

MITSUBISHI MOTORS dévoile sa nouvelle stratégie de marque et sa nouvelle devise

« Drive your Ambition »

Le renouveau de la marque – pour le siècle à venir

Tokyo, le 25 octobre 2017 - Le 45^{ème} Salon de l'Automobile de Tokyo sera l'occasion pour Mitsubishi Motors Corporation (MMC) de présenter ses nouvelles ambitions, au travers de deux événements clés :

- L'annonce d'une nouvelle stratégie de marque et d'une nouvelle devise.
- La première mondiale du *MITSUBISHI e-EVOLUTION CONCEPT* – incarnation de cette nouvelle stratégie

1917-2017

Mitsubishi Motors célèbre cette année le 100ème anniversaire du Modèle A, la première voiture Mitsubishi et la première voiture japonaise conçue dans le but d'être produite en série. Le Modèle A a ouvert la voie à Mitsubishi qui ambitionnait d'explorer de nouveaux territoires automobiles et de repousser les limites de l'ingénierie pour les 100 années à venir...

... Depuis sa révolutionnaire torpédo à quatre roues motrices PX33 en 1936 jusqu'au lancement de son programme de recherche et développement dans le domaine de la mobilité électrique en 1966...

... Depuis ses nombreuses innovations technologiques (moteurs essence à injection directe, arbres d'équilibrage pour moteur thermique, Super-All Wheel Control...) jusqu'aux nombreuses démonstrations des capacités et de la fiabilité de ses modèles avec son *Pajero* et sa *Lancer Evolution*...

... Depuis l'exploration de territoires inexploités (Outlander PHEV en 2012) jusqu'à l'introduction d'automobiles de qualité sur les marchés émergents (*XPANDER* en 2017)...

... De 1917 à 2017 et au-delà

Une nouvelle stratégie de marque

Dans le cadre de son renouveau – le premier d'une telle ampleur depuis près de deux décennies – MMC a entrepris un processus minutieux, étudiant d'une part son riche héritage et d'autre part son ambitieux plan pour l'avenir afin de définir une stratégie émanant de l'essence même de la marque tout en répondant aux attentes de ses parties prenantes – ses 'conducteurs' – au sein de l'entreprise et en dehors.

Déclaration claire de l'engagement continu de MMC en termes d'innovation et de découvertes avec une vision avant-gardiste d'un futur durable, cette nouvelle stratégie de marque est soutenue par un impressionnant portefeuille d'innovations techniques, une passion indéfectible pour toutes les formes de mobilité - sur route et en tout-terrain - ainsi qu'une clairvoyance découlant d'un héritage exclusif remontant à plus d'un siècle avec le lancement du premier véhicule sous la marque Mitsubishi.

Globalement, les composantes fondamentales de la stratégie 'Ambition to Explore' reposent sur un état d'esprit aventurier et avant-gardiste et quatre ingrédients essentiels :

L'héritage Mitsubishi - il fait partie intégrante de l'ADN de Mitsubishi depuis 100 ans, et se veut une véritable source d'inspiration pour les employés, les clients et, au sens large, les parties prenantes, à l'intérieur et à l'extérieur de l'univers de MMC.

Le positionnement de Mitsubishi en termes de technologies et de design - aboutissant à un design et à des équipements produits inédits, avec une solide vision d'avenir en matière de développement produit et de développement durable.

La vision de Mitsubishi sur l'activité internationale - l'ambition et l'exploration sont essentielles au développement commercial dans une économie mondiale évolutive de plus en plus axée sur la croissance durable à long terme dans un monde connecté.

Le lien entre Mitsubishi et ses clients - ceux qui souhaitent avancer et évoluer aux côtés d'une marque qui les aide à réaliser leurs ambitions pour leur famille et la planète.

Une marque aventurière et avant-gardiste – la preuve par le produit

Profondément enracinée dans l'essence même de Mitsubishi, la stratégie de marque « Ambition to Explore » trouve sa meilleure expression dans les véhicules que ses ingénieurs et designers ont développés au fil des années, faisant fréquemment reculer les frontières établies.



Outlander PHEV

... Lorsque Mitsubishi Motors a dévoilé son révolutionnaire **Outlander PHEV** au Mondial de l'Automobile de Paris 2012, certains se sont interrogés sur l'intérêt d'un tel modèle – un SUV hybride rechargeable à transmission intégrale et deux moteurs électriques...

Cinq ans plus tard, avec plus de 135 000 unités vendues sur différents marchés internationaux (et prochainement aux États-Unis, et au premier rang desquels l'Europe où l'**Outlander PHEV** reste le SUV hybride rechargeable le plus vendu), la réponse est claire, la réaction du marché ayant donné raison à la clairvoyance et au courage de MMC.



Eclipse Cross



XPANDER

... Aujourd'hui, l'**Eclipse Cross** et le **XPANDER** sont sur le point de partir à la conquête du monde, avec une toute nouvelle vision de la manière dont un élégant SUV Coupé et un crossover SUV/MPV de qualité pourraient faire évoluer les perceptions des clients sur les marchés matures et émergents.



MITSUBISHI e-EVOLUTION CONCEPT

... Demain, l'avenir de Mitsubishi Motors reposera sur l'**e-EVOLUTION CONCEPT**, un prototype des plus innovants et évocateurs.

« Drive your Ambition » – une nouvelle devise internationale

Développement logique de la stratégie de marque de Mitsubishi Motors, 'Drive your Ambition' est la nouvelle devise exprimant l'attitude adoptée par Mitsubishi depuis le lancement de sa toute première voiture il y a un siècle. Mitsubishi fournit des véhicules ambitieux à des conducteurs ambitieux depuis 100 ans, inaugurant de nouveaux genres avec des produits mythiques tels que le *Pajero*, la *Lancer Evolution* et l'*i-MiEV*, tout en créant des technologies de pointe à l'origine de différentes innovations majeures, lesquelles ont abouti à l'*Outlander PHEV*. Les conducteurs de Mitsubishi ont exploré de nouvelles frontières et conquis des terrains spectaculaires. Des rallyes les plus difficiles à la construction d'une solide réputation sur des marchés émergents exigeants, MMC propose des véhicules qui permettent aux conducteurs d'avancer en toute confiance. Il s'agit là de la première nouvelle devise depuis plus de 10 ans.

« Drive your Ambition » est un message fort témoignant de l'engagement continu de MMC envers les valeurs et les attentes de ses clients.

... Elle différencie clairement MMC comme une marque orientée vers ses clients et fortement axée sur la mobilité globale.

... Elle inspirera et engagera les conducteurs à un niveau plus émotionnel et plus profond.

... Elle motivera les forces vives de l'entreprise à renouveler leur état d'esprit aventurier et avant-gardiste pour le prochain siècle.

Avec « Ambition to Explore », Mitsubishi Motors peut aller partout.

Avec « Drive your ambition », les conducteurs de Mitsubishi Motors peuvent aller partout.

Cette nouvelle devise sera officiellement annoncée au Salon de l'Automobile de Tokyo le 25 octobre puis déployée sur toutes les communications des prochains mois sur tous les marchés internationaux dans le cadre d'une refonte des activités marketing et d'une évolution de la présence de la marque dans le monde.

MMC a réalisé des sites web regroupant différentes informations en anglais sur notre nouvelle devise et sur le 45^{ème} Salon de l'Automobile de Tokyo aux URL suivantes :

Devise de la marque :

http://www.mitsubishi-motors.com/en/innovation/communication_word/

###

À propos de Mitsubishi Motors Corporation (MMC)

MMC est un constructeur automobile japonais bénéficiant d'un avantage concurrentiel dans les secteurs des pick-up, des SUV et des systèmes de transmission intégrale (4x4), présent sur plus de 160 marchés, au premier rang desquels l'ANASE. L'entreprise, qui a commencé à développer des solutions d'électromobilité dès 1966, a lancé le premier véhicule électrique de série en 2009 (i-MiEV), suivi de l'Outlander PHEV en 2013 - le premier SUV 4x4 hybride rechargeable à deux moteurs électriques. MMC, qui emploie 30 000 personnes dans le monde, dispose d'usines au Japon, en Thaïlande, en Chine, en Indonésie, aux Philippines et en Russie. Ses modèles *Pajero Sport*, *Triton* et *Outlander* jouent un rôle clé dans sa croissance. Son volume de ventes mondiales sur l'exercice 2016 était de 926 000 unités. Les ventes nettes de MMC pour l'exercice 2016 étaient de 1,9 trillion de yens. MMC est coté à la Bourse de Tokyo.
