



Way of Life!

Pressinformation

Suzuki tävlingspartner i O-Ringen 2016

O-Ringen, världens största orienteringsäventyr har ingått samarbete med Sveriges Suzuki-importör, Nimag Sverige.

- Ett idrottsarrangemang som lockar över 25 000 deltagare från 40-talet länder, som i år dessutom avgörs i spännande och krävande fjällterräng i Sälen, är mycket attraktivt för oss, förklarar Mattias Andersson, marknadschef för Suzuki Sverige.

Suzuki Sverige marknadsför bilar som bl.a. vänder sig till aktiva och naturintresserade människor. Samarbetet omfattar tre bilmodeller, personbilsmodellen **Swift**, crossovermodellen **S-Cross** samt nya SUV'en **Vitara** – samtliga erbjuds med såväl framhjuls- som 4-hjulsdrift.

- Att kunna exponera våra bilar i en krävande terräng känns spännande. Vi ser fram emot att träffa alla tävlande och besökare under O-Ringenveckan i Sälen, avslutar Mattias Andersson.

O-Ringen har stort fokus på att utveckla samarbeten och erbjudanden med sina nuvarande och nya partners.

- Vi är mycket glada för vårt samarbete med Suzuki. Det är ytterligare en partner med ett starkt varumärke som bidrar till att stärka vårt arrangemang. Vi vet att våra deltagare är intresserade av bilar, berättar Mats Adolfsson, försäljningschef O-Ringen.

Samarbetet O-Ringen och Suzuki innebär att Suzuki går in som tävlingspartner. Avtalet är ettårigt.

För ytterligare information kontakta:

Mats Adolfsson, O-Ringen, 070/3945071

2016-01-13

SUZUKI NIMAG SVERIGE AB
Information
Håkan Engström
076/789 30 20
h.engstrom@suzuki.se



Way of Life!

Pressinformation

Nimag Sverige AB ingår i Louwman-gruppen, som bl a importerar och marknadsför Lexus, Suzuki och Toyota i Holland.

Suzuki Motor Corporation, med huvudkontor i Hamamatsu, Japan, är världsledande tillverkare av småbilar och världens tionde största tillverkare. Företaget, som grundades 1920, har idag 51 500 anställda runtom i världen och bedriver verksamhet i 196 länder samt har produktionsbaser i 23 olika länder. Under räkenskapsåret 2013/2014 ökade försäljningsintäkten p.g.a. ökad försäljning i Japan, Asien samt Europa med 360,0 miljarder yen till 2,983,3 miljarder yen (netto) och rörelsevinsten ökade med 27,1 miljarder yen till 107,5 miljarder yen (netto). I fjol sålde företaget strax under 2,9 miljoner bilar, en ökning med sex procent mot föregående år. Med företagets tre affärsområden – bilar, motorcyklar och utombordsmotorer – har man försökt förkroppsliga sin affärsidé i uttrycket "Way of Life!" som står för varumärkets hörnpelare "excitement", "straightforward", "value", "sporty" och "spirit".