



17 mars 2021

Volkswagen pose les bases du succès en 2021

- Volkswagen a consacré environ 2,7 milliards d'euros aux futures technologies en 2020, une année marquée par la pandémie de COVID-19
 - L'entreprise pourra ainsi franchir les premières étapes de sa stratégie ACCELERATE en 2021
 - Essor majeur de l'électro-mobilité : plus de 450 000 véhicules électriques seront livrés en 2021, plus du double du résultat de 2020
 - Le business model 2.0 franchira un premier palier cet été : le lancement des ventes de voitures en ligne et les essais menés sur des modèles d'abonnement avec des services optionnels ouvriront la voie à des revenus supplémentaires
 - Perspectives pour 2021 : hausse prévue des livraisons, du chiffre d'affaires et du bénéfice par rapport à l'année précédente ; marge d'exploitation entre 3% et 4%
 - Ralf Brandstätter, Président du Directoire de Volkswagen : « Nous avons parfaitement géré la pandémie de coronavirus grâce à une stricte discipline de coûts et à de solides performances des ventes. Cela nous a permis de continuer notre transformation en dépit des conditions qui ont prévalu au cours de cette année exceptionnelle. »
-



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

Volkswagen a une fois encore largement investi dans les futures technologies à hauteur de 2,7 milliards d'euros pendant une année 2020 marquée par la pandémie de COVID-19. La marque pose ainsi les bases d'un démarrage réussi pour sa nouvelle stratégie ACCELERATE. Les premières étapes seront franchies cette année. Volkswagen prévoit un essor majeur de l'électro-mobilité avec plus de 450 000 véhicules électriques livrés en 2021, soit plus du double du résultat de l'année 2020. La digitalisation continue à s'accélérer et Volkswagen proposera son business model 2.0 aux premiers clients avant l'été prochain : des essais portant sur des modèles d'abonnement et des fonctions supplémentaires en option débiteront dans six villes allemandes. La marque s'attend également à ce que cela génère des centaines de millions d'euros de chiffre d'affaires dans les années à venir. Les ventes de véhicules en ligne débiteront également cet été.



« Nous avons géré avec succès la pandémie de coronavirus. Après un premier semestre difficile, nous avons compensé avec une stricte discipline de coûts et de solides performances de vente. Volkswagen affiche un bénéfice d'exploitation de 454 millions d'euros avant éléments exceptionnels, ce qui signifie que l'entreprise est restée rentable en cette année de crise. Même en cette période exceptionnellement difficile, nous avons ainsi pu continuer à investir largement dans l'avenir. Cela nous a permis de conserver la liberté d'action dont nous avons besoin pour poursuivre avec vigueur notre transformation, en dépit de toutes les difficultés auxquelles nous sommes confrontés. Nous pourrions ainsi continuer à aller de l'avant dans la réalisation de notre nouvelle stratégie ACCELERATE en 2021 », indique Ralf Brandstätter, Président du Directoire de la marque Volkswagen Véhicules Particuliers.

La discipline en matière de coûts et d'investissement atténue les effets de la pandémie de coronavirus



Pour contrer les effets négatifs de la pandémie de COVID-19, Volkswagen a appliqué de nombreuses mesures supplémentaires de réduction des coûts l'année dernière. L'entreprise a ainsi diminué ses frais fixes d'environ 1 milliard d'euros par rapport à l'année précédente.

Cette stricte gestion des coûts a pleinement porté ses fruits au troisième et surtout au quatrième trimestre. Le bénéfice d'exploitation de 1,4 milliard d'euros généré au quatrième trimestre est largement supérieur à celui enregistré à la même période en 2019. En outre, en alignant strictement la production sur la demande des clients, il a été possible de réduire la valeur nette des stocks de 10% par rapport à l'année précédente. Malgré les impacts de la pandémie de COVID-19, le cash-flow net est globalement positif. Le chiffre d'affaires atteint 71,1 milliards d'euros (2019 : 88,4 milliards d'euros), avec 5,3 millions de véhicules livrés (2019 : 6,3 millions). L'entreprise a pu maintenir ou même accroître ses parts de marché dans toutes les principales régions du monde.

Seule une stricte gestion des coûts lui a permis d'investir largement dans l'avenir. « La préservation de notre liberté financière a été un facteur de réussite crucial en 2020, une année tout à fait exceptionnelle. Nous avons soigneusement analysé tous nos projets et établi une stricte liste de priorités. Les bonnes performances du deuxième semestre montrent que les mesures prises étaient judicieuses », note Alexander Seitz, Directeur Financier de Volkswagen.

Accélération de la digitalisation : premières étapes avec des modèles d'abonnement et l'achat en ligne

Avec sa nouvelle stratégie ACCELERATE, Volkswagen franchira des étapes importantes en 2021 au niveau des ventes digitales et du développement de business models fondés sur les données, sans oublier l'intensification de l'électro-mobilité.

Cet été, Volkswagen va mener des opérations pilotes sur un modèle d'abonnement pour l'ID.3¹ dans six villes allemandes. Ces projets pilotes permettront de tester l'acceptation de la facturation basée sur l'utilisation et de fonctions optionnelles telles que des services de navigation. Condition préalable essentielle à la réussite des fonctions digitales supplémentaires : Volkswagen deviendra le seul constructeur généraliste à fournir des mises à jour « over-the-air » toutes les 12 semaines pour l'ID.3 et l'ID.4², à compter de l'été prochain. À l'avenir, l'entreprise prévoit de générer des recettes supplémentaires à hauteur de centaines de millions d'euros sur la durée de vie des véhicules.

Volkswagen franchira également une étape dans la vente en ligne cette année : les clients peuvent déjà, à compter de cette semaine, préparer les principales étapes de l'achat en ligne de leur ID.3 ou ID.4, avant de finaliser le processus d'achat chez leur distributeur local. À partir de l'été prochain, ils pourront réaliser l'intégralité du processus d'achat des véhicules de la famille ID. en ligne, de la configuration jusqu'à la signature du contrat.

Volkswagen deviendra ainsi un des premiers constructeurs automobiles à permettre à ses clients en Allemagne d'acheter leurs véhicules électriques entièrement en ligne.



L'été prochain également, en association avec ses Distributeurs, Volkswagen ouvrira une place de marché digitale pour les véhicules en stock et les véhicules d'occasion. Les clients pourront faire leur choix parmi une large gamme et acheter leur véhicule en ligne. La vente en ligne sera ensuite déployée progressivement dans les marchés européens. Les Distributeurs continueront toutefois à jouer un rôle essentiel dans le processus de vente en ligne et à faire le lien avec les clients.

Volkswagen accélère sa campagne électrique

Les premiers ID.4 seront livrés aux clients dans de nombreux marchés européens avant la fin du mois de mars. Fin février, 23 500 commandes avaient déjà été reçues pour ce modèle en Europe. Cette année, Volkswagen ajoutera également l'ID.4 GTX à transmission intégrale³, l'ID.5 coupé³ et l'ID.6 X/CROZZ³ pour le marché chinois.

Ces modèles supplémentaires permettent à l'entreprise d'augmenter rapidement ses volumes de véhicules électriques et d'étendre l'utilisation de la MEB au monde entier. « Nous montrons ainsi une nouvelle fois que la marque Volkswagen est le leader de la modularité au sein du Groupe. Environ 80% du volume du Groupe est déjà basé sur la technologie de Volkswagen », explique Ralf Brandstätter. Volkswagen prévoit de livrer quelque 300 000 véhicules basés sur la MEB cette année, ainsi qu'environ 150 000 véhicules hybrides.

L'entreprise a pris un bon départ : au cours des deux premiers mois de 2021, 15 500 véhicules électriques ont été livrés dans le monde malgré les restrictions liées à la pandémie de COVID-19, soit une hausse de 51% par rapport à la même période en 2020. En ce qui concerne les motorisations hybrides, 16 300 véhicules hybrides rechargeables ont été livrés, soit une hausse de 174% dans le monde.

Perspectives pour 2021 : retour à une croissance rentable

À l'avenir, Volkswagen va continuer à mettre résolument l'accent sur l'efficacité afin de financer ses futurs investissements dans l'électrification et la digitalisation à hauteur de 16 milliards d'euros d'ici 2025. Pour cela, l'entreprise a défini quatre leviers. En s'appuyant sur les succès obtenus l'année dernière, l'objectif est d'atteindre une réduction de 5% des frais fixes d'ici 2023. Des mesures telles que le gel des effectifs sur la base du mois de janvier 2021, combiné à des accords de retraite partielle conformément aux directives signées avec le Comité d'Entreprise, permettront d'atteindre cet objectif. L'entreprise souhaite également améliorer la productivité des usines de 5% par an, réduire les coûts de matériel de 7% et améliorer durablement la rentabilité dans les régions. Malgré la crise du coronavirus, Volkswagen est en bonne voie pour atteindre l'équilibre aux États-Unis et en Amérique du Sud dès cette année.

L'entreprise prévoit une forte hausse des livraisons au cours de l'année et vise également une amélioration significative du chiffre d'affaires par rapport à 2020. La marge d'exploitation devrait se situer entre 3% et 4% en 2021. « Malgré les contretemps liés à la pandémie de coronavirus, nous continuerons à travailler à la réalisation de notre objectif de 6% de marge en 2023 », ajoute Alexander Seitz.



Ce résultat dépend toutefois de l'évolution de la pandémie de COVID-19 sur les principaux marchés de l'entreprise, ainsi que de la disponibilité des semi-conducteurs.

1) ID.3 : consommation d'énergie (cycle mixte) en kWh / 100 km (NEDC) : 17,7 - 14,5 ; Émissions de CO2 (cycle mixte) en g / km : 0 ; classe d'efficacité : A +

2) ID.4 : consommation d'énergie en kWh / 100 km (NEDC) : cycle mixte 16,9-15,5 ; Émissions de CO2 en g / km : 0 ; classe d'efficacité : A +.

3) ID.4 GTX, coupé ID.5, ID.6 X/CROZZ : Ces véhicules ne sont pas disponibles à la vente.

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 2020, Volkswagen a livré 5,3 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'électromobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
