



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers •

Volkswagen progresse rapidement dans sa réorientation

16 mai 2017
V17/13F



- **Herbert Diess, directeur de la marque Volkswagen : viser le leadership**
- **La plus grande offensive produit de l'histoire de la marque a commencé**
- **L'excellent premier trimestre de 2017 est de bon augure pour l'année entière**
- **Pacte pour l'avenir : des mesures seront rapidement mises en place**
- **L'offensive SUV et l'électromobilité seront accélérées**
- **Mise en place de programmes de restructuration dans les régions**

La marque Volkswagen progresse rapidement dans la mise en place de sa stratégie Transform 2025+ présentée en novembre dernier et dans le renforcement de sa rentabilité en termes d'activités opérationnelles. Dans le courant de l'année, le conseil d'administration de la marque s'attend à de nouveaux progrès dans les domaines stratégiques et à de meilleurs ratios financiers après un excellent premier trimestre. Le président du conseil d'administration de la marque, Herbert Diess, a déclaré lors du discours annuel de Volkswagen à Wolfsburg : « 2016 a été une année décisive pour la marque. C'était une année de transition qui a marqué le début d'une nouvelle phase pour notre entreprise. Nous avons intensément travaillé à la résolution de la crise du diesel. Nous avons amorcé un tournant dans le domaine des activités opérationnelles. Enfin, nous avons élaboré la réorientation stratégique de la marque. Notre objectif est clair : nous voulons pérenniser Volkswagen et prendre d'ici 2025 le leadership du secteur automobile qui sera alors différent. »



D'leteren Auto

s.a. D'leteren n.v.
Press relations
Maliestraat 50, Rue du Mail
1050 Brussel/Bruxelles
BTW/TVA BE0403.448.140
RPR Brussel / RPM Bruxelles

Contact
T. : 02/536.50.72
jean-marc.ponteville@dieteren.be
www.volkswagen-press.be

La stratégie Transform 2025+ de Volkswagen repose sur un changement en trois phases. La marque entend réorienter son activité principale d'ici 2020 et devenir le leader mondial dans le domaine de l'électromobilité d'ici 2025. À partir de 2025, elle se concentrera sur les nouvelles solutions de mobilité et sur les modèles pour entreprises afin de participer activement à la transformation du secteur.

Tous les champs d'action ont déjà obtenu des résultats visibles depuis la mise en place de la stratégie. Ainsi, Volkswagen a convenu d'objectifs et de mesures ambitieux dans le cadre du pacte pour l'avenir adopté à l'automne, dont figurent entre autres une plus grande efficacité des essais, la réduction du temps de travail par une plus grande exploitation des installations et l'amélioration des procédures. D'importantes décisions assurent l'avenir des sites de production allemands à long terme. En effet, un nouveau modèle d'une autre marque du Groupe sera produit à Wolfsburg à partir de 2018 et un quatrième modèle pour l'usine d'Emden est en cours de développement. Le *Center of Excellence* à l'usine de pièces de Salzgitter est responsable de la mise au point, de l'acquisition et du contrôle qualité des batteries et des blocs batteries, mais ne s'occupe désormais plus de la conception de projets pilotes.

L'offensive SUV comme pilier central de la stratégie produit a démarré avec succès. Volkswagen entend nettement renforcer sa position dans ce segment et élargir sa gamme mondiale actuellement de 2 modèles à 19 SUV d'ici 2020. L'Atlas, le Teramont et le Tiguan Allspace sont déjà trois de ceux-ci.

Volkswagen progresse également dans la réorganisation des régions. Les programmes de restructuration d'envergure commencent à produire des résultats : en Amérique du Nord et du Sud comme en Russie, Volkswagen a enregistré une croissance largement supérieure à la moyenne au cours du premier trimestre et a gagné des parts de marché. Autre très bonne nouvelle : aux États-Unis, Volkswagen a vu ses ventes augmenter de 10 % et se rapproche ainsi de son niveau d'avant-crise en seulement un an et demi. Ces restructurations ont permis aux régions de reprendre au début de l'année l'entière responsabilité de leurs activités respectives. C'est un point central du projet, qui a pour but de rendre toute l'organisation plus agile, plus rapide et plus performante. Les effets positifs de leur autonomie se font déjà sentir : les régions prennent plus rapidement des décisions et sont plus proches du marché et des clients.

L'offensive électrique de Volkswagen progresse aussi rapidement. La nouvelle e-Golf1 à l'autonomie de 300 km combine à présent fonctionnalité au quotidien et utilité client. En outre, Volkswagen a donné un aperçu concret de l'avenir de l'électromobilité avec l'I.D, l'I.D. BUZZ et l'I.D. CROZZ. La famille I.D. repose sur une nouvelle architecture électrique qui construira la base technologique et économique de la plupart des voitures électriques du futur du groupe.

Un excellent premier trimestre 2017 pour les ventes, le chiffre d'affaires et les bénéfices

Les résultats commerciaux actuels montrent également que Volkswagen est sur le bon chemin. Pour annoncer ses résultats au premier trimestre 2017, Volkswagen adopte pour la première fois une nouvelle structure. Jusqu'à présent, les chiffres comprenaient aussi les ventes et le chiffre d'affaires des autres marques du groupe afin de consolider les importateurs de plusieurs marques et les concessionnaires. Ils intégreront à l'avenir les résultats du groupe et le chiffre d'affaires de certaines entreprises de services, qui ne travaillent pas uniquement pour la marque.

Selon la nouvelle structure, le chiffre d'affaires corrigé pour 2016 s'élève à environ 74 milliards d'euros au lieu des 106 milliards annoncés. Les résultats opérationnels passent de 1,9 à 1,6 milliards d'euros et la marge bénéficiaire s'établit à 2,1 % au lieu de 1,8 %. Arno Antlitz, directeur financier, déclarait : « L'adaptation structurelle augmente la transparence et la comparabilité des chiffres financiers par rapport à la concurrence et permet à la direction de se concentrer sur les principales activités de la marque. »

Volkswagen a mieux commencé 2017 que les deux années précédentes. Avec 862 000 véhicules vendus, le chiffre d'affaires s'élevait à 19,0 milliards d'euros et les résultats opérationnels ont grimpé à presque 0,9 milliards d'euros. Les bénéfices opérationnels ont atteint 4,6 %. L'augmentation des volumes, l'effet prix et l'effet mix positifs ainsi que la diminution des aides à la vente, les taux de change et les coûts de production et les coûts fixes sensiblement réduits ont contribué à ce résultat.

Arno Antlitz explique : « De par la gestion rigoureuse des coûts, nous avons réussi à conserver les coûts fixes pour le premier trimestre de 2017 à peu près au même niveau que l'année passée, et ce, en dépit de l'offensive SUV prévue et des investissements préparatoires pour notre architecture électrique et notre écosystème numérique. »

Prévisions 2017 : une meilleure rentabilité

Pour l'ensemble de l'année 2017, Volkswagen s'attend à la poursuite de l'évolution positive de l'activité du premier trimestre. Le chiffre d'affaires devrait être environ 10 % supérieur à celui de l'année précédente et les bénéfices opérationnels pour l'année entière devraient se trouver dans la tranche haute de la fourchette comprise entre 2,5 et 3,5 %. Arno Antlitz indique : « Grâce à cela, nous sommes sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs de marge à moyen et à long terme d'au moins 4 % d'ici 2020 et de 6 % d'ici 2025. Nous réexaminerons de manière critique les objectifs de résultat et les augmenterons le cas échéant, une fois que les acquis seront consolidés à long terme. D'ici là, nous nous concentrerons sur la mise en œuvre cohérente du pacte pour l'avenir et de notre stratégie Transform 2025+. »

Mise en place accélérée de la stratégie

Dans l'optique de poursuivre la mise en place de sa stratégie, Volkswagen souhaite renouer avec les succès obtenus jusqu'ici dans le courant de l'année. « Le bon premier trimestre est de bon augure pour les mois à venir, mais il est tout aussi évident que le reste de l'année ne se suivra pas cette tendance de lui-même. Il est à présent impératif de poursuivre activement la voie empruntée et de continuer à réaliser nos tâches », indique Herbert Diess.

Pour le reste de l'année, le renforcement de la compétitivité sera au centre de l'attention. La productivité doit donc être augmentée cette année et l'année prochaine de 7,5 %. De meilleurs essais, une gestion stricte des coûts et la poursuite de l'offensive produit et rentabilité dans les régions contribuent également à la plus grande compétitivité de la marque. D'ici 2020, deux nouveaux modèles par an sortiront en Amérique du Nord. Les pertes dans la région devraient déjà être en grande partie rattrapées dans le courant de l'année et le seuil de rentabilité est prévu pour 2020. Cette date butoir est également valable pour toutes les autres

régions qui n'ont pas encore enregistré de profits à l'heure actuelle. En Amérique du Sud, Volkswagen poursuit son programme de restructuration et rajeunit et agrandit sa gamme de produits. L'objectif pour la Chine est de défendre la position de leader sur le marché, entre autres grâce à neuf nouveaux modèles prévus pour 2018. La priorité sera les *New Energy Vehicles* fabriqués dans le pays.

Volkswagen a commencé la plus grande offensive produit jamais réalisée pour toutes les régions pour ainsi consolider les parts de marché et en gagner. Seuls 10 nouveaux modèles seront lancés en 2017. Parmi ceux-ci, 5 sont de véritables nouveautés. D'ici fin 2018, 7 nouveaux SUV sortiront dans le monde entier, dont le T-Roc, qui devrait contribuer dans une large mesure à l'augmentation des volumes et des résultats.

Volkswagen a également l'intention d'accélérer son offensive électrique. L'objectif à long terme est clair : pour 2025, Volkswagen entend devenir le leader mondial de l'électromobilité et vendre 1 million de véhicules électriques par an. L'élément central de cette stratégie sera la famille I.D., qui comprendra au début 4 modèles et qui arrivera sur le marché en 2020. L'I.D., la première voiture électrique, sera produite à l'usine de Zwickau.

Volkswagen accélère également la cadence dans le thème d'avenir qu'est la numérisation. Cette année, Volkswagen lance la nouvelle génération de Car-Net sur le marché et fait ses débuts avec les premiers services de mobilité. Par ailleurs, les clients Volkswagen pourront prochainement connecter leur véhicule ultérieurement.

« Volkswagen progresse rapidement dans sa réorientation, comme l'a montré le premier trimestre 2017. Malgré d'importants risques, nous avons bon espoir de poursuivre l'évolution positive de la marque, de respecter notre programme ambitieux et d'atteindre les objectifs financiers », résume Herbert Diess.

La mise à jour des véhicules diesel progresse comme prévu

La mise à jour des véhicules diesel est un autre thème central de l'année 2017. À ce sujet, Volkswagen avance comme prévu. En Europe, plus de la moitié des véhicules ont déjà bénéficié de la mise à jour indispensable du logiciel. En Allemagne, le chiffre s'élève à presque 75 %. Dans l'ensemble, 2,6 millions de véhicules ont été rééquipés. D'ici la fin de l'année, tous les véhicules de la marque Volkswagen devraient être mis à jour en Europe.

Le Groupe Volkswagen

www.volkswagenag.com

D'Ieteren

www.dieteren.com/fr