

Rok 2009 upłynął Mazdzie na wprowadzaniu nowych modeli, wersji po zmianach stylizacyjnych oraz nowych silników i rozwiązań technicznych.

W pierwszym kwartale do oferty dołączyła Mazda MX-5 po faceliftingu oraz Mazda6 z nowym silnikiem diesla o pojemności 2,2 dm³ i mocy 185 KM. W maju została zaprezentowana nowa Mazda3, która bardzo szybko zdobyła uznanie klientów, a na jesieni do jej gamy dołączyła najmocniejsza wersja – MPS, przednionapędowy hatchback o mocy 260 KM. Mazda CX-7 wzbogaciła się natomiast o silnik diesla (pojemność 2,2 dm³, 173 KM).

Rok 2009 był dla Mazdy w Polsce pierwszym pełnym rokiem sprzedaży. Od stycznia do końca grudnia nabywców znalazło 3 109 samochodów Mazda, co oznacza wzrost o 90% w porównaniu do roku 2008. Najpopularniejszym modelem pozostała Mazda6 [1 100 sztuk], zaraz za nią uplasowała się Mazda3 [936] i Mazda2 [585]. Seria limitowana Mazdy CX-9 w ciągu zaledwie dwóch miesięcy została wydana 72 klientom.

Sprzedaż Mazdy [styczeń – grudzień 2009] z podziałem na modele:

Mazda2

585

Mazda3

936

Mazda5

130

Mazda6

1 100

Mazda CX-7

228

Mazda MX-5

58

Mazda	CX-9
--------------	-------------

72

Suma

3	109
----------	------------

Liczba autoryzowanych punktów dealerskich podwoiła się (11 salonów w czerwcu 2008 roku, 23 na koniec ubiegłego roku), dzięki czemu oferta nowych samochodów i usług serwisowych Mazdy jest teraz dostępna dla klientów z nowych województw.

Rok 2010 rozpoczynamy z pozytywnym spojrzeniem na wyniki ubiegłego roku. Mimo trudnej sytuacji makroekonomicznej znacząco zwiększyliśmy sprzedaż i coraz więcej Mazd jeździ po polskich drogach, co nas bardzo cieszy. Pozyskaliśmy partnerów w nowych lokalizacjach, przez co dostęp do naszej oferty jest łatwiejszy. Wyniki motywują nas do dalszej pracy i dają poczucie dobrze zrealizowanego zadania – podsumowuje rok 2009 Łukasz Paździor, dyrektor generalny Mazda Motor Poland.

Mazda Motor Poland