

Škoda «Explore More»: en route vers un avenir durable

- › **Conférence de presse Škoda «Explore More»: focalisation sur la durabilité, l'électrification et la numérisation**
- › **Karsten Schnake, directeur des achats de Škoda Auto, parle de l'économie circulaire durable et des chaînes d'approvisionnement**
- › **Helmut Ruhl, CEO d'AMAG Group SA, montre comment le groupe AMAG helvétique la stratégie de Škoda avec l'offre de «mobilité renouvelable»**
- › **Markus Kohler, Brand Director Škoda Suisse, fait le point sur la situation actuelle du marché suisse et informe sur les mesures prévues par Škoda Suisse**
- › **Première suisse: le Škoda Elroq camouflé présenté au siège principal AMAG à Cham**

Cham, le 22 août 2024 – Dans le cadre de la conférence de presse suisse «Explore More», Škoda a présenté la stratégie de la marque automobile tchèque pour un avenir durable. Karsten Schnake, directeur des achats chez Škoda Auto et responsable de la durabilité, a présenté un exposé sur l'importance des matériaux durables et des technologies innovantes pour l'avenir de l'industrie automobile. La présentation exclusive du nouveau Škoda Elroq entièrement électrique en tenue de camouflage, qui fêtera sa première mondiale cet automne, a également marqué un temps fort particulier de l'événement.

En tant que constructeur automobile, Škoda Auto poursuit une approche globale de la durabilité et se concentre sur la réduction drastique de l'empreinte écologique de ses activités commerciales tout au long de la chaîne de création de valeur, sur la réalisation d'une croissance durable et sur la promotion des principes de l'économie circulaire. Dans ce contexte, **Karsten Schnake, directeur des achats chez Škoda Auto et responsable de la durabilité**, a tenu une conférence sur la durabilité et la chaîne de création de valeur lors de l'événement de presse suisse de Škoda. Karsten Schnake explique: «Chez Škoda Auto, le thème de la durabilité est un pilier important de la stratégie d'entreprise. C'est pourquoi nous nous efforçons de réduire systématiquement l'impact de nos activités commerciales sur l'environnement. Les événements de ces dernières années ont également montré que la pensée globale est indispensable et que nous ne pouvons relever les défis qu'ensemble. Une collaboration intersectorielle est donc essentielle, car ce n'est qu'ainsi que nous pourrions assurer un avenir prospère et durable.»

Dans l'esprit d'une véritable économie circulaire, Škoda Auto, en étroite collaboration avec ses fournisseurs, augmente systématiquement l'utilisation de matériaux naturels, recyclés et recyclables dans ses véhicules. Par exemple, tous les éléments textiles des sièges et des garnitures de portes de la nouvelle Superb sont composés à 100% de polyester recyclé. Le

grattoir à glace dans le couvercle du réservoir et le parapluie dans la porte, qui a fait ses débuts dans la Superb, sont désormais fabriqués à partir de matériaux durables. Škoda Auto souhaite augmenter progressivement la part de matériaux recyclés dans ses futurs modèles. L'objectif est de doubler la part de plastiques recyclés pour atteindre environ 40 kilogrammes de poids net de matériaux par véhicule à partir de 2025.

Sur un [microsite](#) spécial, Škoda Auto informe sur les initiatives ESG actuelles qui se concentrent sur l'environnement, la société et une gestion d'entreprise responsable.

«L'avenir de la mobilité est électrique et le feu d'artifice de modèles des marques de Volkswagen AG, en particulier chez Škoda, sera sans pareil dans les semaines et les mois à venir. C'est la base de notre promesse de pouvoir proposer une mobilité renouvelable à l'avenir», explique **Helmut Ruhl, CEO du groupe AMAG**. La mobilité renouvelable est synonyme de mobilité avec des énergies renouvelables et des émissions de gaz à effet de serre aussi faibles que possible dans les trois phases que sont la production, l'utilisation et le recyclage. La production des batteries en Europe, le développement du photovoltaïque pour une utilisation dans les véhicules électriques (avec Helion), la promotion du développement de carburants synthétiques en complément (avec Synhelion), de nouvelles formes de mobilité adaptées aux besoins comme l'autopartage (Allride et Europcar on demand) ou les modèles d'abonnement (Clyde), mais aussi le recyclage le plus total possible et l'élimination des émissions de CO₂ qui ne peuvent être évitées (Climeworks), sont également importants. Pour Helmut Ruhl, une chose est claire: «Pour la Suisse, la mobilité renouvelable signifie plus de valeur ajoutée, plus d'emplois et moins de CO₂. La mobilité électrique joue ici un rôle décisif, surtout ici en Suisse avec notre mix énergétique.»

Pour **Markus Kohler, Brand Director Škoda Suisse**, le constat est sans appel: «Grâce à notre offre de modèles variés et modernes, nous répondons de manière optimale aux besoins de mobilité individuels de notre clientèle. En effet, dans un environnement aussi dynamique, il est d'autant plus important de convaincre avec des produits et des services durables et bien pensés. Et c'est exactement ce que nous proposons en collaboration avec notre usine de fabrication.» Dans ce contexte, Markus Kohler a également évoqué les défis actuels du marché et a présenté les mesures prévues pour Škoda Suisse en soulignant: «Chez Škoda Suisse, nous pouvons être fiers de nos années de succès et ces expériences nous stimulent naturellement pour l'avenir, mais l'environnement concurrentiel est très compétitif. C'est pourquoi nous misons sur nos atouts bien connus, comme un service clientèle complet, la collaboration avec des partenaires Škoda engagés et des offres attrayantes associées à des nouveautés innovantes et à des solutions «Simply Clever». Concrètement, cela signifie que nous allons étendre nos activités de sponsoring ainsi que les offres pour les clients de flotte. En outre, nous voulons maintenir notre part de marché actuelle d'environ 8.8%, c'est pourquoi des mesures de promotion des ventes ciblées doivent permettre d'atteindre cet objectif.»

Première suisse: Škoda Elroq camouflé

La conférence de presse a également été l'occasion de fêter une première suisse: le Škoda Elroq. Bien qu'il soit encore en tenue de camouflage, le modèle BEV entièrement électrique permet d'ores et déjà de se faire une première idée de ce que sera le deuxième modèle entièrement électrique de Škoda.

Avec son apparence unique, le nouveau SUV est le premier modèle de la marque à adopter le nouveau langage stylistique Modern Solid de Škoda. Avec l'Elroq, Škoda lance une nouvelle campagne BEV qui comprendra six nouveaux véhicules électriques au cours des prochaines années. Grâce à son espace généreux, à son volume de coffre de 470 à 1'580 litres, à ses dimensions extérieures compactes et à ses possibilités de rangement astucieuses, l'Elroq s'adapte parfaitement au quotidien en ville et à la campagne. En Suisse, le Škoda Elroq sera disponible avec des puissances système de 150 kW à 220 kW¹. Le SUV compact atteint une autonomie de plus de 560 kilomètres en cycle WLTP² et des temps de recharge de moins de 28 minutes. Le Škoda Elroq fêtera sa première mondiale cet automne. Et pour Markus Kohler, cela ne fait aucun doute: «Le Škoda Elroq répond parfaitement aux attentes de notre clientèle suisse et je suis convaincu qu'il suivra la voie du succès tel le Škoda Enyaq. C'est pourquoi nous nous réjouissons énormément du lancement sur le marché suisse, qui aura lieu au début de l'année prochaine.»

Une stratégie orientée client et riche en investissements

Škoda met rigoureusement en œuvre ses plans dans les domaines de la numérisation et de l'électrification et prévoit d'investir des milliards d'euros dans la mobilité électrique dans les années à venir. Ces investissements stratégiques, conjugués à la solide performance financière de l'entreprise, sont déterminants pour la réussite à long terme dans le secteur automobile dynamique. Le Škoda Elroq est un nouvel arrivant attrayant et entièrement électrique dans le segment si important des SUV compacts. L'étude de design du nouveau Škoda Epiq constitue une autre étape importante. Ce Crossover SUV urbain entièrement électrique sera présenté officiellement en 2025 et devrait rendre la mobilité électrique encore plus abordable. Le centre d'innovation Škoda X, fondé en 2023, a marqué une étape importante pour développer rapidement des innovations orientées client et les intégrer dans les véhicules. Le chatbot ChatGPT basé sur l'IA, ainsi que des services numériques tels que Pay to Park, en font notamment partie. Le constructeur Škoda est convaincu que ces investissements permettront de répondre aux multiples besoins de ses clientes et clients.

¹ La disponibilité de la puissance système peut être limitée et dépend de différents facteurs tels que l'état de charge, l'âge et la température de la batterie, la température ambiante, etc.

² Valeur déterminée selon la procédure de mesure WLTP. L'autonomie réelle est soumise à différents facteurs tels que le mode de conduite, les conditions de la route, la température extérieure, les conditions climatiques, l'utilisation du chauffage et de la climatisation, la régulation anticipée de la température, ainsi que le nombre de passagers.

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 «Explore More»: en route vers un avenir durable

D.g.à.d.: Markus Kohler, Brand Director Škoda Suisse / Helmut Ruhl, CEO d'AMAG Group SA / Karsten Schnake, directeur des achats chez Škoda Auto et responsable de la durabilité / Olivier Wittmann, Managing Director AMAG Import SA

Source: Stefan Schlumpf



Škoda «Explore More»: en route vers un avenir durable

La conférence de presse a également été l'occasion de fêter une première suisse: le Škoda Elroq. Bien qu'il soit encore en tenue de camouflage, le modèle BEV entièrement électrique permet d'ores et déjà de se faire une première idée de ce que sera le deuxième modèle entièrement électrique de Škoda.

Source: Stefan Schlumpf



Škoda «Explore More»: en route vers un avenir durable

Avec l'Elroq, Škoda lance une nouvelle campagne BEV qui comprendra six nouveaux véhicules électriques au cours des prochaines années.

Source: Škoda Auto

Škoda Auto

- › prolonge son succès avec la «Next Level – Škoda Strategy 2030» pour la décennie à venir.
- › aspire à devenir d'ici 2030 l'une des cinq marques enregistrant les plus fortes ventes en Europe, grâce à des offres attrayantes dans les segments d'entrée de gamme et à d'autres modèles électriques.
- › exploite de manière ciblée divers potentiels sur des marchés de croissance importants comme l'Inde, l'Afrique du Nord ou la région ASEAN (notamment le Vietnam).
- › propose actuellement à sa clientèle onze séries de modèles de voitures de tourisme: Fabia, Scala, Octavia et Superb, ainsi que Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq, Enyaq Coupé, Slavia et Kushaq.
- › a livré en 2023 plus de 866'000 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.
- › fait partie du Brand Group CORE, au sein duquel les marques à gros volume du groupe Volkswagen ont été regroupées sur le plan organisationnel afin de croître ensemble et d'augmenter considérablement l'efficacité globale des cinq marques à gros volume.
- › fait partie intégrante du groupe de marques CORE – l'association organisationnelle des marques à gros volume du groupe Volkswagen – afin de réaliser une croissance commune et d'augmenter considérablement l'efficacité globale des cinq marques à gros volume.
- › développe et produit également, en plus des véhicules, des composants tels que des systèmes de batteries MEB, des moteurs et des boîtes de vitesses de manière autonome au sein du groupe.
- › gère trois sites en République tchèque; dispose de capacités de production notamment en Chine, en Slovaquie et en Inde, essentiellement au travers de partenariats de groupe, ainsi qu'en Ukraine avec un partenaire local.
- › emploie environ 40'000 personnes dans le monde et est présente sur plus de 100 marchés.