



Marché

Jaguar est exclusivement présente dans le secteur automobile haut de gamme qui est traditionnellement dominé par les fabricants européens. Occupant une position de leader, Jaguar est une marque réputée pour la construction des voitures de luxe, de prestige et de meilleure qualité. Jaguar est entrée dans le nouveau millénaire avec des niveaux de vente et de production records et la plus vaste gamme de produits de son histoire.

En effet, après avoir connu une transformation extrêmement importante au cours des années 1990 et avec une image de marque renforcée et des objectifs ambitieux pour l'avenir, Jaguar est désormais parfaitement armée pour contribuer à se développer au XXI^{ème} siècle. Animée par des ambitions de mettre à la disposition du public un outil plus fiable, la marque anglaise a dépassé la barre des 100.000 ventes en 2002 avec la S-Type, et a déjà franchi les 200.000 voitures en 2003 avec l'arrivée de la belle X-Type.

Avec l'augmentation des niveaux d'affluence et de choix plus large, Jaguar Maroc donne un signal fort qui découle des résultats comptables très satisfaisants, dans un marché limité par son étroitesse. Les performances de Jaguar Maroc sont basées sur une approche commerciale très familière avec le client. S'appuyant sur ses nouveaux objectifs, Jaguar Maroc aligne son service sur les normes internationales de Jaguar Cars, tout en poursuivant le développement de son réseau national, et en cherchant à mettre en place un service après-vente toujours plus performant.

Faits marquants

Les coupés SS I et SS II de Jaguar sont présentés lors du Salon de Londres de 1931 où ils font sensation. En juillet 1933, le «Tourers» SSI rejoint le coupé et, outre le fait d'être le premier modèle SS décapoté, ce furent les premières voitures de la marque à entrer sérieusement en compétition.

En 1934, une nouvelle berline équipée de quatre vitres vient enrichir la gamme. En 1935, la berline SS I Airline fut une réussite commerciale avec le coupé Drophead. La même année, le nom de «Jaguar» apparut pour la première fois avec toute une nouvelle gamme de berlines et de voitures de sport.

En septembre 1948, Jaguar dévoile son premier modèle d'après-guerre. En avril 1953, une troisième version de la XK 120 rejoint le Cabriolet Super Sport deux places et le Coupé à pavillon fixe. En février 1998, Jaguar avait annoncé les plans d'une berline plus petite



destinée aux segments C/D de luxe.

Sous son nom de code X400, cette nouvelle voiture serait construite à Halewood en Merseyside qui est devenue une usine Jaguar en 2000. Lors du lancement de la voiture, Jaguar était passée de l'état d'une société commercialisant deux gammes et 50.000 voitures par an à celui d'un constructeur de voitures de luxe avec une production de 150.000 véhicules.

Au Maroc, la petite «JAG» est incontestablement la référence de la catégorie offrant un luxe fou sur route comme en ville. L'équipe de Jaguar Maroc reçoit fréquemment l'assistance technique des ingénieurs anglais de Jaguar Coventry. En janvier 2000, Jaguar annonce son arrivée en Formule 1. Jaguar a été désignée la meilleure voiture en 2003 dans le monde entier.

Histoire

La gamme actuelle de Jaguar dispose d'un très large héritage qui inclut des voitures très charmantes dans l'histoire de l'automobile. Les designs tels que le XK 120 et le E-Type ainsi que le Mark II ont établi une réputation de puissance et de performance grâce à un stylisme sensuel qui a défini Jaguar comme une race de voiture exceptionnelle. La marque a été établie très tôt

par le fondateur William Lyons. Couronné en 1956 pour ses contributions au monde automobile, il dirige l'entreprise pendant 50 ans.

C'est en 1922 que Lyons a démarré sa société, la Swallow Sidecar Company à Blacpool avec son ami

William Walmsley. Tous les deux étaient des passionnés de la moto et aussitôt que Lyons atteint l'âge de 21 ans, les deux partenaires empruntent 1.000 pounds, environ 15.000 dirhams, chez leur parent afin de louer une petite usine. Quelque temps après, ils se mettent à commercialiser de gros motocycles. Dès le début, Lyons avait démontré une forte sensibilité au design et au stylisme et en 1927, il conçoit des châssis pour les voitures avant de lancer la Austin Seven Swallow, une voiture de sport à deux places. L'activité prend une vitesse de croisière importante et en 1928, l'usine change de local pour s'établir à Coventry, en plein cœur de l'industrie automobile britannique. Le siège social de Jaguar est actuellement dans cette ville.

En 1931, le Swallow Sidecar est transformé en modèle SS et une gamme complète est développée. Lyons réalise le pouvoir de la communication et de la publicité et choisit le nom Jaguar pour identifier sa marque de voiture. Son nom est synonyme de performance, de puissance, de qualité, de raffinement et d'élégance dans les années 1930.

Durant les années 50 et 60, Jaguar devient la voiture des stars et la star des rallyes automobiles. Dans les années 60, la société fusionne pour devenir British Motor Corporation et le nouveau groupe est nommé British Leyland. En 1968, le modèle XJ est lancé et représente un des succès les plus importants de Lyons. La marque souffre cependant sous la tutelle de British Leyland, et c'est en 1984 que Jaguar retrouve son indépendance.

Malgré cette liberté retrouvée, les différentes crises sur le marché mènent Jaguar dans les bras protecteurs de la Ford Motor Company en 1989 qui en fait l'acquisition. Des investissements considérables ainsi que des nouvelles méthodes sont mises en place dans le début des années 90. Tous ces efforts ont conduit au lancement de

la série XJ et XK. En 1999, Jaguar lance un tout nouveau modèle pour la première fois depuis 30 ans, la S-Type, suivie en 2001 par la X-Type. Jaguar est aujourd'hui une force majeure dans le secteur automobile de luxe.

Produit

La transformation axée sur les produits permet à Jaguar d'enregistrer de nouveaux records de vente. Qu'il s'agisse de la formidable XJ en aluminium, de la nouvelle S-Type V6 Diesel Bi-turbo- coiffée par une version R pimentée ou des récentes X-Type Diesel et Estate, toutes ont permis d'étendre la gamme des berlines de luxe pour constituer ainsi la ligne de produits la plus complète depuis la fondation de Jaguar en 1922. Depuis cette date, Jaguar est passée du stade de side-cars à celui de designer et de constructeur de berlines et de voitures sportives de luxe, parmi les tout premiers au monde.

La clientèle de la marque se caractérise par une recherche et expression principale, celle de l'excellence. La philosophie produit de Jaguar repose sur un engagement à joindre l'ingénierie de haut niveau et l'émotion à travers des voitures qui associent les technologies intelligentes et appropriées aux valeurs cardinales de la marque et à un environnement de luxe contemporain. Ceci se caractérise admirablement par la berline XJ qui est l'ultime expression du bien-être et du savoir-faire technologique de Jaguar. La fabrication d'une évolution de la XK a également débuté en juillet 2003.

Conservant le style classique, la voiture profondément révisée présente des progrès d'ingénierie significatifs et un nouveau groupe propulseur qui fait réellement étinceler la voiture. Les moteurs V8 plus gros, plus puissants et délivrant 304 ch en version atmosphérique et 406 ch en version suralimentée, accouplés à une transmission automatique de tout premier ordre, permettant au XK d'atteindre de nouveaux niveaux de performance. Comportant les dispositifs électroniques d'aide à la conduite améliorés, XK dispose d'un système de contrôle dynamique de stabilité, d'assistance au freinage d'urgence et de l'Adaptive Constraint Technology System.

Développements récents

Jaguar Racing dévoile sa nouvelle voiture, la Jaguar R1, et confirme alors qu'Eddie Irvine rejoindra l'Ecurie pour la saison 2000. En 2000 également, le concept roadster F-Type est dévoilé lors du Salon international de Detroit. Inspirés par le XK 180, les designers de Jaguar ont voulu créer le roadster idéal et compact, évoquant l'esprit de la légendaire Type E.

Le concept F-Type est la voiture de sport Jaguar la plus compacte des 40 dernières années. Ce concept car a désormais rejoint la collection du Jaguar Daimler Heritage Trusts. La nouvelle XJ est dévoilée lors du Mondial de l'Automobile de Paris en septembre 2002. La caisse en aluminium brillante et polie de la XJ a fait tourner bien des têtes. La septième



génération de XJ, plus légère de 200 kg par rapport à la génération précédente, reste la Jaguar la plus évoluée de tous les temps. Sa commercialisation est intervenue en mai 2003.

La gamme actuelle Jaguar s'est enrichie de bien des modèles depuis et pas des moindres, avec la commercialisation historique, coup sur coup, d'une motorisation diesel sur la X-Type en septembre 2003, puis également pour la première fois dans son histoire d'une carrosserie break avec l'Estate en mars 2004. Les cabriolets et coupés XK ont bénéficié de subtiles retouches en début d'année afin d'améliorer encore leurs qualités tout en conservant leur ligne racée.

Avec l'apparition d'une nouvelle génération de S-Type restylée début 2004, l'élégance se combine dès lors avec la performance et l'économie d'une motorisation diesel avec la commercialisation en juin 2004 d'une motorisation inédite 2,7 L Diesel Bi-turbo Ch.

Communication

A la télévision ou lors de publicité, le logo de Jaguar est toujours lié à la ligne de performance qui accentue le caractère sportif de la marque. Ce logo incarne le charme des voitures de la marque et conserve la fidélité des clients qui ont maintenu Jaguar vivant pendant des périodes



difficiles de son histoire. Des campagnes de télévision sont employées sélectivement pour favoriser la conscience de la marque, en particulier, quand un nouveau modèle est lancé.

Le marketing de Jaguar développe une stratégie de pointe permettant à sa clientèle d'être approchée au moment opportun pour mieux apprécier la valeur de leur propriété. Jaguar augmente également l'expérience de la propriété en invitant des clients à une grande variété d'événements en conformité avec leur intérêt.



Les valeurs de la marque

Les paramètres de la marque ont été définis par le fondateur Williams Lyons: «Grâce à space and pace» pour signifier «Classe, Espace et Rythme». Il a également positionné Jaguar comme une marque dont les gens aspiraient à prendre possession. Un design distinctif et raffiné et une performance puissante sont au cœur de l'attraction de la marque. Le Jaguar bondissant est le symbole qui exprime ces qualités dynamiques.

L'usage de bois et de cuire qui crée un intérieur contemporain luxueux est une autre signature de la marque Jaguar. Des techniques de fabrication traditionnelles aux côtés de la haute technologie catalysent un ensemble de sensations de sécurité et de plaisir de conduite.

Les ingénieurs de Jaguar Cars veillent à respecter les valeurs qui ont fait la réputation de la marque: design, performance, luxe, ambiance feutrée. La marque fait du service client Jaguar et de ses exigences une priorité absolue. Le respect de l'environnement et des personnes constitue l'une des valeurs cardinales qui soutiennent les actions et activités de Jaguar. Jaguar prouve, en outre, sa volonté de favoriser le développement durable, en réduisant l'impact de ses produits sur l'environnement et en contribuant à offrir une meilleure qualité de vie aux personnes impliquées dans la conception, la fabrication, l'utilisation et la mise au rebut des voitures Jaguar.

www.jaguar.com

Les petites choses que vous ignorez sur Jaguar

La marque Jaguar a 83 ans.

Le XJR est le modèle le plus rapide de la gamme de Jaguar. Elle fait du 0 à 100 km/h en 5,3 secondes et a une vitesse maxima de 250 km/h.

Le nouveau modèle XJ est la voiture la plus avancée que Jaguar ait jamais construite. Il dispose d'une carrosserie monocoque qui donne une voiture 40% plus légère et 60% plus résistante.

Le modèle XJR a été en septembre 2003 le meilleur et le plus rapide dans l'histoire de Jaguar.

