

18.01.2013 - 14:20 Uhr

AMAG démarre bien positionnée dans la nouvelle année

Buchs (ZH) (ots) -

-

- 28,8% de part de marché
- Trois marques du groupe Volkswagen pour la première fois sur les marches du podium
- Défis économiques bien maîtrisés, chiffre d'affaire 2012: CHF 4.5 Md.
- La satisfaction clients reste une cible essentielle
- L'année automobile 2013 face à de gros défis

La part de marché de VW, SKODA, Audi, SEAT et VW Véhicules Utilitaires a pu être augmentée à 28.8% (+ 2.2%). AMAG termine l'instable année économique 2012 avec un chiffre d'affaires consolidé de CHF 4.5 milliards, très satisfaisant. AMAG a employé 5 250 collaborateurs en 2012, dont 675 apprenants. AMAG se tourne vers l'année en cours avec déférence face aux défis de la branche et de l'économie suisse.

2012 s'inscrit dans l'histoire de la branche automobile suisse comme étant l'année enregistrant le plus de ventes depuis 1989, soit 328 139 véhicules de tourisme immatriculés. Après les gains en parts de marché réalisés les années précédentes, les marques d'AMAG - Volkswagen, SKODA, SEAT et VW Véhicules Utilitaires - ont à nouveau nettement gagné du terrain dans un marché pourtant difficile. Volkswagen, une fois de plus la marque préférée des Helvètes, prend une nette avance: VW a réussi à vendre plus du double de véhicules, soit 44 258 unités (40 594 en 2011), que le numéro 2, Audi, une autre marque du groupe Volkswagen. Audi, ayant placé un nombre record de 22 083 véhicules (18 502 en 2011), se classe à nouveau première parmi les marques Premium de Suisse. SKODA grimpe pour la première fois au troisième rang avec un nouveau record en ventes (soit 19 132 unités; 17 470 en 2011) et en part de marché (5.8%), ce qui souligne sa popularité inaltérée auprès des Suisses. SEAT a également progressé en 2012, obtenant un volume record de 8 934 nouvelles immatriculations (8 314 en 2011) et une part de marché de 2.7% (+0.1%).

La marque aux quatre anneaux s'est en outre avérée être la marque tout-terrain préférée. VW ne s'est pas laissée détronner de sa place de n° 1 des véhicules Diesel et de n°2 des tout-terrains.

VW Véhicules Utilitaires a mieux progressé que la moyenne sur le marché des utilitaires légers. Elle a su séduire plus d'acquéreurs que jamais (8 730 dont 3 622 immatriculations / voitures de tourisme) depuis le début de l'importation en 1950. Ce qui représente une part de marché de 21.6% (+ 1.9%). SKODA a également trouvé sa place dans ce segment avec 95 Praktik. Les T5 VW (Caravelle und Multivan) restent les modèles les plus recherchés de ce segment (1 849 en 2012, soit + 26.4%).

Au total, 94 407 voitures de tourisme des marques VW, Audi, SKODA et SEAT ont été nouvellement immatriculées en Suisse. 5 203 véhicules des marques VW Véhicules Utilitaires et SKODA s'y ajoutent. Il en résulte en 2012 un total effectif de 99 610 véhicules nouvellement immatriculés, utilitaires légers inclus.

Porsche AMAG RETAIL, la plus grande organisation commerciale de cette marque en Suisse, a livré 1 253 véhicules en 2012, ce qui représente une augmentation de 7% par rapport à l'année précédente.

Les résultats d'AMAG LEASING AG affichent la même tendance. Fin 2012, la société de leasing, créée en 1980, répertorie 110 204 contrats de leasing en cours (+8.5%).

Morten Hannesbo, CEO de la société AMAG Automobil- und Motoren AG, se montre enchanté par les très bons résultats qu'obtiennent les marques du groupe Volkswagen AG: « Nos concessionnaires et nos prestataires de services ont fourni un superbe travail en 2012 malgré les turbulences économiques persistantes. Dans un environnement concurrentiel très difficile, nos partenaires ont réussi à convaincre les clients grâce à la bonne qualité de nos produits et de nos prestations de services. L'énorme pression exercée sur les prix perdure. Les

rabais accordés actuellement par de nombreuses marques en sont un exemple. La crise de l'euro ne manquera pas de nous préoccuper pendant quelque temps encore. »

Augmentation de la satisfaction clients: un facteur de succès essentiel

Beaucoup a été entrepris pour la satisfaction clients au niveau de toute l'organisation commerciale et de ses collaborateurs. Les sondages clients neutres le soulignent. Monsieur Hannesbo reste néanmoins dubitatif: «L'année 2013 apportera elle aussi de nombreux défis pour l'économie suisse et la branche automobile. Si nous voulons nous affirmer en 2013 dans un marché impitoyable, nous devons fournir à nos clientes et clients un service encore plus performant et plus complet.» Par conséquent, nous continuerons de cibler l'orientation clients. Bien que les réactions des clients soient positives, Monsieur Hannesbo voit encore des potentiels. «Nous savons que nos clients apprécient nos marques. L'évolution des sondages dans les domaines Sales et Aftersales le prouve. Mais nous savons aussi que nous avons de grandes capacités inexploitées pour devenir encore meilleurs.» AMAG va redoubler d'efforts dans la vente. Les nouvelles VW Golf, Audi A3, SEAT Leon et SKODA Octavia sont des atouts de choix de l'organisation commerciale dans le segment A des véhicules compacts, très important en Suisse.

Le développement et la modernisation du réseau sont terminés dans un premier temps

Un autre aspect très important pour augmenter la satisfaction clients est de disposer d'une bonne infrastructure dans les entreprises. Afin de répondre aux exigences des clients, des marques et des volumes, AMAG a énormément investi en rénovations, agrandissements et nouvelles constructions pendant les dernières années, de même que de nombreux partenaires des marques. AMAG a bientôt réalisé tous ses grands projets des années à venir. En automne 2012, une nouvelle concession VW a ouvert ses portes à Schlieren, de même qu'un nouveau centre Porsche à Zurich. Le centre Audi de Choire sera inauguré fin janvier. Il sera suivi, début avril, du nouveau centre Audi / SKODA à Winterthur. Bien sûr, quelques modifications ou agrandissements de petite envergure sont en cours ou seront entrepris à l'avenir.

Les défis ne manqueront pas en 2013

«La crise persistante de l'euro a été, et restera une grande préoccupation dans la branche automobile. Il serait difficile d'atteindre des prix concurrentiels sans les différentes mesures engagées avec le soutien des constructeurs: prolongations de garantie, packs d'équipement, Eurobonus et autres actions. Il faut craindre que la crise économique européenne ne déploie tout son impact qu'en 2013 en Suisse», estime Monsieur Hannesbo au sujet des défis futurs.

Le chiffre d'affaires total du groupe AMAG est monté à CHF 4.5 milliards en 2012 (+ CHF 200 millions).

Contact:

AMAG Automobil- und Motoren AG
Dino Graf Graf
Leiter Corporate Communication
Tél.: +41/56/463'93'42
E-Mail: presse@ama.ch

AMAG Automobil- und Motoren AG
Markus Gamper
PR-Manager AMAG
Tél.: +41/56/463'93'35
E-Mail: presse@amag.ch