



Marché

L'héritage de Nissan dans le Moyen-Orient et en Afrique du Nord a débuté en 1957 lorsque le premier véhicule Nissan a été commercialisé en 1957. Depuis, Nissan s'est fortement enracinée dans les cœurs des gens en devenant partie intégrale de leur vie.

Nissan est aujourd'hui la marque automobile la plus populaire et la plus réussie en Afrique du Nord et au Moyen-Orient, dotée d'une riche gamme d'automobiles, de véhicules tout terrain et de véhicules utilitaires. Dans un objectif de mieux comprendre les besoins de ses clients présents et futurs, Nissan a ouvert un bureau régional en 1994 à Dubaï aux Emirats Arabes-Unis. Nissan devint ainsi le premier fabricant japonais à prendre une telle initiative. Le bureau Nissan Middle East FZE abrite un centre de formation sophistiqué, qui sert d'excellent point de service aux clients.

Aujourd'hui, Nissan Middle East FZE est un des plus importants bureaux de Nissan Motors et le plus gros client au Moyen-Orient de tous les fabricants japonais.

Nissan a bâti une forte réputation auprès de sa clientèle. Elle souhaite aujourd'hui remercier tous ses clients et leur rendre hommage par le biais d'un engagement envers la satisfaction de leur besoin.

Faits marquants

Le plan de restructuration de Nissan (PRN) est venu à terme après avoir réussi, avant échéance, tous les engagements officiels fixés. Depuis, Nissan enregistrait des résultats positifs battant tous les records.

L'objectif initial du plan de restructuration était de resituer Nissan au top de ses performances dans la première année. Le deuxième volet du plan concernait la réalisation d'une marge de rentabilité de 4,55% pour la fin de l'année fiscale 2002, ce qui a été effectivement réalisé. Troisième objectif, réduire de moitié les dettes pour les arrêter à 700 milliards de yen à la fin de l'année fiscale 2002 tout en augmentant le taux d'investissement de 3,7% à près de 5% des résultats nettes des ventes. C'est donc grâce à son plan de restructuration que Nissan se situe dans une logique de croissance. Elle réalise ainsi des pas géants vers sa confirmation comme une



compagnie automobile compétitive et rentable de classe mondiale.

Le génie japonais s'est vu distingué en Europe à travers la petite Micra de Nissan, le premier modèle japonais à être élu voiture de l'année 2004.

Histoire

L'alliance Renault-Nissan, signée en mars 1999, est la première en son genre qui met ensemble deux grands constructeurs automobiles, un Japonais et l'autre Français, de cultures et d'identités de marques bien différentes. Point commun, les deux géants de l'automobile mondiale une stratégie commune de croissance rentable et d'intérêt partagé. En vue de promouvoir cet objectif commun, l'alliance Renault-Nissan a mis en place une structure de projet commun en juin 1999 couvrant l'ensemble des activités de la compagnie. Sur la base des multiples synergies que l'alliance a

généré sur les cinq dernières années et la performance des deux constructeurs, Renault et Nissan confirment leurs ambitions pour le futur. L'alliance a réussi à générer des retombées très positives pour les actionnaires de chacune des deux entités.

L'alliance s'est fixé trois principaux objectifs qu'elle veut voir reconnus par les clients comme ceux parmi les trois meilleurs groupes automobiles en termes de qualité et de valeur de ses produits et services dans chaque région et chaque segment marketing. L'alliance vise également un positionnement parmi les trois meilleurs groupes en termes de technologie de pointe, chaque partenaire étant leader dans des domaines spécifiques d'excellence. Enfin, l'alliance entend générer un bénéfice global d'exploitation qui la situe parmi les trois meilleurs groupes automobiles au monde, à travers le maintien d'un niveau élevé de profitabilité et de croissance.

Produit

En commémoration de son 70ème anniversaire, qui coïncidait avec une année de performances très remarquables, Nissan Motor Co Ltd. a surpris les foules d'une participation singulière lors du septième salon international Moyen-Orient qui s'est tenu à Dubaï en fin de l'année 2003. Ce fut l'occasion propice de lancer une gamme de produits complètement nouveaux et de révéler les plans du constructeur japonais. Les nouveaux modèles porteront la signature de Nissan qui traduit une évolution constante: Design attrayant, technologie innovante avec des véhicules offrant sécurité et respect de l'environnement. Le nouveau X-Trail est riche en options conçues spécialement pour les fous du volant et particulièrement les fans de sports. Un



bijou que l'équipe de designers de Nissan a complètement dédié pour répondre aux besoins directs du conducteur. Le résultat est une voiture puissante, stylisée, mais parfaitement fonctionnelle.

L'autre succès Nissan dans la gamme des 4X4 est le Nissan Pathfinder. Désigné pour faire de chaque tournée un pur plaisir de conduite, le Pathfinder joint étonnement la puissance à la douceur, pour permettre au conducteur de s'adapter à tous les besoins de la conduite, en ville comme en campagne.

La gamme 4X4 de Nissan est couronnée par le Patrol, réputé roi du désert. Nissan Patrol a toujours été associée à la haute performance du tout terrain.

Le Nissan Maxima, quant à lui, renferme d'aussi bonnes qualités qu'une vraie performance, un look attirant et une grande

sécurité. Une voiture qui devance bien son temps, de par son design futuriste et sa puissance prouvée sur le terrain.

Le nouveau 350Z est une combinaison de passion, performance, praticabilité et de valeur qui a marqué toutes les générations du 350Z depuis le model original. Depuis son lancement début 2001 dans les marchés du Japon et des



Etats-Unis, le Z a créé un événement médiatique sans précédent sur les arènes de voitures de course.

Le secret de la réussite de Nissan dans le monde réside dans sa proximité des clients dans chaque région du monde. Elle les comprend de plus en plus et conçoit des voitures qui reprennent leur personnalité et tempérament. C'est ainsi qu'au Maroc, par exemple, la Micra 1.4 Acenta et la Micra 1.2 Visia sont parmi les modèles qui ont gagné les cœurs des connaisseurs en automobile, notamment par

leur qualité d'être à la fois performantes et sobres, disposant de toutes la technologie d'une voiture moderne intelligente.

Développements récents

Nissan oriente ses actions aujourd'hui de manière décisive vers la confirmation de sa position de constructeur automobile de classe mondiale, compétitif et rentable. La marque est prête à évoluer et a déjà établi un plan futur, le plan Nissan Value-Up, pour consolider et capitaliser sur son Plan de Restructuration et Nissan 180 pour maintenir une croissance soutenue, une grande rentabilité et un retour sur investissement.

Nissan Value-Up est le troisième plan tertiaire qui vise à maintenir la compagnie en position de force.

Communication

Le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord seront le théâtre du lancement de 10 nouveaux modèles en 2005. Plusieurs de ces modèles seront introduits dans la région pour la première fois. La nouvelle gamme enrichira l'offre Nissan qui fut déployée en 2002.

Les valeurs de la marque

La promesse adoptée par Nissan à travers le monde est la suivante: En tant que Nissan, nous serons confiants et établiront nos propres standards. Nous assurerons que chacun de nos consommateurs devienne enthousiaste en anticipant leurs besoins individuels et en lançant des produits et services qui reflètent la magique fusion entre la meilleure technologie et le meilleur design.

www.nissan.com

Les petites choses que vous ignorez sur Nissan

Nissan comme nom signifie «Industrie japonaise».

Nissan est la compagnie automobile la plus rentable au monde.

Infiniti est une marque distinguée de véhicules de luxe de classe mondiale.

