



Mazda s'exprime sur l'efficacité à travers le témoignage d'un agriculteur biologique

- La conférence barcelonaise dédiée aux porteurs de projet innovants s'intéresse aux moyens novateurs d'améliorer l'efficacité
- Les participants ont été séduits par les bénéfices et l'intérêt croissant d'une approche « *comprendre pourquoi* »

Barcelone / Leverkusen, 10 février 2016. Dans le domaine de l'automobile ou de l'agriculture, favoriser l'efficacité et ce, de manière durable exige une certaine ingéniosité. Cela passe par une connaissance approfondie d'une part de la manière dont se font les choses et d'autre part des raisons pour lesquelles elles sont faites ainsi.

Lors de la conférence barcelonaise dédiée aux porteurs de projet innovants qui s'est tenue aujourd'hui, le constructeur automobile Mazda et Thomas Rippel (un agriculteur biologique) ont fait part de leur expérience en matière d'innovation au service de l'efficacité devant un parterre d'étudiants et de journalistes réunis au Mazda Space à Barcelone. Lors de leurs interventions, ils ont présenté des exemples concrets de méthodes d'innovation dans leur domaine respectif en apportant un nouvel éclairage sur les anciennes méthodes.

Mazda a dû engager une refonte totale de ses méthodes après avoir subi quatre années consécutives de pertes suite à la crise financière de 2007. Malgré un calendrier et un budget serrés, le constructeur se devait de proposer une toute nouvelle gamme de véhicules : des modèles séduisants satisfaisant aux objectifs de plus en plus stricts en matière d'efficacité énergétique et d'émissions. Et des modèles permettant à Mazda de renouer rapidement avec la rentabilité - un défi de taille dans un secteur en proie à une âpre concurrence, et confronté à de longs délais de livraison et de lourds investissements en capital.

Mazda a relevé le défi en rassemblant ses experts des départements ingénierie, design et production afin qu'ils étudient le raisonnement des autres constructeurs. Cette nouvelle approche a abouti à des avancées notables, permettant à Mazda de contourner la méthode traditionnelle de production automobile. Résultat : une gamme de modèles remportant un immense succès en combinant efficacité énergétique et agrément de conduite ; des modèles qui ont non seulement permis à Mazda d'asseoir sa réputation de constructeur anticonformiste, mais également d'enregistrer des profits records deux années de suite, et bientôt trois à la clôture de l'exercice le 31 mars prochain.

« Nous disposions du savoir-faire mais ce dont nous avons besoin, c'était de comprendre le lien entre le comment et le pourquoi en remettant en question les conventions établies de longue date, a expliqué Jeff Guyton, président et CEO de Mazda Motor Europe. Notre gamme de véhicules actuelle est en l'aboutissement : le fruit d'une véritable culture du « comprendre pourquoi ».

D'autres, à l'instar de Thomas Rippel, ont également adopté ce type d'approche avec succès. Suite à une maladie d'origine alimentaire, ce globe-trotter a développé un intérêt particulier pour la nourriture saine et durable, jusqu'au point de devenir agriculteur biologique. Son objectif est de trouver des moyens plus performants et plus efficaces d'utiliser le fumier de vache comme engrais en transformant cette ressource en « or noir ». Rippel est convaincu que l'élevage de bovins (et la consommation de viande bovine) peut non seulement être une

Pour plus d'informations :

Mazda Automobiles France SAS
34, rue de la Croix de Fer
78 122 Saint-Germain-en-Laye Cedex
www.mazda-presse.fr

ZOOM-ZOOM

COMMUNIQUE DE PRESSE

Mazda Automobiles France



activité durable si elle est gérée correctement, mais que cette activité peut contribuer à lutter contre des problèmes critiques tels que le changement climatique, la faim dans le monde et la fertilité des sols.

La conférence barcelonaise dédiée aux porteurs de projet innovants est le tout dernier événement organisé au Mazda Space. Elle fait suite à trois autres manifestations organisées dans le centre culturel et événementiel européen du constructeur en 2015 pour discuter d'enjeux mondiaux majeurs tels que le leadership des femmes au 21^{ème} siècle ou l'influence de la technologie sur le travail du futur.

#

David Barrière
Directeur des Relations Extérieures
01 61 01 65 95
david.barriere@mazda.fr

Clotilde Journé
Attachée de presse
01 61 01 65 92
clotilde.journe@mazda.fr

A propos de Mazda

Mazda Motor Corporation est un des principaux constructeurs automobiles japonais avec une production de 1.3 million 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 105 concessionnaires.

Pour plus d'informations :

Mazda Automobiles France SAS
34, rue de la Croix de Fer
78 122 Saint-Germain-en-Laye Cedex
www.mazda-presse.fr

ZOOM-ZOOM