



Mercedes-Benz

Informations Presse

13 Octobre 2020

## Annonce de la nouvelle stratégie Mercedes-Benz

- La nouvelle stratégie de Mercedes-Benz pour le secteur automobile a été dévoilée aujourd'hui à l'occasion d'une conférence virtuelle dédiée aux analystes et investisseurs.
- La nouvelle stratégie renforcera le positionnement luxe de la marque Mercedes-Benz, élèvera le positionnement et le mix des gammes de produits, permettra de poursuivre une croissance significative pour les filiales AMG, Maybach, G et EQ et accélérera le développement de la propulsion électrique et des logiciels pour les voitures.
- Mercedes-Benz confirme son engagement total en faveur de l'électrification de tous ses produits, dévoile de nouvelles architectures électriques dédiées, et annonce une multitude de nouveaux lancements de produits électriques.
- Quatre **new** nouveaux véhicules électriques sur une nouvelle grande architecture, EVA, dont le lancement est prévu à partir de 2021.
- Nouveaux véhicules électriques à venir pour AMG, Maybach et G.
- Nouvelle plateforme MMA "Electric first" en développement pour les voitures compactes et moyennes.
- Dévoilement d'un élargissement des plans de réduction des coûts qui permettront de réduire les investissements, la R&D et les coûts fixes et améliorera l'empreinte industrielle.
- Des ambitions financières accrues : abaisser le point d'équilibre, viser une meilleure rentabilité et un fort taux de conversion de liquidité.

**Stuttgart (Allemagne)** - Mercedes-Benz a annoncé une nouvelle orientation stratégique qui vise une croissance rentable dans le segment du luxe et le leadership dans le domaine de la propulsion électrique et des logiciels automobiles.

*« Ces dernières années, nous avons fait beaucoup de choses bien : design, ingénierie des produits, rajeunissement de la marque, croissance des ventes. En conséquence, nous avons remis Mercedes au sommet. Mais nous n'avons pas encore atteint notre plein potentiel pour ce qui est de transformer le succès du volume en croissance des bénéfices. C'est pourquoi nous nous sommes recentrés et nous lançons notre nouvelle stratégie. Nous avons l'intention de construire les voitures les plus désirables au monde. Il s'agit de tirer parti de nos atouts en tant que marque de luxe*

Mercedes-Benz AG, 70546 Stuttgart, Allemagne

Tél. +49 711 17 - 0, Fax +49 711 17 - 22244, [dialog.mb@daimler.com](mailto:dialog.mb@daimler.com), [www.mercedes-benz.com](http://www.mercedes-benz.com)

Siège social et Cour d'enregistrement: Stuttgart; HRB no 762873

Président du conseil de surveillance: Manfred Bischoff

Conseil d'administration : Ola Källenius (Président), Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sajjad Khan, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Harald Wilhelm

\* De plus amples informations sur la consommation officielle de carburant et les émissions officielles spécifiques de CO2 des voitures particulières neuves peuvent être trouvées dans le "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" [Guide sur l'économie de carburant, les émissions de CO2 et la consommation d'énergie des voitures particulières neuves], qui est disponible gratuitement à tous les points de vente et de Deutsche Automobil Treuhand GmbH à [www.dat.de](http://www.dat.de)



et Mercedes-Benz sont des marques déposées de Daimler AG, Stuttgart, Allemagne.

*pour accroître la valeur économique et améliorer la composition et le positionnement de notre gamme de produits. Nous allons libérer tout le potentiel de nos filiales - AMG, Maybach, G et EQ. Notre stratégie est conçue pour arrêter les activités non essentielles afin de nous concentrer sur ce qui compte vraiment : les véhicules électriques dédiés et les logiciels automobiles. Nous prendrons des mesures concernant les coûts structurels et viserons une rentabilité forte et durable », a déclaré Ola Källenius, président du conseil d'administration de Daimler AG et de Mercedes-Benz AG lors d'une conférence virtuelle d'investisseurs et d'analystes intitulée "Mercedes-Benz Strategy Update" le 6 octobre 2020. M. Källenius a également déclaré : « Avec cette nouvelle stratégie, nous annonçons notre engagement clair en faveur de l'électrification complète de notre gamme de produits et notre détermination à faire en sorte que l'entreprise soit totalement neutre en carbone, conformément à notre objectif Ambition 2039 ».*

La nouvelle stratégie de Mercedes-Benz est un programme complet qui a été conçu pour faire avancer l'entreprise sur le plan technologique et financier. Elle repose sur six piliers :

### **Penser et agir comme une marque de luxe**

Le luxe a toujours fait partie de l'âme de Mercedes-Benz. À l'avenir, la marque va se concentrer à nouveau sur le luxe, en le faisant devenir partie intégrante de tous les produits, des interactions avec les clients et des technologies numériques. Mercedes-Benz va remodeler son offre de produits, la communication de la marque et son réseau de vente pour offrir une véritable expérience luxe - une expérience luxe qui sera électrique, technologique et durable.

### **Se concentrer sur une croissance rentable**

Mercedes-Benz prendra des mesures pour améliorer et recalibrer sa stratégie de marché. Elles seront axées sur l'optimisation de l'équilibre entre le volume, le prix et la répartition des canaux de distribution afin de garantir de meilleures marges de contribution du portefeuille actuel et futur. Mercedes-Benz concentrera également ses ressources et ses capitaux pour le développement de produits sur les parties les plus rentables du marché afin d'assurer une rentabilité plus élevée.

### **Élargir la base de clientèle en développant les filiales**

Selon Interbrand, Mercedes-Benz est la marque de voitures de luxe qui a la plus grande valeur au monde. Elle restera l'étoile directrice. Mais Mercedes-Benz a aussi des filiales extraordinaires : AMG, Maybach, G et EQ. La nouvelle stratégie les fera passer à la vitesse supérieure, en accélérant leur développement, grâce à des plans clairs et ciblés visant à libérer leur potentiel et à générer une croissance supplémentaire.

AMG est prête à passer à l'étape suivante avec l'électrification de ses véhicules haute performance qui commencera en 2021. Ses liens avec la Formule 1 s'intensifieront également l'année prochaine afin de refléter son identité en tant que filiale haute performance de Mercedes. Maybach poursuivra les opportunités mondiales en doublant sa taille et en passant à l'électricité. La demande pour la légendaire G est supérieure à l'offre actuelle, de ce fait elle grandira et s'électrifiera. Avec la marque EQ, Mercedes-Benz s'adressera à un nouveau public avec des produits de haute technologie, construits sur des architectures électriques dédiées.

### **Accueillir les clients et augmenter les revenus récurrents**

Mercedes-Benz s'engage à entretenir des relations durables avec ses clients. L'objectif est que les clients aiment posséder une Mercedes-Benz et soient tellement satisfaits de la relation, qu'ils restent fidèle à la marque pendant une longue période, idéalement pour toujours. Désormais, Mercedes-Benz visera une fidélité encore plus forte, une augmentation des achats répétés et une croissance rapide des revenus récurrents - provenant des services et des pièces détachées, mais aussi, de plus en plus, des mises à jour et des services d'abonnement. Le nombre croissant de voitures connectées offre des possibilités de revenus très importantes à l'avenir puisque la flotte Mercedes-Benz atteindra 20 millions de véhicules entièrement connectés au total d'ici 2025.

### **Leader des moteurs électriques et logiciels pour voitures**

Mercedes-Benz souhaite prendre la tête du marché des moteurs électriques et des logiciels pour voitures avec des objectifs ambitieux de développement de produits et l'introduction accélérée de nouvelles technologies. Dans le cadre de sa stratégie "Electric First", Mercedes-Benz a annoncé quatre nouveaux véhicules électriques basés sur sa future architecture de véhicule électrique pour SUV ? (EVA). La berline de luxe EQS est le premier représentant de cette nouvelle architecture dédiée et sera commercialisée en 2021 avec une autonomie électrique

de plus de 700 km (WLTP). Elle sera suivie par l'EQE, l'EQS-SUV et l'EQE-SUV, ainsi qu'AMG, Maybach et G qui passeront également à l'électrique. À partir de 2025, de nombreux autres modèles viendront s'ajouter à la gamme de véhicules électriques sur la deuxième toute nouvelle plateforme électrique dédiée, Mercedes-Benz Modular Architecture (MMA) conçue pour les voitures compactes et de taille moyenne.

Mercedes-Benz consacrera une part encore plus importante de ses ressources et de son savoir-faire en matière de développement de produits à propulsion électrique, et investira dans de nouvelles technologies et de nouveaux concepts pour accélérer l'autonomie et l'efficacité de ces véhicules. La prochaine génération de moteurs électriques est développée en interne et sera dotée d'un onduleur sophistiqué et d'une technologie à haute tension. L'entreprise fait d'énormes progrès dans le domaine de la technologie des batteries - avec la R&D interne sur les batteries complétée par des partenariats étroits avec des partenaires stratégiques clés tels que CATL, Farasis et Sila Nano. Les nouveaux matériaux et procédés de production permettront d'augmenter l'autonomie, de réduire le temps et le coût de chargement.

Mercedes-Benz a également annoncé aujourd'hui une nouvelle étape passionnante dans le développement des véhicules électriques, avec le programme technologique Vision EQXX. L'objectif est de construire un véhicule électrique avec une efficacité et une autonomie spectaculaires. Mercedes-Benz a chargé son groupe d'ingénierie de repousser les limites de l'autonomie et de l'efficacité électriques avec une équipe pluridisciplinaire et interfonctionnelle basée à Stuttgart. Soutenue par des spécialistes du groupe Mercedes-Benz F1 HPP au Royaume-Uni, ils leur apportent leur expertise en matière de moteurs électriques ainsi qu'une vitesse de développement inspirée du sport automobile. Bien que Vision EQXX soit un programme technologique, il devrait déboucher sur des innovations qui feront rapidement leur chemin dans les voitures de série.

Dans le domaine des logiciels automobiles, Mercedes-Benz a annoncé son propre système d'exploitation propriétaire MB.OS. Celui-ci sera développé en interne et son lancement est prévu pour 2024. Il permettra à Mercedes-Benz de centraliser le contrôle de tous les domaines des véhicules ainsi que ses interfaces consommateurs. Le développement du logiciel propriétaire permettra une plus grande rapidité et des mises à jour plus fréquentes. Il sera conçu autour d'architectures évolutives qui permettront de contrôler les coûts de développement futurs.

*« Chez Mercedes-Benz, nous nous efforçons de ne rien faire de moins que de prendre la première place dans le domaine de la propulsion électrique et des logiciels automobiles. Nous y parviendrons grâce à une stratégie de plateforme électrique intelligente et à une approche de développement de logiciels », a déclaré Markus Schäfer, membre du conseil d'administration de Daimler AG et de Mercedes-Benz AG, responsable de la recherche du groupe Daimler et directeur général de Mercedes-Benz Cars. « Nous allons le faire à la manière de Mercedes, en apportant une véritable expérience luxe au monde des voitures électriques et connectées. Nous allons tirer parti du développement technologique interne et des partenariats stratégiques pour offrir de supers produits et à partir de 2025 nous visons de fortes marges de contribution pour toutes les nouvelles architectures grâce à une grande similitude, à des investissements contrôlés, ainsi qu'à une baisse continue du coût des systèmes de batteries. Alors que nous allons élargir le portefeuille électrifié pour atteindre une part de plus de 50 % des ventes mondiales d'ici 2030, nos investissements dans le développement des moteurs à combustion vont rapidement diminuer et le nombre de variantes de moteurs à combustion va diminuer de 70 % d'ici 2030 ».*

### **Réduire les coûts et améliorer l'empreinte industrielle**

Mercedes-Benz améliorera sa rentabilité et sa génération de trésorerie et prendra des mesures pour préparer l'avenir et accélérer le passage à la propulsion électrique. Les événements de 2020 ont confirmé que le seuil de rentabilité de l'entreprise est trop élevé et, compte tenu des défis de transformation à venir, d'autres actions seront nécessaires. Mercedes-Benz prendra donc de nouvelles mesures importantes pour réduire la base de coûts et améliorer l'empreinte industrielle d'ici à 2025.

Les coûts fixes seront réduits de plus de 20 % d'ici 2025 par rapport à la base de 2019 grâce à une réduction des dépenses, à des ajustements de capacité et à une diminution des coûts de personnel. Les dépenses d'investissement et de la R&D devraient également diminuer de plus de 20 % d'ici 2025 par rapport à 2019. Les coûts variables seront réduits de 1 % net par an par rapport au niveau de 2019 au cours de la période allant jusqu'à 2025, y compris des

objectifs d'économies accrus et prolongés pour les coûts des matériaux. Cet objectif exclut les effets d'une augmentation de l'offre électrique.

### **La nouvelle stratégie de Mercedes-Benz et ses ambitions financières**

Grâce à son approche recentrée, la nouvelle stratégie de Mercedes-Benz devrait permettre d'améliorer les performances commerciales grâce à une meilleure combinaison et une meilleure tarification, à un portefeuille de produits amélioré et à une croissance des revenus récurrents. Ces évolutions, combinées aux actions sur les coûts et l'empreinte industrielle, devraient conduire à un niveau de rentabilité structurellement plus élevé. D'ici 2025, Mercedes-Benz AG vise un niveau de retour sur ventes (RoS) dans une fourchette moyenne à élevée à un chiffre, même dans des conditions de marché défavorables. L'ambition de l'entreprise est d'atteindre une marge à deux chiffres dans un environnement de marché fort.

« Nous sommes prêts pour une croissance rentable. Nous avons pris des mesures pour abaisser le seuil de rentabilité afin de redimensionner notre entreprise et nos activités. Toutes ces mesures visent à rendre notre entreprise résistante aux intempéries, à relever les défis de la transformation et à atteindre des niveaux de rentabilité solides, même dans des conditions difficiles, avec une hausse significative dans des conditions de marché favorables » a déclaré **Harald Wilhelm, membre du conseil d'administration de Daimler AG, responsable des finances et du contrôle de gestion de Daimler Mobility et de Mercedes-Benz AG.**

*« La base de notre nouvelle stratégie est notre équipe hautement qualifiée et motivée. Chez Mercedes-Benz, nous sommes tous déterminés à réaliser nos ambitions. Nous allons construire les voitures les plus désirables au monde. C'est notre mission, c'est ce que nous voulons offrir à nos clients. Nous allons faire un bond en avant dans la technologie. Nous investirons là où nous pouvons gagner, nous développer plus intelligemment et remodeler notre empreinte industrielle. Nous serons ainsi en mesure d'améliorer la rentabilité et d'augmenter la valeur pour les actionnaires »,* a déclaré M. **Källenius.**

Des informations supplémentaires seront disponibles à l'adresse suivante :

<https://media.mercedes-benz.com/mbsu>