22.01.2016 – 14:15 Uhr

Stabilité dans un environnement plein de défis

Schinznach-Bad (ots) -

Après une année aux conditions cadres plus difficiles et pleine de défis imprévus, AMAG clôture l'exercice comptable avec un chiffre d'affaires consolidé de 4,4 milliards de francs. Dans un marché en légère hausse, les marques Volkswagen, Audi, SKODA, SEAT et VW Véhicules utilitaires ont su faire preuve de stabilité, voire même d'une croissance grâce à la grande fidélité et à la confiance des clients. Pendant l'année en cours, AMAG portera davantage son attention sur une action durable, la digitalisation et l'aptitude à être au service des clients. L'action de rappel dans le cadre du Diesel figure bien sûr au centre de ses préoccupations.

AMAG a fêté ses 70 ans d'existence l'année dernière. L'entreprise fondée par Walter Haefner le 3 janvier 1945 a su démontré au cours d'une année particulièrement difficile que son fondement établi dans la durabilité tenait la route. En dépit de «forts vents contraires» avec d'une part la suppression du taux plancher de l'Euro en janvier et d'autre part l'affaire des gaz d'échappement chez Volskwagen AG en septembre dernier, AMAG a pu atteindre de solides résultats. Le chiffre d'affaires annuel consolidé s'élève à 4,4 milliards de francs (-200 millions de francs). Cette légère baisse du chiffre d'affaires est due à la suppression du taux plancher de l'Euro qui a rapidement entraîné de fortes réductions de prix.

Nouvelles prestations de services

AMAG Leasing SA a développé de nouveaux produits afin de rendre le leasing encore plus transparent et plus simple pour les clients. Avec l'introduction de LeasingPlus, une nouvelle formule de leasing claire est proposée pour la première fois sous cette forme aux clients privés. Outre le financement classique du véhicule, elle inclut aussi d'autres prestations de services telles que «Service et Usure», «Pneus et Entreposage» et «Véhicule de remplacement» ou bien l'assurance optionnelle; sachant que la mensualité de leasing reste la même pendant toute la durée de leasing pour tous les forfaits de prestations de services et que le client n'a pas d'autres frais. Cela signifie une transparence et une maîtrise totale des coûts pour le client.

Investissements

Malgré la crise de l'euro début 2015, AMAG a maintenu sa planification stratégie à long terme et a poursuivi ses investissements dans ses propres sites. Le site d'AMAG Bulle et le Centre VW Véhicules Utilitaires Givisiez ont été inaugurés. AMAG Soleure a déménagé pour s'installer dans un nouveau bâtiment à Zuchwil, dont l'inauguration a été fêtée en janvier 2016. AMAG Choire a ouvert un nouveau show-room SKODA. Les travaux d'extension du domaine C+P ont débuté chez AMAG Dulliken. En outre, les travaux de construction du site AMAG Baden et du Centre Carrosserie AMAG à Lengwil ont commencé. L'ouverture de ces deux sites est prévue cette année encore. Le nouveau site d'AMAG Villeneuve ainsi qu'un nouveau garage à Etoy seront également inaugurés cette année. En plus de ces gros chantiers de rénovations et de constructions, AMAG a énormément investi dans l'adaptation des directives des marques ainsi que dans le développement des marques et des infrastructures de «Das WeltAuto» et «Audi Occasion:plus».

D'autres projets de construction sont prévus entre 2016 et 2018 comme par ex. un nouveau garage à Buchrain (LU), Lucerne, un Centre Carrosserie AMAG à Lupfig (AG), un nouveau centre SKODA à Frauenfeld, une entreprise Audi à Lugano Noranco et l'assainissement du site Petit-Lancy à Genève.

AMAG a aussi développé le concept de garage «stop+go» en agrandissant le réseau, en étoffant l'offre et en adaptant la Corporate Identity.

AMAG First SA ouvrira le nouveau Centro Porsche Locarno à Gordola au cours du premier semestre 2016.

Digitalisation

La digitalisation résulte d'une mutation constante en matière de technologie, de communication et de mobilité qui influence depuis longtemps l'économie, mais aussi la branche automobile et impacte non seulement les véhicules et leurs types de propulsion mais aussi leur environnement. Ainsi, AMAG a par ex. mis au point une solution basée sur des tablettes pour une réception Service mobile dans ses propres garages. Elle permet au conseiller Service de noter tous les points et souhaits du client directement à proximité du véhicule de celui-ci et de fournir immédiatement des renseignements sur les coûts, la durée, etc.

Du fait de sa participation à sharoo et «Catch a Car» de Mobility, AMAG fait un pas de plus en matière de digitalisation dans le domaine de la mobilité. Cette année, les efforts seront encore plus axés sur la digitalisation. Divers projets dans tous les départements d'AMAG sont actuellement en cours d'élaboration car la digitalisation constitue le carburant du futur.

Durabilité et responsabilité

Voilà plus de 70 ans qu'AMAG a ancré le développement durable dans sa culture. La gestion durable reste un objectif stratégique d'AMAG, elle se focalise sur les thèmes économiques, écologiques et sociaux. Ceux-ci ont été abordés en 2015 et ils seront

poursuivis en 2016.

Le système de formation dual en Suisse est un facteur de réussite. AMAG considère depuis toujours que la formation des apprenants est très importante. Elle est ainsi l'une des sociétés de formation d'apprentis les plus importantes en Suisse. Le nombre d'apprenants a encore augmenté l'année dernière et s'élève à plus de 13% des effectifs.

A la fin de l'année, le groupe AMAG employait 5360 collaborateurs dont 714 apprenants.

Durant l'année en cours, l'action de rappel des véhicules touchés par l'affaire du Diesel sera bien sûr au centre des préoccupations du suivi clients d'AMAG. AMAG et toute l'organisation commerciale ont pour objectif que cette action de rappel se déroule avec professionnalisme, le mieux et le plus vite possible pour tous les clients. Tout le réseau de prestataires de services des marques du groupe Volkswagen en Suisse fera de son mieux pour y parvenir.

Performance sur le marché en 2015

323 783 véhicules au total ont été immatriculés en 2015, (7,2% de plus par rapport à l'année précédente). Les marques Volkswagen, Audi, SEAT, SKODA et Volkswagen Véhicules Utilitaires ont réussi en partie à gagner des parts de marché malgré les défis auxquels elles ont eu à faire face.

Avec 42212 unités, Volkswagen est de nouveau la marque la plus vendue en Suisse (part de marché de 13%) et donc le n°1 au niveau national pour la 16ème fois de suite avec le deuxième meilleur résultat jamais obtenu depuis le début des importations. La VW Golf peut fêter un succès hors du commun. Elle est pour la quarantième fois la voiture favorite des Helvètes.

Dans le segment Premium en forte croissance, Audi progresse elle aussi par rapport à 2015. Avec 22 225 nouvelles immatriculations, elle réalise son meilleur résultat depuis le début des importations. Sa part de marché reste au même niveau que l'année dernière soit à 6,9%.

Avec 20 972 unités vendues, SKODA dépasse pour la première fois le seuil des 20 000 nouvelles immatriculations pendant une année civile. Sa part de marché s'élève à 6,5%. La SKODA Octavia est de très loin la voiture que les Suisses ont été les plus nombreux à acheter, après la VW Golf.

SEAT dépasse pour la première fois la barre des 10 000 unités avec 10 451 véhicules immatriculés et surpasse encore sa performance de l'année précédente (+11,4%). Avec une part de marché de 3,2%, la marque espagnole est désormais bien établie en Suisse.

Volkswagen Véhicules Utilitaires continue également sa progression. En 2015, 10 465 nouveaux véhicules ont été immatriculés, soit 3,9% de plus que l'année précédente. Ceci représente aussi un résultat record.

Les marques VW, Audi, SKODA et SEAT totalisent 95 860 premières immatriculations de voitures de tourisme sur le territoire suisse. 6331 véhicules utilitaires légers VW et SKODA s'y ajoutent. AMAG First SA clôture également l'exercice avec succès grâce aux 1602 nouvelles immatriculations de véhicules Porsche. Bentley Zoug a vendu 28 véhicules neufs l'année dernière.

AMAG Leasing SA a progressé de 5,2% avec 49 537 nouveaux contrats de leasing souscrits et clôture brillamment l'exercice 2015 avec 130 523 contrats de leasing (+ 6,6% par rapport à l'année précédente).

Monsieur Morten Hannesbo, CEO d'AMAG, commente les résultats de l'année passée comme suit: «L'année dernière n'a pas manqué de surprises: nous avons été mis au défi par deux fois: D'abord en janvier, lorsque le cours plancher de l'euro a été supprimé, puis en septembre avec l'affaire des gaz d'échappement chez VW. Je remercie nos clients pour leur grande fidélité et leur confiance à l'égard de nos marques et des prestations de services de nos collaborateurs, de nos concessionnaires et de nos prestataires de services». Il considère la nouvelle année avec un grand respect: «Les signes généraux annoncent de nombreux défis pour l'économie suisse, mais de nouvelles opportunités s'ouvrent aussi à nous avec la réorientation du groupe Volkswagen. Nous devons en outre renforcer la confiance que nos clientes et nos clients nous témoignent, voire, si nécessaire, la regagner.

Aperçu de la performance sur le marché (PDF ci-joint).

Contact:

AMAG Automobiles et Moteurs SA:
Dino Graf
Responsable Corporate Communication AMAG
Téléphone +41 56 463 93 51
presse@amag.ch

AMAG Automobiles et Moteurs SA:
Roswitha Brunner
PR Manager AMAG
Téléphone +41 56 463 93 35
presse@amag.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001252/100783117 abgerufen werden.