



31 juillet 2020

Gestion de crise efficace pour la marque Volkswagen au premier semestre

-
- Activité largement impactée par la pandémie de COVID-19
 - Réduction marquée des frais généraux, des dépenses de R&D et des Capex (dépenses d'investissement) ; les stocks ont également baissé
 - 2,2 millions de véhicules livrés au premier semestre (-26,7%)
 - Chiffre d'affaires en baisse à environ 29 milliards d'euros (-35,5%)
 - Résultat d'exploitation avant éléments exceptionnels de -1,5 milliard d'euros (2,3 milliards d'euros)
 - Reprise significative de l'activité en juin, l'initiative de modèles donne une dynamique supplémentaire pour le deuxième semestre
-

L'activité de la marque Volkswagen Véhicules Particuliers a été fortement impactée par la pandémie mondiale de COVID-19 au premier semestre 2020. Des contre-mesures efficaces ont toutefois permis de limiter les effets de la crise. Grâce à une stricte gestion des coûts, la marque a largement réduit ses frais généraux, ses dépenses de R&D et ses Capex par rapport à 2019. La production a, en outre, été strictement axée sur la demande client, ce qui a permis de réduire considérablement les stocks par rapport à la même période de l'année précédente. Les livraisons de la marque phare du Groupe Volkswagen ont baissé de 26,7% au premier semestre 2020 pour s'établir à 2,2 millions de véhicules. Le chiffre d'affaires a diminué de près de 16 milliards d'euros (-35,3 %) à environ 29 milliards d'euros. Conséquence, le résultat d'exploitation de la marque Volkswagen avant éléments exceptionnels s'établit à -1,5 milliard d'euros contre 2,3 milliards d'euros l'année précédente.

« Avec l'émergence de la pandémie de COVID-19, Volkswagen a été confrontée à des difficultés sans précédent au premier semestre, une crise qui a fortement impacté nos résultats financiers. Toutefois, grâce à des contre-mesures efficaces, telles qu'une stricte discipline des coûts ou la priorisation des projets, nous avons réussi à réduire fortement nos frais généraux, nos dépenses de R&D et nos Capex. À ce jour, un travail d'équipe exceptionnel a permis au personnel et à la direction de maintenir la marque sur une trajectoire stable pendant cette crise. Notre situation financière reste solide et nous continuons à tabler sur un bénéfice d'exploitation pour l'année complète. Nous espérons retrouver une certaine dynamique au deuxième semestre, au moment où notre initiative de modèle exprimera tout son potentiel. »

Signes de reprise évidents pour la marque Volkswagen

En mars et avril, les livraisons de la marque Volkswagen ont enregistré une baisse d'environ 38% par rapport aux mêmes mois de l'année précédente. Elles ont, depuis

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/>



lors, repris de la vigueur avec un écart d'environ -18% au mois de juin. Cette évolution se reflète également dans le résultat d'exploitation avant éléments exceptionnels qui a pratiquement retrouvé le point d'équilibre au mois de juin. Pour le mois de juillet, la marque table sur une baisse des livraisons inférieure à 10% par rapport à juillet 2019.

Poursuite des contre-mesures efficaces

Malgré les premiers signaux de reprise, l'évolution de la pandémie de COVID-19 reste difficile à prévoir. La marque poursuivra donc ses contre-mesures efficaces et continuera à prioriser strictement ses investissements et à mettre l'accent sur la maîtrise des dépenses. Pour l'année 2020, la marque prévoit un chiffre d'affaires nettement inférieur à celui de l'année précédente. Le résultat d'exploitation avant éléments exceptionnels devrait également afficher une baisse marquée par rapport à 2019, mais rester positif.

L'initiative de modèles en plein essor, démarrage prometteur pour l'ID.3^{1/2}

Malgré la pandémie de COVID-19, la marque Volkswagen élargit son portefeuille de produits, présentant méthodiquement une gamme complète de nouveaux modèles dans tous les segments. Les véhicules 100% électriques et les véhicules plug-in hybrides sont les piliers de la stratégie de la marque. Depuis le mois de juin, les clients peuvent passer commande de la nouvelle ID.3, le premier modèle basé sur la Plateforme Modulaire Électrique (MEB). D'autres modèles importants comme le nouveau Tiguan et la nouvelle famille Arteon ont également été lancés. Des versions supplémentaires de la nouvelle Golf seront introduites dans le courant de l'année. La marque va accélérer l'électrification de son portefeuille en lançant plusieurs modèles plug-in hybrides dans les mois à venir. À l'avenir, les versions de la nouvelle Golf³, du nouveau Tiguan³, de la nouvelle famille Arteon³ et du Touareg³ seront équipées de cette motorisation. En Amérique du Sud, le nouveau CUV (crossover utility vehicle) Nivus⁴ a fait une entrée remarquée sur le segment des petites voitures. En Chine, le plus grand marché individuel de la marque, l'initiative de modèles s'est également poursuivie avec succès avec la présentation des modèles Viloran⁴, Tayron GTE⁴ et JETTA VS7⁴.

Chiffres clés de la marque Volkswagen :

	Jan. – Juin 2020	Jan. – Juin 2019	Variation
Livraisons (incluant la Chine)	2 198,900	2 998,200	-26,7%
Ventes de véhicules	1 134 000	1 886 000	-39,8%
Chiffre d'affaires (millions d'euros)	28 580	44 146	-35,3%



Résultat d'exploitation* (millions d'euros)	-1 491	2 286	
Cash-flow net (millions d'euros)	-3 705	1 568	

* avant éléments exceptionnels

Livraisons aux clients par marché	Jan. – Juin 2020	Jan. – Juin 2019	Variation
Europe de l'Ouest	478 200	790 100	-39,5%
Europe centrale et de l'Est	92 600	131 900	-29,9%
Amérique du Nord	208 400	281 300	-25,9%
Amérique du Sud	148 000	226 600	-34,7%
Chine (incl. Hong Kong)	1 167 800	1 429 800	-18,3%
Reste de l'Asie-Pacifique	52 100	71 700	-27,4%
Moyen-Orient / Afrique	51 800	66 800	-22,4%
Global Marque	2 198 900	2 998 200	-26,7%

- 1) ID.3 Pro Performance, 150 kW / consommation d'énergie en cycle mixte au kWh/100 km : 16,9 – 15,4 (WLTP) ; 15,4 – 14,5 (NEDC) ; émissions de CO2 en cycle mixte en g/km : 0
- 2) ID.3 Pro S, 150 kW consommation d'énergie en cycle mixte au kWh/100 km : 17,7 – 15,9 (WLTP) ; 14,1 – 13,5 (NEDC) ; émissions de CO2 en cycle mixte en g/km : 0
- 3) La version PHEV de ce modèle est un prototype proche du modèle de production.
- 4) Ce véhicule n'est pas disponible à la vente en Europe.

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.