

Renforcement des compétences technologiques et diminution des coûts : Volkswagen Group passe à l'offensive en Chine.

- « In China, for China » – Avec sa nouvelle stratégie pour la Chine, axée sur le marché local et orientée vers les clients, Volkswagen Group entend dynamiser la création de valeur locale. Le renforcement des capacités de développement et de conception de logiciels en interne ainsi que les partenariats sur le territoire chinois permettront de proposer de nouveaux produits basés sur des technologies de pointe.
- Parité des coûts avec la concurrence chinoise – Le groupe Volkswagen entend réduire ses coûts de 40 % grâce à sa plateforme locale CMP (*China Main Platform*). Développée spécifiquement pour la Chine, elle constitue la pierre angulaire pour atteindre la parité des coûts avec la concurrence locale sur le segment des véhicules électriques (BEV) compacts, pour lequel le positionnement prix est un facteur décisif.
- Acteur majeur de la construction automobile à l'international – Le groupe Volkswagen vise un résultat opérationnel proportionnel (au prorata de l'intégration des coentreprises locales au périmètre de consolidation) de près de 3 milliards d'euros d'ici 2030, en incluant la coentreprise Anhui intégralement consolidée.
- Position unique – La solidité du marché des véhicules équipés de moteurs à combustion interne (ICE) constitue une base extrêmement rentable pour la transition vers les véhicules connectés intelligents (ICV).
- Exploitation de nouvelles sources de revenus – La création d'un portefeuille de produits spécifiques à la Chine, sur le marché en plein essor des véhicules hybrides et électriques (véhicules à énergie nouvelle - NEV), permet de générer une croissance rentable.
- Oliver Blume, CEO de Volkswagen Group : « La Chine est notre second marché de prédilection. Nous poursuivons avec détermination le déploiement de notre stratégie et passons à l'offensive en nous concentrant sur les attentes de nos clients chinois et sur une introduction rapide de nos produits sur le marché. Parallèlement, nous œuvrons à l'émergence de technologies d'avenir, améliorons notre efficacité par une meilleure maîtrise des coûts et renforçons nos partenariats locaux. »

Wolfsburg / Pékin, le 24 avril 2024 – Volkswagen entame une nouvelle phase de sa transformation en Chine. À l'occasion de sa journée locale destinée aux investisseurs et à la

VOLKSWAGEN GROUP

presse économique (Capital Markets Day), à Pékin, le Groupe a présenté une nouvelle mouture de sa stratégie pour le marché chinois. Objectif : renforcer ses compétences technologiques et réduire les coûts dans un contexte de forte croissance. Volkswagen entend atteindre une parité des coûts avec ses concurrents locaux d'ici 2026 sur le segment des véhicules compacts, et s'appuyer sur la refonte de sa stratégie et sur un programme d'efficience, d'ores et déjà en place, pour donner un nouvel élan à ses activités. En outre, l'entreprise a réaffirmé son engagement « in China, for China » à travers des mesures qui lui permettront de mieux répondre aux besoins de ses clients locaux, d'accélérer le développement et la commercialisation de nouveaux modèles, et de réduire considérablement ses coûts. De nouvelles capacités de développement en interne et de solides partenariats de proximité lui permettront également de mieux exploiter la capacité d'innovation de ce marché afin de dynamiser la création de valeur locale. Le Groupe entend ainsi renforcer sa position de numéro 1 des constructeurs internationaux en Chine. Il s'est fixé des objectifs ambitieux pour 2030 : près de 4 millions de véhicules vendus et une croissance du résultat opérationnel proportionnel (au prorata de l'intégration des coentreprises locales au périmètre de consolidation) de près de 3 milliards d'euros d'ici 2030, en incluant la coentreprise Anhui intégralement consolidée.

« Ces 40 dernières années, nous avons consolidé nos activités en Chine, avec un franc succès. Ce marché est très important pour nous, et il le restera. Aujourd'hui, près de 50 millions de nos véhicules circulent sur les routes chinoises, et nous réalisons le tiers de nos ventes internationales sur ce territoire. En conséquence, nous sommes fiers de considérer la Chine comme notre second marché de prédilection », a déclaré Oliver Blume, CEO du groupe Volkswagen, à l'occasion de la journée des marchés financiers à Pékin. « À l'avenir, nous poursuivrons avec détermination le déploiement de notre stratégie "in China, for China". Le cap est fixé, et nous avons la ferme intention de tirer davantage parti de la dynamique de croissance à l'œuvre à compter de 2026. Pour cela, nous nous attacherons à mettre en application cette stratégie de manière cohérente, à renforcer notre orientation client et à accélérer le développement de nouveaux modèles. Avec l'appui de nos partenaires, nous améliorons également notre compétitivité technologique et diminuons considérablement les coûts. »

Objectif : parité des coûts avec les concurrents chinois sur le segment des véhicules électriques compacts

À travers sa stratégie, Volkswagen vise la parité des coûts avec la concurrence locale d'ici 2026 sur les véhicules compacts d'entrée de gamme. Ce segment devrait en effet représenter plus de 50 % du marché à l'avenir.

Afin de tirer le meilleur parti de cette croissance, le groupe étoffera son portefeuille de modèles entièrement électriques sur le segment des véhicules compacts de la marque Volkswagen. À cette fin, il s'appuiera sur sa

VOLKSWAGEN GROUP

plateforme CMP (*China Main Platform*), qui a vocation à réduire les coûts de 40 % d'ici 2026, grâce à l'architecture zonale électrique et électronique (E/E) développée en collaboration avec XPENG, mais aussi grâce à une technologie de batterie compétitive. En outre, la CEA (*China Electrical Architecture*) participera à standardiser l'architecture numérique pour une meilleure maîtrise des coûts. Sa mise en œuvre accélérera considérablement les activités de développement de la marque Volkswagen.

Sur le marché très dynamique de la Chine, Volkswagen se met ainsi en position de fournir plus rapidement des solutions innovantes à ses clients. En s'appuyant sur son nouveau centre de recherche et de développement, baptisé Volkswagen Group China Technology Company (VCTC), le groupe est en mesure de raccourcir de 30 % le délai de mise sur le marché des nouveaux produits destinés au marché local.

Cette structure, basée à Heifei, concentre l'intégralité des unités de développement et des processus décisionnels concernant les véhicules conçus pour la Chine. Elle limite ainsi le nombre d'interfaces entre les différents départements et renforce l'efficacité d'ensemble. La coordination se fait au sein d'un fuseau horaire unique, et se concentre sur le seul marché local. VCTC rassemble les activités de développement des véhicules et des composants, dès le début du processus, mais aussi la fonction Achats, les différents services opérant en simultané afin de gagner davantage de temps et d'optimiser la structure de coûts. Pour plus de compétitivité, des solutions locales seront utilisées en priorité, aussi bien à l'échelle des véhicules que des plateformes, modules et systèmes. Il pourra s'agir de modules « prêts à l'emploi » fabriqués par des fournisseurs locaux, si nécessaire, ou bien de technologies issues de diverses branches du groupe Volkswagen, lorsque ce choix se révélera pertinent.

Oliver Blume se montre confiant : « Grâce à ce surcroît d'efficacité et de rapidité, aux économies d'échelles qui en découlent et à une solide structure de coûts, Volkswagen reste rentable et continue de générer des revenus sur un marché pourtant exigeant. Dans le même temps, nous consolidons notre assise financière et notre capacité à financer des investissements d'avenir. »

Renforcement de la position concurrentielle du Groupe grâce à l'innovation et à des partenariats locaux

Le Groupe prend des mesures ciblées en vue de gagner en efficacité et pose les bases d'une croissance durable en Chine, notamment en renforçant son portefeuille de technologies et de logiciels, ses capacités de développement sur place et ses partenariats avec des entreprises et fabricants du secteur des technologies, notamment Horizon Robotics, Thundersoft et XPENG.

Volkswagen poursuit ainsi la transition numérique de son portefeuille de modèles, et ce grâce à l'architecture CEA (*China Electrical Architecture*) élaborée conjointement par VCTC, CARIAD Chine et le constructeur de véhicules électriques chinois XPENG. Le Groupe compte ainsi adapter ses technologies et services numériques aux tendances du marché, de manière à répondre plus rapidement et plus

VOLKSWAGEN GROUP

précisément aux attentes des clients locaux. Cette démarche implique de renforcer la place des logiciels dans son approche, mais aussi de promouvoir la création de fonctions ultra modernes de conduite automatique ou encore de connectivité nouvelle génération.

La Chine est à la pointe de l'innovation dans le domaine des véhicules autonomes : les systèmes de conduite de niveau 3 ou plus devraient en effet afficher un taux de pénétration du marché de 56 % d'ici 2030.

La position concurrentielle avantageuse de Volkswagen se reflète également dans des objectifs ambitieux, à moyen comme à long terme : le groupe compte augmenter son résultat d'exploitation proportionnel de manière à dépasser les 2 milliards d'euros d'ici 2027, avec un objectif fixé à 3 milliards d'euros pour la fin de la décennie. En Chine, il entend vendre 4 millions de véhicules d'ici 2030, ce qui correspond à une part de marché de 15 %. Dans ce même délai, un véhicule vendu sur 2 devra être doté d'une motorisation électrique.

« Volkswagen Group se concentre sur son approche "in China, for China" dans cette région. Cela implique un développement davantage local, de nouveaux partenariats technologiques et une mise en œuvre plus rapide. Simultanément, nous accélérons notre offensive électrique avec de nouveaux produits, sur de nouveaux segments. Nous exploitons ainsi les opportunités de ce marché en plein essor », résume Ralf Brandstätter, membre du Directoire pour la région Chine et CEO de Volkswagen Group China. « L'intégralité de nos projets et initiatives ont pour priorité absolue d'être rentables. Un programme d'efficacité couvrant toutes nos marques et une gestion cohérente des coûts nous permettront de renforcer durablement notre compétitivité sur le plan économique dans la région. La Chine contribuera ainsi largement au bénéfice généré par le groupe et alimentera sa trésorerie. »

Transformation technologique financée grâce aux modèles thermiques (ICE)

Les 40 ans de présence de Volkswagen sur le marché chinois constituent un socle de croissance solide. En effet, l'entreprise jouit d'une forte visibilité et s'est bien intégrée dans le paysage, gagnant la confiance des clients locaux.

Volkswagen prévoit de proposer des véhicules à la pointe de la technologie, dans tous les types de motorisation : à combustion, hybride rechargeable, électrique- et même, à l'avenir, véhicules connectés intelligents. Cette trajectoire de croissance est largement portée par l'engouement pour les véhicules électrifiés (véhicules à énergie nouvelle - NEV). Au cours des trois prochaines années déjà, le Groupe et ses différentes marques commercialiseront pas moins de 40 nouveaux modèles en Chine, dont la moitié seront électrifiés. Cette liste inclut, *a minima*, huit des véhicules électriques conçus pour la Chine en collaboration avec XPENG et SAIC, ainsi que des modèles de la marque Volkswagen basés sur la nouvelle plateforme CMP. D'ici 2030, plus de 30 véhicules électriques devraient être mis sur le marché.

VOLKSWAGEN GROUP

Volkswagen a la ferme intention de s'imposer durablement comme numéro 1 des constructeurs internationaux et de s'inscrire dans le top 3 du marché chinois. Cette ambition concorde avec la croissance attendue sur ce marché, caractérisée par plusieurs tendances clés qui pourraient bien générer de nouvelles sources de bénéfices dans l'industrie automobile au cours des prochaines années.

Le marché des véhicules particuliers devrait dépasser les 28 millions de véhicules par an à l'horizon 2030 – soit six à sept millions d'unités de plus qu'aujourd'hui. En outre, d'après les prévisions, le marché des véhicules électrifiés (NEV) représentera 75 % du marché environ à la fin de la décennie, soit une part trois fois plus importante qu'en 2023.

Le groupe Volkswagen entend exploiter ce potentiel en proposant un portefeuille mixte, constitué de véhicules à moteur thermique de haute technologie mais aussi, de plus en plus, des véhicules électrifiés (NEV). Il pourra également utiliser ses véhicules thermiques, progressivement déclinés en version hybride, pour générer une marge élevée et financer les investissements nécessaires à la réalisation du prochain bond technologique, ouvrant ainsi la voie aux véhicules connectés intelligents.

Notez que le prochain événement organisé par Volkswagen, dans le cadre de sa série de journées thématiques des marchés financiers, se concentrera sur son groupe de marques « Core », constitué de Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA et Volkswagen Véhicules Utilitaires.

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 114 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 684 000 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 2023, le nombre total de véhicules livrés aux clients par le Groupe était de 9,2 millions (2022 : 8,3 millions). En 2023, le chiffre d'affaires consolidé était de 322,3 milliards d'euros (2022 : 279,1 milliards d'euros), pour un résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles de 22,6 milliards d'euros (2022 : 22,5 milliards d'euros).
