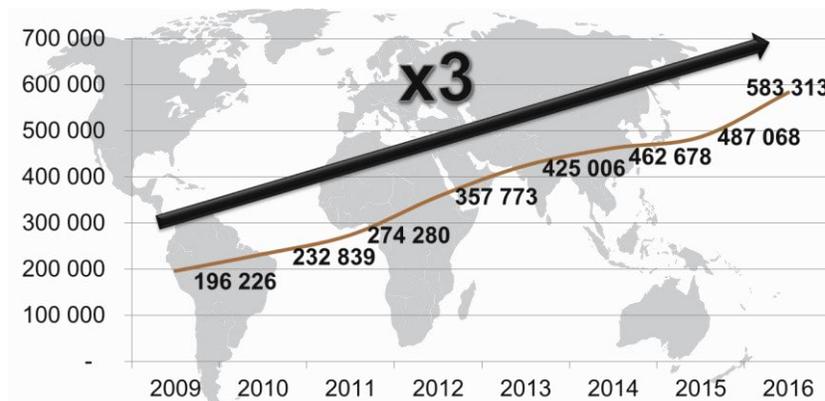


JAGUAR LAND ROVER DEPASSE LE DEMI MILLION DE VENTES EN 2016 DANS LE MONDE ET ETABLIT UN NOUVEAU RECORD POUR JAGUAR



- Record Jaguar Land Rover sur l'année 2016 : 583,313 unités vendues
- Ventes quasiment triplées depuis 2009, 7ème année de croissance consécutive
- Record historique de ventes: 148 730 Jaguar (+77%) et 434 583 Land Rover (+8%)
- Croissance globale sur les différents marchés ; l'Europe, première région, croit de +26% et la France contribue largement avec +15%
- Plan structuré sur le marché français pour accompagner le développement des marques à travers un réseau d'experts passionnés au service des clients
- Recrutements de collaborateurs dans le réseau et les activités en France

Colombes, le 11 janvier : L'année 2016 a été marquée pour Jaguar Land Rover par un nouveau record de ventes avec 583 313 unités, soit une vente chaque minute. C'est une croissance de plus 20% par rapport à 2015. Les ventes ont quasiment été multipliées par 3 depuis 2009 et ont connu une croissance ininterrompue depuis sept ans.



En Europe, l'évolution des ventes a été notable avec 138,695 unités vendues soit +26 % par rapport à 2015. Elle demeure la première région devant la Chine, l'Amérique du Nord ou le Royaume-Uni, qui ont également connu des progressions à deux chiffres.

Au global, Jaguar progresse de 77% pour atteindre le record historique de la marque avec 148 730 unités ainsi que Land Rover qui franchit un nouveau cap avec 434 583 unités à +8% vs 2015.

	2016	% augmentation vs 2015
Jaguar Land Rover	583 313	+20%
Jaguar	148 730	+77%
Land Rover	434 583	+8%

En France, des ventes record pour Jaguar Land Rover

En France, Jaguar Land Rover a connu une réelle croissance, affichant son nouveau record d'immatriculations avec 14 960 unités sur 2016, en progression de 15% par rapport à 2015.

Jaguar a largement contribué à ce résultat avec 3 796 immatriculations soit le record historique de la marque en France et une progression de +148%. Les berlines XE et XF ont été un pilier de ce succès, notamment auprès des entreprises, avec respectivement 1373 (+51%) et 629 (+63%) ventes, alors que le premier SUV de la marque, la F-PACE, devient le best-seller de la marque avec 1587 immatriculations.

Land Rover, 3^{ème} marque sur le segment SUV premium en France, a vu ses ventes se maintenir avec 11 164 immatriculations (-2% vs 2015) malgré l'arrêt de la commercialisation du Defender qui comptabilisait près de 2000 livraisons en 2015. L'Evoque affiche un nouveau record à 5 793 immatriculations (+15%) dans sa sixième année de commercialisation, soutenu par le lancement de la version Cabriolet. Le Discovery Sport confirme sa place avec 2 991 immatriculations et +30% par rapport à 2015. Le Range Rover Sport confirme ses performances avec 1 682 unités soit +12%.

La croissance des ventes a été encore plus rapide sur le canal des entreprises et des ventes LCD/LLD avec une croissance de +18% par rapport à 2015, pour représenter 40% des immatriculations JLR en France soit 5 984 immatriculations. C'est le fruit du succès de la stratégie Fleet & Business initiée depuis 5 ans, portée le Range Rover Evoque, et de l'adéquation de l'offre CO₂ démarrant à 99g/km avec la gamme des berlines Jaguar XE et XF. La F-PACE assure également plus d'une vente sur deux auprès des entreprises.

En 2017, le plan d'action du développement des ventes va notamment s'articuler autour des programmes Fleet & Business et VO Approved :

1) Fleet & Business

- Consolider l'équipe JLR Fleet & Business : mise en place d'un troisième key account manager
- Fleet & Business Centers : passer de 10 à 14 sites en 2017
- Développement de l'activité avec l'ensemble des Loueurs Longue Durée
- Prospection des Key Accounts: développement de la prospection, du référencement et des ventes auprès des clients grands comptes

2) VO Approved

Le label Approved de Jaguar Land Rover donne une accessibilité aux deux marques. C'est un service client de qualité qui est proposé dans le respect des standards et processus qui permettent une augmentation de la satisfaction client.

En 2017, les actions porteront sur :

- Structuration de la représentation du réseau Approved
- Mise en place d'actions commerciales spécifiques (Ventes Privées Approved, Plan de Communication dédié, action via les sites web Approved)
- Développement des ventes et de la rentabilité du réseau partenaire Approved

Objectif : passer d'ici 2020 de 32% à 60% des ventes Jaguar Land Rover VO de moins de 5 ans et moins de 120 000 kms par le réseau Jaguar Land Rover Approved

Un réseau en mutation

Depuis le 1^{er} juin le réseau, les contrats de concession du réseau sont articulés autour de représentations bi-marque Jaguar Land Rover ou uniquement Land Rover. Le réseau est composé de 75 concessions dont 44 sites Jaguar Land Rover et 31 sites Land Rover.

Afin d'accompagner l'évolution de la perception des marques, des produits et des expériences clients, une nouvelle architecture de représentation a été mise en place depuis 2015. Baptisée « Arch Concept », elle vise à représenter les deux marques dans un écrin commun, avec des façades de hall d'exposition réalisées suivant le concept d'arches. Le premier site au monde doté de cette nouvelle architecture a été inauguré à Saint-Ouen l'Aumône (Val d'Oise), et d'ici fin mars 2017, près d'un tiers du réseau arborera cette nouvelle signature visuelle.

D'ici 2020, 100% du réseau sera mis aux nouvelles normes.



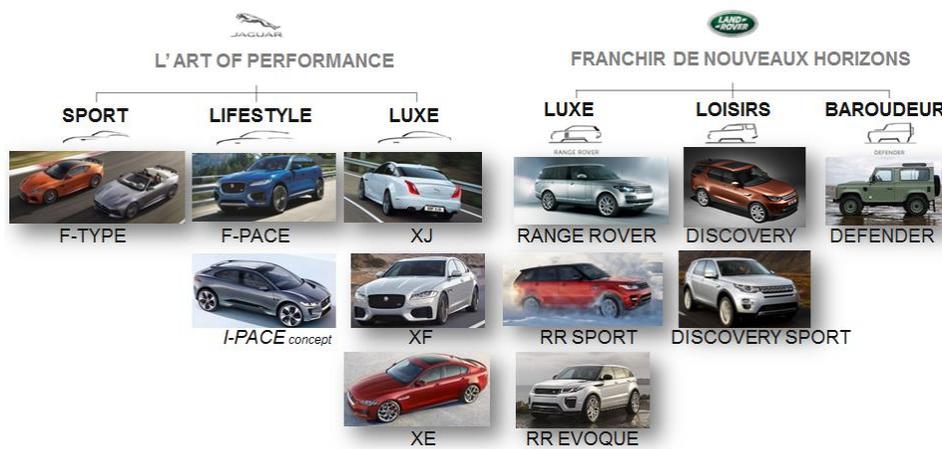
Le développement du réseau passe également par l'évolution des compétences. Un programme ambitieux de formation en ventes et services, adapté aux attentes de nos clients et aux nouvelles technologies de nos produits, accompagne cette démarche. La préparation du réseau à l'électrification des produits dont 50% présenteront des versions électrique, plug-in hybride ou avec électrification légère est également en marche d'ici à l'horizon 2020.

Des produits et une expérience client unique

Après les lancements réussis de l'Evoque Cabriolet qui a soutenu les ventes du Range Rover Evoque en 2016 et de la F-PACE, premier SUV de la marque Jaguar, 2017 s'annonce riche en lancement de produits :

- nouveaux Land Rover Discovery et Jaguar XF Sportbrake
- évolution de style et gamme de la F-TYPE
- nouvelles motorisations Ingenium essence et Diesel pour continuer le plan de réduction de nos émissions de CO₂
- présentation de l'I-PACE en version définitive, 1^{er} SUV 100% électrique de Jaguar.

Les deux marques sont dorénavant articulées autour de trois piliers de produits, proposant plus de 11 modèles différents.



La stratégie marketing 2017 s'articule autour de quatre axes :

1. Développer la notoriété des marques

Les actions de communications visant à élargir la notoriété des marques et améliorer la connaissance des modèles passeront notamment par des campagnes média importantes, un travail sur la digitalisation, le CRM et la mise en place de campagnes web utilisant les dernières innovations telles que la programmation ou le re-targeting.

2. Améliorer la considération des produits

Afin de faire découvrir les dernières nouveautés produit, des campagnes d'essais en concession sont proposées dès le mois de janvier, et pour la première fois pour les deux marques en simultanément. Ces campagnes baptisées « Essais découvertes » permettront de réaliser près de 5 000 essais au cours de l'année avec des spécialistes produit spécifiquement formés.

La découverte des produits passe également par des expériences en concession utilisant la réalité augmentée et virtuelle (VR). 100% du réseau a été doté d'équipements spécifiques pour en faire des démonstrations.

3. Fidéliser

Les programmes de fidélisation Jaguar Club et Land Rover Territories offrent à nos clients des expériences uniques en lien avec leurs centres d'intérêts et l'ADN des deux marques :

- Voyage, gastronomie, culture, ou loisirs pour les deux programmes
- Tennis et sport automobile pour Jaguar
- Rugby, voile et équitation pour Land Rover.

Le Jaguar Club comprend près de 5 000 membres et organise 70 événements par an. Land Rover Territories compte plus de 30 000 membres et permet à nos clients d'explorer de nouveaux territoires à raison de 80 événements par an.

4. Développer les expériences de marques



Jaguar et Land Rover ont bâti des programmes « Experience » à travers le monde visant à mettre en avant les spécificités des deux marques. En France, ces programmes permettent à plus de 5 000 personnes chaque année de pouvoir découvrir sur circuit, sur des pistes tout-terrain ou sur route les qualités dynamiques et les capacités de nos modèles.

Service aux clients

L'accompagnement de la démarche service du réseau et la volonté de mettre le client au cœur de nos attentions ont structuré nos programmes autour de 3 piliers :

- Revisiter nos fondamentaux
- S'adapter à l'évolution du parcours client
- Proposer de nouveaux services

Stratégie service 2017 : la digitalisation du parcours client

La stratégie service va également s'étendre à la digitalisation des services pour mieux répondre aux attentes du réseau et de nos clients.

Il sera axé autour des outils suivants :

- Application service smartphone
- Marketing prédictif
- Tablette de réception électronique
- Application d'aide à la vente d'accessoires
- Portail de commande de vente de pièces à professionnels
- Vidéo capture – innovation Jaguar Land Rover pour améliorer la transparence de la réalisation des travaux

Plan de recrutement pour le réseau et les activités en France

Afin de faire face à l'augmentation du parc Jaguar Land Rover en France et à l'évolution de la technicité de nos produits, nous avons mis en place avec le réseau un ambitieux programme de recrutement de 120 personnes dans les métiers fondamentaux de l'après-vente :

- 70 Techniciens
- 10 Magasiniers
- 30 Conseillers Service
- 10 Assistantes Service

Ce programme s'appuie sur des moyens de communication modernes comme Facebook, un partenariat avec Adecco et le GARAC ou avec la plateforme RegionsJob.

Le recrutement a également été marqué au niveau du siège de Jaguar Land Rover France avec une augmentation des effectifs de 50% en 5 ans. Le développement des activités de pièces de rechange est également significatif. Il a été décidé d'augmenter les capacités du centre européen de logistique pièces et accessoires basé à Metz. Il va être agrandi pour porter sa superficie de 12 000 à 30 000 m², avec un plan de recrutement de 65 collaborateurs d'ici 2021. L'investissement de 3.8 millions permettra d'étendre de 6 à 15 pays notre service à partir de la France.

Marc Luini, Directeur Exécutif de Jaguar Land Rover France

« Je suis très heureux de voir le chemin que nous avons parcouru ces dernières années. Nous avons pu accueillir de nouveaux collaborateurs, travailler avec le réseau pour assurer le développement de nos marques et atteindre un nouveau cap en 2016 avec près 15 000 immatriculations et des ventes record pour Jaguar.

Notre plan structuré sur le marché français nous permet d'accompagner l'évolution des marques à travers un réseau d'experts passionnés au service de nos clients, en s'appuyant sur trois axes : poursuivre le développement de Jaguar Land Rover, renforcer la représentation des marques et délivrer une expérience client unique »

NOTES AUX EDITEURS

- Jaguar Land Rover est le constructeur automobile le plus important au Royaume-Uni
- Depuis 2009, Jaguar Land Rover a quasiment triplé ses ventes et doublé ses effectifs à près de 40 000 personnes dont 9000 ingénieurs et designers ; son chiffre d'affaire a été quadruplé.
- Plus de 12 milliards de livres ont été investis ces 6 dernières années en conception de nouveaux produits et sur ses sites industriels.
- Jaguar Land Rover investira plus de 3 milliards de livres en nouveaux produits et en équipements au cours de l'année fiscale 2016/17.
- Jaguar Land Rover est un des exportateurs les plus importants du Royaume-Uni, les exportations représentant plus de 80% de ses revenus