

SEAT affiche un bénéfice pour la première fois depuis 2008

SEAT a investi l'année dernière dans un projet majeur afin d'atteindre une rentabilité durable. L'entreprise a clôturé l'année 2015 avec un bénéfice net de 6 millions d'euros, à comparer avec la perte de 66 millions d'euros enregistrée en 2014. La hausse des ventes et un mix produit avec une meilleure marge de contribution ont été les deux principaux moteurs de ce changement. SEAT a affiché un chiffre d'affaires de 8,3 milliards d'euros, soit 11% de plus que pour l'année précédente. C'est le meilleur résultat de l'histoire de la marque et le double des recettes perçues en 2009. Le bénéfice moyen par véhicule a augmenté de 3,5%.

« Le progrès de SEAT en 2015 est double : non seulement nous avons obtenu un résultat positif pour la première fois depuis 2008, mais encore, nous l'avons atteint dans une année pleine de défis. Nous suivons la stratégie adéquate qui nous permet de relever avec sérénité le défi posé par une rentabilité durable. Nous nous attendons à un futur radieux grâce à l'arrivée de nouveaux produits et à l'intégration de nouvelles technologies tant dans le domaine de la mobilité que dans celui de la connectivité », a déclaré Luca de Meo, président du comité exécutif de SEAT S.A., durant la présentation des résultats annuels de 2015.

La hausse des ventes pour la troisième année consécutive, franchissant la barre des 400.000 véhicules en un an, a été le résultat de la récupération des marchés du sud de l'Europe comme l'Espagne ou l'Italie, de la croissance en Allemagne (le marché principal de SEAT) pour la cinquième année d'affilée et du succès de la marque au Mexique.

La hausse permanente des ventes de Leon et d'Ibiza, totalisant respectivement 160.900 (+ 4,4%) et 150.600 (+ 2,4%) livraisons en 2015, une forte augmentation des ventes de l'Alhambra (+ 17,2%) et le succès de l'Audi Q3 ont été bénéfiques pour le volume comme pour les recettes de SEAT, qui ont augmenté pour la sixième année consécutive.

La croissance de l'activité commerciale a permis à SEAT de répondre à l'augmentation des dépenses en publicité et en marketing pour accroître la notoriété de la marque, à des frais de personnel plus élevés liés à une augmentation de la rémunération et à une forte progression des investissements et des dépenses en R&D générée par le lancement de nouveaux modèles, comme l'adaptation de la ligne de montage numéro 1 de Martorell à la plateforme MQB A0. En 2015, SEAT a réalisé des investissements et dépenses en R&D à hauteur de 586 millions d'euros, soit 28% de plus que l'année précédente. Au cours des cinq dernières années, les investissements de SEAT ont totalisé près de 2,7 milliards d'euros.

Globalement, le résultat opérationnel a augmenté de 96% et s'élève à – 7 millions d'euros, par comparaison avec les – 167 millions d'euros de l'année passée*.

* SEAT est en train de préparer ses états financiers individuels suivant le Plan Comptable Général (PGC) espagnol, sans inclure ses filiales. Le Groupe Volkswagen applique les normes de comptabilité internationales (IAS/IFRS) et consolide les chiffres de la marque SEAT.

SEAT a augmenté sa capacité à générer des profits grâce à son activité principale. L'entreprise a amélioré de 30% son excédent brut d'exploitation, qui passe à 391 millions euros, et a augmenté sa marge brute opérationnelle de près 50% pour atteindre les 781 millions d'euros. « SEAT continue d'augmenter sa capacité à autofinancer ses investissements, consolidant ainsi l'entreprise financièrement. Après plusieurs années d'amélioration, l'année passée a été une étape cruciale sur la voie de la rentabilité durable », a souligné Holger Kintscher, vice-président en charge des Finances et de l'Organisation.

Emploi

L'augmentation des ventes et de la production a permis l'engagement de 350 personnes dans l'ensemble du Groupe SEAT, dont 100 ingénieurs au Centre technique de SEAT, qui a fêté l'an passé son 40e anniversaire, et 48 étudiants formés selon le système de formation professionnelle en alternance de la marque. Au total, l'entreprise a consacré l'année dernière 14 millions d'euros à des programmes de formation pour son personnel.

Futur

SEAT compte maintenir sa croissance en 2016 et pourra compter sur le lancement de l'Ateca, le premier SUV de la marque, présenté récemment au Salon international de l'Auto et Accessoires de Genève. Ce nouveau modèle a été entièrement créé et développé au Centre technique de SEAT et sera commercialisé dès cet été.

L'Ateca n'est que le début de l'offensive produit la plus ambitieuse de l'histoire de SEAT. L'entreprise va renforcer sa présence dans le segment des SUV et lancera en 2017 un nouveau modèle qui sera un petit crossover tout-terrain développé et produit à Martorell. « C'est une excellente nouvelle, tant pour la marque que pour notre principale usine, car ce segment est celui qui affiche la progression la plus rapide et car le lancement de cette nouvelle famille de modèles représente un pas important vers la création du troisième pilier de la marque avec les séries Leon et Ibiza », a souligné Luca de Meo.

L'entreprise veut devenir une référence dans l'industrie automobile en matière de connectivité et a déjà noué de puissantes alliances avec des leaders technologiques comme Samsung, le géant de la téléphonie mobile, et SAP, le leader mondial des applications pour entreprises, des réseaux entrepreneuriaux et de l'Internet des Objets (IdO).

SEAT évolue vers le stade de développement suivant de la voiture connectée. La marque s'attache à doter ses nouvelles voitures des dernières technologies en matière de connectivité et à garantir la sécurité absolue des conducteurs et des données. Dans ce sens, les déclinaisons CONNECT de la gamme SEAT sillonnent déjà les routes européennes depuis l'été 2015 avec le lancement de la nouvelle Ibiza. La version CONNECT est disponible pour l'ensemble des modèles de la gamme SEAT et représente 15% des ventes depuis son lancement, en juin 2015.

La présence de SEAT au Mobile World Congress pour la deuxième année consécutive, avec Samsung, SAP et Accenture, est une preuve claire de l'engagement de SEAT en faveur de la connectivité.

SEAT est la seule entreprise de son secteur à détenir toutes les capacités nécessaires pour créer, développer, produire et commercialiser des voitures en Espagne. Marque du Groupe Volkswagen, la multinationale, dont le siège se trouve à Martorell (Barcelone), exporte plus de 80% de ses véhicules vers 75 pays. En 2015, SEAT a vendu quelque 400.000 voitures dans le monde, ce qui constitue son meilleur résultat depuis 2007.

Le Groupe SEAT emploie 14.000 personnes dans ses trois centres de production de Barcelone, El Prat de Llobregat et Martorell, où il produit notamment les très prisées Ibiza et Leon. Par ailleurs, SEAT construit l'Alhambra au Portugal, la Mii en Slovaquie et la Toledo en République tchèque.

SEAT dispose également d'un Centre technique, une « plateforme du savoir » où travaillent près de 1.000 ingénieurs, qui a pour vocation de jouer un rôle moteur en termes d'innovation pour le premier investisseur industriel en Recherche & Développement d'Espagne. Respectant son engagement en faveur de la protection de l'environnement, SEAT fonde son activité principale sur le développement durable, en particulier sur la réduction des émissions de CO₂ et l'augmentation de l'efficacité énergétique.