

Paris Motor Show 2016

SEAT révèle à Paris son offensive produit 2017 et présente un stand technologiquement innovateur

- / Le nouveau SUV crossover qui arrivera en 2017 s'appellera SEAT ARONA
- / SEAT rafraîchira d'abord la LEON et lancera ensuite l'IBIZA de cinquième génération
- / SEAT dévoile l'ATECA X-Perience, qui montre le futur potentiel de l'ATECA
- / Les points forts du stand incluent un amphithéâtre interactif en 4D, une conférence de presse en continue et un configurateur d'ATECA qui utilise la technologie BitBrain
- / SEAT s'apprête à offrir l'expérience de mobilité la plus facile dans le champ d'un secteur automobile en mutation

Paris, 29.09.2016 - SEAT a choisi le Mondial de l'Automobile de Paris comme toile de fond pour révéler les détails de la plus grande offensive produit de son histoire. Après l'ATECA, la marque rafraîchira la LEON en 2017, lancera l'IBIZA de cinquième génération et terminera son offensive par ses débuts dans le segment crossover avec la nouvelle SEAT ARONA, un nom également dévoilé aujourd'hui. ARONA est le nom d'une ville de l'île de Tenerife, située dans l'archipel des îles Canaries, ainsi que le nom d'une commune en Italie dans la région du Piémont. La nouvelle SEAT ARONA sera développée et fabriquée dans l'usine de SEAT à Martorell près de Barcelone.

Luca de Meo, Président de SEAT a expliqué que « la LEON, l'IBIZA et la nouvelle ARONA ainsi que l'ATECA, renforceront SEAT d'un point de vue commercial, financier et en terme d'image de la marque. 2017 sera une année très spéciale pour SEAT ».

L'ATECA X-Perience, une nouvelle expérience de SUV

Le groupe présente à Paris la nouvelle ATECA X-Perience qui sera, avec l'ATECA, la pièce maîtresse jusqu'au 16 octobre prochain. L'ATECA X-Perience est plus audacieuse, plus tout-terrain que le tout premier SUV de SEAT, qui est désormais le troisième pilier du groupe. Dans les premiers mois qui suivirent son lancement, SEAT a enregistré plus de 21 000 commandes, plus de 39 millions de visites sur Internet et un million et demi de configurations sur le site Internet du SUV ATECA. Inspirée de la culture méditerranéenne, l'ATECA X-Perience affiche son côté le plus audacieux, et le plus baroudeur. Par cette étude, SEAT démontre les aptitudes de la gamme ATECA et ses futures capacités.

Le stand SEAT : une expérience en 4D pour s'immerger dans la marque

Le Mondial de l'Automobile de Paris est pour SEAT le cadre idéal pour révéler sa vision du groupe, avec la voiture connectée comme élément-clé dans la mobilité du futur. Et pour l'occasion, SEAT a profité d'une mise en scène unique et différent de tout ce qui a été vu jusqu'ici sur les salons de l'automobiles : un concept innovant avec un double stand, conçu autour d'une expérience en 4D qui permet aux visiteurs de vivre et de ressentir la marque et la ville de Barcelone. En phase avec le rôle grandissant de la numérisation dans la stratégie de l'entreprise, le slogan « SEAT always ON » sert d'inspiration à la manière de mettre en scène l'image de la marque à Paris. Le stand se démarque par un amphithéâtre en 4D abritant une conférence de presse en continue, ainsi qu'un configurateur de véhicule qui utilise la technologie BitBrain pour personnaliser la SEAT ATECA en fonction des émotions et des entrées neurologiques du visiteur.



La zone à l'extérieur du stand comprend une salle de presse, un espace de détente et un lieu de socialisation, entre autres, pour que les visiteurs puissent vivre et ressentir la marque. Le concept *Created in Barcelona* mettra aussi en évidence la ville pour souligner sa modernité et son rôle en tant que norme internationale pour le design urbain : toutes les valeurs partagées par SEAT.

SEAT, prêt à passer à un niveau supérieur

Durant les dix prochaines années, le secteur automobile connaîtra une révolution avec des innovations dans l'électrification, la numérisation, les nouveaux services de mobilité et les voitures connectées.

Pour relever ces défis, SEAT a mis en place une Easy Mobility Team, une équipe transversale établie pour diriger la transformation du groupe dans les trois domaines principaux : la numérisation et la R&D ; l'expérience de l'utilisateur et le développement commercial.

« La voiture connectée au cœur de l'expérience de l'utilisateur est notre vision de l'avenir de la mobilité. Nous souhaitons placer notre voiture en tant que service offrant une expérience numérique connectée », a souligné Luca de Meo. **« Faire passer SEAT au niveau suivant signifie, non seulement travailler dur pour continuer à offrir de meilleurs produits et services à nos clients, mais aussi se servir de cette révolution dans le secteur pour jouer, cette fois, le premier rôle dans certaines de ces nouvelles tendances. Nous rêvons de faire de SEAT la marque capable d'offrir l'expérience de mobilité la plus simple dans cet environnement dont l'évolution est rapide »,** a-t-il ajouté.

SEAT veut être la marque leader dans le domaine de la connectivité et de la numérisation. À cet égard, par exemple, le groupe est devenu la première marque de l'industrie au niveau mondial à inclure une application compatible avec CarPlay, qui permet de visualiser et de gérer le contenu d'un iPhone à partir du véhicule.

Le deuxième domaine sur lequel SEAT travaille a comme objectif d'améliorer l'expérience d'achat des clients et les services associés. Dans la ligne de cet engagement, la marque a lancé le SEAT Live Store, une plateforme pionnière permettant aux utilisateurs d'avoir une vue virtuelle, personnalisée et en gros plan de tous les détails de la voiture. Le groupe a aussi conclu un contrat avec Amazon France pour commercialiser la Mii par Mango par le biais du géant de la vente en ligne.

SEAT concentrera aussi ses efforts sur le développement commercial, en se servant des nouveaux écosystèmes de mobilité pour répondre aux défis auxquels sont confrontées les villes en matière d'infrastructure urbaine, de systèmes de circulation et de véhicules. Un exemple de cet engagement est le contrat conclu entre SEAT et Conector pour lancer un incubateur de startup spécialisé dans l'industrie automobile et la mobilité, ainsi que l'implémentation, à Barcelone, du centre de recherche sur la mobilité CARNET.

SEAT, fort et prêt pour sa plus grande offensive produit

La transformation numérique du groupe coïncide avec le moment où SEAT renforce ses résultats financiers et entame sa plus grande offensive de nouveaux modèles. SEAT progresse vers une rentabilité durable et compte finir l'année 2016 avec des bénéfices. Le groupe a publié un bénéfice opérationnel du premier semestre 2016 de 93 millions d'euros, soit un montant 77 % supérieur à celui enregistré la même période en 2015. En outre, les ventes sont en augmentation pour la quatrième année consécutive, avec 277 100 véhicules livrés au mois d'août. Après l'ATECA, SEAT lancera trois nouveaux modèles dans les années à venir : la LEON remise au goût du jour, l'IBIZA cinquième génération et la nouvelle SEAT ARONA.



Pour plus d'informations :

Karin Huber, PR SEAT

Telefono: +41 56 463 98 08 / E-mail: karin.huber@amag.ch

www.seat.ch / www.seatpress.ch

PRENSA / PREMSA / PRESSE / NEWS / STAMPA