

Grâce à une hausse des ventes

SEAT affiche un bénéfice pour la première fois depuis 2008

- / Un bénéfice net de 6 millions d'euros
- / La compagnie publie un revenu de 8,3 milliards d'euros, le chiffre le plus important de son histoire, deux fois plus important que celui de 2009
- / SEAT a généré un EBITDA de 400 millions d'euros et le cash-flow d'exploitation a augmenté de 50%
- / Les investissements de SEAT et les dépenses en R&D ont totalisé 586 millions d'euros, 28% plus que l'année précédente
- / SEAT élargira sa gamme SUV avec un crossover en 2017, totalement développé et fabriqué à Martorell

Martorell, 16/03/16. - SEAT a investi l'année dernière dans un projet majeur dans le but d'atteindre une rentabilité durable. La compagnie a clôturé l'année 2015 avec un bénéfice net de 6 million d'euros, comparé à la perte de 66 million d'euros en 2014. La hausse des ventes et un mix produit avec une meilleure marge de contribution ont été les deux principaux moteurs de ce changement.

SEAT a affiché un chiffre d'affaire de 8,3 milliards d'euros, 11% plus que l'année précédente. Il s'agit du meilleur résultat de l'histoire de la marque et le double par rapport à 2009. Le bénéfice par véhicule a augmenté de 3,5%

« Le progrès de SEAT en 2015 est double : Non seulement nous avons obtenu un résultat positif pour la première fois depuis 2008, mais nous l'avons atteint dans une année pleine de défis. Nous suivons la stratégie adéquate qui nous permet d'assurer une rentabilité à long terme. Nous nous attendons à un futur optimiste grâce l'arrivée de nouveaux produits et à l'intégration de nouvelles technologies, que ce soit au niveau de la mobilité comme au niveau de la connectivité », a déclaré Luca De Meo, Président du comité exécutif de SEAT S.A., durant la présentation des résultats annuels de 2015.

La hausse des ventes pour la troisième année consécutive, franchissant la barre des 400.000 véhicules en un an, a été le résultat de la récupération des marchés du sud de l'Europe comme l'Espagne ou l'Italie, de la croissance en Allemagne pour la cinquième année consécutive (le plus important marché pour SEAT) et du succès de la marque au Mexique.

La hausse permanente des ventes de LEON et IBIZA, totalisant respectivement 160.900 (+4,4%) et 150.600 (+2,4%) livraisons en 2015, une forte augmentation des ventes de Alhambra (+17,2%), et le succès de l'Audi Q3 ont été bénéfiques pour le volume comme pour les revenus de SEAT, qui ont augmenté pour la sixième année consécutive.

La croissance de l'activité commerciale a permis à SEAT de répondre à l'augmentation des

dépenses en publicité et marketing afin de renforcer la notoriété de la marque, à la hausse des frais du personnel et l'augmentation de la rémunération des employés et une hausse considérable des investissements et des dépenses dans la R&D pour le lancement de nouveaux modèles, ainsi que le travail pour adapter la ligne 1 à Martorell à la plateforme MQB A0. En 2015, SEAT a dépensé 586 millions d'euros en investissements et en R&D, 28% de plus que l'année précédente. Sur les cinq dernières années, les efforts d'investissements de SEAT ont totalisé près de 2,7 milliards d'euros.

Globalement, le résultat opérationnel a augmenté de 96% et se place à -7 millions d'euros par rapport au -167 de l'année passée.

SEAT a augmenté sa capacité à générer du bénéfice à travers son activité de base. La compagnie a amélioré son EBITDA (gains avant intérêts, taxes, dévalorisation et amortissement) de 30% pour atteindre les 391 millions euros, et a augmenté le cash-flow opérationnel de près 50% jusqu'à atteindre les 781 millions d'euros. Le Vice-président chargé des finances, de l'informatique et de l'organisation Holher Kintscher a souligné que **« SEAT continue d'améliorer sa capacité à générer ses propres ressources avec lesquelles elle autofinance les investissements et consolide la compagnie d'un point de vue financier. Après plusieurs années d'amélioration, l'année passée a été une vraie étape dans le chemin vers la rentabilité durable »**.

Emploi

La hausse des ventes et de la production ont permis la création de 350 nouveaux emplois dans tout le groupe SEAT, dont 100 ingénieurs au centre technique, qui a célébré ses 40 ans l'année dernière, ainsi que 48 jeunes diplômés de l'école de formation professionnelle de la marque. Au total, l'entreprise a dédié l'année dernière 14 millions d'euros à des programmes de formations pour ses employés.

Futur

SEAT compte prolonger sa croissance en 2016 et pourra compter sur le lancement de l'ATECA, le premier SUV de la marque, récemment présenté au salon de l'automobile de Genève. Ce nouveau modèle a été entièrement créé au centre technique SEAT et sera commercialisé dès l'été prochain.

L'ATECA n'est que le commencement de l'offensive produit la plus ambitieuse de l'histoire de SEAT. La compagnie va intensifier son engagement sur le segment des SUV et en 2017 rajoutera un nouveau modèle avec le lancement d'un petit crossover tout-terrain qui sera développé et fabriqué à Martorell.

« C'est une excellente nouvelle, que ce soit pour la marque ou pour notre principale usine car c'est le segment dont la progression est le plus rapide et cela symbolise un pas important afin d'en faire le troisième plus grand pilier de la marque avec les gammes Leon et Ibiza. » a annoncé Luca De Meo.



L'entreprise veut devenir une référence dans l'industrie automobile dans le domaine de la connectivité et a d'ores et déjà de puissantes alliances avec des leaders dans le domaine de la technologie comme le géant de téléphonie mobile Samsung ou encore SAP, leader dans les applications et les réseaux d'affaires ainsi qu'internet des objets (IdO).

La compagnie est en train d'avancer vers un niveau supérieur de la voiture connectée. SEAT est engagée à développer et à équiper ses voitures de la dernière technologie en matière de connectivité, qui soit sûre pour les conducteurs et pour les données.

Dans ce sens, les voitures de la gamme SEAT CONNECT sillonnent déjà sur les routes européennes depuis l'été 2015 avec le lancement de la nouvelle IBIZA. La version CONNECT est disponible sur l'ensemble de la gamme SEAT et représente 15% des ventes depuis son lancement en juin 2015.

La présence de SEAT au Mobile World Congress pour la deuxième année consécutive, avec Samsung, SAP et Accenture, est une preuve claire de l'engagement de SEAT pour la connectivité.

(*) SEAT prépare ses déclarations financières en fonction du plan comptable général espagnol, sans inclure ses filiales. Volkswagen Group applique des normes de comptabilité internationales (IAS/IFRS) et consolide les chiffres de la marque SEAT.

SEAT est la seule compagnie qui conçoit, développe, fabrique et commercialise des voitures en Espagne. Intégrée au Groupe Volkswagen, la multinationale a son siège à Martorell (Barcelone), exporte plus de 80% de ses véhicules et est présente dans plus de 75 pays. En 2015, le chiffre d'affaire de SEAT a atteint plus de 8,3 milliards d'euros, le chiffre plus élevé de son histoire, et les ventes mondiales ont dépassé les 400.000 unités, pour la première fois depuis 2007.

Le Groupe de SEAT compte plus de 14.000 professionnels et dispose de trois centres de production: Barcelone, El Prat de Llobregat et Martorell, où elle fabrique les grands succès : Ibiza et Leon. En outre, l'entreprise produit l'Alhambra au Portugal, la Mii en Slovaquie et la Toledo en République Tchèque.

La multinationale dispose d'un centre technique configuré comme une plaque tournante de la connaissance qui regroupe 1.000 ingénieurs visant à promouvoir l'innovation d'un des plus grand investisseur industriel dans la R&D en Espagne. Dans le cadre de son engagement pour la protection de l'environnement, SEAT développe son activité sur le développement durable, à savoir la réduction des émissions de CO2 et l'efficacité énergétique.