

Le groupe de marques Core affiche de solides résultats ; les résultats de la marque Volkswagen grevés par des incidences exceptionnelles

Le groupe de marques Core (Brand Group Core - BGC), qui regroupe les marques à fort volume de Volkswagen Group, affiche un résultat opérationnel de 1,54 milliard d'euros au titre du premier trimestre 2026. Le chiffre d'affaires s'établit à 34,9 milliards d'euros, et la rentabilité opérationnelle à 4,4 %. Le volume de ventes augmente modérément en glissement annuel, à 1,23 million de véhicules. Les résultats du groupe de marques Core ont été portés par l'optimisation du coût des produits et une gestion rigoureuse des coûts.

La baisse du volume de ventes en Chine et aux États-Unis a été compensée, ce qui atteste de la pertinence des mesures d'efficacité mises en œuvre au sein du groupe de marques.

Le mix produits défavorable et l'application de droits de douane à l'importation ont eu une incidence négative sur l'activité de la marque Volkswagen. Au premier trimestre, le résultat de la marque a surtout été grevé par les charges liées à l'arrêt de la production de l'ID.4 aux États-Unis. Škoda Auto enregistre une forte progression de son volume de ventes, de sa rentabilité opérationnelle et de son flux de trésorerie. La rentabilité opérationnelle de la marque s'établit à 8,3 %. La rentabilité opérationnelle de SEAT&CUPRA augmente à 1,2 %. Volkswagen Véhicules Utilitaires affiche une rentabilité opérationnelle en hausse, à 3,9 %. Le flux de trésorerie net, qui est de -53 millions d'euros au premier trimestre, témoigne de l'incidence saisonnière courante sur l'actif circulant net. L'activité opérationnelle continue de dégager un solide flux de trésorerie positif. Hors provisions pour dépréciation liée à un modèle de la marque Volkswagen, le groupe de marques Core continue sur sa lancée et entend poursuivre la mise en œuvre de ses programmes visant à améliorer sa rentabilité et à maîtriser ses coûts.

« Au premier trimestre, le groupe de marques Core peut se prévaloir d'une solide performance dans un environnement difficile. Hors charges liées à l'arrêt de la production de l'ID.4 aux États-Unis, l'activité opérationnelle est globalement satisfaisante et témoigne de nos progrès en matière de rentabilité et de discipline des coûts. Cependant, la rentabilité du groupe de marques est encore insuffisante pour pérenniser notre activité. Une gestion rigoureuse des coûts et une solide performance opérationnelle demeurent nos priorités. »

David Powels, CFO de la marque Volkswagen et du groupe de marques Core





Chiffres clés du groupe de marques Core (janvier - mars 2026)

Le **volume de ventes** du groupe de marques Core progresse à 1,23 million de véhicules (Q1 2025 : 1,22 million de véhicules)

Le volume de ventes enregistre une légère augmentation de 0,2 % en glissement annuel.

Le **chiffre d'affaires** baisse de 1,3 %, à 34,9 milliards d'euros (Q1 2025 : 35,3 milliards d'euros)

La baisse modérée du chiffre d'affaires s'explique par les conditions de marché difficiles. Le chiffre d'affaires de Škoda augmente fortement grâce à une solide performance sur le marché européen.

Le **résultat opérationnel** s'établit à 1,54 milliard d'euros (Q1 2025 : 1,12 milliard d'euros)

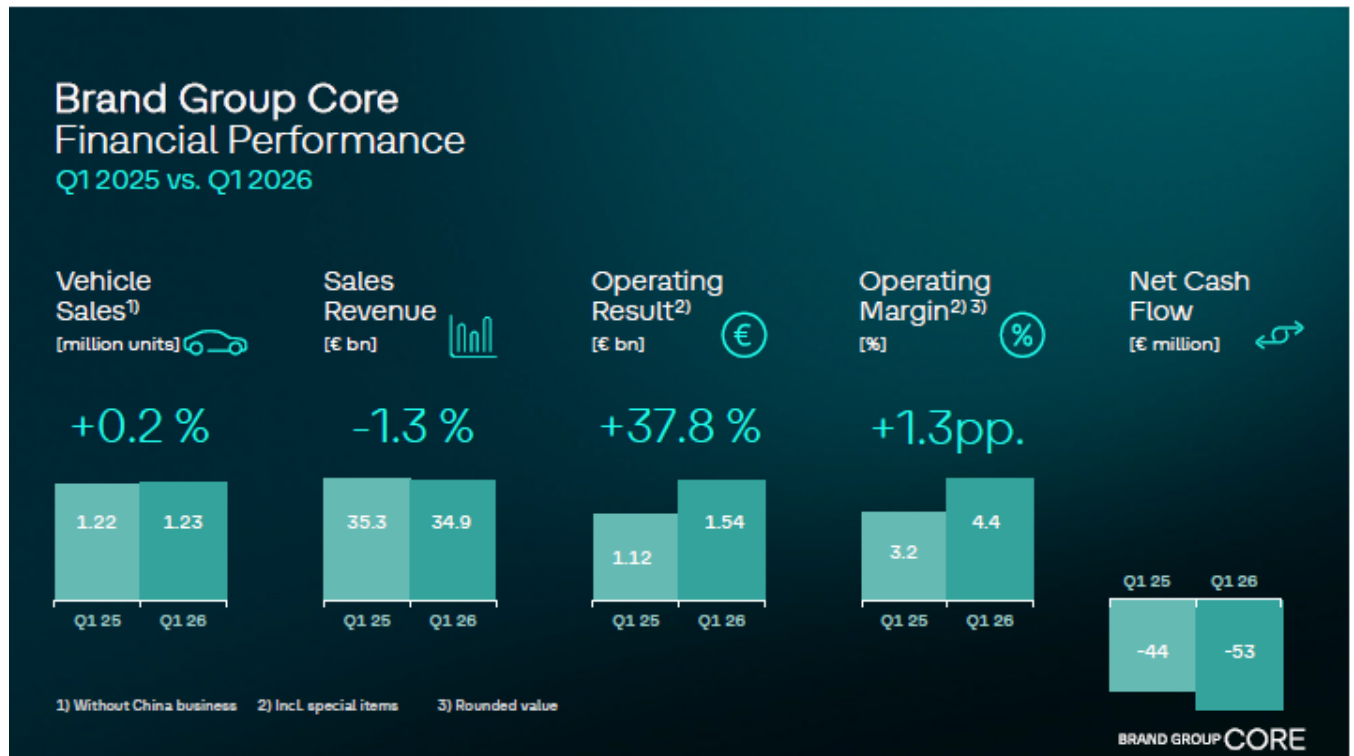
Le résultat opérationnel affiche une nette progression de 38 %. Les mesures d'efficacité produisent leurs effets.

La **rentabilité opérationnelle** du groupe de marques Core est de 4,4 % (Q1 2025 : 3,2 %)

La rentabilité opérationnelle, à 4,4 %, pâtit de l'augmentation des droits de douane à l'importation aux États-Unis, des coûts de restructuration et des charges liées à l'arrêt de la production de l'ID.4 aux États-Unis, mais enregistre une progression en glissement annuel. Hors coûts de restructuration et charges liées à l'arrêt de la production de l'ID.4, la rentabilité opérationnelle s'établirait à 6,3 %.

Le **flux de trésorerie net** diminue à -53 millions d'euros (Q1 2025 : - 44 millions d'euros)

Au premier trimestre 2026, le flux de trésorerie net est globalement stable en glissement annuel, à -53 millions d'euros. Ce chiffre illustre l'incidence saisonnière courante sur l'actif circulant net.



Perspectives

Le groupe de marques Core (Brand Group Core) poursuit sa stratégie visant à renforcer la collaboration intermarques et l'efficacité. Le nouveau modèle de pilotage global mis en œuvre en janvier 2026 a jeté les bases d'une organisation plus efficace et plus compétitive de l'activité. L'objectif global est d'accélérer les processus décisionnels, rationaliser les structures décisionnelles et renforcer la compétitivité du groupe de marques.

En 2026, le groupe de marques Core lancera quatre modèles électriques dans le segment des compactes. Ces modèles font partie de l'offre de citadines électriques « Electric Urban Car Family ». Sous la houlette de SEAT/CUPRA, deux modèles de la marque Volkswagen, un modèle CUPRA et un modèle Škoda ont été produits dans les usines espagnoles de Martorell et Pampelune.

Si les quatre modèles ont fait l'objet d'un développement conjoint, leur design, leur positionnement et leur cible client sont très différents. Ils montrent que le processus de mise à l'échelle ne se traduit pas nécessairement par des compromis pour les marques. La collaboration intermarques contribue au contraire à l'émergence d'une électromobilité à des prix abordables et à la création d'une identité de marque affirmée. La production conjointe de l'offre de citadines électriques « Electric Urban Car Family » devrait permettre d'exploiter des synergies à hauteur de 650 millions d'euros sur l'ensemble du cycle de vie du produit.



Communiqué de presse | 30 avril 2026

Volkswagen Véhicules Particuliers s'apprête à lancer la plus vaste campagne de lancement de modèles électriques de son histoire. L'année 2026 sera marquée par les premières mondiales de l'ID. Polo¹, l'ID. Polo GTI², l'ID. Cross³ et l'ID.3 GTI⁴, qui viendront rejoindre l'ID.3 Neo⁵, tout juste arrivée sur le marché. L'ID. Polo fera notamment figure de pionnier dans le segment des compactes en rendant l'électromobilité accessible au plus grand nombre. Tous les modèles seront basés sur la plateforme MEB+, la dernière évolution de la plateforme modulaire électrique. Cette technologie, traditionnellement réservée à des segments supérieurs, sera utilisée sur segment des citadines pour la première fois. La campagne de lancement de modèles témoigne d'une réorientation stratégique de la marque, qui entend démocratiser l'électromobilité en alliant qualité, valeur et compétence technique.

Aux États-Unis, Volkswagen a cessé de produire l'ID.4, le SUV 100 % électrique. L'usine de Chattanooga entend se concentrer sur la production de modèles thermiques à fort volume à l'instar du Volkswagen Atlas. Les charges afférentes, à hauteur de 0,5 milliard d'euros, sont liées à l'adaptation de la stratégie produit à l'évolution des conditions de marché locales.

Dans le même temps, le modèle d'activité Volkswagen Group a été repensé. Le nouveau programme 2030 tient compte des défis actuels dans un environnement en constante mutation. Le Groupe entend poursuivre la rationalisation de son portefeuille de produits, de ses structures et processus. Les plateformes et les technologies, qui constituent une différence non négligeable pour le client, concentrent notamment toutes les attentions. En outre, il importe de mieux définir les responsabilités entre les différents niveaux. Une meilleure répartition des compétences au sein du Groupe, des marques et des régions permet d'accélérer et de rationaliser la prise de décision. Les ressources seront affectées de manière rigoureuse dans les domaines où il est possible de renforcer la compétitivité et de créer de la valeur ajoutée pour le client.

Marques du groupe Core

Volkswagen Véhicules Particuliers



Au premier trimestre, Volkswagen Véhicules Particuliers a vendu un total de 715 984 véhicules à ses clients (hors Chine, y compris des véhicules produits par des tiers), un chiffre en baisse de 1,4 %, en glissement annuel. Les conditions de marché difficiles ont eu une incidence négative sur l'activité. Le chiffre d'affaires, à 19,9 milliards d'euros, recule de 6,3 % par rapport au premier trimestre 2025. Le résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles s'établit à 73 millions d'euros, un chiffre en baisse en glissement annuel (Q1 2025 : 112 millions d'euros). Ces chiffres s'expliquent par l'arrêt de la production de l'ID.4 sur le site de Chattanooga, l'application de droits de douane à l'importation aux États-Unis et les coûts de restructuration. La rentabilité opérationnelle est de 0,4 %. Hors incidences exceptionnelles, c'est-à-dire sans les coûts de restructuration et les charges liées à l'ID.4, la rentabilité opérationnelle de la marque Volkswagen s'établirait à 3,5 %.



« Les modèles T-Cross et Tayron ont rencontré un vif succès au premier trimestre. Avec nos nouveaux modèles ID., nous lançons une offre de véhicules d'entrée de gamme attractifs, des voitures authentiquement Volkswagen. Dans le même temps, la conjoncture sur le marché américain a une incidence nettement négative sur notre rentabilité et souligne la nécessité de poursuivre la mise en œuvre de mesures visant à maîtriser les coûts et à rationaliser les processus. »

David Powels, CFO de la marque Volkswagen et du groupe de marques Core

Volkswagen Véhicules Utilitaires



Au premier trimestre, Volkswagen Véhicules Utilitaires a livré 88 900 véhicules à ses clients, un chiffre en hausse de 10 % en glissement annuel. La part des véhicules 100 % électriques a à nouveau nettement augmenté. Le nouveau Transporter et l'ID.Buzz, dont les ventes ont fortement progressé en Europe, ont principalement contribué à cette croissance. Avec une part de marché de 21,9 %, Volkswagen Véhicules Utilitaires demeure le leader incontesté sur le marché des véhicules électriques à batterie (BEV). Le volume de ventes s'établit à 99 000 véhicules, un chiffre en baisse de 8 % en glissement annuel. Le chiffre d'affaires, qui a pâti de la baisse du volume de ventes, recule à 3,9 milliards d'euros (Q1 2025 : 4,1 milliards d'euros). Les progrès réalisés en matière de maîtrise des coûts ont eu une incidence positive sur le résultat opérationnel, qui augmente à 154 millions d'euros (Q1 2025 : 37 millions d'euros). La rentabilité opérationnelle s'établit à 3,9 % (Q1 2025 : 0,9 %).



« Au premier trimestre, nous pouvons nous féliciter d'une hausse des livraisons de 10 % dans un environnement difficile. Le lancement réussi de nouveaux modèles et l'évolution de nos véhicules électriques montrent que nous sommes sur la bonne voie. Nous continuerons à œuvrer à la maîtrise des coûts, à renforcer notre efficacité et à soutenir un développement stratégique pour augmenter fortement notre résultat opérationnel. »

Michael Obrowski

Membre du Directoire de Volkswagen Véhicules Utilitaires en charge des finances et des systèmes d'information (IT)

SEAT & CUPRA



Au premier trimestre 2026, SEAT & CUPRA affiche une croissance durable et

enregistre un résultat opérationnel de 43 millions d'euros, un chiffre en hausse de 38 millions d'euros en glissement annuel. Cette augmentation s'explique par une maîtrise rigoureuse des coûts des produits et des coûts indirects, par la poursuite de la mise en œuvre du programme de performance et par l'absence de droits de douane européens supplémentaires pour le CUPRA Tavascan. CUPRA continue sur sa lancée et enregistre son meilleur chiffre de livraisons sur un trimestre, avec 79 800 unités livrées. La marque a également réalisé un mois de mars record, avec 36 300 véhicules livrés. Cette performance permet d'envisager l'exercice avec confiance, notamment avec le lancement sur le marché du nouveau Cupra Born et la mise à jour du CUPRA Tavascan et de la CUPRA Raval dans les prochains trimestres.



« La performance enregistrée au premier trimestre témoigne de la résilience et de la détermination de SEAT & CUPRA. Dans un environnement extrêmement concurrentiel et dans des conditions de marché difficiles, nous affichons des résultats positifs grâce à notre programme de performance. Nos objectifs sont clairs. Nous entendons les atteindre en réduisant les coûts des produits ainsi que nos coûts fixes. Les résultats record enregistrés par CUPRA et les lancements prévus en 2026 nous permettent d'aborder l'exercice avec confiance. »

Patrik Andreas Mayer,
Membre du Directoire de la marque SEAT & CUPRA en charge des finances et des systèmes d'information (IT)

Škoda Auto



Au premier trimestre 2026, Škoda Auto poursuit la dynamique positive de ces dernières années. L'entreprise a vendu 314 611 véhicules, un chiffre en hausse de 13,9 %. Le chiffre d'affaires augmente de 9,1 %, à 7,9 milliards d'euros. Le résultat opérationnel progresse de 20,9 %, à 660 millions d'euros. Avec une rentabilité opérationnelle de 8,3 % (Q1 2025 : 7,5 %), Škoda Auto consolide sa position parmi les marques à forte rentabilité. La poursuite de la mise en œuvre du programme de performance « Next Level Efficiency+ » et le mix produits favorable ont fortement contribué à cette performance.



« La solide performance enregistrée au premier trimestre témoigne d'une discipline rigoureuse dans la gestion de notre activité. La forte augmentation du chiffre d'affaires s'accompagne d'une rentabilité solide, et atteste de l'efficacité de nos mesures. Le taux de rentabilité sur le chiffre d'affaires se maintient à un niveau très sain, et la nette hausse du flux de trésorerie net souligne la solidité de notre entreprise. Cette assise financière renforce notre résilience dans une phase de transformation majeure. Portée par les synergies à l'œuvre au sein de Volkswagen Group et du groupe de marques Core, la marque Škoda Auto a toutes les armes pour répondre aux défis auxquels elle sera confrontée à l'avenir. »

Holger Peters



Communiqué de presse | 30 avril 2026

Chiffres clés du groupe de marques Core :

Chiffres clés	Q1 2026	Q1 2025	Variation 2026/2025
Volume de ventes : nombre de véhicules vendus (en milliers) (y compris les véhicules produits par des tiers)	1 227	1 224	+ 0,2 %
Chiffre d'affaires	34 874 MEUR	35 340 MEUR	-1,3%
Résultat opérationnel	1 541 MEUR	1 118 MEUR	+37,8 %
Rentabilité opérationnelle	4,4 %	3,2 %	+1,3% point de pourcentage ¹⁾
Flux de trésorerie net	-53 MEUR	-44 MEUR	

1) Valeur arrondie

Chiffres clés des marques du groupe Core :

En milliers de véhicules / millions d'euros	Volume de ventes		Chiffre d'affaires		Résultat opérationnel		Rentabilité opérationnelle	
	2026	2025	2026	2025	2026	2025	2026	2025
Volkswagen Véhicules Particuliers	715 984 ¹⁾	726 267 ¹⁾	19 897	21 226	73	112	0,4 %	0,5 %
Volkswagen Véhicules Utilitaires	99 490	108 721	3 922	4 138	154	37	3,9 %	0,9 %
SEAT/CUPRA	155 725	158 238	3 677	3 895	43	5	1,2 %	0,1 %
Škoda Auto	314 611 ¹⁾	276 245 ¹⁾	7 921	7 259	660	546	8,3 %	7,5 %

1) Comprend les ventes aux sociétés commerciales, y compris des autres marques du Groupe

¹⁾ ID. Polo (155 kW) – consommation électrique en cycle mixte : 14,6-13,3 kWh/100 km ; émissions de CO₂ en cycle mixte : 0 g/km ; classe d'émissions de CO₂ : A

²⁾ ID. Polo GTI - Concept proche du modèle de série. Le modèle n'est pas encore proposé à la vente

³⁾ ID. Cross - Concept proche du modèle de série. Le modèle n'est pas encore proposé à la vente

⁴⁾ ID.3 GTI - Concept proche du modèle de série. Le modèle n'est pas encore proposé à la vente

⁵⁾ ID.3 Neo – consommation électrique en cycle mixte : 13,9-15,7 kWh/100 km ; émissions de CO₂ en cycle mixte : 0 g/km ; classe d'émissions de CO₂ : A



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. Ces groupes de marques sont désignés comme suit : Core, Progressive, Sport Luxury et Trucks. Fort d'un effectif de 200 000 salariés, le groupe de marques Core regroupe les marques sœurs Volkswagen (Véhicules Particuliers), ŠKODA, SEAT/CUPRA et Volkswagen Véhicules Utilitaires. Implantées sur plus de 20 sites dans le monde, les marques s'attachent à exploiter au mieux leurs synergies.

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.

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 111 sites de production implantés dans 16 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 663 000 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.

Le Groupe entend s'imposer comme le moteur de l'innovation technologique de l'automobile à l'échelle mondiale et rendre accessible les technologies de pointe au plus grand nombre, des véhicules grand public aux modèles les plus exclusifs.

En 2025, le nombre total de véhicules livrés aux clients par le Groupe était de 9,0 millions (2024 : 9,0 millions). En 2025, le chiffre d'affaires consolidé était de 321,9 milliards d'euros (2024 : 324,7 milliards d'euros) pour un résultat opérationnel de 8,9 milliards d'euros (2024 : 19,1 milliards d'euros).