

Renforcement de la présence internationale: ŠKODA AUTO prend la direction stratégique du groupe de marques «Volume» dans la région de l'ANASE et étend ses activités au Moyen-Orient

- › **ANASE: ŠKODA AUTO prend la direction stratégique du groupe de marques Volume et exploite les potentiels de croissance pour le groupe Volkswagen**
- › **Viêt Nam: entrée sur le marché cette année; production CKD prévue pour 2024**
- › **Inde: marché clé pour les plans d'internationalisation de ŠKODA et du futur pôle d'exportation**
- › **Moyen-Orient: ŠKODA AUTO élargit ses activités commerciales et fait partie de NSC Audi Volkswagen depuis début février**
- › **La conquête de marchés de croissance dynamiques, élément central de la stratégie Next Level - ŠKODA 2030**

Mladá Boleslav, 21 mars 2023 - ŠKODA AUTO poursuit sa stratégie d'internationalisation: Le constructeur automobile tchèque prend la direction stratégique du groupe de marques Volume pour l'exploitation future de la région de l'ANASE et des potentiels de croissance pour le groupe Volkswagen. ŠKODA AUTO apporte son savoir-faire dans les segments d'entrée de gamme sensibles aux prix et exploite de manière ciblée les potentiels existants. En outre, l'entreprise est sur le point d'entrer sur le marché vietnamien: les véhicules seront importés dès cette année et produits sur place à partir de 2024 dans le cadre d'une fabrication Completely Knocked Down (CKD). L'Inde devient un pôle d'exportation pour le constructeur automobile tchèque, ŠKODA continue ainsi à mettre en œuvre avec succès sa stratégie indienne. De plus, l'entreprise franchit une nouvelle étape au Moyen-Orient: le fabricant se développe dans la région et profite de vastes effets de synergie avec sa production en Inde.

Klaus Zellmer, président du directoire de ŠKODA AUTO, déclare: «Nous prenons la direction stratégique du groupe de marques Volume dans la région de l'ANASE, ce qui nous permet d'étendre la présence internationale de ŠKODA. Avec cette mission, le groupe Volkswagen souligne sa confiance dans les compétences de l'équipe ŠKODA. Nous avons une feuille de route claire et une vision à long terme pour la région. Nos objectifs sont ambitieux, mais réalisables: nous voulons atteindre une part de marché de plus de 5% pour le groupe de marques Volume et prenons la direction des opérations afin de libérer les importants potentiels de croissance sur ces marchés.»

Martin Jahn, directeur des ventes et du marketing chez ŠKODA AUTO, ajoute: «La région de l'ANASE est celle qui connaît la croissance la plus rapide au monde, avec un volume de marché prévu de plus de 4,1 millions de véhicules en 2030. Nous voulons y prendre part et nous sommes convaincus que notre portefeuille de modèles présente un grand potentiel. En collaboration avec des partenaires forts, nous développons et étendons les capacités de production et le réseau de distribution. Je suis convaincu que nous prendrons rapidement pied sur place. Nous renforçons également nos activités commerciales au Moyen-Orient: nous percevons d'importantes opportunités et prévoyons d'augmenter considérablement notre chiffre d'affaires dans la région.»

L'internationalisation, une composante essentielle de la stratégie d'entreprise

Dans le cadre de la stratégie Next Level - ŠKODA 2030, ŠKODA vise à renforcer encore sa position internationale d'ici 2030. L'entreprise évalue et conquiert constamment des marchés prometteurs pour le groupe Volkswagen.

En Asie, ŠKODA AUTO porte déjà la responsabilité du marché indien au sein du groupe. Dans le cadre du Market & Regions Sales Steering, la marque prend maintenant la direction stratégique du groupe de marques Volume de Volkswagen dans toute la région de l'ANASE. L'objectif, c'est que ŠKODA s'impose comme une marque forte dans la région. De plus, une croissance rentable à long terme doit être générée dans les segments de volume et des parts de marché significatives doivent être obtenues sur les marchés concernés à l'échelle du groupe. Le constructeur automobile tchèque élabore actuellement une stratégie de pilotage régional sur ces marchés de croissance importants.

La région de l'ANASE en pleine expansion

La région de l'ANASE offre des potentiels de croissance très prometteurs: l'économie globale progresse de 8% par an et le marché automobile devrait compter plus de 4,1 millions de véhicules en 2030. La diversification géographique de la fabrication, les synergies avec d'autres régions présentant des débouchés ainsi que les accords de libre-échange, qui favorisent la localisation des produits, constituent des avantages stratégiques. De plus, le constructeur automobile utilisera son expérience sur le marché indien pour renforcer sa position dans un contexte de marché très compétitif.

ŠKODA compte sur un potentiel de vente significatif dans la région de l'ANASE et apportera son expertise dans le segment d'entrée de gamme, sensible aux prix, avec des véhicules AO compétitifs à moins de CHF 20'000.-. Les berlines et les SUV sont particulièrement demandés sur ces marchés. Ici, l'électrification pourrait atteindre environ 30% au début de la prochaine décennie. L'avenir de ces marchés passe donc aussi par les véhicules à moteur électrique.

Viêt Nam: la porte d'entrée vers la région de l'ANASE

ŠKODA AUTO considère le Viêt Nam comme la porte d'entrée stratégique vers la région de l'ANASE et le bassin Indo-Pacifique. En collaboration avec Thanh Cong Motor Viêt Nam (TC Motor), partenaire local pour la production et la distribution, ŠKODA AUTO commence cette année à importer progressivement le KODIAQ et le KAROQ, les unités des séries SUPERB et OCTAVIA fabriquées en Europe suivront en 2024. La production en CKD du KUSHAQ et de la SLAVIA en Inde commencera en 2024 dans la province de Quang Ninh. À partir de 2025, la gamme ENYAQ iV électrique viendra compléter l'offre sur le marché vietnamien.

ŠKODA AUTO a pris la responsabilité de la plateforme globale MQB-A0 à l'échelle mondiale, et le Viêt Nam représente un marché important pour les modèles basés sur cette plateforme. ŠKODA AUTO prévoit d'étendre rapidement son réseau de concessionnaires à plus de 50 partenaires, et table sur un potentiel de vente annuel de 30'000 unités dans un premier temps, puis de plus de 40'000 à partir de 2030.

Au regard de son produit intérieur brut et des ventes de véhicules, le Viêt Nam offre un grand potentiel de croissance, le marché automobile étant extrêmement dynamique: actuellement, on ne compte que 34 véhicules pour 1'000 habitants, pour une population d'environ 100 millions de personnes. Cependant, le Viêt Nam est déjà le quatrième marché automobile d'Asie du Sud-Est.

Grâce à la suppression progressive des droits de douane sur les marchandises dans le cadre de l'accord EVFTA (accord de libre-échange entre l'UE et le Viêt Nam), ŠKODA prévoit une nette augmentation des ventes de véhicules fabriqués en République tchèque importés au Viêt Nam.

Succès en Inde

L'Inde est un marché clé pour les projets d'internationalisation de ŠKODA AUTO. Dans le cadre du projet India 2.0, le constructeur automobile tchèque est déjà responsable des activités du groupe sur le sous-continent depuis 2019. Les modèles India 2.0 KUSHAQ et SLAVIA, développés et produits localement, sont très bien accueillis par les clients indiens. En 2022, le constructeur a plus que doublé ses livraisons (+128% par rapport à 2021). Depuis 2022, ce marché très dynamique est ainsi le troisième marché individuel du constructeur automobile au niveau mondial.

ŠKODA AUTO a des plans à long terme et une stratégie clairement définie pour poursuivre la conquête du marché indien. La localisation joue un rôle central à cet égard: un taux de localisation de 95% garantit une proximité maximale avec le marché. Les investissements réalisés jusqu'à présent par le groupe sur place s'élèvent à un milliard de CHF, dont CHF 250 millions consacrés à des projets de recherche et de développement en Inde. La majeure partie du développement technique s'effectue sur place. Sur le long terme, ŠKODA vise, avec la marque Volkswagen, une part de marché de 5%, en fonction de l'évolution du marché et du segment.

En exportant des véhicules depuis l'Inde, ŠKODA AUTO fait avancer le projet India 2.0 et transforme progressivement le pays en un pôle d'exportation. En octobre 2022, le constructeur automobile tchèque a commencé à exporter des modèles KUSHAQ vers les pays du Golfe. Le Proche-Orient est ainsi la première région d'exportation pour ce modèle fabriqué en Inde.

Expansion au Moyen-Orient

La marque s'attend à une forte croissance dans la région et continue à développer ses activités au Moyen-Orient. Le 1^{er} février, l'entreprise a rejoint la société de distribution nationale Audi Volkswagen Middle East (AVME), basée à Dubaï. En tant que premier directeur général du constructeur automobile tchèque dans la région, Lukáš Honzák veillera à une intégration parfaite de ŠKODA dans la National Sales Company pour les marques Audi et Volkswagen. Lukáš Honzák possède une longue expérience internationale dans les domaines de la vente, du marketing et du développement de réseaux de distribution.

AVME est présent dans tout le Moyen-Orient, ce qui offre des potentiels de croissance supplémentaires. ŠKODA est actuellement actif dans quatre pays de la péninsule arabique: le Bahreïn, le Koweït, le Qatar et les Émirats arabes unis.

Au Moyen-Orient, ŠKODA AUTO propose un large éventail de ses modèles européens à moteurs conventionnels. L'année dernière, l'entreprise a livré 1'200 véhicules au total dans la région. Grâce à cette expansion, la marque souhaite atteindre la barre des 5'000 livraisons annuelles. Le KUSHAQ devrait représenter à l'avenir plus de la moitié des ventes. ŠKODA souhaite également proposer des véhicules électriques au Moyen-Orient.

La stratégie d'entreprise et de production résolue de ŠKODA incite également les concessionnaires de la région à poursuivre leurs activités de vente. Compte tenu de l'augmentation attendue des ventes, ceux-ci investissent intensivement dans leurs showrooms. Aujourd'hui déjà, Dubaï abrite l'une des plus grandes concessions de la marque au monde. Dans un avenir proche, d'autres salles d'exposition sont prévues au Koweït et à Abu Dhabi.

Contact

Sandra Zippo

PR ŠKODA

Tél. +41 56 463 98 07 / skoda.pr@amag.ch

www.skoda.ch / www.skodapress.ch

Photos pour le communiqué de presse

Škoda Auto to enter Vietnamese market in 2023

The Czech carmaker will begin by importing models from Europe and later launch local assembly.

Škoda Auto will be officially represented in Vietnam from 2023. The Southeast Asian country is a promising market in its sustainable and dynamically growing economy. The Czech car manufacturer will be collaborating with the Thanh Cong Motor Vietnam on production, imports and distribution.

2023 IMPORTED MODELS

- Kodiaq
- Octavia
- Superb
- Enyaq IV (from 2023)
- Enyaq Coupé IV (from 2023)

2024 NEW FACTORY FOR CKD ASSEMBLY

- Thanh Cong Motor Vietnam.com production line is already being constructed.
- The line will be finished in mid 2024, production will start in 2024.
- CKD (Completely Knocked Down) cars from Škoda will be assembled there. In Pune, India will be assembled there.

CKD ASSEMBLED MODELS

- Enyaq
- Enyaq Coupé

KEY FACTS ABOUT VIETNAM

- 100 million inhabitants
- 1 million cars overall market potential
- 4th largest car market in South East Asia
- Highest growth potential in the region
- 3.5 million EVs expected to be registered by 2040

Škoda's sales potential in Vietnam

- Target sales volume of 30,000 deliveries to customers annually
- Investment of 40,000 deliveries from 2020
- Manufacturing investment of 30 million
- EV Vietnam Free Trade Agreement eliminates most tariff, reduces regulatory barriers

Infographie: ŠKODA AUTO assume une responsabilité stratégique dans la région de l'ANASE et fait progresser sa stratégie d'internationalisation

ŠKODA AUTO est sur le point d'entrer sur le marché vietnamien. Dans le cadre du transfert de responsabilité au sein du groupe de marques Volume sur les marchés de l'ANASE, le pays servira de porte d'entrée à la marque dans la région.

Source: ŠKODA AUTO



ŠKODA AUTO franchit une nouvelle étape dans sa stratégie d'internationalisation avec l'expansion au Moyen-Orient

Le 1^{er} février, Lukáš Honzák a pris le poste de premier directeur général du constructeur automobile tchèque au Moyen-Orient. L'une de ses principales tâches consistera à intégrer ŠKODA dans la société de distribution nationale pour les marques Audi et Volkswagen.

Source: ŠKODA AUTO

ŠKODA AUTO franchit une nouvelle étape dans sa stratégie d'internationalisation avec l'expansion au Moyen-Orient

Cette expansion devrait permettre d'atteindre la barre des 5'000 livraisons annuelles. Le KUSHAQ devrait représenter plus de la moitié des ventes à l'avenir. ŠKODA veut également

proposer des véhicules électriques au Moyen-Orient.

Source: ŠKODA AUTO



Le constructeur automobile tchèque est responsable des activités du groupe en Inde depuis 2019 dans le cadre du projet India 2.0

Succès du KUSHAQ et de la SLAVIA: construits en Inde, ces modèles sont extrêmement prisés. En 2022, la marque a plus que doublé ses livraisons sur ce marché très dynamique et en pleine croissance par rapport à l'année précédente (+128% par rapport à 2021).

Source: ŠKODA AUTO

ŠKODA AUTO

- › continue sur sa belle lancée avec la «Next Level – ŠKODA Strategy 2030» pour la décennie à venir.
- › aspire à faire partie d'ici 2030 des cinq marques enregistrant les ventes les plus importantes en Europe avec des offres attrayantes dans les segments d'entrée de gamme et de nouveaux modèles électriques.
- › est en passe de devenir la marque européenne numéro un sur des marchés en développement importants tels que l'Inde ou l'Afrique du Nord.
- › propose actuellement à sa clientèle douze séries de modèles de voitures de tourisme: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA et SUPERB ainsi que KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV, ENYAQ Coupé iV, SLAVIA et KUSHAQ.
- › a livré en 2022 plus de 731'000 véhicules à sa clientèle dans le monde entier.
- › fait partie depuis 30 ans du groupe Volkswagen, l'un des constructeurs automobiles les plus prospères au monde.
- › développe et produit également, en plus des véhicules, des composants tels que des moteurs et des boîtes de vitesses de manière autonome au sein du groupe.
- › dirige trois sites en République tchèque, et dispose de capacités de production notamment en Chine, en Russie, en Slovaquie et en Inde, essentiellement au travers de partenariats, ainsi qu'en Ukraine avec un partenaire local.
- › emploie 45'000 personnes dans le monde et est présente sur plus de 100 marchés.