

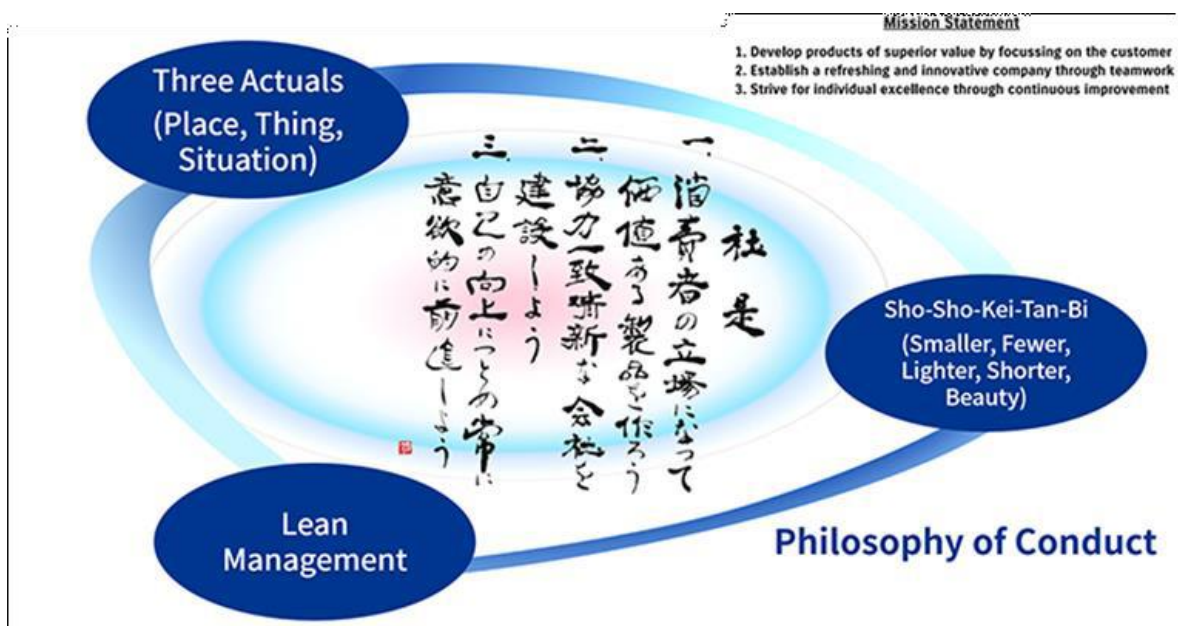


Communiqué de presse

Safenwil, 30 janvier 2023

STRATEGIE SUZUKI A HORIZON 2030

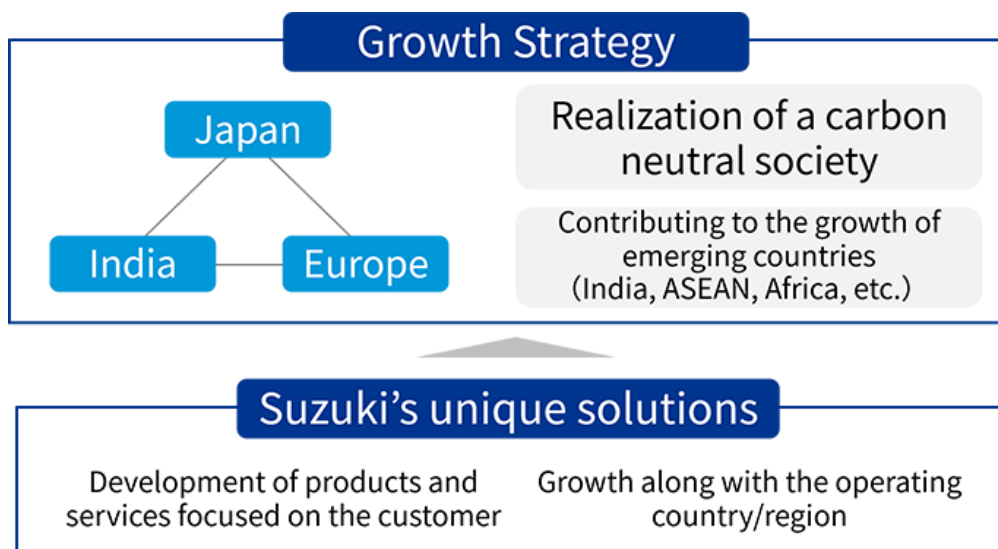
Suzuki Motor Corporation a annoncé sa stratégie de croissance pour l'exercice 2030 (l'exercice comptable s'étend d'avril 2030 à mars 2031). Avec pour axe directeur la proposition de produits à forte valeur ajoutée au bénéfice du client, Suzuki mettra progressivement en œuvre sa stratégie de croissance à horizon 2030 en opérant selon le principe de fabrication, dénommée en japonais Sho-Sho-Kei-Tan-Bi soit réduire, économiser, alléger, raccourcir et rationaliser. Ce "*Lean Management*" met l'accent sur la flexibilité, l'agilité et l'esprit de challenge, et le principe de réalisme "*Three Actuals*".



STRATEGIE DE CROISSANCE 2030 : EN RESUME

D'ici l'exercice 2030, Suzuki vise à la contribution d'une société neutre en carbone et à la croissance économique des pays émergents tels que l'Inde, l'ASEAN et l'Afrique, tout en conservant comme marchés-clés le Japon, l'Inde et l'Europe.

L'entreprise se focalisera sur la création de solutions uniques à Suzuki, consistant notamment à développer des produits et des services axés sur le client et accroître le groupe avec les pays et régions où Suzuki opère.



VISION STRATEGIQUE 2030: AXES MAJEURS

<Neutralité carbone>

Sur la base de la date cible fixée par chaque gouvernement, Suzuki vise à atteindre la neutralité carbone dans ses activités au Japon et en Europe d'ici 2050, et en Inde d'ici 2070. Le Groupe poursuivra ainsi ses objectifs de neutralité carbone pour chaque région, en se fondant sur une offre de produits et de services répondant aux besoins spécifiques des clients et en les adaptant précisément à chaque marché.

~ Produits ~

➤ **Activité automobile**

Au Japon, l'introduction de mini-véhicules commerciaux 100 % électriques démarrera au cours de l'exercice fiscal 2023 de Suzuki. Par la suite, pas moins de 6 types de véhicules 100 % électriques, sur les segments des SUV et des kei-cars, seront commercialisés par Suzuki d'ici 2030. En outre, une gamme équipée de nouvelles motorisations hybrides, sur le marché des kei-cars et des véhicules compacts, permettront à Suzuki de proposer, en complément de la gamme 100 % électrique, une offre large et complète à ses clients de l'Archipel.

En Europe, Suzuki introduira sur le marché son premier véhicule 100 % électrique au cours de son exercice fiscal 2024. D'ici l'exercice 2030, en Europe, pas moins de 5 modèles 100 % électriques seront lancés, sur le segment B et sur le marché des SUV. La marque poursuivra ainsi sa stratégie en répondant aux besoins des clients, en parfaite conformité avec les normes spécifiques à l'Europe.

En Inde, premier marché de la Marque, Suzuki lancera le SUV 100 % préfiguré par le concept eVX dévoilé lors d'Auto Expo 2023. Celui-ci sera commercialisé dans le courant de l'exercice fiscal 2024 de Suzuki. En outre, 6 nouveaux véhicules seront commercialisés d'ici 2030. Afin de proposer à ses clients une gamme complète de véhicules et de services associés, Suzuki proposera en Inde non seulement des véhicules 100 % électriques, mais également des véhicules thermiques dont l'utilisation de carburants mixtes GNV, biogaz et éthanol contribueront à l'objectif de neutralité carbone à long terme.

Plan de lancement des véhicules 100 % électriques et leur proportion dans la gamme en 2030

Région	Date de lancement	Prévision pour l'exercice 2030	
		Nombre de modèles	Proportion de modèles 100 % électriques
Japon	Exercice 2023	6	20%
Europe	Exercice 2024	5	80%
Inde	Exercice 2024	6	15%

➤ Motos

Pour les motos de petite et moyenne taille, qui sont utilisées pour les transports quotidiens tels que les trajets domicile-travail, l'école ou les courses, nous introduirons un modèle électrique à batterie au cours de l'exercice 2024. Nous prévoyons de lancer 8 modèles d'ici l'exercice 2030, dont 25 % de modèles électriques à batterie. Pour les grosses motos de loisirs, nous envisageons d'adopter des carburants neutres en carbone.

➤ Activité Marine

Les premiers moteurs marins électriques seront commercialisés au cours de l'exercice 2024 et d'ici 2030, 5 modèles électriques seront lancés pour répondre principalement à l'utilisation de petites motorisations dans les lacs et rivières. Ils devraient représenter 5 % des volumes de vente. Pour les moteurs hors-bord de grande puissance utilisés dans l'océan, Suzuki Marine envisage d'adopter des carburants neutres en carbone.

➤ Nouvelles mobilités électriques

Suzuki développe, notamment au Japon, une vaste offre de mobilités alternatives électriques, accompagnant les évolutions de la société. C'est par exemple le cas du véhicule Suzuki Electro-Senior et son évolution dénommée KUPO, qui est un nouveau mode de transport pour les personnes âgées qui ne disposent plus de leur permis de conduire. S'y ajoute le Mobile Mover, un chariot robotisé polyvalent développé en collaboration avec M2 Labo. Ces nouveaux moyens de mobilité électrique contribuent à permettre une mobilité continue au Japon, et répond ainsi aux évolutions démographiques du pays.

~ Industrialisation ~

Suzuki s'est fixé comme objectif d'atteindre la neutralité carbone avec ses usines domestiques au cours de l'exercice 2035.

➤ Suzuki Smart Factory Creation

Nous promovons la Suzuki Smart Factory Creation en anticipant les méthodes industrielles qui devront être mises en place en 2030, afin de combiner cet objectif à une offre de mobilité pour les clients du monde entier. En combinant le principe de fabrication de Suzuki *Sho-Sho-Kei-Tan-Bi* avec la connectivité des outils industriels, Suzuki prévoit d'optimiser et de simplifier les flux de données, logistiques et d'énergie. Ces nouveaux processus industriels au sens large contribueront concrètement à l'objectif de neutralité carbone de l'entreprise.

➤ Initiatives des usines au Japon

À l'usine de Kosai, qui est le plus grand centre de production de Suzuki au Japon, des efforts sont par exemple mis en œuvre pour réduire de 30 % les émissions de CO₂ des installations de peinture. Et ce, grâce au renouvellement des installations et à l'amélioration des technologies pour une utilisation optimale de l'énergie. L'usine produit également de l'hydrogène vert à partir d'énergies renouvelables, notamment la production d'énergie solaire. L'hydrogène est utilisé pour le développement des convoyeurs d'usine à piles à combustible, qui a débuté fin 2022.

À l'usine de Hamamatsu, qui est le centre de production de motos, grâce à la réduction de la consommation d'énergie et à la conversion à l'énergie renouvelable, notamment solaire, l'usine vise désormais la neutralité carbone au cours de l'exercice 2027, soit trois ans plus tôt que son objectif initial. En utilisant le savoir-faire acquis à Hamamatsu dans d'autres usines, Suzuki prévoit d'atteindre la neutralité carbone de toutes les usines domestiques à l'exercice 2035.

~ Biogaz en Inde ~

Les prévisions de développement du marché induit une augmentation des émissions de CO₂. Suzuki a pour ambition de trouver un équilibre entre l'augmentation des ventes et la réduction de la quantité totale d'émissions de CO₂.

L'initiative unique de Suzuki pour relever ce défi est l'activité de biogaz, issu des filières animales. Ce biogaz peut être utilisé sur les modèles GNV de Suzuki, leader de cette énergie en Inde avec environ 70 % de part de marché. Dans ce sens, Suzuki a signé un protocole d'accord avec l'agence gouvernementale indienne National Dairy Development Board et avec Banas Dairy, le plus grand fabricant de produits laitiers d'Asie. Cette même initiative vient d'être lancée au Japon en coopération avec Fujisan Asagiri Biomass LLC. qui fabrique de l'électricité à partir de biogaz.

Pour Suzuki, développer le biogaz en Inde contribue non seulement à l'objectif de neutralité carbone de l'entreprise, mais favorise également la croissance et contribue à la société indienne. Le Groupe envisage également d'étendre cette activité à d'autres zones telles que l'Afrique, l'ASEAN et le Japon.

En contribuant à la neutralité carbone et à la croissance économique des pays émergents, Suzuki, le leader du marché automobile indien, est conforme à l'Accord de Paris, qui exige une démarche harmonisée entre les pays développés et les pays émergents pour la réduction des émissions de CO₂. Ainsi, Suzuki estime contribuer concrètement auprès des différentes parties prenantes de ces objectifs, au niveau mondial.

<Structure recherche et développement et coopération avec des partenaires extérieurs>

Le siège social de Suzuki, le Yokohama Lab., le Suzuki R&D Center India et Maruti Suzuki coopéreront pour un développement efficace et partagé dans chaque domaine des technologies futures, des technologies de pointe et des technologies de production.

De plus, le Suzuki Innovation Center explore de nouvelles connexions et innovations pour que Suzuki, déjà leader de ce marché, s'enracine plus durablement encore en Inde. Le Groupe améliorera ses capacités et sa puissance de production en coopérant également avec des partenaires extérieurs, notamment des start-up, la Suzuki Suppliers Association et plusieurs universités au Japon et en Inde.

Le Groupe approfondira davantage encore les synergies entamées avec Toyota Motor Corporation tout en préservant l'indépendance de l'entreprise; avec pour but de maintenir une croissance durable, tout en faisant naturellement face aux enjeux nouveaux de l'industrie. A travers ces coopérations, Suzuki développera ses technologies de pointe, notamment en termes de conduite autonome et de conception de batteries. S'y ajouteront l'expansion des activités dans les pays émergents, la poursuite continue des objectifs de neutralité carbone en Inde, ainsi que la contribution à l'émergence d'une société davantage fondée sur la réutilisation, le recyclage, l'économie circulaire.

Le Suzuki Global Ventures, un fonds de capital-risque d'entreprise créé en 2022, accélère les activités de co-création avec des start-up en dépassant le cadre de chaque entreprise et de leurs activités traditionnelles. Le groupe prévoit de poursuivre ces investissements dans des domaines qui servent concrètement au bénéfice des clients et de la société, avec le développement d'un écosystème complet autour de ces start-up.

<Montants des investissements / R&D>

Suzuki planifie un investissement de 2 000 milliards de yen en R&D et 2 500 milliards de yen en investissement, soit un total de 4 500 milliards de yen (soit environ 32 milliards d'Euros), d'ici 2030. Sur ce montant total, 2 000 milliards seront des investissements liés à l'électrification, dont 500 milliards de yen pour les seules batteries.

Il est prévu d'investir 2000 milliards de yen pour les dépenses de R&D dans des domaines concernant la neutralité carbone tels que l'électrification et le biogaz, ainsi que l'autonomie. Il est prévu d'investir 2500 milliards de yen pour des dépenses d'investissement dans des installations, notamment la construction d'une usine de batteries pour les véhicules électriques et d'installations d'énergie renouvelable.

<Objectif de chiffre d'affaires net>

Les prévisions de chiffre d'affaires net consolidées pour l'exercice 2022 sont de 4 500 milliards de yen, supérieur à l'objectif de 4 800 milliards de yen initialement prévus en 2025 dans le plan moyen-terme de la Marque. Suzuki souhaite en outre se développer dans les pays émergents, en contribuant à leur croissance. L'ambition du Groupe est de doubler le chiffre d'affaires net par rapport à celui de 2021, passant ainsi de 3500 milliards de yens à 7000 milliards de yens pour l'exercice 2030.

Au cœur d'une transformation unique que connaît l'industrie actuellement, Suzuki estime indispensable d'avoir comme culture de l'entreprise et de ses produits, un positionnement enthousiasmant, dynamique et unique, et ce alors même que l'objectif d'équilibre entre neutralité carbone et contribution à la croissance de ses pays d'implantation est un axe-clé de l'entreprise.

Les activités Automobile, Motos, Marine et Nouvelles Mobilités ont toujours reçu un accueil enthousiaste de nos clients: particulièrement accessibles, les produits et services Suzuki offrent également aux clients caractère et émotion.

Les employés de Suzuki à travers le monde poursuivent les défis de l'entreprise à moyen terme, afin de toujours fournir des produits et des services qui améliorent la vie quotidienne des clients du monde entier, et ce, tout en étant respectueux de l'environnement et extrêmement fiables au bénéfice de la vie des clients Suzuki.

Vous trouverez les dernières nouvelles et photos de Suzuki sur www.suzuki-media.ch.

Vos interlocuteurs :

Stefan Gass
Managing Director
062 / 788 87 90
stefan.gass@suzuki.ch

Sandra Fichte
Responsable marketing communications & RP
062 / 788 87 65
sandra.fichte@suzuki.ch