

4 septembre 2017

Scania poursuit le déploiement de sa nouvelle génération de camions

La deuxième phase du plus grand déploiement de l'histoire de la marque s'ouvre avec la sortie de produits et de services axés tout particulièrement sur le secteur de la construction. Le lancement a commencé à la fin de l'été 2016 par la présentation de solutions pour les long-courriers à Paris et se poursuivra jusqu'en 2019 sur tous les marchés du monde entier.



« Il est probablement difficile pour les gens de l'extérieur d'imaginer ce que représente une opération de ce calibre pour une entreprise qui, comme Scania, possède des sites de vente et de production dans le monde entier, souligne Stefan Lindblom, responsable du lancement chez Scania. Le tempo et le programme sont définis, entre autres, par la reconfiguration de notre production. Mais il faut tout d'abord disposer d'une force de vente formée car nous commercialisons des solutions qui sont conçues sur mesure en fonction des conditions uniques de chaque client. »

Avec l'opération de lancement de septembre, qui inclut des rendez-vous avec la presse et la clientèle du secteur de la construction sur les marchés européens, Scania arrive à mi-parcours. Mais la nouvelle génération de camions ne sera pas entièrement lancée sur tous les marchés avant 2019.

« Il ne s'agit pas que de passer à une nouvelle génération de modèles. En même temps, nous passons à la vitesse supérieure pour faire de Scania le leader incontesté en matière d'offre de solutions de transport durable d'aujourd'hui et de demain. À l'aide du levier du numérique, nous nous concentrons davantage sur les objectifs visant à optimiser la rentabilité des clients et à contribuer à un avenir indépendant des énergies fossiles. »

En Europe, l'opération de lancement est divisée en trois étapes correspondant aux trois segments (les long-courriers, le secteur de la construction, les véhicules urbains) du marché des camions tel qu'il est perçu par Scania. En Amérique latine, le lancement commencera dans le courant de l'année prochaine parallèlement aux campagnes en préparation sur les marchés d'Asie, d'Afrique et du Moyen-Orient. Dans sa communication, Scania tient compte du point de vue des trois types



d'acquéreurs potentiels de camions et de services : propriétaire, conducteur ou acheteur de transports.

« Quand tout sera terminé, nous aurons déployé l'offre de solutions de transports par camion la plus moderne au monde à des clients potentiels sur plus d'une centaine de marché, conclut Stefan Lindblom. Cela représente un investissement combiné en formation et en relations clients de plus d'un milliard de couronnes suédoises, investissement qui permettra à Scania d'atteindre de nouveaux sommets sur le plan international. »



Pour tout renseignement, contactez :

Stefan Lindblom, Vice-Président Scania Market Introductions,
Tél. : + 46 70 558 14 42, courriel : stefan.lindblom@scania.com

Scania est un fournisseur de solutions de transport de premier rang mondial. En compagnie de nos partenaires et de nos clients, nous impulsions la transition vers un système de transport durable. En 2016, nous avons livré 73 100 camions, 8 300 bus et 7 800 moteurs industriels et marins à nos clients. Notre chiffre d'affaires net s'est élevé à 104 milliards de couronnes suédoises, dont un cinquième provenant des ventes de services. Fondé en 1891, Scania est implanté dans une centaine de pays et emploie environ 46 000 salariés. Les activités de recherche et développement sont principalement concentrées en Suède avec des antennes au Brésil et en Inde. Les sites de production sont établis en Europe, en Amérique latine et en Asie. Quelques centres régionaux de production sont situés en Afrique, en Asie et en Eurasie. Scania est une filiale du groupe Volkswagen Truck & Bus. Pour tout renseignement, consultez www.scania.com