



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 1 of 4

Plus internationale, électrique et numérique : ŠKODA AUTO présente sa nouvelle stratégie d'entreprise

- › « NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 » : garantir le succès durant la décennie de la transformation
- › Performante en Europe : ŠKODA AUTO deviendra l'un des cinq constructeurs automobiles enregistrant le plus de ventes en Europe
- › Plus de mobilité électrique : au moins trois modèles entièrement électriques supplémentaires ; la part des ventes de la marque ŠKODA en Europe devrait passer à 50-70 % d'ici 2030
- › Nouveaux marchés : sur la bonne voie pour devenir la première marque européenne en Inde, en Russie et en Afrique du Nord
- › Simply Clever 2.0 : ŠKODA AUTO comme référence pour une expérience utilisateur Simply Clever
- › Des objectifs environnementaux considérablement renforcés : réduction de plus de 50 % des émissions de la flotte d'ici 2030 par rapport à 2020
- › Des objectifs financiers ambitieux : leadership en matière de coûts parmi les principaux concurrents européens ; taux de rentabilité opérationnelle durable d'au moins 8 %

ŠKODA AUTO va traverser la prochaine décennie avec succès grâce à sa nouvelle approche « NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 », qui définit des objectifs ambitieux en matière d'internationalisation, d'électrification et de numérisation. Le constructeur automobile tchèque veut être l'une des cinq marques les plus vendues en Europe d'ici 2030, et l'entreprise prévoit de devenir la première marque européenne dans les régions en croissance que sont l'Inde, la Russie et l'Afrique du Nord. En collaboration avec ses partenaires politiques et commerciaux, ainsi qu'avec le Groupe Volkswagen, ŠKODA AUTO s'efforce également de faire de son marché national, la République tchèque, un pôle d'électromobilité afin de préserver les emplois et de créer de nouvelles opportunités professionnelles. Des objectifs spécifiques en matière de durabilité et de diversité sont également fermement ancrés dans la nouvelle stratégie. Lors de sa mise en œuvre, l'accent sera mis sur les deux principes fondamentaux que sont l'efficacité et la simplicité.

Thomas Schäfer, CEO de ŠKODA AUTO, explique : « Avec notre nouvelle approche NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030, nous apportons des réponses spécifiques sur la façon dont nous allons réussir à diriger ŠKODA AUTO à travers le processus de transformation, pour faire en sorte que l'entreprise possède une position encore plus forte en 2030 qu'aujourd'hui. La marque a un potentiel incroyable. Nous allons l'exploiter dans les années à venir et nous fixer des objectifs ambitieux : nous voulons être l'un des cinq premiers constructeurs automobiles d'Europe en termes de ventes ; nous voulons devenir la première marque européenne dans les régions en croissance que sont l'Inde, la Russie et l'Afrique du Nord ; et nous faisons de notre marché d'origine, la République tchèque, un pôle d'électromobilité afin de préserver les emplois et d'en créer de nouveaux. ŠKODA aborde cet avenir passionnant en position de force, et je suis impatient de travailler avec notre équipe de plus de 43 000 Škodiens dans le monde entier ainsi qu'avec notre partenaire social KOVO pour faire passer notre entreprise au niveau supérieur dans les années à venir. »



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 2 of 4

La nouvelle stratégie entrepreneuriale « NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 » s'appuie sur les succès de la précédente *Strategy 2025*. L'entreprise a défini une nouvelle vision et une nouvelle mission pour son évolution vers le futur. La nouvelle vision est la suivante : « Nous aiderons le monde à vivre plus intelligemment », tandis que la nouvelle mission vise « Une mobilité moderne et accessible avec tout ce dont vous avez besoin et des surprises que vous aimez ». Parallèlement, ŠKODA AUTO s'engage à respecter ses valeurs éprouvées : « simplifier », « humaniser » et « surprendre ».

Trois grandes priorités « EXPAND », « EXPLORE » et « ENGAGE » indiquent la voie à suivre.

L'approche « NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 » s'articule autour de trois priorités, résumées par les notions « EXPAND », « EXPLORE » et « ENGAGE ». L'objectif primordial de la priorité « EXPAND » est de faire de ŠKODA l'une des cinq marques automobiles les plus vendues en Europe. D'une part, cet objectif sera atteint en renforçant encore la position de la marque dans les segments d'entrée de gamme. Avec un prix d'entrée de gamme de moins de 14 000 euros, la nouvelle FABIA donne le ton. D'autre part, le portefeuille de produits sera élargi pour inclure au moins trois autres modèles entièrement électriques d'ici 2030, qui seront positionnés en dessous de l'ENYAQ iV, tant en termes de prix que de taille. ŠKODA AUTO vise une proportion de modèles entièrement électriques de 50 à 70 % en Europe, en fonction de l'évolution du marché.

Assurer l'avenir sur le marché national : la République tchèque deviendra un pôle d'électromobilité

Pour s'assurer que ŠKODA AUTO et son marché domestique, la République tchèque, sortent plus forts du processus de transformation, l'entreprise travaille avec des partenaires pour muer le pays en un pôle d'électromobilité. Plus précisément, d'ici 2030, des composants électriques ou des véhicules électriques seront produits dans les trois usines tchèques de ŠKODA AUTO à Mladá Boleslav, Kvasiny et Vrchlabí. Des batteries de traction haute tension y sont déjà produites pour les modèles hybrides rechargeables SUPERB iV et OCTAVIA iV, ainsi que pour des modèles d'autres marques du Groupe. Au début de l'année prochaine, la production de systèmes de batteries MEB sera également lancée à Mladá Boleslav pour l'ENYAQ iV. En outre, le constructeur automobile tchèque travaille avec des partenaires pour établir une structure stable de fourniture pour l'électromobilité.

En passe de devenir la première marque européenne en Inde, en Russie et en Afrique du Nord

La priorité « EXPLORE » consiste à faire de ŠKODA, d'ici 2030, le premier constructeur automobile européen sur les marchés en croissance que sont l'Inde, la Russie et l'Afrique du Nord. Cela se traduira par un potentiel de ventes mondiales de 1,5 million d'unités par an. L'entreprise est responsable de ces régions au sein du Groupe Volkswagen. La production du KUSHAQ (le premier modèle ŠKODA à être lancé sur le marché indien dans le cadre du projet INDIA 2.0) a démarré tout récemment. À moyen terme, il est également prévu de proposer le KUSHAQ sur d'autres marchés émergents.

Simply Clever 2.0 : le côté pratique et fonctionnel restera un credo de ŠKODA, même à l'ère du numérique

La troisième priorité, « ENGAGE », comprend des objectifs spécifiques dans les domaines de l'expérience client numérique, de la durabilité, de la diversité, de l'éducation et de la formation. Entre autres choses, le constructeur automobile tchèque entend devenir la référence en matière



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 3 of 4

d'expérience utilisateur Simply Clever. Chaque client devrait être en mesure d'utiliser une ŠKODA ou un service ŠKODA d'emblée et de manière intuitive. L'un des premiers projets phares est le PowerPass, qui permet de recharger un modèle ŠKODA électrique de manière simple et pratique. Il sera disponible sur plus de 30 marchés et pourra être utilisé à plus de 210 000 points de recharge en Europe. Dans le même temps, l'achat d'une ŠKODA deviendra également une expérience encore plus agréable. Par exemple, l'entreprise développe son concept de showroom virtuel et s'est fixé pour objectif de vendre une ŠKODA sur cinq en ligne dès 2025. Des clients en Belgique, aux Pays-Bas, en Pologne et en République tchèque profitent déjà de cette opportunité.

Des objectifs environnementaux considérablement renforcés : réduction des émissions de la flotte de plus de 50 %

ŠKODA AUTO intensifie ses efforts en matière de durabilité et renforce ses objectifs environnementaux. L'entreprise vise à réduire les émissions de sa flotte de plus de 50 % par rapport à 2020 et fabriquera des véhicules à émissions de carbone nulles dans toutes les usines tchèques et indiennes à partir de 2030. La production à Vrchlabí est déjà neutre en CO₂ depuis la fin de l'année dernière. L'approche « NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 » met également l'accent sur la diversité : d'ici 2030, un poste de direction sur quatre sera occupé par une femme. Pour ŠKODA AUTO, la diversité, l'inclusion et l'égalité font partie intégrante d'une culture d'entreprise caractérisée par l'ouverture et la tolérance. En outre, dans le cadre du processus de transformation radicale, le constructeur automobile tchèque encourage la qualification et la formation continue de ses collaborateurs et investira près de 500 millions d'euros entre 2022 et 2030, avec pour but premier de préserver les emplois pour l'avenir.

Efficacité et simplicité comme principes directeurs pour atteindre les objectifs stratégiques

Pour atteindre les objectifs de l'approche « NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030 », l'entreprise se concentre sur l'efficacité et la simplicité, deux atouts qui ont toujours caractérisé le constructeur automobile tchèque. L'objectif est de prendre la tête en matière de coûts parmi les principaux concurrents européens, tout en visant un taux de rentabilité opérationnelle durable d'au moins 8 %. Dans le même temps, l'entreprise simplifie constamment ses processus, réduisant la bureaucratie et la complexité afin de devenir encore plus agile. Par exemple, en électrifiant progressivement la gamme de modèles, la complexité de l'offre devrait être réduite de 40 % à moyen terme.

Further information:

Liana Picard
PR Manager
T.: 02/260 24 01
M.: 0473 45 48 77
liana.picard@dieteren.be
www.skoda-press.be



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

PRESS RELEASE

Page 4 of 4

ŠKODA AUTO

- › is focusing on three priorities with its 'NEXT LEVEL ŠKODA' program for the future: expanding the model portfolio towards entry-level segments, exploring new markets for further growth in the volume segment and making tangible progress in sustainability and diversity.
- › currently offers its customers ten passenger-car series: the CITIGO[®]iV, FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA and SUPERB as well as the KAMIQ, KAROQ, KODIAQ and ENYAQ iV.
- › delivered over one million vehicles to customers around the world in 2020.
- › has belonged to the Volkswagen Group for 30 years. The Volkswagen Group is one of the most successful vehicle manufacturers in the world. In association with the Group, ŠKODA AUTO independently develops and manufactures vehicles, as well as components, engines and transmissions.
- › operates at three locations in the Czech Republic; manufactures in China, Russia, Slovakia and India mainly through Group partnerships, as well as in Ukraine with a local partner.
- › employs approximately 42,000 people globally and is active in more than 100 markets.