

Webasto : une entreprise concentrée pendant cette période difficile

- Une croissance significative des ventes grâce à l'acquisition d'actions de partenaires de coentreprise
- Un niveau élevé d'investissement dans l'avenir
- Des développements positifs dans le domaine de l'électromobilité

Stockdorf / Munich - 19 mai 2020 - « L'affaiblissement de l'économie, la pression accrue sur les prix dans l'industrie automobile et les conflits commerciaux internationaux ont clairement laissé des traces dans nos chiffres d'affaires. Malgré cette situation, nous avons fait un grand pas en avant dans le développement de Webasto pour devenir également un partenaire mondial des systèmes innovants sur le marché de l'électromobilité », a expliqué le Dr Holger Engelmann, président du conseil d'administration de Webasto SE, lors de la conférence de presse annuelle du fournisseur automobile.

Au cours de l'année écoulée, le groupe Webasto a réalisé un **chiffre d'affaires** de 3,7 milliards d'euros. L'augmentation d'environ neuf pour cent par rapport à 2018 est principalement due à la prise de contrôle des actions restantes de la coentreprise sud-coréenne, Webasto Donghee, au printemps 2019. Comme prévu, cette acquisition ainsi que la poursuite des investissements élevés dans les nouvelles technologies ont conduit à une diminution notable d'Ebit¹. **La marge bénéficiaire** est passée de 5,9% (en 2018) à 2,9% (en 2019).

Contrairement à la tendance générale du marché, l'activité des **systèmes de toit** a augmenté de 11% en 2019 à 3,1 milliards d'euros. Avec 84%, cette unité commerciale représentait la plus grande part des ventes du groupe Webasto. Il y a eu une légère baisse des ventes des **solutions de chauffage et de climatisation**. Avec 575 millions d'euros (en 2018 : 594 millions d'euros), ce secteur de produits a contribué à 15% des ventes totales en 2019. Webasto a plus que doublé les ventes de **batteries et de système de recharge** par rapport à l'année précédente. Avec ceux-ci, l'entreprise a réalisé 43 millions d'euros (2018: 19 millions d'euros).

Malgré un net ralentissement économique, la Chine était à nouveau le marché national le plus important pour Webasto avec 35% des ventes. La part en **Asie** a atteint 46%. **L'Europe** représente 36% et **les Amériques** 18% des ventes. Le nombre **d'employés** du groupe Webasto dans le monde a augmenté modérément de 4% et totalisait environ 14 000 à la fin de 2019. L'augmentation des effectifs s'est principalement produite en Asie et en Europe.

Webasto a de nouveau investi massivement dans le développement durable en 2019. Les dépenses de **recherche et développement** de 318 millions d'euros ont été supérieures d'environ 17% à celles de l'année précédente, avec un accent mis sur les domaines de

¹ EBIT (Earnings Before Interest and Taxes) correspond en français à l'acronyme BAII pour Bénéfice Avant Intérêts et Impôts.

l'électromobilité, de l'ingénierie avancée pour les systèmes de toit, des projets clients innovants et du renforcement des compétences mécatroniques.

Le niveau **d'investissement** - à 405 millions d'euros l'année dernière - a dépassé de plus de 60% celui de 2018. La prise de contrôle complète de la coentreprise sud-coréenne représentait à elle seule environ 130 millions d'euros. Des investissements supplémentaires ont principalement été réalisés pour développer les machines et équipements dans les nouveaux domaines d'activité en Allemagne et en Chine.

Maîtriser la crise et saisir les opportunités futures

Après un premier trimestre difficile en 2020 avec une détérioration des ventes de 18% par rapport à l'année précédente et une marge bénéficiaire clairement négative - comme conséquence de la pandémie du Coronavirus Covid-19 - **Webasto n'ose pas fournir de prévisions fiables** pour l'exercice en cours à ce stade. « La production mondiale a été considérablement affectée et le pic de la crise n'a pas encore été atteint. Tout cela a au minimum de graves répercussions sur nos chiffres d'affaires au cours de l'année - mais très probablement également au cours de l'année à venir », a commenté Engelmann.

En raison de ces énormes défis, Webasto porte désormais une attention particulière aux activités de **gestion des coûts** dans tous les domaines. « Nous devons sécuriser notre champ d'action en tant qu'entreprise indépendante. Cela signifie : réduire les dépenses à court terme et optimiser les structures à long terme. Notre organisation nouvellement créée - mise en place l'année dernière - nous fournit une bonne base. Cela comprend la collaboration qui s'étend à travers les unités commerciales et au-delà des régions. Nous sommes ainsi en mesure d'identifier des synergies et de partager des capacités pour accroître notre efficacité », a expliqué Engelmann.

Cependant, dans la situation actuelle, il ne s'agit pas uniquement d'économies. Malgré des ressources limitées, Webasto continuera de suivre sa double stratégie de «renforcement»² (« strengthening ») et de «participation»³ (« participating ») pour renforcer sa position sur le marché. Engelmann a déclaré : « L'intensification de nos compétences et de notre gamme de produits en électromobilité commence à porter ses fruits. Depuis notre entrée réussie sur le marché en 2018 avec des solutions de recharge et des systèmes de batterie, nous avons remporté de nombreuses commandes de production en série, comme récemment auprès d'un fabricant scandinave de camions pour bornes de recharge murales et d'un constructeur automobile sud-coréen pour les batteries. »

Avec un total de plus de 22 milliards d'euros pour les dix prochaines années, le carnet de commandes de Webasto est bien rempli. La part du **carnet de commandes** pour les projets clients avec des solutions pour l'électromobilité représente 11%. Cela donne à Engelmann une raison d'être optimiste: « Dès que l'économie reprendra, nous continuerons notre croissance. En tant qu'entreprise familiale, Webasto dispose d'un ratio de fonds propres de 39%. Avec plus de 50 sites, nous sommes proches de nos clients dans le monde entier, connaissons très bien

² Sur les domaines d'activités « historiques » de la marque comme le chauffage par exemple.

³ Sur des domaines plus récents comme l'électromobilité par exemple.

les exigences de l'industrie et élargissons également nos compétences en matière de révolution numérique et de transformation. »

L'objectif de Webasto est de rester concentré dans ces périodes. « Nous sommes convaincus que nous maîtriserons la crise actuelle avec des employés qualifiés et un grand esprit d'équipe et que nous en sortirons encore plus forts. Nous continuerons d'investir et de façonner activement la mobilité de demain », a souligné Engelmann.

* * *

À propos de Webasto:

Le Groupe Webasto est un partenaire mondial de systèmes innovants pour de nombreux constructeurs automobiles et fait partie des 100 plus grands équipementiers du secteur. Le portefeuille produits de la société comprend une large gamme de systèmes de toit et de chauffage pour chaque type de véhicule et de motorisation, ainsi que des systèmes de batterie et des solutions de recharge. De plus, Webasto a une position forte sur le marché de la seconde monte en fournissant aux réseaux d'installateurs et aux clients finaux des solutions et des services personnalisés en matière de gestion thermique et d'électromobilité. En 2019, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 3,7 milliards d'euros et comptait près de 14 000 salariés dans plus de 50 sites (dont plus de 30 usines de fabrication). Le siège social de l'entreprise, fondée en 1901, est situé à Stockdorf près de Munich (Allemagne). Pour plus d'informations, veuillez visiter www.webasto-group / www.twitter.com/WebastoGroup