

UN NOUVEAU CADRE POUR LE SIEGE DE MAZDA AUTOMOBILES FRANCE

Dans le cadre de son « Millenium Plan », Mazda a totalement réorienté sa philosophie produit dont Mazda6, présentée au Salon de Genève 2002, a été le fer de lance. Depuis l'ensemble de la gamme a été entièrement renouvelé.

Mazda Automobiles France accompagne l'évolution de ses produits et rejoindra, au début du deuxième trimestre 2006, le campus des marques Ford, Ford Financial, Jaguar, Land Rover et Volvo situé à Saint-Germain-en-Laye. Le choix de Mazda a été guidé par le fait que ce pôle automobile offre une fonctionnalité et une modularité qui facilitera la vie quotidienne de l'entreprise tout en préservant son identité.

« Nous avons en effet décidé d'investir dans de nouveaux locaux permettant d'offrir à l'entreprise un environnement plus qualitatif, plus moderne, à l'image de nos produits et plus proche d'un centre urbain. Le site de Saint-Germain nous permettra d'évoluer dans un cadre épanouissant et de continuer de faire de Mazda l'entreprise Zoom-Zoom que nous voulons qu'elle soit. » explique Thierry Guillemot, président de Mazda Automobiles France.

L'aménagement des nouveaux locaux exprimera parfaitement l'esprit Zoom-Zoom de la marque – le dynamisme, l'enthousiasme et le plaisir - un état d'esprit présent dans toutes les activités de Mazda.

Sur le site Mazda disposera également d'un showroom. Avec une surface de 250m² mêlant bois clair, carrelage noir, éclairage chaleureux, mobilier blanc et espace technologique, il sera tout d'abord une vitrine pour le concept que la marque veut voir adopter par son réseau de concessionnaires et un écrin pour ses modèles. Les derniers standards Mazda pourront y être exposés et le constructeur aura la possibilité de montrer à ses partenaires dans quel sens il entend développer la marque Mazda en France.

Information Michèle Lanzenberg
michele.lanzenberg@mazda.fr

Le 24 janvier 2006