



## **Mazda vise 200.000 ventes à moyen terme en Europe**

- **Le constructeur envisage l'avenir avec de solides arguments en faveur d'une croissance durable**
- **L'Europe joue un rôle clé dans la stratégie de Mazda**

St Germain en Laye / Barcelone, 3 juillet 2014. Mazda a renoué avec la rentabilité après plusieurs années de déficit, ainsi qu'avec des volumes à la hausse. L'Europe joue un rôle clé dans cette reconquête.

Tel a été le message transmis par Jeff Guyton, président et CEO de Mazda Europe, lors d'une conférence de presse qui s'est tenue hier à Barcelone. Son allocution a commencé par un point sur la situation actuelle de l'entreprise qui, grâce à des produits de plus en plus rentables et à une politique de réduction des coûts, a enregistré un profit record de 182 milliards de yens (1,36 million d'euros) pour l'exercice 2014 clos au 31 mars. Ce chiffre est trois fois supérieur à celui enregistré l'année dernière, et en hausse de 12 % par rapport au précédent record établi en 2008 avec un taux de change plus favorable à l'époque. Mazda prévoit un autre profit record de 210 milliards de yens pour l'exercice en cours ; le constructeur est ainsi largement en avance sur ses objectifs déjà ambitieux définis dans son plan de redressement 2012.

Les ventes mondiales pour l'exercice 2014 sont en hausse dans toutes les régions clés, de près de 8 % en glissement annuel, à 1,33 million. Mazda vise le chiffre de 1,5 million de voitures vendues d'ici 2016, ce qui la rapprocherait du volume réalisé par des marques premium telles que Mercedes-Benz et BMW. Dans le même temps, en Europe, les ventes ont progressé de 23 % l'année dernière - la plus forte hausse régionale - avec 159 000 unités, la quasi-totalité des marchés réalisant des progressions importantes. Mazda prévoit une nouvelle hausse cette année et table à moyen terme sur un chiffre dépassant les 200 000 unités. Selon Jeff Guyton, ce qui rend cette performance caractéristique pour un constructeur d'envergure moyenne comme Mazda, c'est qu'elle résulte d'esprit challenger au sein de l'entreprise mais aussi de ses formidables produits.

*« On nous a répété maintes et maintes fois que seuls les « gros » pourraient survivre dans ce secteur cyclique à forte densité capitalistique. Mais chez Mazda, nous avons trouvé des moyens innovants de prospérer en défiant les conventions pour aller de l'avant. »*

Département Presse - Mazda Automobiles France SAS

34, rue de la Croix de Fer - 78 122 Saint-Germain-en-Laye Cedex

Tél: 01 61 01 65 95/94 - Fax: 01 61 01 65 60

[www.mazda-presse.fr](http://www.mazda-presse.fr)



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS

Avec sa nouvelle génération de produits exceptionnels, par exemple. Reposant sur les Technologies SKYACTIV, des modèles tels que la Mazda3, la Mazda6 et le Mazda CX-5 mettent à mal l'idée reçue selon laquelle l'agrément de conduite et l'efficacité énergétique sont incompatibles. Mazda ne cesse d'optimiser la combustion interne de ses moteurs SKYACTIV afin de proposer une consommation de carburant parmi les plus faibles du secteur et d'exceptionnelles performances dynamiques.

*« Les appareils électriques, les smartphones et les groupes propulseurs hybrides ne cessent de s'améliorer, tant en termes de performances, de fiabilité que de prix de revient. Nous avons donc décidé dans un premier temps d'améliorer la combustion interne, et d'ajouter progressivement des dispositifs électriques, à mesure qu'ils deviendront plus performants, plus rapides, plus légers et plus économiques. Cette stratégie nous permet de proposer une gamme de modèles SKYACTIV efficaces, abordables et gratifiants dès à présent, explique Jeff Guyton. Ces nouveaux modèles sont également plus rentables que les Mazda de précédente génération, ce qui n'est pas pour déplaire à nos actionnaires. Le CX-5 par exemple permet à l'entreprise de bénéficier d'un bien meilleur retour sur investissement que le CX-7 - plus imposant et plus coûteux - qu'il remplace. Et la génération actuelle des moteurs Diesel SKYACTIV affiche une consommation semblable à celle d'un groupe propulseur hybride. »*

Selon un récent article d'*Auto Bild*, « Mazda est toujours la plus européenne des marques japonaises », ses nouveaux modèles se vendent particulièrement bien sur les marchés tels que l'Allemagne, où les marques premium dominent largement le secteur des voitures de tourisme. Jeff Guyton a également indiqué que la marque disposait de nombreux autres modèles tout aussi innovants pour le futur proche.

Par ailleurs, la production de la marque se veut plus internationale que jamais ; Mazda a ainsi ouvert une toute nouvelle usine au Mexique en janvier, pour renforcer ses sites existants au Japon, en Chine, en Thaïlande et en Russie. Cette base de production élargie contribue non seulement à améliorer la logistique mais également à réduire les risques de change. En outre, la société a optimisé son efficacité opérationnelle par le biais d'une ingénierie de pointe, lui garantissant un haut niveau de flexibilité contrebalançant son envergure moyenne.

En Europe, les activités du constructeur sont soutenues par un réseau particulièrement solide, efficace et rentable de filiales détenues en propriété exclusive, qui réalisent 98 % des ventes dans la région. Cette organisation permet à l'entreprise de viser une croissance rentable tout en proposant une expérience client des plus homogènes. Mazda a jeté les bases de sa croissance durable lors de la crise financière mondiale en se concentrant sur ses relations avec ses concessionnaires et partenaires financiers. Ainsi, elle a pu bénéficier de crédits suffisamment

Département Presse - Mazda Automobiles France SAS

34, rue de la Croix de Fer - 78 122 Saint-Germain-en-Laye Cedex

Tél: 01 61 01 65 95/94 - Fax: 01 61 01 65 60

[www.mazda-presse.fr](http://www.mazda-presse.fr)



## **COMMUNIQUÉ DE PRESSE** **MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS**

importants avec des conditions profitables pour le réseau, tout en conservant des liquidités et en maîtrisant ses coûts financiers.

###

### **Contact presse Mazda France :**

*David Barrière*  
*Directeur des Relations Extérieures*  
01 61 01 65 95  
[david.barriere@mazda.fr](mailto:david.barriere@mazda.fr)

*Marie de Mauduit*  
*Attachée de presse*  
01 61 01 65 92  
[marie.demauduit@mazda.fr](mailto:marie.demauduit@mazda.fr)

### **A propos de Mazda**

Mazda Motor Corporation est un des principaux constructeurs automobiles japonais avec une production de 1.3 millions de voitures par an. L'entreprise a été fondée en 1920 et son siège social se situe à Hiroshima au Japon où la marque dispose de 3 sites de production. La Recherche et le Développement occupent une place prépondérante chez Mazda avec 5 centres dédiés dans le monde. L'innovation est au cœur de la stratégie de l'entreprise, cela a permis à Mazda de remporter les 24 heures du Mans en 1991 avec une voiture à moteur rotatif ou, plus récemment, de développer les Technologies Skyactiv qui équipent dorénavant tous les nouveaux modèles Mazda. La marque est présente dans 130 pays et compte 38.117 employés.

Mazda Automobiles France compte 50 collaborateurs et un réseau de 125 concessionnaires.

Département Presse - Mazda Automobiles France SAS

34, rue de la Croix de Fer - 78 122 Saint-Germain-en-Laye Cedex

Tél: 01 61 01 65 95/94 - Fax: 01 61 01 65 60

[www.mazda-presse.fr](http://www.mazda-presse.fr)