



30 avril 2020

Marque Volkswagen - Chiffre d'affaires et bénéfice du premier trimestre en baisse en raison de l'impact du Covid-19

- Chiffre d'affaires de janvier à mars en baisse à environ 19 milliards d'euros (-11,9%)
- Le bénéfice d'exploitation reste positif à 481 millions d'euros (-47,7%)
- La marge d'exploitation s'est établie à 2,5% (exercice précédent: 4,3%)
- Ralf Brandstätter, Directeur des Opérations de la marque Volkswagen : « Après un début d'année solide, la pandémie mondiale a fortement affecté nos activités au cours du trimestre. Nous examinons tous nos projets pour réévaluer leur importance par rapport à nos besoins à court terme. »
- Alexander Seitz, Directeur Financier de la marque Volkswagen : « Une discipline rigoureuse en matière de dépenses et de coûts est plus importante que jamais dans la situation actuelle. Nous restons sur une base financière solide. »

Volkswagen a connu un impact substantiel sur son activité au cours des trois premiers mois de 2020 en raison de la pandémie Covid-19. Malgré un début d'année solide, les livraisons ont diminué d'environ 25% pour s'établir à 1,1 million de véhicules entre janvier et mars 2020. Au cours du même trimestre, le chiffre d'affaires a baissé d'environ 2,6 milliards d'euros (-11,9%) à environ 19 milliards d'euros. Le bénéfice d'exploitation de la marque est resté positif à environ 481 millions d'euros, soit une baisse de 50% par rapport à l'année précédente avant éléments exceptionnels. La marge d'exploitation au premier trimestre de 2020 s'est établie à 2,5% (4,3% l'année précédente avant éléments exceptionnels).

« Après un début d'année solide, la pandémie mondiale a fortement affecté nos activités au cours du trimestre. Notre objectif actuel est donc d'assurer la liquidité. Nous examinons tous nos projets pour réévaluer leur importance par rapport à nos besoins à court terme. Cependant, cela n'aura aucun impact sur des projets stratégiques tels que la nouvelle ID.3. », explique Ralf Brandstätter, Directeur des Opérations de la marque Volkswagen.

« La marque Volkswagen adoptait une approche extrêmement résolue des coûts avant même l'apparition de la pandémie Covid-19. Nous renforcerons cette politique par de nouvelles mesures afin d'améliorer l'efficacité et la productivité. Une discipline rigoureuse en matière de dépenses et de coûts est plus importante que jamais dans la situation actuelle. Nous restons sur une base financière solide. », indique Alexander Seitz, Directeur Financier de la marque Volkswagen.

Début d'année solide pour la marque Volkswagen, forte baisse en février

La pandémie de Covid-19 a rendu la situation économique déjà difficile de ces derniers mois encore plus difficile. Après un début d'année solide, la marque a connu une baisse

Contact presse
Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Audrey Vasseaux
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.vasseaux@volkswagen.fr

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



<https://media.volkswagen.fr/>



sensible des livraisons à partir de février. Au cours des trois premiers mois de l'année, la marque a livré un total de 1 091 500 véhicules (1 456 400 l'an passé).

Cash-flow net malgré les difficultés du premier trimestre

Les mesures en cours pour améliorer la rentabilité et l'efficacité de la marque Volkswagen ont un effet positif dans une situation globale difficile. Au premier trimestre 2020, le cash-flow net avant éléments exceptionnels d'environ 0,5 milliard d'euros est resté en positif.

Volkswagen se concentre sur un portefeuille de produits attrayant, avec des objectifs fixés sur la mobilité électrique

La marque Volkswagen se concentre sur un portefeuille de produits attrayant, une stratégie soutenue par sa gamme régionalisée de SUV. Très demandés, ces modèles font partie des véhicules les plus vendus sur leurs marchés respectifs. Le Tiguan et le T-Roc en Europe occidentale (en particulier en Allemagne) et en Chine, et le T-Cross en Amérique du Sud rencontrent un vif succès. Volkswagen poursuit ses lancements de produits dans tous les segments. La nouvelle Golf 8 est maintenant commercialisée sur un nombre croissant de marchés. Cet été, Volkswagen prévoit le déploiement à l'échelle européenne de l'ID.3 entièrement électrique, la première voiture électrique basée sur la plateforme MEB.

Chiffres clés pour la marque Volkswagen :

	Jan- Mars 2020	Jan- Mars 2019	Var.
Livraisons (Chine inclus)	1,091,500	1,456,400	-25,1%
Ventes de véhicules	765,000	910,000	-16%
Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	18,965	21,538	-11,9%
Bénéfice d'exploitation (en millions d'euros)	481	921	-47,7%
Marge d'exploitation	2.5%	4.3%	-1.8 ppt
Cash Flow Net (en millions d'euros)	470	601	-21.8%

*Avant éléments exceptionnels

Livraisons par marché	Jan. - Mar. 2020	Jan. - Mar. 2019	Var.
Europe de l'Ouest	297 300	383 500	-22.5%
Europe de l'Est et Centrale	54 500	62 000	-12.2%
Amérique du Nord	117 300	132 100	-11.2%
Amérique du Sud	101 600	105 100	-3.3%
Chine (Hong-Kong inclus)	455 800	703 400	-35.2%
Asie-Pacifique	29 800	37 600	-20.9%
Moyen-Orient/Afrique	35 200	32 700	+7.8%
Total	1 091 500	1 456 400	-25.1%



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 2019, Volkswagen a livré 6,3 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 195 878 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de plus de 10 000 distributeurs et 86 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de 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.
