



## Mazda développe son activité flotte en Europe

- Simon Monks nommé Directeur international des ventes aux sociétés
- Optimisation du « coût d'utilisation total » des différents modèles pour développer le marché des flottes
- La fiabilité et l'écoresponsabilité des véhicules Mazda séduisent les clients professionnels

Leverkusen, le 8 juin 2010. Mazda Motor Europe développe son activité flotte en Europe ; le constructeur entend ainsi accroître ses ventes aux sociétés et augmenter sa pénétration du secteur dans plusieurs pays.

Fort d'une expérience de plus de 12 ans dans le domaine des flottes et de l'après-vente au Royaume-Uni et dans toute l'Europe, Simon Monks a rejoint la division européenne des opérations de flotte de Mazda en qualité de Directeur international des ventes aux sociétés ; un deuxième directeur international des ventes aux sociétés sera nommé prochainement.

Simon Monks a commencé sa carrière dans le secteur des flottes en 1998 chez Nissan Motor GB avant de rejoindre Toyota GB en 2000 et Toyota Motors Europe à Bruxelles en 2005. Au cours de cette période, il a occupé les postes de Directeur européen des grands comptes chargé des relations avec les grandes sociétés de location et les principaux clients finaux professionnels, et de Directeur national de l'après-vente pour l'Allemagne, la Suisse et les marchés à l'export. Il est brièvement revenu chez Toyota GB en 2009 en tant que Directeur du marketing direct avant de rejoindre Mazda Motor Europe.

Sur l'exercice clos au 31 mars 2010, Mazda Motor Europe a vendu 239 000 véhicules en Europe et 1,193 milliard à l'échelle mondiale. Les ventes de flotte ont représenté moins de 15 % des volumes européens.

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



## *COMMUNIQUÉ DE PRESSE*

### *MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS*

Environ la moitié de ces ventes ont été réalisées au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, où la politique de la marque axée sur les clients professionnels a porté ses fruits avec une hausse des volumes en cumul annuel d'environ 20 000 unités grâce à un recentrage sur le secteur de la location et sur les flottes des clients finaux de premier ordre. Le succès de cette politique de conquête des clients professionnels sur ces marchés a incité Mazda à la prendre pour modèle dans le cadre du développement des flottes européennes.

Cette stratégie repose sur une gamme de modèles complète, avec comme chefs de file les Mazda6 et Mazda3, suivies des Mazda2, Mazda5, CX-7 et MX-5. Ces modèles comptent à leur actif maintes récompenses décernées par le secteur des flottes pour leur esthétique, leur fiabilité, leur faible coût d'utilisation et, pour la plupart, leur forte valeur résiduelle.

Simon Monks, qui en réfère à James Hopkins, Directeur européen des opérations de flotte, a déclaré : « En Europe, nous nous efforçons d'accroître l'attrait de nos véhicules aux yeux des conducteurs de voiture de fonction, tout en convainquant les gestionnaires de flotte de la compétitivité du coût d'utilisation total et de la valeur résiduelle de nos modèles par rapport à ceux de la concurrence. Mazda bénéficie d'une bonne image de marque dans plusieurs pays, notamment en Autriche et en Suisse, et nous devons capitaliser sur cet atout pour inciter les gestionnaires de flotte et les conducteurs de voiture de fonction à découvrir notre gamme de modèles. »

« Nous disposons d'une gamme complète et dynamique de modèles affichant des lignes sportives, un haut niveau d'équipement, des moteurs hautes performances aux faibles émissions polluantes, et de faibles coûts d'utilisation ; c'est ce qui a contribué à stimuler l'activité flotte. Nous pensons que ce message peut être relayé dans toute l'Europe car nous ciblons un nombre croissant de sociétés de location et de flottes internationales. »

De nombreuses multinationales choisissent leurs voitures de fonction d'après le niveau d'émissions de CO<sub>2</sub> même dans des pays tels que l'Allemagne où – à la différence de la Belgique, des Pays-Bas et du Royaume-Uni – il n'existe pas de lien direct entre le régime de taxation automobile et les émissions polluantes.

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



# *COMMUNIQUÉ DE PRESSE*

## *MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS*

Et Simon Monks ajoute : « Proposer des véhicules de fonction attractifs avec des émissions de CO<sub>2</sub> de tout premier ordre est essentiel car de nombreuses multinationales ont compris qu'un véhicule aux faibles émissions polluantes est bénéfique non seulement pour l'environnement mais également pour le porte-monnaie puisque plus les émissions sont faibles, plus le rendement énergétique est élevé. »

Mazda Motor Europe a établi des partenariats avec plusieurs sociétés de location et de flotte dans toute l'Europe, notamment ALD Automotive, Arval, ING Car Lease et LeasePlan. Par ailleurs, la marque compte parmi ses clients de flotte Bosch, GE et Siemens.

Si l'accent est principalement mis sur l'activité flotte des marchés clés tels que la Belgique, la France, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, l'Espagne et le Royaume-Uni, Mazda Motor Europe fournit également des véhicules à des flottes d'autres pays, notamment l'Autriche, la République tchèque, le Danemark, la Norvège, la Pologne, le Portugal, la Suède et la Suisse.

La division européenne des opérations de flotte développe l'activité à l'international depuis le siège de Mazda Motor Europe à Leverkusen en Allemagne. Mais l'activité flotte doit également se développer à l'échelle nationale par l'intermédiaire des divisions flotte des principaux marchés européens de Mazda.

James Hopkins a déclaré à ce propos : « Nous répondons actuellement à un appel d'offres pour le déploiement de véhicules sur 24 marchés européens, ce qui prouve nos capacités. »

La philosophie de l'équipe européenne s'intitule « penser à l'international, agir localement » avec une réponse aux appels d'offres et des contrats gérés centralement, mais des véhicules fournis au niveau national par le biais de la division flotte de chaque pays tissant des relations personnelles avec les clients locaux.

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



# *COMMUNIQUÉ DE PRESSE*

## *MAZDA AUTOMOBILES FRANCE SAS*

Autre avantage de la marque, la quasi totalité de nos filiales dépendent directement de Mazda Motor Europe et ne sont pas gérées par des sociétés indépendantes, comme c'est le cas chez la plupart de nos concurrents.

James Hopkins ajoute : « C'est un atout considérable pour coordonner notre politique de conquête des flottes européennes. Nous sommes une seule et même entité travaillant au profit de chacun de nos clients professionnels ».

###

### **Contacts presse Mazda France :**

*Manuel Bortone*  
*Directeur des Relations Extérieures*  
*01 61 01 65 95*  
[manuel.bortone@mazda.fr](mailto:manuel.bortone@mazda.fr)

*Jennifer Fabbri*  
*Attachée de presse*  
*01 61 01 65 92*  
[jennifer.fabbri@mazda.fr](mailto: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](http://www.mazda-presse.fr)