



25.07.2007 - 12:00 Uhr

Nissan s'est fixé pour objectif de nettement gagner du terrain en Europe dans le secteur des véhicules utilitaires - Des chiffres de vente conformes au plan commercial

Urdorf (ots) -

- Des nouveaux produits taillés sur mesure pour les clients
- Renforcement du réseau de concessionnaires
- Conquête de nouveaux marchés

A l'aide de nouveaux produits et en s'attaquant à des nouveaux marchés, Nissan s'est fixé pour objectif de sensiblement augmenter ses ventes de véhicules utilitaires en Europe d'ici la fin de l'exercice 2010. Pour l'heure l'entreprise se situe parfaitement dans les projections de son plan commercial.

"En Europe nous possédons une longue tradition dans le secteur des véhicules utilitaires. Nissan joue notamment un rôle important dans des pays comme l'Espagne, l'Italie, la France et le Grande-Bretagne", explique Brian Carolin, Senior Vice President Vente et Marketing auprès de Nissan Europe. "A l'aide de nouveaux produits et d'un réseau de concessionnaires optimisé nous allons conforter notre position sur ces marchés tout en entreprenant une croissance dans d'autres pays européens."

Le fondement même de notre stratégie consiste à renforcer l'offre de produits dans le secteur des fourgonnettes de livraison qui comporteront des équipements spécifiques taillés sur mesure en fonction des besoins des clients. Mais d'autres utilitaires légers possédant une cabine avancée, c'est-à-dire au-devant de l'essieu avant, ce qui, en comparaison avec la concurrence, permet une exploitation sensiblement meilleure de l'espace disponible, devraient contribuer à une augmentation des ventes Nissan. Par ailleurs, au prochain Salon de l'Automobile de Tokyo qui se tiendra du 27 octobre au 11 novembre 2007, Nissan présentera l'utilitaire conceptuel NV200, un V.U. léger innovant à maints égards.

Au-delà de produits modernes, le renforcement continu du réseau de concessionnaires Nissan est un objectif fondamental pour l'entreprise. Un canal de distribution en propre pour des utilitaires légers ainsi que des coopérations au niveau du réseau, comme celle existant avec Volvo Trucks, doivent contribuer au succès de l'entreprise. L'accord conclu en 2006 pour une collaboration sur des marchés encore peu développés comme la Grande-Bretagne, l'Allemagne et l'Europe de l'est offre à Nissan la possibilité de distribuer ses modèles Interstar, Cabstar et Atleon par l'entremise du réseau du producteur de camions suédois. En Suisse, des concessionnaires Volvo sélectionnés distribuent l'ensemble de la gamme de véhicules utilitaires Nissan. Parallèlement à cette structure, des "centres de compétence" sont installés dans des garages appartenant en propre à Nissan. Ceux-ci assurent un service optimal de conseils et de vente à travers l'ensemble du pays.

Mis à part des produits innovants et un réseau confortés, la croissance de Nissan passe aussi par la conquête de nouveaux marchés. Le plan prévoit la mise en place d'opération en Russie ainsi que dans d'autres pays du nord et de l'est de l'Europe. Nissan a aussi l'intention de renforcer ses activités en Turquie où le constructeur japonais considère que le potentiel existant est loin d'être pleinement exploité.

Depuis quelque temps, Nissan enregistre une croissance sensible

des affaires dans le secteur des utilitaires légers. L'entreprise a défini le marché des V.U. comme l'un des quatre piliers de sa croissance durant le plan commercial trisannuel Nissan Value-Up. En 2006, Nissan a vendu 489.579 utilitaires à travers le monde. Ainsi, l'objectif consistant à augmenter la marge bénéficiaire de plus de huit pour-cent dans ce secteur a été atteint une année plus tôt que prévu. Uniquement en Europe, l'an dernier l'entreprise a vendu 48.778 V.U., parmi lesquels 17.996 Primastar et 13.879 Cabstar.

Contact:

Nissan Communications
Tél.: +41/44/736'56'91 (direct)
Fax: +41/44/736'57'88 (direct)
E-Mail: madeleine.baumann@nissan.ch
Internet: www.nissan-presse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100009076/100539903> abgerufen werden.