



Communiqué de presse

Safenwil, le 5 décembre 2022

Toyota Motor Europe en route vers la neutralité carbone d'ici 2040



Kylie Jimenez, SVP – People, Technology & Corporate Affairs, Toyota Motor Europe

- Toyota Motor Europe ouvre la voie vers la neutralité carbone totale d'ici 2040
- Développement des gammes de modèles Toyota et Lexus grâce à de nouveaux concepts de véhicules à batterie électrique et hybrides rechargeables
- Toyota lance sa propre production de batteries en Europe pour la version hybride rechargeable du nouveau C-HR
- Woven Planet, filiale de Toyota, applique le principe «software first» afin d'accélérer le développement de véhicules électrifiés et dévoile plus de détails concernant Woven City, une «piste d'essai consacrée à la mobilité»
- En 2022, la part de marché de Toyota Motor Europe (TME) atteint le niveau record de 7,3%, soit une hausse de 0,9% par rapport à l'année précédente, ce qui place Toyota à la deuxième marche du podium en Europe

Lors de l'événement annuel Kenshiki organisé par TME la semaine dernière, plusieurs membres éminents des directions mondiale et européenne de l'entreprise ont présenté quelques éléments de la vision, des technologies et de la stratégie de la marque, ainsi que les derniers produits et services. Cette année, la neutralité carbone et la transformation de Toyota en prestataire de mobilité à grande échelle étaient au cœur de l'événement Kenshiki (mot japonais pour «aperçu») devant plus de 250 représentants des médias.

Neutralité carbone totale d'ici 2040

Toyota Motor Europe s'est engagée à atteindre la neutralité carbone totale d'ici 2040 au plus tard. L'année dernière, Toyota a révélé son intention de réduire de 100% les émissions de l'ensemble de ses véhicules au sein l'UE, du Royaume-Uni et de l'AELE d'ici 2035.

«De manière générale, nous nous concentrons sur deux domaines: la neutralité carbone ainsi que sa mise en œuvre dans nos activités commerciales, et la mobilité de demain qu'il nous tient à cœur de soutenir en passant du statut de constructeur automobile à celui de prestataire en solutions mobiles», a déclaré Matt Harrison, président et CEO de Toyota Motor Europe à ce sujet.

Marvin Cooke, EVP Manufacturing de Toyota Motor Europe, a présenté la manière dont Toyota entend rendre tous ses sites de production neutres en carbone d'ici 2030. Pour atteindre cet objectif, il convient de mettre en place plusieurs mesures: minimiser la consommation d'énergie dans la mesure du possible, adopter l'énergie verte et mettre en œuvre des innovations qui réduisent ou éliminent le CO₂.

«Nous avons installé des panneaux solaires sur une surface équivalente à dix terrains de football sur le site de notre usine de moteurs britannique de Deeside. Nous recyclons en outre 90% de tous les déchets pour produire de l'énergie verte et prévoyons d'atteindre la neutralité carbone dès 2025. En ce qui concerne les activités ne relevant pas de notre compétence comme l'approvisionnement et la logistique, il sera plus complexe d'atteindre le même objectif d'ici 2040. Nous mettons néanmoins tout en œuvre pour y parvenir en collaboration avec nos partenaires et fournisseurs.»

La diversité est une force: la science derrière la stratégie multi-technologique de Toyota

Le Dr Gill Pratt, Chief Scientist chez Toyota Motor Corporation et CEO de l'institut de recherche Toyota, a présenté quelques éléments scientifiques qui sous-tendent les efforts mondiaux de Toyota en matière de décarbonisation comme l'utilisation de différentes technologies d'électrification destinées à réduire les émissions polluantes et à optimiser l'utilisation de ressources rares. La stratégie multi-technologique de Toyota tient compte des avantages complémentaires des véhicules à batterie et des véhicules à hydrogène pour une mobilité zéro émission.

«En raison des pénuries actuelles ainsi que du coût élevé du matériel des batteries et de l'infrastructure, il est préférable de miser sur une combinaison de véhicules électriques à batterie, hybrides et hybrides rechargeables afin de réduire les émissions de CO₂ au cours des 10 à 15 prochaines années. Nous devons faire ce qu'il y a de mieux pour l'environnement: diminuer au maximum la production de carbone pour chaque cellule de batterie produite, remplacer autant de véhicules que possible par des véhicules électrifiés, sans oublier que notre ennemi est bien le carbone, et non un mode de propulsion en particulier», a confirmé le Dr Pratt.

La stratégie générale de Toyota répond avant tout aux différents besoins des clients européens grâce à une gamme de modèles comprenant des véhicules électriques à batterie et à pile à combustible, ainsi que des modèles hybrides et hybrides rechargeables comme l'a précisé Kylie Jimenez, SVP - People, Technology & Corporate Affairs, Toyota Motor Europe:

«Nous misons sur la diversité, car il n'existe pas de solution unique adaptée à chaque situation, surtout si l'on tient compte des différents besoins au niveau de la clientèle et du développement de l'infrastructure.»

La gamme électrifiée de TME comme moteur de croissance

TME prévoit un volume de ventes d'environ 1,1 million de véhicules en 2022, une croissance annuelle modérée mais importante dans un marché européen qui s'est effondré de 12%. L'entreprise prévoit également d'atteindre une part de marché record de 7,3%, soit une augmentation de 0,9% par rapport à l'année dernière. Ce succès repose sur la forte production de divers modèles électrifiés, qui représentent près de 66% des ventes réalisées par TME en Europe.

Woven Planet: mobilité et sécurité réinventées

Lors de la première présentation aux médias européens, le Dr James Kuffner a expliqué le rôle spécifique de Woven Planet, filiale de Toyota, dans sa transformation en entreprise de mobilité. Sa mission: réinventer la mobilité et la sécurité.

«Nous mettons en œuvre de nouvelles plateformes logicielles, des outils, des processus et un changement de culture vers le développement défini par logiciel pour Toyota. Cette démarche augmentera la productivité en permettant la mise en place de processus évolutifs et la réutilisation de codes sur des centaines de modèles Toyota et Lexus», a expliqué le Dr James Kuffner, CEO de Woven Planet Holdings et Chief Digital Officer de TMC.

La vision de Woven Planet englobe trois types de mobilité: celle des personnes, des biens et des informations. Les éléments clés de cette vision sont les suivants:

1. Arene («software first»): la création de nouvelles technologies de mobilité fournit l'ADN des produits et services de mobilité de Toyota avec la conception de l'architecture logicielle réalisée avant même le développement du matériel. La plateforme logicielle Arene de Woven Planet constitue la base de l'implémentation SDA (Software Defined Architecture) de Toyota.
2. Dispositifs d'aide à la conduite (Automated Driving & Advanced Safety, ADAS) en charge de la technologie Toyota Teammate et Lexus Teammate «Advanced Drive». De nouveaux systèmes de sécurité et d'assistance sont constamment développés grâce au principe «Guardian» de Toyota qui consiste à veiller sur le conducteur à tout instant.

3. Woven City: le Dr Kuffner a en outre décrit le rôle de la Woven City, en cours de construction à proximité du mont Fuji. Une fois achevée, Woven City constituera une installation d'essai unique en son genre, permettant d'accélérer les innovations et de reproduire la mobilité mondiale de demain à échelle réelle. Il sera alors possible de développer plus rapidement des technologies de mobilité ainsi que des solutions pour l'agriculture intelligente, une énergie propre et une vie saine, le tout avec des logiciels qui intègrent la sécurité et la protection des données dès la conception.

Remarques destinées aux représentants des médias:

Toyota Motor Europe NV/SA (TME) supervise la vente en gros et le marketing des produits, pièces et accessoires Toyota, GR (Gazoo Racing) et Lexus, ainsi que les activités de production et d'ingénierie de Toyota en Europe. Toyota emploie plus de 27'000 personnes et a investi plus de 10 milliards d'euros en Europe depuis 1990. L'entreprise possède huit usines de fabrication en Europe situées au Portugal, au Royaume-Uni, en France, en Pologne, en République tchèque et en Turquie. Aujourd'hui, près de 16,5 millions de véhicules Toyota, GR et Lexus circulent sur les routes européennes. Leurs propriétaires peuvent compter sur un réseau de 28 entreprises nationales de vente et de marketing ainsi que sur quelque 2'800 points de vente au détail répartis dans 53 pays (UE, Royaume-Uni, AELE, Russie, Israël, Turquie et pays d'Europe de l'Est). En 2021, TME a vendu plus de 1'076'300 véhicules en Europe, ce qui représente 6,4% des parts de marché. De plus amples informations sont disponibles sous «Facts & Figures» (toyota.eu) et sur www.toyota-europe.com.

Chez Toyota, nous sommes convaincus que tout est possible grâce à la libre mobilité des personnes, qui devrait être accessible à tous, et ce de manière sûre, claire, inclusive et durable. Toyota entend contribuer ainsi au «bien commun». En Europe, TME a lancé la marque KINTO, qui offre une gamme de services de mobilité dans 14 pays. KINTO vend des produits à base de piles à combustible sans émissions et fournit une assistance technique selon le principe «business to business». Toyota s'efforce d'atteindre la neutralité carbone dans toutes ses activités européennes pour contribuer aux Objectifs de développement durable des Nations unies. Leader européen de longue date en matière de réduction des émissions de CO₂, TME entend éliminer 100% des émissions de ses véhicules en Europe occidentale d'ici 2035. L'entreprise continuera également à proposer une gamme complète de produits électrifiés de qualité: véhicules hybrides, hybrides rechargeables, électriques à batterie et électriques à pile à combustible. En matière de durabilité, Toyota va au-delà du zéro.

Votre interlocuteur pour tout renseignement: Björn Müller – Relations presse
bjoern.mueller@toyota.ch

Plus d'informations sur Toyota: toyota.ch / toyota-media.ch