



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# COMUNICATO STAMPA

Pagina 1 di 5

## ŠKODA AUTO presenta la nuova strategia aziendale: più internazionale, più elettrificata e più digitale

- › «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030»: successo nel decennio della trasformazione
- › Forte in Europa: ŠKODA AUTO si prefigge di diventare una delle cinque case automobilistiche più vendute in Europa
- › Maggiore elettromobilità: si produrranno almeno tre ulteriori modelli puramente elettrici ed entro il 2030 la quota di vendite del marchio ŠKODA in Europa dovrà salire al 50-70%
- › Nuovi mercati: sta per diventare il principale marchio europeo in India, Russia e Nord Africa
- › «Simply Clever 2.0»: ŠKODA AUTO come riferimento per l'esperienza utente «simply clever»
- › Obiettivi ambientali molto più rigorosi: riduzione delle emissioni della flotta entro il 2030 superiore del 50% rispetto al 2020
- › Obiettivi finanziari ambiziosi: leadership dei costi nella concorrenza principale europea, ritorno sostenibile sulle vendite pari ad almeno l'8%.

Praga / Cham, 25 giugno 2021 – ŠKODA AUTO guida con successo questo decennio grazie alla nuova «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030». Sono stati fissati obiettivi ambiziosi in termini di internazionalizzazione, elettrificazione e digitalizzazione. La casa automobilistica ceca si prefigge così di diventare uno dei cinque marchi più venduti in Europa entro il 2030 e il marchio leader europeo nelle regioni in crescita di India, Russia e Nord Africa. Insieme a partner dei mondi politico e industriale e grazie all'appoggio del gruppo Volkswagen, ŠKODA AUTO mira anche a sviluppare la sua terra natale, la Repubblica Ceca, in un hub per l'elettromobilità per garantire posti di lavoro e crearne di nuovi. Nella nuova strategia sono saldamente ancorati anche obiettivi specifici di sostenibilità e diversità. L'attenzione di questa trasformazione è puntata sui due temi conduttori dell'efficienza e della semplicità.

L'amministratore delegato di ŠKODA AUTO, Thomas Schäfer, dichiara: «Con la nostra nuova «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030» forniamo risposte concrete sul modo in cui guideremo con successo ŠKODA AUTO attraverso il processo di trasformazione e garantiremo che nel 2030 l'azienda sia ancora più solida di quanto non lo sia già oggi. Il marchio ha un potenziale incredibile, su cui faremo leva nei prossimi anni oltre a porerci obiettivi ambiziosi: vogliamo essere una delle prime cinque case automobilistiche in Europa in termini di vendite, ci proponiamo di diventare il principale marchio europeo nelle regioni in crescita di India, Russia e Nord Africa e stiamo sviluppando il nostro mercato nazionale della Repubblica Ceca in un centro di elettromobilità al fine di salvaguardare i posti di lavoro e di crearne di nuovi. ŠKODA abbraccia questo futuro entusiasmante da una posizione di forza e sono lieto di lavorare con il team di oltre 43'000 collaboratori ŠKODA in tutto il mondo e il nostro partner sociale KOVO per portare la nostra azienda al livello successivo nei prossimi anni».

La nuova strategia aziendale «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030» si basa sui successi della precedente Strategia 2025. Per il suo percorso verso il futuro, la società ha formulato la nuova visione «We will help the world live smarter» e la nuova missione «Modern accessible mobility with everything you need and surprises you love». ŠKODA AUTO tiene fede contemporaneamente ai suoi valori di marca collaudati: «simplifying», «human» e «surprising».



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# COMUNICATO STAMPA

Pagina 2 di 5

## **Le tre priorità principali «EXPAND», «EXPLORE» ed «ENGAGE» costituiscono le nostre stelle polari**

La «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030» è focalizzata su tre priorità che corrispondono alle parole chiave «EXPAND», «EXPLORE» ed «ENGAGE».

L'obiettivo generale per la priorità «EXPAND» è la trasformazione di ŠKODA in una delle cinque case automobilistiche più vendute in Europa. Questo obiettivo verrà raggiunto, da una parte, rafforzando ulteriormente la posizione nei segmenti entry-level, iniziando dalla nuova FABIA, con un prezzo base di 17'790.– (detratto il Clever Bonus di 1'000.–). Dall'altra parte, la gamma di prodotti verrà ampliata entro il 2030 con almeno altri tre modelli completamente elettrici che, in termini di prezzo e dimensioni, saranno posizionati sotto il ENYAQ iV. A seconda degli sviluppi del mercato, ŠKODA AUTO punta a conquistare in Europa una quota di modelli completamente elettrici pari al 50–70%.

## **Assicurarsi il futuro nella terra natale: la Repubblica Ceca dovrebbe svilupparsi in un hub di elettromobilità**

Affinché non solo ŠKODA AUTO ma anche la Repubblica Ceca emerga più forte come terra natale dal processo di trasformazione, l'azienda sta collaborando con i partner per convertire il paese in un hub di elettromobilità. In particolare, entro il 2030 dovranno essere prodotti in tutti e tre gli stabilimenti cechi di ŠKODA AUTO di Mladá Boleslav, Kvasiny e Vrchlabí componenti elettronici o veicoli elettrici.

Attualmente le batterie di trazione ad alta tensione vengono già prodotte per i modelli ibridi plug-in SUPERB iV e OCTAVIA iV nonché per modelli di altri marchi del gruppo. All'inizio del prossimo anno inizierà a Mladá Boleslav anche la produzione di sistemi di batterie SME per l'ENYAQ iV. La casa automobilistica ceca collabora altresì con partner alla realizzazione di una struttura stabile di fornitori per l'elettromobilità.

## **Sta per diventare il principale marchio europeo in India, Russia e Nord Africa**

La priorità «EXPLORE» prevede la trasformazione di ŠKODA entro il 2030 nella prima casa automobilistica europea nei mercati in crescita di India, Russia e Nord Africa, con un potenziale di vendita globale totale di 1,5 milioni di unità all'anno. ŠKODA è responsabile per queste regioni all'interno del Gruppo Volkswagen. Da poco è iniziata la produzione del KUSHAQ, il primo modello ŠKODA ad approdare sul mercato indiano nell'ambito del progetto INDIA 2.0. I piani a medio termine prevedono di offrire il KUSHAQ anche in altri mercati emergenti.

## **«Simply Clever 2.0»: ŠKODA rimane funzionale anche nell'era digitale**

La terza priorità «ENGAGE» include obiettivi concreti per gli ambiti dell'esperienza cliente digitale, della sostenibilità, della diversità, della formazione continua e del perfezionamento. La casa automobilistica ceca vuole quindi diventare, tra le altre cose, un punto di riferimento per un'esperienza utente «simply clever». Ogni cliente dovrebbe poter utilizzare una ŠKODA o un servizio ŠKODA in modo intuitivo e immediato. Un primo progetto pionieristico è il Powerpass, che rende la ricarica di un modello ŠKODA elettrificato semplice e conveniente. Sarà disponibile in oltre 30 mercati e potrà essere utilizzato in più di 210'000 stazioni di ricarica in Europa. Allo stesso tempo, anche acquistare una ŠKODA dovrebbe diventare ancora più piacevole. Ad esempio, l'azienda sta espandendo ulteriormente il concetto di salone di vendita virtuale e si è posta l'obiettivo di arrivare a vendere una vettura ŠKODA su cinque online già nel 2025. In Belgio, Paesi Bassi, Polonia e Repubblica Ceca, i clienti stanno già usufruendo di questa possibilità.



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# COMUNICATO STAMPA

Pagina 3 di 5

## Obiettivi ambientali sensibilmente inaspriti: riduzioni delle emissioni delle flotte di oltre il 50%

ŠKODA AUTO sta intensificando i suoi sforzi in termini di sostenibilità e rafforzando i suoi obiettivi ambientali. L'azienda intende ridurre di oltre il 50% le emissioni delle sue flotte rispetto al 2020 e produrre veicoli a zero emissioni di CO<sub>2</sub> in tutti gli stabilimenti cechi e indiani dal 2030. A Vrchlabí, già dalla fine dello scorso anno è in corso la produzione a zero emissioni di CO<sub>2</sub>. Con la «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030», il tema della diversità sarà messo ancora più a fuoco: entro il 2030, una posizione dirigenziale su quattro dovrebbe essere occupata da una donna. Per ŠKODA AUTO, la diversità, l'inclusione e l'uguaglianza sono componenti chiave di una cultura aziendale caratterizzata da apertura e tolleranza. Inoltre, la casa automobilistica ceca promuove la formazione continua e il perfezionamento dei suoi dipendenti come parte di un piano di trasformazione di vasta portata, per il quale investirà quasi 500 milioni di euro tra il 2022 e il 2030. Obiettivo primario è garantire il futuro dei posti di lavoro.

## Efficienza e semplicità come temi conduttori per raggiungere gli obiettivi della strategia

Per raggiungere gli obiettivi della «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030», l'azienda punta su efficienza e semplicità – due punti di forza che hanno sempre contraddistinto la casa automobilistica ceca. Ciò a cui si aspira è la leadership dei costi nella concorrenza principale europea, insieme a un ritorno sostenibile sulle vendite di almeno l'8% come grandezza auspicata. Allo stesso tempo, l'azienda punta costantemente a semplificare i suoi processi, riducendo la burocrazia e la complessità a favore di un'ulteriore agilità. Ciò avviene, ad esempio, riducendo del 40% la complessità dell'offerta a medio termine attraverso l'elettificazione graduale della gamma di modelli.

### Ulteriori informazioni:

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)

### Infografica e immagini per il comunicato stampa:



### Infografica: ŠKODA AUTO presenta la nuova strategia aziendale: più internazionale, più elettrificata e più digitale

ŠKODA AUTO guida con successo questo decennio grazie alla nuova «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030». Sono stati fissati obiettivi ambiziosi in termini di internazionalizzazione, elettrificazione e digitalizzazione.

Fonte: ŠKODA AUTO



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# COMUNICATO STAMPA

Pagina 4 di 5

**NE>>>T  
LEVEL**

ŠKODA STRATEGY 2030

**ŠKODA AUTO presenta la nuova strategia aziendale: più internazionale, più elettrificata e più digitale**  
Logo ufficiale della «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030».

Fonte: ŠKODA AUTO



**ŠKODA AUTO presenta la nuova strategia aziendale: più internazionale, più elettrificata e più digitale**  
L'amministratore delegato di ŠKODA AUTO, Thomas Schäfer.

Fonte: ŠKODA AUTO



**ŠKODA AUTO presenta la nuova strategia aziendale: più internazionale, più elettrificata e più digitale**  
L'amministratore delegato di ŠKODA AUTO, Thomas Schäfer, durante la presentazione della «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030» di giovedì a Praga.

Fonte: ŠKODA AUTO



**ŠKODA**  
SIMPLY CLEVER

# COMUNICATO STAMPA

Pagina 5 di 5

## ŠKODA AUTO

- › punta con successo al nuovo decennio con la «NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030».
- › mira ad essere uno dei cinque marchi più venduti in Europa entro il 2030 con offerte interessanti nei segmenti entry-level e ulteriori modelli elettrici.
- › si sta evolvendo per diventare il principale marchio europeo in India, Russia e Nord Africa.
- › offre attualmente ai propri clienti dieci serie di modelli di autovetture: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA e SUPERB nonché KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV e KUSHAQ.
- › ha consegnato nel 2020 oltre un milione di veicoli a clienti di tutto il mondo.
- › appartiene da 30 anni al 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; produce in Cina, Russia, Slovacchia e India principalmente attraverso partnership del gruppo, nonché in Ucraina con un partner locale.
- › impiega più di 43'000 collaboratori in tutto il mondo ed è rappresentata in oltre 100 mercati.