



Exercice 2017 réussi pour la marque Volkswagen - Offensive produit et innovation constante

- Les livraisons, le chiffre d'affaires et le bénéfice en hausse en 2017
- Amélioration de la marge d'exploitation à 4,1 %
- Bonne progression du réalignement stratégique et des préparatifs de l'offensive électrique
- Herbert Diess, Président du Directoire : « Nous sommes sur la bonne voie. Nous sommes en train de consolider notre assise pour faire de Volkswagen le leader mondial de l'électromobilité d'ici 2025. »

La marque Volkswagen peut se prévaloir d'un exercice 2017 réussi. La marque a vendu 6,23 millions de véhicules et amélioré son chiffre d'affaires à 80 milliards d'euros. Pour la première fois en cinq ans, le bénéfice d'exploitation avant éléments exceptionnels est en hausse, atteignant son plus haut niveau depuis 2012, soit 3,3 milliards d'euros. La marge d'exploitation (avant éléments exceptionnels) est passée de 1,8 % en 2016 à 4,1 %. La marque Volkswagen a donc surperformé ses objectifs pour 2017.

« L'année 2017 a permis de démontrer toute la force de Volkswagen et de ses employés. Nous avons inversé la tendance en devenant nettement plus compétitifs dans tous les domaines. La mise en œuvre de notre stratégie TRANSFORM 2025+ progresse bien et affiche des résultats solides. Depuis le Pacte d'Avenir jusqu'aux stratégies régionales en passant par l'offensive SUV, toutes les initiatives contribuent au bon développement de Volkswagen. Nous entendons utiliser cette dynamique et accélérer la mise en œuvre de notre stratégie en 2018 », indique Herbert Diess, Président du Directoire de la marque Volkswagen

Tous les indicateurs financiers sont au vert

Pas moins de 6,23 millions de véhicules ont été livrés en 2017, soit une hausse de 4,2 % par rapport à l'année précédente. Trois modèles Volkswagen, les Golf, Tiguan et Polo, figurent parmi le top 10 des véhicules les plus vendus au monde. Volkswagen a enregistré la plus forte croissance sur le segment des SUV. Les ventes du Tiguan ont augmenté de 200 000 unités par rapport à l'année précédente pour atteindre un total de 720 000 véhicules. L'Atlas, disponible aux États-Unis, et son équivalent chinois, le Teramont, ont déjà dépassé les prévisions quelques mois

Contacts presse

Communication Volkswagen Group / Volkswagen

Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Audrey Garousse
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Adrien Boutroue
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
adrien.boutroue@volkswagen.fr



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen

seulement après leur lancement. Volkswagen enregistre également une forte demande pour le T-Roc, disponible depuis l'automne 2017. Une Volkswagen vendue sur sept est déjà un SUV et sa part de marché devrait atteindre 40 % d'ici à 2020.

La forte demande enregistrée par les produits de la marque Volkswagen s'est traduite par une hausse significative du chiffre d'affaires qui atteint 80 milliards d'euros, soit environ 8 % de plus qu'en 2016, après ajustement pour changements structurels.

Le résultat de la marque a également évolué positivement. Le résultat opérationnel (EBIT) avant éléments spéciaux a progressé d'environ 77 % pour atteindre 3,3 milliards d'euros, et la marge d'exploitation s'est nettement améliorée à 4,1 %. À l'origine, la marque s'était fixée pour objectif une marge d'exploitation comprise entre 2,5 % à 3,5 % pour 2017 avant d'ajuster cette prévision légèrement à la hausse dans le courant de l'année. Les éléments exceptionnels liés à la question du diesel ont eu un impact négatif de 2,8 milliards d'euros sur le résultat d'exploitation de 2017 (2016 : 5,2 milliards d'euros).

Offensive de SUV et Pacte d'Avenir principaux facteurs du résultat d'exploitation

L'évolution positive du résultat est à mettre à l'actif des effets du volume et de l'amélioration du mix produits. L'entreprise a également réussi à réduire ses coûts de production. Dans ce contexte, l'utilisation de la matrice transversale modulaire (MQB) montre tout son potentiel. En 2017, 40 % des véhicules livrés étaient basés sur la MQB, soit environ deux fois plus qu'en 2015. Cette tendance positive devrait être de plus en plus visible dans les années à venir. Malgré l'offensive de modèles en cours, les coûts fixes n'ont augmenté que très légèrement.

Le Pacte d'Avenir contribue largement à l'amélioration de la compétitivité. Les mesures convenues devraient avoir un impact positif de 3,7 milliards d'euros sur le résultat à compter de 2020, dont 3 milliards d'euros rien qu'en Allemagne. L'année dernière, la totalité des 9 200 contrats de retraite anticipée à temps partiel requis ont été signés. Ils prendront progressivement effet d'ici à 2020. La productivité des usines allemandes a également progressé. Des améliorations supérieures à la moyenne ont notamment été enregistrées dans les usines de Wolfsburg (Tiguan et Touran), Emden, Salzgitter et Kassel.

Régions : les plans de redressement portent leurs fruits

Les régions ont également constitué un facteur clé de réussite en 2017. Volkswagen a remporté des parts de marché dans toutes les grandes régions du monde et consolidé sa position sur le marché avec des modèles conçus spécifiquement pour ces régions. Aux États-Unis, Volkswagen enregistre pour la première fois une hausse des livraisons (+5,2 %) depuis 2013, malgré une contraction de l'ensemble du marché. En Russie (+20,4 %) et en Amérique du Sud (Brésil : +19,7 %), la marque affiche une



Volkswagen

croissance à deux chiffres. En Chine, grâce à une hausse des livraisons de 5,9 %, Volkswagen est devenue la première marque au monde à livrer plus de 3 millions de véhicules sur un marché unique.

« Nous sommes sur la bonne voie, note Herbert Diess. Grâce à l'amélioration du résultat, la marque contribue de manière décisive à la réussite de l'ensemble du Groupe. Mais nous n'en sommes qu'au début. En continuant à consolider notre cœur de métier, nous renforceront notre assise pour faire de Volkswagen le leader mondial de l'électro-mobilité d'ici à 2025.

Offensive électrique : nouvelle division dédiée à l'électro-mobilité au sein du Comité de Direction

En 2018, Volkswagen va intensifier les préparatifs de son offensive électrique. Dirigée par Thomas Ulbrich, la nouvelle division dédiée à l'électro-mobilité regroupe les activités électriques de la marque et fait le lien direct entre cette composante d'avenir clé et le Directoire.

À compter de 2020, la marque Volkswagen prévoit d'introduire une nouvelle génération de véhicules électriques basés sur la plateforme modulaire électrique (MEB). Les préparatifs de cette offensive progressent au rythme prévu. Avec un investissement d'environ un milliard d'euros, la marque va transformer l'usine de Zwickau en centre de compétences européen pour l'électro-mobilité. C'est là que seront produits tous les véhicules MEB destinés au marché européen. À l'avenir, jusqu'à 1 500 véhicules électriques sortiront chaque jour de la ligne de production de l'usine. D'autres centres de compétences sont prévus en Chine et en Amérique du Nord. La prochaine génération de véhicules électriques sera ainsi lancée pratiquement en même temps dans les trois grandes régions

Le premier modèle de la famille I.D., le Volkswagen I.D., doit être lancé en 2020. Il sera rapidement suivi par d'autres modèles, dont un SUV électrique (I.D. CROZZ) et l'I.D. BUZZ, le combi du futur. Il y a quelques jours, avec l'I.D. VIZZION, Volkswagen a offert un aperçu du futur modèle phare de la famille I.D. L'étude souligne le potentiel considérable de la MEB. Outre les véhicules eux-mêmes, Volkswagen développe également un écosystème complet qui va des points de charge alimentés à l'électricité verte jusqu'aux services numériques. Cela permettra de rendre la transition vers un véhicule électrique particulièrement simple et attractive.

« La forte demande enregistrée par la Golf montre que le véhicule électrique est en train de faire une véritable percée. Lorsque la technologie et le prix sont bons, les clients n'hésitent pas à franchir le pas. Avec la famille I.D., nous allons prendre la tête du mouvement électrique », ajoute Herbert Diess.



Volkswagen

Prévisions pour 2018 : nouvelle amélioration des livraisons, du chiffre d'affaires et du résultat

Volkswagen a bien commencé l'exercice 2018. En janvier et février, la marque a livré plus de 940 000 véhicules à travers le monde, surpassant de 6,5 % le résultat des deux premiers mois de 2017. Sur le marché domestique allemand notamment, on note une nouvelle tendance à la hausse, avec + 13,3% de livraisons.

Sur le reste de l'année, la marque Volkswagen a l'intention de poursuivre sa tendance à la hausse en améliorant encore les livraisons, le chiffre d'affaires et le résultat. L'offensive SUV va encore s'intensifier, avec plusieurs temps forts comme le lancement du nouveau Touareg. Fin 2018, Volkswagen fera son entrée sur un segment totalement nouveau avec le T-Cross. La marque prévoit également cette année de lancer quatre nouveaux SUV spécifiquement conçus pour le marché chinois.

La marque va continuer à travailler sur sa rentabilité. Grâce aux mesures du Pacte d'Avenir, la productivité des sites allemands devrait augmenter de 7,5 %. Volkswagen prévoit également des développements positifs dans les régions, particulièrement en Amérique du Nord, au Brésil et en Russie.

Cette année et dans les années à venir, la marque sera confrontée à de sérieux défis malgré l'amélioration de sa compétitivité. Parmi ceux-ci figurent notamment la transition vers la nouvelle norme de consommation WLTP, la réalisation des objectifs d'émission de CO2 du parc de véhicules et les préparatifs de l'offensive électrique. Malgré cela, la marque Volkswagen s'est fixée pour objectif de maintenir et même d'améliorer sa marge d'exploitation, qui devrait atteindre entre 4 % et 5 % en 2018. Le chiffre d'affaires devrait, quant à lui, augmenter de 10 % environ. Malgré les effets négatifs décrits, la marque confirme également son objectif de marge de 4 % à 5 % pour 2020 (récemment relevé).

« Avec TRANSFORM 2025+, nous faisons en sorte de préserver la viabilité future de Volkswagen. Après un bon début, nous allons maintenant accélérer le rythme. Notre stratégie électrique progresse conformément au calendrier prévu. Si nous parvenons à maintenir le rythme, je ne doute pas que 2018 sera une bonne année pour Volkswagen et que la transformation à long terme de la marque sera un succès », indique Herbert Diess.

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2017, Volkswagen a produit plus de 6 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 198 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
