



18 mars 2020

La marque Volkswagen s'apprête à entrer dans l'ère électrique

- **Hausse des livraisons à 6,3 millions d'unités en 2019, malgré une baisse du marché global**
- **Marge d'exploitation avant éléments exceptionnels en hausse à 4,3 %**
- **Démarrage de la deuxième phase de la stratégie TRANSFORM 2025+ axée sur l'électro-mobilité et la transformation numérique**
- **Ralf Brandstätter, Directeur des Opérations : « L'année 2019 a été excellente pour la marque Volkswagen. Nous avons progressé dans tous les principaux domaines. Notre stratégie commence à porter ses fruits. »**
- **Les prévisions de performances sont compliquées par les incertitudes liées à la crise du coronavirus**

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers aborde la prochaine phase de sa transformation en position de force. Sur un marché global en baisse, la principale marque du Groupe Volkswagen a atteint un nouveau record de livraisons en 2019 avec 6,3 millions d'unités livrées. Volkswagen a réussi à gagner des parts de marché dans toutes les grandes régions. Cet excellent résultat est principalement dû à l'initiative de modèles et notamment à la croissance du marché sur le segment des SUV avec les T-Cross, T-Roc et Atlas. Avec plus de 700 000 véhicules vendus, le Tiguan est une fois encore le best-seller mondial de la marque. Comme la Golf, il fait partie du top 10 des véhicules les plus vendus à travers le monde.

La réussite sur les marchés se reflète également par une amélioration significative des résultats financiers. Le chiffre d'affaires de la marque est en hausse de 5 % par rapport à l'année dernière à 88,4 milliards d'euros. Le bénéfice d'exploitation avant éléments exceptionnels est en progression de 17 % à 3,8 milliards d'euros. La marge d'exploitation atteint 4,3 % (année précédente : 3,8 %) et se situe donc dans la fourchette prévue (4 % à 5 %). Tout comme l'année précédente, les éléments exceptionnels comptabilisés dans le bénéfice d'exploitation en lien avec la question du diesel s'élèvent à 1,9 milliard d'euros en 2019.

« L'année 2019 a été excellente pour la marque Volkswagen. Nos produits attirent les clients dans le monde entier. Nous avons progressé dans tous les principaux domaines. Notre stratégie commence à porter ses fruits. Nous tenons nos promesses, note Ralf Brandstätter, Directeur des Opérations de la marque Volkswagen. En 2020, nous serons confrontés à des défis majeurs, particulièrement sur fond de pandémie du coronavirus. Toutefois, soutenus par les bons résultats de l'année dernière, nous pouvons affronter cette crise avec courage et confiance. Volkswagen est une entreprise solide dotée d'une équipe solide. Et nous avons déjà montré plusieurs fois qu'en travaillant en équipe, nous sommes capables de réaliser de grandes choses ».

Contact 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



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



Première phase de la stratégie TRANSFORM 2025+ réussie

Le pacte du futur a largement contribué à améliorer la compétitivité de Volkswagen. Sur les économies de coûts annuelles de 3,0 milliards d'euros planifiées, nous avons déjà atteint 2,7 milliards d'euros fin 2019, soit plus que ce qui était prévu. La réduction des effectifs portant sur plus de 10 900 emplois a été réalisée de manière socialement responsable. Dans les domaines de pointe, Volkswagen a créé plus de 4 500 nouveaux emplois, notamment dans les domaines de la digitalisation et de l'électro-mobilité.

La marque a systématiquement mis en œuvre sa campagne de SUV. Le nombre de modèles SUV est passé de quatre en 2016 à quatorze aujourd'hui. En Europe, les SUV représentent dorénavant 37 % des ventes et, aux États-Unis, plus de 50 %. Grâce à l'ajustement du portefeuille de produits et à une gestion rigoureuse des coûts, Volkswagen progresse également dans le redressement des régions.

« Nous avons parfaitement réussi la première phase de la stratégie TRANSFORM 2025+, note Ralf Brandstätter. La deuxième phase va consister à faire de Volkswagen le numéro un de l'électro-mobilité. Sans compter que nous sommes en train de nous transformer en entreprise digitale. »

2020 : année clé pour l'initiative d'électrification de la marque

Malgré la situation actuelle liée à la crise du coronavirus, Volkswagen a décidé de lancer la deuxième phase de sa stratégie TRANSFORM 2025+, qui marque l'entrée dans une nouvelle ère pour la marque. L'initiative d'électrification à grande échelle sera dorénavant aussi visible sur les routes. Les livraisons de l'ID.3, premier modèle 100 % électrique basé sur la nouvelle plateforme électrique MEB, devraient débiter cet été. Puis viendra le premier SUV 100 % électrique de la marque, l'ID.4. L'électrification continue de notre portefeuille conventionnel viendra compléter notre gamme de produits.

Volkswagen se lance ainsi sur la voie de la mobilité zéro émission pour tous. D'ici à 2022, la marque proposera des véhicules électriques basés sur la plateforme MEB dans tous les grands segments de véhicules. Et d'ici à 2025, au moins 1,5 million de véhicules électriques devraient être vendus chaque année. L'objectif à long terme est une décarbonisation totale du parc de véhicules et du Groupe d'ici à 2050. Les émissions moyennes de CO₂ du parc devraient baisser de 25 g/km dès cette année. La marque ne doute pas qu'elle parviendra à respecter les limites fixées par l'UE pour 2020.

Transformation de Volkswagen en entreprise technologique

Outre l'électrification, la marque poursuivra avec vigueur sa transformation digitale dans les années à venir. L'accent est mis ici sur deux domaines clés : mise en œuvre de la feuille de route de la transformation digitale et création de l'organisation Car.Software.



Après la fin du pacte du futur, la feuille de route de la transformation digitale va permettre à la marque d'entrer dans l'ère numérique. Cela signifie que de nouvelles compétences numériques seront développées et que l'organisation deviendra plus rapide, plus agile et plus compétitive dans tous les domaines. D'ici à 2023, jusqu'à 4 000 postes administratifs seront supprimés. Dans le même temps, il est prévu de créer 2 000 emplois numériques.

Certains de ces nouveaux emplois concerneront la nouvelle organisation Car.Software, grâce à laquelle le Groupe assumera dorénavant ses responsabilités en matière de logiciels automobiles. Toutes les activités logicielles, depuis le système d'exploitation du véhicule jusqu'aux nouveaux services de mobilité en passant par les écosystèmes digitaux, seront regroupés au sein de la nouvelle unité. La première étape a consisté à rassembler environ 3 000 experts digitaux. D'ici à 2025, plus de 10 000 ingénieurs logiciels auront intégré l'unité.

Prévisions financières de 2020 liées à la durée et à la progression de la crise du coronavirus

Les prévisions de performances sont compliquées par les incertitudes liées à la crise du coronavirus. Étant donné l'évolution dynamique d'une situation qui devient de plus en plus compliquée pour les fournisseurs et les acteurs logistiques, il n'est plus possible de garantir aux usines un approvisionnement stable. Dans le même temps, certains signaux semblent montrer une baisse des ventes en Europe. La marque Volkswagen va donc suspendre la production dans ses usines européennes pour une durée initiale d'environ dix jours ouvrables.

« La crise du coronavirus est sans précédent et aura indéniablement un impact sur les performances de la marque Volkswagen, note Alexander Seitz, Directeur Financier de la marque Volkswagen. Pour le moment, nous ne pouvons pas préjuger de l'ampleur du phénomène. Nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour protéger nos salariés et pour stabiliser l'activité. Nous suivons la situation de très près et nous prendrons, à chaque fois que cela sera nécessaire, des mesures pour atténuer au maximum les impacts négatifs. Volkswagen a déjà prouvé que ses équipes sont capables de gérer les situations difficiles. »

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 2018, Volkswagen a livré 6,2 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.



Principaux résultats de Volkswagen Véhicules Particuliers pour 2019

	2019	2018	%
Livraisons (milliers de véhicules)	6 278	6 245	+0,5
Chiffre d'affaires (millions d'euros)	88 405	84 585	+4,5
Résultat d'exploitation avant éléments exceptionnels (millions d'euros)	3 785	3 239	+16,9
Marge d'exploitation (%)	4,3	3,8	+0,5
Cash-flow net avant éléments exceptionnels (millions d'euros)	2 827	-446	