

COMMUNIQUÉ DE PRESSE MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS

Mazda en Europe 1999 – 2009

Saint-Germain-en-Laye, le 8 septembre 2010. A l'aube du nouveau millénaire, la présence de Mazda en Europe avait considérablement évolué par rapport aux débuts de la marque sur le continent et l'époque où sa seule filiale allemande détenue à 100 % avait pour siège une maison familiale inhabitée. Sa nouvelle organisation européenne baptisée Mazda Motor Europe (MME) et créée un peu plus d'un an auparavant était implantée à proximité de Mazda Allemagne à Leverkusen-Hitdorf, dans un grand bâtiment abritant de vastes bureaux encore inoccupés. Depuis 1998, une nouvelle organisation logistique dénommée Mazda Logistics Europe (MLE) était installée à Willebroek (Belgique) dans le même bâtiment que l'entrepôt européen de pièces/accessoires, non loin du centre de transfert des véhicules Mazda situé à Anvers. Associées au centre de Recherche & Développement Mazda d'Oberursel (Allemagne) créé en 1990, ces différentes entités constituèrent les fondements d'une décennie de croissance et de prospérité en Europe.



Mazda Motor Europe



Mazda Logistics Europe



Centre R&D européen de Mazda Motor

Au Japon, Mazda travaillait depuis un certain temps à l'élaboration d'une gamme de nouvelle génération dans le cadre de son « Millennium Plan » qui a donné naissance au message Zoom-Zoom que nous connaissons aujourd'hui. En Europe, les dirigeants de MME commençaient à mettre en place une stratégie visant à l'acquisition d'activités de distribution indépendantes sur les principaux marchés européens afin de développer un réseau de distributeurs Mazda qui permettrait d'optimiser les ventes des véhicules de la marque. Ces investissements étaient motivés par des objectifs très clairs, à savoir la coordination et l'homogénéisation des fonctions clés telles que la stratégie, la planification, le marketing, les ventes et les relations publiques à



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 95/92 - Fax: 01 61 01 65 60
www.mazda-presse.fr

COMMUNIQUÉ DE PRESSE MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS

des fins de renforcement de l'efficacité et d'harmonisation du nouveau message de la marque dans toute l'Europe. Les distributeurs indépendants demeureraient bien sûr des acteurs majeurs de l'activité de Mazda sur les marchés européens où, au vu de leur expertise locale, le réseau de distribution constituait la meilleure solution.

Mazda fit l'acquisition d'activités de distribution en Italie et en Espagne en 2000, puis en France, au Royaume-Uni et en Suisse en 2001. La marque possédait désormais des filiales nationales et ses propres réseaux de distribution dans les cinq grands pays d'Europe occidentale, ainsi qu'au Portugal et dans les Alpes suisses. La même année, MME transféra le directeur de son département des ressources humaines d'Oberursel, Bruno Müller – actuel Vice-Président des Ressources humaines de Mazda Motor Europe – à Leverkusen-Hitdorf, où il prit la tête du même département au sein de Mazda Allemagne.

« En 2001, se souvient-il, il régnait encore une certaine confusion au sein de Mazda Motor Europe qui manquait alors de processus clairement définis. Nous étions si peu nombreux que nos bureaux semblaient plutôt vastes par rapport à aujourd'hui. Ce fut une période captivante pour moi. Le développement de Mazda en Europe fut l'un des défis les plus passionnants que l'on puisse imaginer. »



Bruno L. Müller

Mazda créa également de nouveaux emplois en Espagne, où la société ouvrit en 2002 à Barcelone une seconde installation portuaire chargée de la réception des véhicules et de leur transfert vers les nouvelles filiales nationales de la marque situées en Italie, en Espagne, en Suisse et au Portugal. Au siège européen de Mazda, de nouveaux départements Marketing et Relations publiques virent le jour, tandis qu'un réseau de communication interne regroupant les sept filiales de la marque fut constitué, avec pour fonction de diffuser le message Zoom-Zoom parmi la clientèle via la publicité, la documentation distributeur et les médias.

« Il n'y eut aucun lancement de véhicule paneuropéen avant fin 2001, explique Bruno Müller. La plupart des événements étaient organisés à l'échelle locale et de manière assez traditionnelle si bien qu'ils n'étaient pas aussi intéressants, ni mémorables qu'aujourd'hui. Sur les salons



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 95/92 - Fax: 01 61 01 65 60
www.mazda-presse.fr



COMMUNIQUÉ DE PRESSE MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS

automobiles internationaux, nos stands étaient également axés sur les marchés nationaux et dénués de tout message commun. »

En 2002, l'effectif européen de Mazda était passé de 8 à plus de 100 employés, tandis que la marque s'apprêtait à modifier son approche vis-à-vis du public. Au printemps de cette année, Mazda lança le premier de ses modèles Zoom-Zoom de nouvelle génération, la Mazda6, lors d'un événement médiatique paneuropéen organisé à Rome, à l'occasion duquel la marque s'adressa aux journalistes d'une seule voix pour la première fois. Cette année-là, les ventes de Mazda atteignirent 168 000 unités, soit une augmentation de 11 % ou 19 000 véhicules par rapport à l'année précédente. En 2003, le lancement de la Mazda2, des Mazda3 quatre et cinq portes, et du nouveau coupé sport RX-8 à moteur rotatif RENESIS – ainsi que la création de Mazda Autriche, qui allait très vite débiter l'exportation de véhicules vers l'Europe centrale et méridionale – firent encore grimper les ventes de 25 % à 223 000 unités. En outre, une nouvelle filiale nationale vit le jour au Danemark – une première en Scandinavie – tandis qu'un troisième centre de transfert Mazda s'installa au port de Rotterdam, destiné à l'expédition des véhicules vers le marché britannique alors florissant.



Mazda6, 2002



Mazda2, 2003



Mazda RX-8, 2003

Au cours de chacune des cinq années suivantes, Mazda établit un nouveau record de ventes, écoulant ainsi jusqu'à 320 000 unités à fin 2008, une performance sans précédent en Europe. Quatorze nouvelles filiales furent créées au cours de la même période, portant ainsi à 22 le nombre d'entités nationales, alors qu'une quatrième installation portuaire ouvrit ses portes à Bremerhaven pour l'approvisionnement des marchés russe et scandinave.



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 95/92 - Fax: 01 61 01 65 60
www.mazda-presse.fr



COMMUNIQUÉ DE PRESSE MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS

« Nous avons de nombreuses raisons d'être fiers, outre nos exploits commerciaux, affirme Bruno Müller. Nous avons obtenu la certification ISO en Belgique ainsi qu'ici, à Leverkusen-Hitdorf. Nous avons mis en place un programme d'uniformisation de la marque Mazda. Mais ce dont je tire la plus grande fierté, c'est la façon dont nous avons créé une organisation employant des professionnels à chaque niveau, travaillant pour une entreprise aux structures, processus et procédures clairement définis. »

Sa réussite commerciale encouragea également Mazda, malgré un contexte économique difficile, à s'investir dans des œuvres de bienfaisance locales à chaque fois que cela lui fut possible. En 2008 par exemple, Mazda fit don à plusieurs collectivités locales grecques de 35 pickups BT-50 équipés pour les interventions d'urgence de lutte contre les incendies. En 2008-2009, puis à nouveau en 2009-2010, six filiales Mazda scellèrent un partenariat avec les organisations SOS Villages d'Enfants de leurs pays respectifs – à savoir l'Autriche, Mazda BELUX (Belgique + Luxembourg), la République tchèque, la Croatie, l'Allemagne et la Hongrie – afin de venir en aide à divers villages et à de nombreux enfants dans le besoin.

Le saviez-vous ?

La première filiale de Mazda, Mazda Allemagne, a été créée en 1972.

[En savoir plus sur l'historique de Mazda en ligne ►](#)

Aujourd'hui, Mazda Motor Europe est une société très différente de celle qu'elle était au début des années 2000. En moins de 10 ans, elle a fait de sa stratégie Zoom-Zoom un célèbre slogan en Europe et a presque doublé ses ventes. Fait encore plus marquant, Mazda a créé plus de 1 600 emplois dans toute l'Europe, et notamment en Allemagne, au sein de ses 22 filiales et de leurs réseaux de distributeurs, ainsi que dans ses trois nouvelles installations portuaires européennes. Passant d'un modeste effectif de 8 personnes à quelque 280 employés provenant de plus de 20 pays, Mazda Motor Europe est devenue une entreprise paneuropéenne aux bases solides possédant tous les atouts nécessaires pour continuer sa progression sur la voie de la réussite dans les années à venir.

###



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 95/92 - Fax: 01 61 01 65 60
www.mazda-presse.fr



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS

Contacts presse Mazda France :

Manuel Bortone
Directeur des Relations Extérieures
01 61 01 65 95
manuel.bortone@mazda.fr

Jennifer Fabbri
Attachée de presse
01 61 01 65 92
jennifer.fabbri@mazda.fr



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 95/92 - Fax: 01 61 01 65 60
www.mazda-presse.fr