



---

# VOLVO CAR FRANCE

---

Communiqués

---

Date de publication    Nov 06, 2015 | ID: 168905

## LE LUXE SELON VOLVO CARS



Les marques de luxe les plus prestigieuses font actuellement face au plus grand défi de leur histoire. En effet, selon les conclusions préliminaires d'un nouveau rapport commandité par Volvo Cars au sujet de l'évolution du luxe, les attentes et perceptions des clients dans ce secteur se modifient plus rapidement que jamais.

Établi par l'agence leader en matière de tendance Kjaer Global, ce rapport se concentre sur l'évolution du luxe à travers les époques et fournira un nouvel éclairage concernant la transformation actuelle de Volvo.

Volvo Cars estime que la nature du luxe a changé au cours de la dernière décennie, passant de la possession de richesses à un déclin en termes de nouvelles expériences stimulantes. Le rapport, qui paraîtra en début d'année prochaine, indique que les marques de luxe les mieux établies font face à la nécessité de se renouveler. L'objectif consiste à symboliser de façon moderne le *luxe sans logo*, secteur au sein duquel les ventes de produits manufacturés de masse ont connu une forte baisse au profit de marques plus discrètes, réservées aux seuls initiés.

### **Une expérience du luxe**

*« Nous constatons le potentiel du "nouveau luxe" qui touche beaucoup de secteurs, non seulement l'industrie automobile, mais également la mode, les voyages, et bien d'autres produits et types de services. D'après le rapport, il est clair que de nombreuses marques établies vont devoir adopter, à moins de se retrouver mises à l'écart, un positionnement plus personnel, plus authentique, et davantage basé sur l'expérience client »,* a déclaré Björn Annwall, Vice-Président Senior en charge du Marketing, des Ventes et du Service chez Volvo Car Group.

Le rapport identifie plusieurs tendances clés telles que l'innovation en temps réel ; la connectivité et l'accessibilité à tout moment ; une demande croissante d'expertise, de savoir-faire, d'authenticité et de découverte – le tout orienté vers une expérience plus épanouissante. Une forte tendance dirigée vers ce que le rapport nomme *Femele Factor (Facteur féminin)* et *The Good Life (La belle vie)*, reflète une sensibilité grandissante concernant les choix de vie et l'équilibre personnel.

*« Nous sommes sur le point de lancer notre nouvelle berline premium S90 »,* a ajouté Björn Annwall. *« Nous pensons avoir intégré la nouvelle définition du luxe – mais nos clients seront les seuls juges. Volvo Cars a toujours adopté une approche différente. Nous avons continuellement envisagé le design et l'expérience de conduite dans son ensemble du point de vue du conducteur, et je pense que c'est ce qui fait toute l'intelligence de nos véhicules ».*

Le lancement récent du tout nouveau XC90, qui a récolté de nombreux éloges en termes de confort, de conception, et d'interactivité, a confirmé Volvo Cars dans sa position de constructeur premium de l'industrie automobile.

Le rapport complet sur l'évolution du luxe sera publié début 2016, conjointement avec la vision personnelle de Volvo Cars sur l'automobile de luxe moderne.

### **Volvo Car Group en 2014**

Au cours de l'exercice fiscal 2014, le résultat d'exploitation de Volvo Car Group a atteint 2,252 MSEK (230 millions d'euros), comparativement au 1,919 MSEK (203 millions d'euros) enregistré en 2013. Le chiffre d'affaires pour cette période s'élève à 129,959 MSEK (13,8 milliards d'euros), contre 122,245 MSEK (12,9 milliards d'euros) en 2013. Sur l'ensemble de l'année 2014, les ventes mondiales ont affiché 465 866 véhicules écoulés, soit une hausse de 8,9% comparativement à 2013. Ces ventes historiques couplées à un résultat d'exploitation record particulièrement encourageant, incitent Volvo Car Group à poursuivre ses investissements vers sa transformation à l'échelle mondiale.

## À propos de Volvo Car Group

Volvo existe depuis 1927. Aujourd'hui, Volvo est une des marques automobiles les plus connues et les plus respectées au monde, avec 465 866 véhicules vendus en 2014 dans une centaine de pays. Volvo Cars appartient à la société chinoise Zhejiang Geely Holding (Geely Holding) depuis 2010, et était rattaché jusqu'en 1999 au groupe suédois Volvo Group, lorsque la compagnie a été rachetée par l'américain Ford Motor Company. En 2010, Geely Holding a acquis Volvo Cars.

En décembre 2014, Volvo Cars comptait plus de 26 000 employés à travers le monde. Le siège social, le développement produit, le marketing et l'administration de Volvo Cars sont principalement situés à Göteborg, en Suède. Le siège de Volvo Cars en Chine se trouve à Shanghai. Ses principales usines de production de voitures se situent à Göteborg (Suède), Gand (Belgique), et Chengdu (Chine) ; les moteurs sont fabriqués à Skövde (Suède) et Zhangjiakou (Chine), et les éléments de carrosserie à Olofström (Suède).

## Images liées



ES ▶

