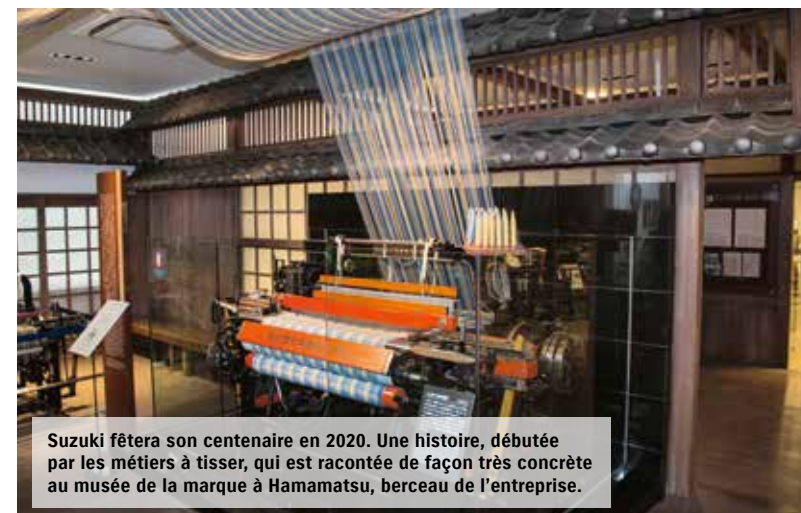
But premier de notre voyage, le 46^e Salon de Tokyo se tenant dans le parc d'exposition de Big Sight est l'occasion d'appréhender le futur de Suzuki. Sur le stand, quatre concept-cars témoignent de la créativité des designers avec lesquels nous avons pu librement échanger. Carrosserie modulable, conduite autonome et propulsion électrique ont été les thèmes de leurs travaux.

Un charme paradoxal

À l'issue de cette semaine, le Japon nous apparaît plus que jamais comme un pays faisant le grand écart entre une tradition séculaire maintenue par une ouverture très récente au reste du monde et une quête perpétuelle de la modernité. Vivement le prochain Salon de Tokyo !



Visite à Tokyo d'une concession Suzuki. Pour choisir parmi les 22 modèles disponibles, le client peut prendre tout son temps... et installer ses enfants dans l'espace qui leur est dédié.



Suzuki fêtera son centenaire en 2020. Une histoire, débutée par les métiers à tisser, qui est racontée de façon très concrète au musée de la marque à Hamamatsu, berceau de l'entreprise.



Photo de groupe pour conclure un voyage très apprécié par tous les participants, captivés par la complexité du Japon et séduits par le sens de l'accueil de ses habitants.



Suzuki Moto emmène ses meilleurs vendeurs au Japon

Ce voyage exceptionnel était le prix d'un concours organisé pour les équipes commerciales du réseau Moto France...

C'est un véritable retour en terre natale organisé par Suzuki France pour son réseau moto. Le résultat d'un concours de ventes, portant sur les modèles GSX-S750 et GSX-S1000, et la paire V-Strom 1000 et 1000XT. Tous les concessionnaires Moto de Suzuki France ont participé, des nouveaux arrivants aux habitués...

Programme chargé

Les vainqueurs étaient donc invités pour un voyage au Japon de 6 jours

en octobre, organisé pour 10 vendeurs ou responsables de concession. Ils ont pu visiter la ville de Kyoto, avant de se rendre à Hamamatsu pour découvrir la toute nouvelle usine Suzuki, son musée, et le concessionnaire local. Leur itinéraire les a ensuite conduits à Tokyo, avant le bouquet final de ce voyage : la course de MotoGP à Motegi, au nord de la capitale.

MotoGP en VIP !

Les vainqueurs du concours ont pu admirer les performances des

pilotes du Team Suzuki Ecstar, Alex Rins et Joan Mir, qui évoluaient donc à domicile pour la marque. Le tout dans un confort royal, puisqu'ils ont été reçus façon VIP par le team, avant d'assister à la course depuis la tribune officielle Suzuki.

Un grand bravo à ces 10 concessions : Espace Motos 95, Runaway Bikes, Moto Concept 57, Axe Motos, Moto Sprint 71, Maxi Motos 35, Trajectoire, Evasion, X-Trem Bikes et Elite Moto.

Une nouvelle campagne Business

Début novembre, Suzuki Business s'est adressé à deux cibles spécifiques via une campagne de mailing. Des cibles BtoB qui présentent une appétence toute particulière pour les citadines hybrides et/ou AllGrip Swift et Ignis : les métiers de la beauté d'une part (esthéticiennes, coiffeuses à domicile...) et ceux des services à la personne d'autre part.

Une auto à leur image

Cette double campagne met en avant l'hybridation de ces deux

voitures, un atout majeur dans ce segment. De son côté, la technologie AllGrip et les nombreuses aides à la conduite promettent aux professionnels une conduite sereine quelles que soient les conditions. Enfin, les larges possibilités de personnalisation leurs permettent de configurer une voiture 100% adaptée à leurs besoins, et conforme à leur image.

À partir de mi-novembre, des relances s'effectuent par mail puis par téléphone, pour conclure cette campagne business.



Retrouvez Suzuki Business dans Paris Match et Le Figaro !

Le département Business de Suzuki communique pour la première fois avec sa propre identité dans les suppléments dédiés de Paris Match et du Figaro. Avec cette campagne, Suzuki Business est désormais largement visible : mailings, web, presse papier... vous ne pourrez pas le rater !

LE FIGARO

PARIS MATCH

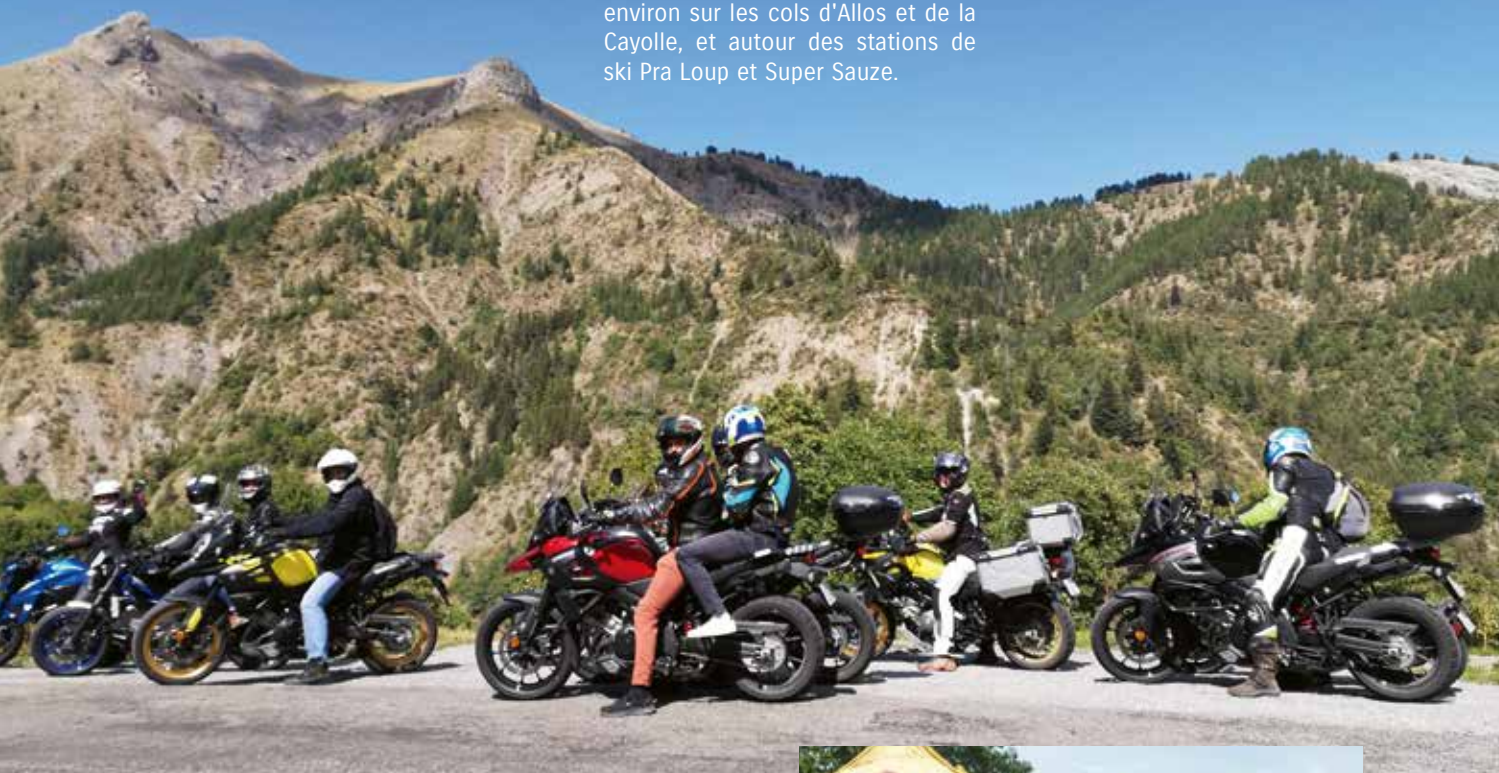
Alpes Aventures Motofestival : 9000 visiteurs dans un décor de rêve

Suzuki a participé à la 3^e édition de l'Alpes Aventures Motofestival, début septembre à Barcelonnette (04). L'occasion de faire découvrir aux 9000 visiteurs la gamme Suzuki, sur trois jours dans un cadre de rêve.

120 essais en pleine montagne

La concession Yakamotos de Château Arnoux, qui représentait la marque, a ainsi organisé 120 essais sur les routes de montagne. Au menu : des balades de 40 minutes environ sur les cols d'Allos et de la Cayolle, et autour des stations de ski Pra Loup et Super Sauze.

Bilan : 120 clients et festivaliers ravis de faire connaissance avec la nouvelle Katana, la SV Scrambler 2.0, et toute la gamme de trails routier V-Strom. Une expérience à renouveler : Suzuki sera de la partie en 2020 !



Rookie's Cup : Suzuki au festival de motocross

Suzuki s'est invité sur la Rookie's Cup, festival de motocross réservé aux moins de 25 ans organisé à Château d'Olonne en Vendée. Les nombreux jeunes talents présents ont pu essayer les RM-Z250 et RM85. Ils ont aussi eu l'occasion de rencontrer Valentin Teillet, pilote Suzuki et vice-champion de France Elite MX2 en 2019, venu avec sa moto.



Itinéraire d'une fidèle

Muriel Nonnet, chez Suzuki depuis 12 ans, rejoint l'équipe marketing Pièces de Rechange et Accessoires.

Si Muriel est désormais la petite nouvelle au marketing PRA et Corporate, ce n'est pas un « bleu » qui rejoint l'équipe... Voici près de 12 ans qu'elle travaille au sein de Suzuki France !

Entrée par la porte de l'interim, au service administratif et import, Muriel gérait les importations Auto, Moto et Pièces de Rechange mais

également les différentes flottes, jusqu'à cette année.

Une passion du contact au service de Suzuki France

C'est surtout le côté humain qui lui plaisait dans ce rôle : « *c'était un service très transversal, ce qui m'a permis d'être en contact avec un peu tout le monde dans la société,*

même avec ceux qui ne sont pas souvent au siège. J'adore ça, et c'est toujours le cas avec ce nouveau poste ! »

Au service marketing PRA et Corporate, elle gère désormais les opérations promotionnelles auprès des concessions, et crée des outils pour les aider à mieux vendre. Avec son équipe, elle travaille notamment sur le tout nouveau site internet, qui permet aux concessionnaires de trouver les références et les prix des accessoires, pour les commander immédiatement et sans surprise, le tout avec un regard sur le stock.

Ce nouveau poste lui tient à cœur, toujours pour la relation privilégiée qu'il lui permet d'entretenir avec ses collègues et désormais avec le réseau. Une passion du contact qui fait de Muriel un vrai pilier des équipes Suzuki France.

Rêves de Gosse et concert de rêve !

Partenaire de l'association Les Chevaliers du Ciel, organisatrice de l'opération «Rêves de Gosse», Suzuki a convié une cinquantaine d'invités le 9 octobre dernier au

Théâtre des Champs-Élysées. L'association, que préside Jean-Yves Glémée, fêtait ses 23 ans dans ce haut lieu parisien du spectacle. En présence des parrains que sont José Garcia et

Véronique Jannot, une vingtaine d'artistes se sont produits bénévolement, au profit de l'association qui offre un peu de bonheur à des enfants cabossés par la vie, en leur permettant de vivre des baptêmes de l'air. Avec le magnifique orchestre de l'Armée de l'Air, se sont notamment succédés sur scène Thierry Cojan, Daniel Guichard, Angelina, Patrick Fiori, le groupe corse Incantèsimu, Olivia Ruiz, Ben Onclé Soul, Julie Zenatti, Guito'B, Yves Lecoq et Pierre Rivet.

Depuis 1996, l'équipe des Chevaliers du Ciel œuvre au quotidien pour changer les regards sur le handicap d'enfants âgés de 6 à 14 ans. Un long chemin nécessaire pour construire une société de demain plus humaniste, chemin que Suzuki est fier d'avoir emprunté il y a plusieurs années aux côtés des Chevaliers du Ciel pour soutenir cette « belle histoire humaine ».



L'agenda

AUTO

- **Du 16 au 18 décembre**
Convention Nationale
Suzuki Automobile
- **Du 11 au 22 janvier**
La Grande Odyssée
Savoie Mont Blanc

MOTO

- **30 et 31 janvier**
Enduro du Touquet

MARINE

- **Du 7 au 15 décembre**
Salon Nautique de Paris
- **9 décembre**
Convention Nationale
Suzuki Marine
- **Du 10 au 13 janvier**
Salon International de
la Plongée Sous-Marine
de Paris
- **Du 17 au 19 janvier**
Carrefour National
Pêche & Loisirs de
Clermont-Ferrand

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

Yann Bouffaut
Chargé de communication
01 34 82 14 48