

BRAND GROUP CORE - #ONE TEAM



Media information

Le groupe de marques Core améliore son résultat opérationnel, son volume de ventes et son chiffre d'affaires. La rentabilité est grevée par l'augmentation des coûts de production et des arrêts temporaires de production.

- Sur la période de janvier à septembre 2023, le résultat opérationnel augmente de 34,0 % en glissement annuel ; la rentabilité opérationnelle s'établit à 4,9 %, en légère hausse en glissement annuel.
- L'évolution générale de l'activité atteste des gains d'efficacité dégagés dans les principaux domaines de synergies ; au troisième trimestre, l'activité des différentes marques du Groupe a été impactée par des arrêts de production temporaires liés à la pénurie de certains composants et par la hausse du coût des produits.
- Thomas Schäfer, membre du Directoire du Groupe : « Globalement, les résultats du groupe de marques Core montrent que nous sommes sur la bonne voie, même s'il reste encore une forte marge de progression, au sein des différentes marques comme à l'échelle du groupe de marques dans son ensemble. Nous ne pouvons et ne devons nous satisfaire de notre rentabilité actuelle. Il nous faut impérativement prendre des mesures. »

Wolfsburg, le 27 octobre 2023 – Le groupe de marques Core de Volkswagen Group a intensifié la collaboration entre les marques lors des neuf premiers mois de l'exercice 2023. Des synergies ont pu être exploitées et des économies d'échelles réalisées grâce aux décisions d'investissements stratégiques et aux mesures ciblées de maîtrise des coûts qui ont été prises de manière concertée entre les marques Volkswagen, ŠKODA, SEAT/CUPRA et Volkswagen Véhicules Utilitaires. Ainsi, l'activité du groupe de marques Core gagne en efficacité dans son ensemble, même si des incidences négatives ont impacté ses performances, notamment les inondations en Slovénie qui ont entraîné des arrêts temporaires de production.

BRAND GROUP CORE - #ONE TEAM



Thomas Schäfer, membre du Directoire de Volkswagen Group, en charge du groupe de marques Core :

« Globalement, les résultats du groupe de marques Core montrent que nous sommes sur la bonne voie, même s'il reste encore une forte marge de progression, au sein des différentes marques comme à l'échelle du groupe de marques dans son ensemble. Nous ne pouvons et ne devons nous satisfaire de notre rentabilité actuelle. Il nous faut impérativement prendre des mesures. La seule manière pertinente de faire face aux difficultés conjoncturelles actuelles et de relever les défis liés à la transformation technologique radicale à l'œuvre dans l'entreprise, c'est de développer encore davantage la collaboration entre nos marques. Nous créons les conditions nécessaires pour pouvoir engager les investissements d'avenir requis en exploitant les synergies, en fédérant les compétences et en mettant en œuvre des programmes d'efficacité. Les objectifs sont fixés, les priorités sont définies, les responsabilités sont attribuées au sein du groupe de marques. Maintenant, il nous faut passer la vitesse supérieure pour mettre en œuvre notre projet. »

Sur la période de janvier à septembre 2023, la performance du groupe de marques Core atteste de la convergence opérée entre les cinq marques. Le résultat opérationnel hors éléments non récurrents progresse de 34,0 % en glissement annuel, à 4,99 milliards d'euros (Q1-Q3 2022 : 3,72 milliards d'euros). Le flux de trésorerie net progresse en glissement annuel à 3,57 milliards d'euros (Q1-Q3 2022 : 1,86 milliard d'euros). La rentabilité opérationnelle hors éléments non récurrents s'établit à 4,9 %, en légère hausse de 0,3 point de pourcentage (Q1-Q3 2022 : 4,6 %). Cette faible hausse s'explique par des incidences contraires qui ont grevé la rentabilité opérationnelle. Le chiffre d'affaires augmente de 24,0 %, à 101,06 milliards d'euros (Q1-Q3 2022 : 81,36 milliards d'euros).

L'exploitation des synergies et la gestion des coûts ont eu une incidence positive sur le résultat. Le groupe de marques enregistre une hausse de son volume de ventes (+ 21,0 %), avec 3,57 millions de véhicules vendus sur la période de référence (Q1-Q3 2022 : 2,96 millions), imputable à l'augmentation de la demande dans son ensemble. Le nombre de véhicules livrés par le groupe de marques augmente également : 4,82 millions d'unités ont été livrées aux clients lors des trois premiers trimestres de l'exercice 2023, une hausse de 9,4 % en glissement annuel (Q1-Q3 2022 : 4,41 millions). La demande de véhicules électriques à batterie s'inscrit à la baisse actuellement. L'évolution du marché des véhicules électriques n'est pas à la hauteur des attentes.

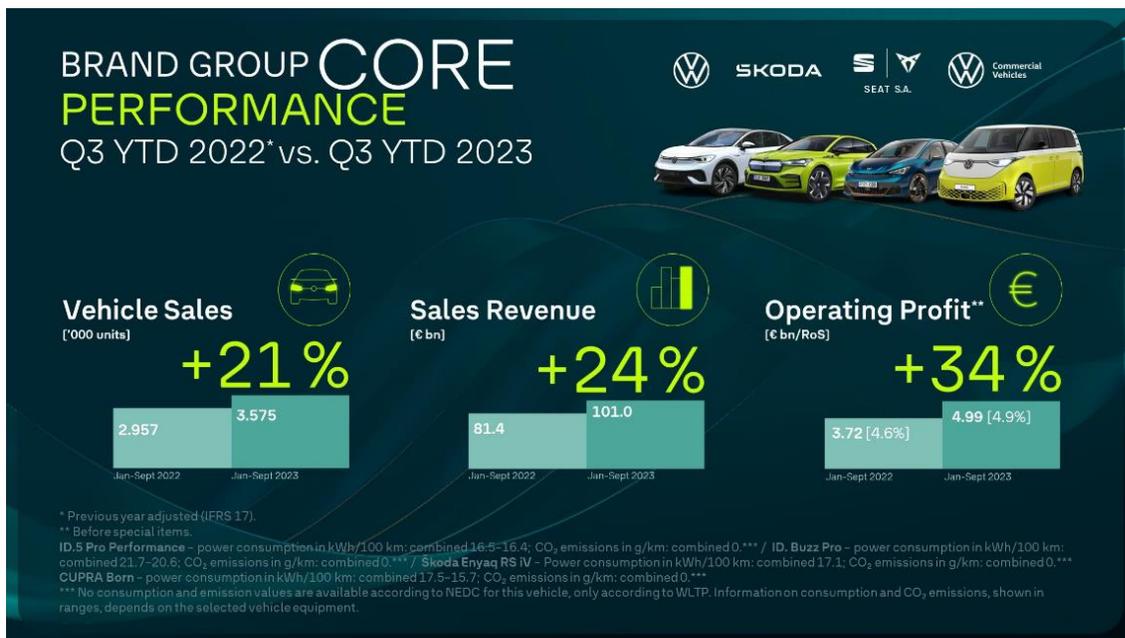
BRAND GROUP CORE - #ONE TEAM



Patrik Andreas Mayer, CFO de la marque Volkswagen et directeur financier du groupe de marques Core :

« Nos résultats sur les neuf premiers mois de l'exercice attestent de l'efficacité du nouveau modèle de management du groupe de marques Core. Nous avons identifié les axes d'amélioration et sommes sur la bonne voie pour améliorer progressivement nos performances. Grâce à notre gestion efficace des coûts, nous visons pour l'ensemble de l'année une rentabilité opérationnelle supérieure à celle de l'exercice dernier, malgré les difficultés inattendues auxquelles nous avons été confrontés au troisième trimestre. Notre objectif à long terme pour la rentabilité opérationnelle pour le groupe de marques Core reste inchangé. Nous maintenons notre objectif ambitieux de 8 % . »

Chiffres clés du groupe de marques Core :



Les gains d'efficacité et l'amélioration des chiffres de ventes attestent de l'intensification de la collaboration entre les marques. La rentabilité du groupe de marques Core n'est pas suffisante à ce jour.

BRAND GROUP CORE - #ONE TEAM



<u>Chiffres clés</u>	<u>Jan - Sept 2023</u>	<u>Jan - Sept 2022</u>	<u>Variation 23/22</u>
Volume de ventes : nombre de véhicules vendus	3 574 700	2 957 400	+21 %
Chiffre d'affaires	101,060 Md EUR	81,356 Md EUR	+24 %
Résultat opérationnel hors éléments non récurrents (incidences exceptionnelles)	4,985 Md EUR	3,720 Md EUR	+34 %
Rentabilité opérationnelle hors éléments non récurrents	4,9 %	4,6 %	+ 0,3 point de %
Flux de trésorerie net	3,573 Md EUR	1,855 Md EUR	+ 92,7 %

La performance globale du groupe de marques Core s'explique également par l'évolution enregistrée par les différentes marques (Volkswagen, ŠKODA, SEAT/CUPRA et Volkswagen Véhicules Utilitaires).

Les arrêts temporaires de production dus à la pénurie de certains composants et la nette hausse du coût des produits ont eu un impact négatif notable sur le résultat opérationnel de la marque Volkswagen au troisième trimestre (Q3 2023 : 2,13 milliards d'euros ; Q3 2022 : 2,46 milliards d'euros). En conséquence, la rentabilité opérationnelle hors incidences exceptionnelles (éléments non récurrents) pour l'exercice en cours est de 3,4 %, en baisse de 1,4 point de pourcentage en glissement annuel. Dans le même temps, la demande de véhicules électriques à batterie est globalement en baisse pour l'ensemble du secteur automobile. La tendance générale du marché dans ce secteur n'a pas répondu aux attentes. La marque Volkswagen affiche une hausse de 19,0 % de son volume de ventes au cours des trois premiers trimestres de l'exercice. Le chiffre actuel pour la marque cette année est de 2,24 millions de véhicules vendus, contre 1,88 million pour la même période en 2022. Le chiffre d'affaires progresse de 22 % en glissement annuel (Q1-Q3 2023 : 63,40 milliards d'euros ; Q1-Q3 2022 : 52,03 milliards d'euros).

ŠKODA Auto affiche une croissance continue au cours des trois premiers trimestres de l'année et enregistre des résultats positifs pour tous ses indicateurs clés de performance. À 1,26 milliard d'euros, le résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles (éléments non récurrents) progresse de 47,2 % en glissement annuel. La rentabilité opérationnelle atteint 6,4 % (2022 : 5,6 %). La solide progression des ventes en volume du modèle tout électrique de la marque Enyaq (+47,6 %) a largement contribué à cette

BRAND GROUP CORE - #ONE TEAM



évolution positive. ŠKODA a livré 777 500 véhicules dans le monde (+20,5 %) au cours de la période considérée.

Avec 454 300 véhicules vendus, **SEAT/CUPRA** affiche une forte hausse de 36,5 % de ses ventes sur la période de janvier à septembre 2023. À 501 millions d'euros, le résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles (éléments non récurrents) augmente de 512 millions d'euros en glissement annuel. La rentabilité opérationnelle est de 4,6 % (2022 : -0,1 %). Le chiffre d'affaires passe à 10,84 milliards d'euros, un chiffre en hausse de 38,6 % en glissement annuel. L'entreprise a ainsi réalisé son meilleur troisième trimestre.

L'activité de **Volkswagen Véhicules Utilitaires (VWU)** a également continué à évoluer positivement au cours du troisième trimestre de l'année en cours. Les ventes ont augmenté de 32,0 % en volume par rapport à la même période de l'année précédente pour atteindre 312 600 véhicules vendus (236 800 en 2022). Toutes les régions du monde où Volkswagen Véhicules Utilitaires opère enregistrent une croissance en glissement annuel. Les livraisons du modèle 100 % électrique de la marque, l'ID. Buzz, ont augmenté régulièrement au cours de l'année, ce qui a permis à Volkswagen Véhicules Utilitaires de faire passer la part des véhicules électriques à batterie (BEV) dans les ventes à 6,5 % au cours du troisième trimestre 2023. Le chiffre d'affaires augmente de 40,0 %, à 11,10 milliards d'euros (2022 : 7,96 milliards d'euros) grâce à l'évolution positive du nombre de véhicules livrés et de véhicules vendus (volume de ventes). Le résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles (éléments non récurrents) progresse à 672 millions d'euros grâce à la poursuite des efforts entrepris pour une meilleure maîtrise des coûts et des gains d'efficacité. Il augmente ainsi de 88,4 % en glissement annuel (356 millions d'euros). De même, la rentabilité opérationnelle progresse à 6,0 %, un chiffre en nette hausse en glissement annuel (2022 : 4,5 %).

BRAND GROUP CORE - #ONE TEAM



Volkswagen Group France

Responsable Communication Groupe

Contact : Leslie Peltier

Téléphone : 06 60 32 49 20

E-mail : leslie.peltier@volkswagen.fr | <https://media.volkswagen.fr/>

À propos de Volkswagen Group

Sis à Wolfsburg (Allemagne), Volkswagen Group compte parmi les principaux acteurs du secteur automobile dans le monde. De dimension mondiale, le Groupe possède 119 sites de productions implantés dans 19 pays européens et 10 pays d'Amérique du Nord et du Sud, d'Asie et d'Afrique. Les effectifs de l'entreprise sont de près de 676 000 salariés. Les véhicules construits par le Groupe sont commercialisés dans plus de 150 pays.

Fort d'un vaste portefeuille, de marques solides, de technologies de pointe mises en œuvre à une échelle industrielle, d'idées novatrices aptes à générer des bénéfices et d'un management orienté sur le développement du modèle d'activité, Volkswagen Group entend œuvrer à l'avenir de la mobilité par des investissements dans des véhicules électriques et autonomes, dans la digitalisation et dans la durabilité.

En 2022, le nombre total de véhicules livrés aux clients par le Groupe était de 8,3 millions (2021 : 8,9 millions). En 2022, le chiffre d'affaires consolidé était de 279,2 milliards d'euros (2021 : 250,9 milliards d'euros), pour un résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles de 22,5 milliards d'euros (2021 : 20,0 milliards d'euros).

À propos du groupe de marques Core

Les marques entrant dans le périmètre d'activité de Volkswagen Group sont réparties entre différents segments, appelés groupes de marques (Brand Groups Core). Ces groupes de marques sont désignés comme suit : Core, Progressive, Sport Luxury et Trucks. Le segment Core regroupe les marques sœurs Volkswagen, ŠKODA, SEAT/CUPRA et Volkswagen Véhicules Utilitaires. Ces marques coopèrent ensemble et s'attachent à exploiter les synergies entre elles. Par la standardisation et la rationalisation des processus et la mutualisation des ressources, les marques du segment Core entendent améliorer leur efficacité et créer les conditions pour assurer un développement coordonné et durable de produits de qualité sur les segments de marché sur lesquels elles opèrent. Regroupant les marques à fort volume de Volkswagen Group, le segment Core entend dégager une rentabilité opérationnelle consolidée de 8 % en définissant des domaines d'action clairement définis communs aux différentes marques.