

## Espansione della presenza globale: Škoda Auto assume la guida strategica del Volume Brand Group nell'area ASEAN e intensifica le sue attività in Medio Oriente.

- › **ASEAN: Škoda Auto assume la guida strategica del Volume Brand Group (VBG) ed esplora nuovi potenziali di crescita per il gruppo Volkswagen**
- › **Vietnam: ingresso nel mercato quest'anno; produzione di veicoli CKD in agenda per il 2024**
- › **India: mercato chiave per i progetti di internazionalizzazione di Škoda e futuro hub per le esportazioni**
- › **Medio Oriente: Škoda Auto amplia le attività commerciali e da inizio febbraio è parte della National Sales Company (NSC) Audi Volkswagen**
- › **Apertura a dinamici mercati in crescita come colonna portante della Next Level – Škoda Strategy 2030**

**Mladá Boleslav, 21 marzo 2023 – Škoda Auto porta avanti la sua strategia di internazionalizzazione: la casa automobilistica ceca assume la guida strategica del Volume Brand Group per fare presto breccia nella regione ASEAN e sfruttare i potenziali di crescita per il gruppo Volkswagen. Škoda Auto sfrutterà il proprio know-how nei segmenti entry-level, particolarmente sensibili ai prezzi, così da cogliere al meglio le possibilità esistenti in maniera mirata. Inoltre, l'azienda è ormai prossima all'ingresso nel mercato vietnamita: da quest'anno inizieranno le importazioni dei veicoli, mentre dal 2024 prenderà il via la produzione in loco in regime CKD («completely knocked down»). Per la casa automobilistica ceca l'India è destinata a trasformarsi in un hub per le esportazioni, aggiungendo un altro tassello alla scia di successi della strategia di Škoda per il mercato indiano. Inoltre, il costruttore compie un altro passo avanti in Medio Oriente: Škoda intende espandersi nella regione approfittando delle ampie sinergie generate con la sua produzione in India.**

**Klaus Zellmer, amministratore delegato di Škoda Auto, afferma: «Assumendo la guida strategica del Volume Brand Group nella regione ASEAN continuiamo ad espandere la presenza globale di Škoda. Con questo incarico il gruppo Volkswagen sottolinea la fiducia che ripone nelle competenze del team Škoda. Abbiamo una tabella di marcia precisa e una visione a lungo termine per la regione. I nostri obiettivi sono ambiziosi, ma raggiungibili: puntiamo ad una quota di mercato superiore al 5% per il Volume Brand Group e prendiamo in mano le redini al fine di concretizzare il grande potenziale di crescita presente in questi mercati».**

**Martin Jahn, direttore per le vendite e il marketing di Škoda Auto**, aggiunge: «L'area ASEAN è la regione dove si registra la crescita più rapida a livello globale, con un volume di mercato previsto di oltre 4,1 milioni di veicoli nel 2030. Intendiamo partecipare a tale crescita e siamo convinti che la nostra gamma di modelli abbia ottime potenzialità in tal senso. Insieme ai nostri fidati partner stiamo potenziando e ampliando le nostre capacità produttive e la rete di distribuzione. Sono fiducioso che riusciremo a penetrare nel mercato in tempi brevi. Anche in Medio Oriente intendiamo intensificare le nostre attività commerciali: in tale area ravvisiamo infatti occasioni imperdibili e prevediamo di poter incrementare notevolmente il nostro fatturato nella regione».

#### **Internazionalizzazione: una colonna portante della strategia aziendale**

Nell'ambito della Next Level – Škoda Strategy 2030, Škoda si prepara a indossare una veste ancora più internazionale entro il 2030. L'azienda studia ed esplora costantemente mercati promettenti per il gruppo Volkswagen.

In Asia, Škoda Auto è già la responsabile del gruppo per il mercato indiano. Ora il marchio assumerà la guida strategica del Volume Brand Group di Volkswagen nell'ambito del Market & Regions Sales Steering nell'intera regione ASEAN, con l'obiettivo di affermarsi come marchio forte nella regione. L'intenzione è poi quella di mettere a segno una crescita redditizia nel lungo periodo nei segmenti dei grandi volumi e di conquistare quote di mercato significative a livello del gruppo nei rispettivi mercati. La casa automobilistica ceca sta attualmente elaborando una strategia di direzione regionale per questi importanti mercati in espansione.

#### **ASEAN: una regione in forte crescita**

La regione ASEAN offre promettenti potenzialità di crescita: nel complesso l'economia cresce a un ritmo dell'8 per cento annuo e si prevede che il mercato automobilistico nel 2030 conterà più di 4,1 milioni di veicoli. La diversificazione geografica della produzione, le sinergie in essere con altre regioni di vendita e gli accordi di libero scambio tesi a favorire la localizzazione dei prodotti producono interessanti vantaggi strategici. Il costruttore potrà inoltre avvalersi dell'esperienza acquisita sul mercato indiano per rafforzare la propria posizione in un ambiente di mercato caratterizzato da una concorrenza serrata.

Škoda conta su un notevole potenziale di vendita nella regione ASEAN e metterà a frutto la sua solida esperienza nel segmento entry level, particolarmente sensibile ai prezzi, con competitivi veicoli AO al di sotto dei 20'000 euro. In questi mercati c'è una fortissima domanda di berline e SUV. All'inizio del prossimo decennio, qui l'elettrificazione potrebbe aggirarsi intorno al 30 per cento, il che lascia presagire che anche in questi mercati il futuro sarà dominato dai veicoli a propulsione elettrica.

**Vietnam: la porta di accesso alla regione ASEAN**

Per Škoda Auto, il Vietnam è la porta di accesso strategica alla regione ASEAN e all'area indo-pacifica. In cooperazione con Thanh Cong Motor Vietnam (TC Motor), partner locale per la produzione e la distribuzione, quest'anno Škoda Auto inizierà gradualmente a importare Kodiaq e Karoq, mentre per le unità prodotte in Europa delle serie di modelli Superb e Octavia si dovrà invece attendere il 2024. La produzione locale indiana dei SUV Kushaq e Slavia in regime CKD sarà avviata nel 2024 nella provincia di Quang Ninh. A partire dal 2025, la famiglia di veicoli elettrici Enyaq iV completerà l'offerta sul mercato vietnamita.

Dato che Škoda Auto ha assunto la responsabilità della piattaforma MQB-A0 a livello globale, il Vietnam rappresenta un importante mercato di distribuzione per i modelli basati su questa piattaforma.

Škoda Auto progetta di espandere rapidamente la propria rete di concessionari a oltre 50 partner, stimando un potenziale di distribuzione annuo di 30'000 unità iniziali, cifra che dal 2030 dovrebbe poi superare le 40'000 unità.

Per quanto riguarda il prodotto interno lordo e la distribuzione nel settore automotive, il Vietnam presenta notevoli potenzialità di crescita e un mercato automobilistico estremamente dinamico: per ogni 1'000 abitanti oggi si contano soltanto 34 veicoli, su una popolazione di circa 100 milioni di persone. Ciononostante, il Vietnam è già il quarto mercato automobilistico più grande del Sud-est asiatico.

Per effetto della riduzione graduale dei dazi sulle merci prevista dall'EVFTA (accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e il Vietnam), Škoda pronostica un considerevole incremento della distribuzione di veicoli prodotti in Repubblica Ceca e importati in Vietnam.

**Grandi successi in India**

Quello indiano è un mercato chiave per i piani di internazionalizzazione di Škoda Auto. La casa automobilistica ceca è responsabile delle attività del gruppo nel subcontinente ormai dal 2019 nel quadro del progetto India 2.0. I modelli targati «India 2.0» Kushaq e Slavia, concepiti e prodotti in loco, stanno riscuotendo un enorme successo tra la clientela indiana. Nel 2022 le consegne del costruttore sono più che raddoppiate (+128 per cento rispetto al 2021). Dal 2022, questo mercato altamente dinamico costituisce il terzo mercato singolo per dimensioni a livello globale.

Škoda Auto ha piani a lungo termine e una strategia ben definita per fare ulteriormente breccia nel mercato indiano. In quest'opera, la localizzazione riveste un ruolo centrale: un grado di localizzazione del 95 per cento assicura il massimo orientamento al mercato di riferimento. Gli investimenti finora effettuati in loco dal gruppo si aggirano intorno a un miliardo di euro, dei quali 250 milioni di euro sono dedicati a progetti di ricerca e sviluppo in India. La maggior parte degli avanzamenti tecnologici avviene in loco. A lungo termine Škoda ambisce a conquistare insieme al marchio Volkswagen una quota di mercato del 5 per cento, in funzione dell'andamento del mercato e dei relativi segmenti.

Con l'esportazione di veicoli dall'India, Škoda Auto porta avanti il progetto India 2.0 e trasforma gradualmente il paese in un hub per le esportazioni. A ottobre 2022, il costruttore ceco ha iniziato ad esportare modelli di Kushaq negli stati del Golfo. Il Vicino Oriente è quindi la prima regione di esportazione per il modello prodotto in India.

### **Espansione in Medio Oriente**

Il marchio prevede un'intensa crescita nella regione e continua a espandere la propria attività in Medio Oriente. Il 1° febbraio l'azienda è entrata a far parte della società distributrice nazionale Audi Volkswagen Middle East (AVME) con sede a Dubai. In qualità di primo direttore della casa automobilistica ceca nella regione, Lukáš Honzák si impegnerà a realizzare un'integrazione ottimale di Škoda nella National Sales Company per i marchi Audi e Volkswagen. Honzák ha alle spalle un'esperienza internazionale di lunga data nei settori della distribuzione, del marketing e dello sviluppo delle reti di distribuzione.

La presenza di AVME in tutto il Medio Oriente permette di sfruttare ulteriori potenziali di crescita. Attualmente Škoda è attiva in quattro paesi della penisola arabica: in Bahrein, in Kuwait, in Qatar e negli Emirati Arabi Uniti.

In Medio Oriente, Škoda Auto mette a disposizione un'ampia gamma dei suoi modelli europei con motori convenzionali. L'anno scorso l'azienda ha consegnato complessivamente 1'200 veicoli nella regione. Grazie all'espansione, il costruttore si è posto l'obiettivo di raggiungere quota 5'000 consegne all'anno. Si prevede che in futuro più della metà delle vendite sarà costituita dal Kushaq; comunque Škoda desidera anche proporre veicoli elettrici in Medio Oriente.

La risoluta strategia aziendale e produttiva di Škoda rappresenta inoltre un incentivo ad intensificare le attività di vendita per i concessionari della regione, i quali, alla luce degli aumenti delle vendite attesi, sono portati a investire considerevolmente nei loro showroom. Già oggi, uno dei più grandi concessionari del marchio a livello mondiale è quello di Dubai. Per il prossimo futuro sono già previsti nuovi spazi espositivi in Kuwait e ad Abu Dhabi.

### Contatti

**Sandra Zippo**

PR ŠKODA

T +41 56 463 98 07 / [skoda.pr@amag.ch](mailto:skoda.pr@amag.ch)

[www.skoda.ch](http://www.skoda.ch) / [www.skodapress.ch](http://www.skodapress.ch)

Immagini per il comunicato stampa

**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 **growing market** with a 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
- Kodiaq
- Octavia
- Superb
- Enyaq IV (since 2022)
- Enyaq Coupé IV (since 2022)

**2024 NEW FACTORY FOR CKD ASSEMBLY**

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

**CKD ASSEMBLED MODELS**

- Kushaq
- Slavia

**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 up to 40,000 deliveries from 2026
- Production capacity increase to 30 models
- EU-Vietnam Free Trade Agreement eliminates most tariffs, reduces regulatory barriers

**Infografica: Škoda Auto assume la guida strategica nella regione ASEAN e porta avanti la propria strategia di internazionalizzazione**

Per Škoda Auto l'ingresso nel mercato vietnamita è ormai imminente. Assumendo la responsabilità all'interno del Volume Brand Group nei mercati dell'area ASEAN, il Vietnam fungerà da porta d'accesso alla regione per il marchio.

Fonte: Škoda Auto



**Škoda Auto compie un altro passo avanti nella propria strategia di internazionalizzazione con l'espansione in Medio Oriente**

Dal 1° febbraio, Lukáš Honzák ha assunto la carica di primo direttore della casa automobilistica ceca in Medio Oriente. Uno dei suoi compiti principali consisterà nel realizzare l'integrazione di Škoda nella società distributrice nazionale per i marchi Audi e Volkswagen.

Fonte: Škoda Auto



**Škoda Auto compie un altro passo avanti nella propria strategia di internazionalizzazione con l'espansione in Medio Oriente**

Per effetto dell'espansione, si punta ad un obiettivo di 5'000 consegne all'anno. Si prevede che in futuro il Kushaq rappresenterà oltre la

metà delle vendite. In futuro Škoda vuole proporre anche veicoli elettrici in Medio Oriente.

Fonte: Škoda Auto



**Dal 2019, la casa automobilistica ceca è responsabile delle attività del gruppo in India nell'ambito del progetto India 2.0**

Kushaq e Slavia, una storia di successo: i modelli di fabbricazione indiana sono molto apprezzati. In India, mercato in espansione e altamente dinamico, nel 2022 il marchio ha più che raddoppiato le consegne rispetto all'anno precedente (+128% rispetto al 2021).

Fonte: Škoda Auto

### Škoda Auto

- › punta con successo al nuovo decennio con la Next Level – Škoda Strategy 2030;
- › mira ad essere entro il 2030 uno dei cinque marchi più venduti in Europa con offerte interessanti nei segmenti entry-level e ulteriori modelli elettrici;
- › si sta evolvendo per diventare il marchio leader in Europa su importanti mercati in crescita come l'India o il Nord Africa;
- › offre attualmente alla propria clientela dodici serie di modelli di autovetture: Fabia, Rapid, Scala, Octavia e Superb, nonché Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq iV, Enyaq Coupé iV, Slavia e Kushaq;
- › nel 2022 ha consegnato oltre 731'000 veicoli a clienti di tutto il mondo;
- › da 30 anni fa parte del gruppo Volkswagen, una delle case automobilistiche di maggior successo a livello globale;
- › oltre ai veicoli, realizza e sviluppa autonomamente nel gruppo di aziende anche componenti come motori e cambi;
- › ha tre sedi nella Repubblica Ceca; dispone di capacità di produzione anche in Cina, Russia, Slovacchia e India principalmente attraverso partnership del gruppo, nonché in Ucraina con un partner locale;
- › impiega 45'000 persone in tutto il mondo ed è presente in oltre 100 mercati.