Suzuki Manosque

INTERVIEW - STÉPHANE MAGNIN Directeur Activité Automobile de Suzuki France

Le 8 oct. 2019 - Constructeur

QUELLES SONT LES RAISONS DE VOTRE PARTICIPATION AU SALON DE LYON ?

Les salons représentent des moments importants pour notre Marque, et participer à un grand nombre d'événements publics a toujours fait partie de notre politique. Nous sommes bien entendu présents au Mondial de l'Automobile, mais aussi lors d'événements régionaux français, Lyon étant le plus grand salon automobile après Paris. Quand on ne pèse qu'un peu plus de 1,5 % de part de marché, la visibilité apportée par un événement de cette ampleur nous permet d'aller plus facilement au contact du public. En outre, cela nous permet de mettre en avant nos nouveautés ou tout simplement de valoriser notre actualité.

QU'EN EST-IL DES VENTES DE SUZUKI SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS ?

Depuis le début de l'année, nos ventes sont en augmentation de plus de 20 % dans un marché global en légère régression, ce qui souligne la pertinence de notre gamme. Nous continuons notre progression dans l'Hexagone grâce à des produits forts et des technologies de pointe qui plaisent à nos clients et en séduisent d'autres. Entre janvier et mi-septembre, nous avons immatriculé plus de 24 000 voitures dont plus de 8 000 *Swift*, devant le **Suzuki Vitara** (5 500 ventes) et l'*Ignis* (3 900 immatriculations). Il s'agit là des modèles les plus récents, les plus forts et plus emblématiques en termes de style. Ces bonnes performances nous amènent à près de 1,6 % de part de marché, un indicateur qui ne cesse d'augmenter, lui aussi.

COMMENT SUZUKI VA S’ADAPTER AUX NOUVELLES RÈGLES DE LA COMMISSION EUROPÉENNE SUR LES ÉMISSIONS DE CO2, EN VIGUEUR À COMPTER DU 1er JANVIER PROCHAIN ?

Notre objectif, pour 2020, est d’atteindre une moyenne de 90,3 g de CO2/km pour l’ensemble de notre gamme. Ce qui veut dire que nous serons très largement en-dessous des 95 g de CO2/km demandés par la Commission Européenne. Nous y parviendrons en rendant la totalité de notre gamme hybride, hormis le Jimny. C’est d’ailleurs la nouveauté du Salon de Lyon, où nous présentons les **nouvelles gammes Ignis** et **Swift** qui sont désormais proposées à 100% en hybride (hors boîte de vitesses automatique), alors que jusqu’à présent le système *hybride de Suzuki* ne représentait que 50 % des ventes sur Swift et 30 % sur Ignis. Dès le début de l’année prochaine, ce sera au tour du Vitara et du **S-Cross** de franchir le pas.

LA MARQUE VA-T-ELLE ADOPTER D’AUTRES TYPES D’ÉLECTRIFICATION AU COURS DES PROCHAINES ANNÉES ?

Au fil du renouvellement des modèles, nous répondrons au marché avec toutes les formes d’électrification existantes. Nous avons été les premiers à généraliser notre système hybride sur l’immense majorité de nos modèles, et nous continuerons en accélérant sur le **full hybride**, l’**hybride rechargeable** et le **100 % électrique**. Ce n’est qu’une question de temps, alors que nos modèles répondent déjà aux meilleurs standards du marché grâce à notre politique d’allègement du poids des voitures, et à la technologie de combustion évoluée de nos motorisations.

QUE POUVEZ-VOUS NOUS DIRE DE L’ANNONCE QUI A ÉTÉ FAITE CES DERNIERS JOURS AU SUJET D’UNE ALLIANCE ENTRE SUZUKI ET TOYOTA ?

L’alliance a déjà débuté il y a plusieurs années sous forme de coopération technique, notamment en matière de développement électronique ou de travaux menés sur la voiture connectée. Il y a eu également des échanges de modèles en fonction des marchés : par exemple, la **Suzuki Baleno** est vendue avec le badge Toyota dans certains pays asiatiques et d’Afrique du nord. Bien entendu, avec les liens capitalistiques qui nous unissent aujourd’hui, nous allons intensifier la relation et les échanges, notamment sur les motorisations. Là aussi, nous serons les plus efficients.

Pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer