



Volkswagen vise à augmenter davantage la productivité des usines

- Objectif de la nouvelle stratégie de production TRANSFORM.TOGETHER : 30 % d'augmentation de la productivité à travers le monde d'ici à 2025
- Andreas Tostmann, Membre du Directoire en charge de la Production : « Le potentiel d'efficacité de la production d'ici à 2025 s'élève à 2,6 milliards d'euros »
- Dans huit domaines d'action, le changement de paradigme de l'orientation produit à l'orientation processus va être mis en œuvre dans le monde entier
- Large contribution de la Production à la réalisation de l'objectif de rentabilité : 6 % minimum d'ici à 2025

La stratégie de production TRANSFORM.TOGETHER de la marque Volkswagen cible une hausse de 30 % de la productivité mondiale d'ici à 2025 par rapport à 2018. La Production va donc largement contribuer à la réalisation de l'objectif de rentabilité de la marque qui est de 6 % minimum. « Nous voulons nous classer parmi les meilleurs en termes de productivité. Nous devons générer des rendements compétitifs pour pouvoir investir dans l'avenir et préserver les emplois existants. Ensemble, nous nous engageons sur la voie d'une nouvelle ère de production pour la marque Volkswagen Véhicules Particuliers. Il ne s'agit là que d'un changement de paradigme : nous passons du statut d'entreprise orientée sur le produit à celui d'entreprise orientée sur la production et les processus. Pour la Production, cela signifie que notre département sera plus important que jamais à l'avenir », a commenté Andreas Tostmann, Membre du Directoire en charge de la Production, à l'occasion d'un événement organisé au Berlin Motorwerk auquel ont participé 500 cadres des 17 usines de production de véhicules de Volkswagen.

Contacts presse

Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Audrey Garousse
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Adrien Boutroue
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
adrien.boutroue@volkswagen.fr



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen



Domaines d'action de la stratégie de production

La nouvelle stratégie de production TRANSFORM.TOGETHER et/avec ses huit domaines d'action définissent la feuille de route qui permettra d'exploiter le potentiel d'efficacité existant et parvenir à une augmentation durable de la productivité. « Volkswagen se situe actuellement à mi-chemin par rapport à ses principaux concurrents en termes de coûts de production, de coûts de main-d'œuvre et de marges, ce qui rend les investissements prévus de longue date plus difficiles à réaliser. Nos processus et nos structures sont trop complexes. Il existe également des possibilités d'amélioration au niveau de la normalisation de notre réseau de production mondial. Nous allons donc introduire des structures standardisées dans toutes les usines, ainsi que des indicateurs clés de performance uniformes et comparables. Rien que pour la production, nous disposons d'un potentiel d'efficacité de 2,6 milliards d'euros d'ici à 2025 », a ajouté Andreas Tostmann.

Pour réaliser ces objectifs ambitieux, Volkswagen Production a défini huit domaines d'action principaux, incluant des mesures concrètes pour mener à bien la stratégie de production sur tous les sites Volkswagen :

- Productivité
- Équipe du futur
- Processus et produits exempts de réusinage
- Structures durables
- Processus de commande stable
- Intensification de l'excellence
- Usines du futur à faibles dépenses
- Think Blue.Factory



Volkswagen

L'optimisation des processus et de la production joue un rôle clé dans la réussite de la stratégie à tous les niveaux. La complexité sera fortement réduite. « Nos usines doivent devenir plus rapides, plus agiles et plus efficaces : en termes de coût par véhicule, d'investissements dans les nouveaux produits et ressources, mais aussi en termes d'heures par unité, c'est-à-dire le nombre d'heures consacrées à la construction d'un véhicule par les unités de production et autres. Nous allons réduire massivement les investissements et les coûts des usines, par exemple, en réutilisant les structures des usines et les ressources existantes, mais aussi par le biais d'une standardisation systématique. C'est ainsi que nous allons pouvoir réduire les investissements de 1,5 milliard d'euros par rapport au niveau actuel », a ajouté Andreas Tostmann.

La marque cible une amélioration de 45 % des KPI environnementaux sur ses sites par rapport à l'année de référence de 2010. Comme l'explique Andreas Tostmann, « la stratégie Think Blue.Factory a déjà permis d'améliorer l'efficacité des ressources et d'économiser 130 millions d'euros depuis 2010. En moyenne, nous avons enregistré une baisse de 30 % des indicateurs environnementaux clés. Notre objectif à long terme est l'impact zéro : une production neutre en CO₂.

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2017, Volkswagen a produit plus de 6 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 198 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
