



5 mars 2021

Volkswagen accélère sa transformation en fournisseur de mobilité axé sur les logiciels

- Stratégie ACCELERATE : Volkswagen s'attaque résolument aux grands thèmes d'avenir – digitalisation, nouveaux business models et conduite autonome
- L'intégration logicielle et l'expérience client digitale vont devenir des compétences fondamentales
- Les business models fondés sur les données exploiteront de nouvelles sources de revenus
- Volkswagen diffusera largement la conduite autonome d'ici à 2030
- Nouvelle accélération de la campagne électrique pour la marque Volkswagen : la part des véhicules 100% électriques devrait dépasser 70% des volumes de ventes en Europe et 50% des volumes de vente en Chine et aux États-Unis d'ici à 2030
- Objectifs financiers confirmés : marge d'exploitation d'au moins 6% à compter de 2023 ; réduction supplémentaire des coûts fixes et des coûts des matériaux
- Ralf Brandstätter, Président du Directoire de Volkswagen : « Nous accélérons le rythme. Dans les années à venir, nous changerons Volkswagen comme nous ne l'avons jamais fait auparavant. Avec ACCELERATE, nous allons donner une nouvelle impulsion à la digitalisation de la marque. »

Volkswagen accélère sa transformation en un fournisseur de mobilité axé sur les logiciels. Avec le déploiement de sa toute nouvelle stratégie ACCELERATE, l'entreprise commence à se préparer de manière systématique aux mutations profondes de l'industrie automobile. Tout comme Volkswagen a résolument montré la voie avec son offensive électrique mondiale, l'entreprise met maintenant un coup d'accélérateur sur les autres grands enjeux du futur : l'intégration de logiciels dans le véhicule et l'expérience client digitale deviendront des compétences fondamentales essentielles. En utilisant des business models fondés sur les données, l'entreprise souhaite attirer de nouveaux groupes de clients et exploiter d'autres sources de revenus. Volkswagen mettra également la conduite autonome à la disposition d'un grand nombre de personnes avant la fin de la décennie. « L'électro-mobilité » n'était qu'un début : le véritable changement est encore à venir. Avec notre stratégie, nous allons ACCÉLÉRER vers l'avenir digital, note Ralf Brandstätter, Président du Directoire de Volkswagen. Dans les années à venir, nous changerons Volkswagen comme nous ne l'avons jamais fait auparavant. »

En 2016, Volkswagen a lancé sa transformation à grande échelle et la plus grande offensive électrique de l'industrie avec la stratégie TRANSFORM 2025+. Avec ACCELERATE, l'entreprise vise maintenant à devenir « la marque la plus attractive en matière de mobilité durable ». Pour sa transformation accélérée, elle se fonde sur trois vecteurs de valeur stratégiques : « valeur de marque », « plateformes évolutives » et « entreprise de grande valeur », chacune étayée par des mesures spécifiques et des objectifs ambitieux.

L'intégration logicielle va devenir une compétence fondamentale de Volkswagen

Contact presse

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

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

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



<https://media.volkswagen.fr/>



Les volumes élevés de l'entreprise garantiront le nécessaire développement à grande échelle des logiciels au sein du Groupe. L'intégration de logiciels dans le véhicule et l'expérience client digitale deviendront ainsi des compétences fondamentales de Volkswagen. À cette fin, l'entreprise est le fer de lance du développement de l'écosystème digital axé sur le client, après avoir ouvert la voie avec la famille ID. Volkswagen a ainsi créé la nouvelle unité de projet agile ID.Digital qui fournira des mises à jour « over-the-air » toutes les 12 semaines à compter de l'été 2021. Cela permettra au véhicule de rester à jour tout au long de son cycle de vie et de s'améliorer constamment grâce à de nouvelles fonctions. Une flotte entièrement connectée de plus de 500 000 véhicules devrait silloner les routes dans tout juste deux ans. Elle permettra à Volkswagen de transmettre le retour des clients directement aux nouvelles fonctions.

Business model 2.0 : nouveaux clients et sources de revenus supplémentaires

En transformant le véhicule en un produit basé sur les logiciels, Volkswagen ouvre la voie à de nouveaux business models fondés sur les données qui devraient limiter les obstacles à l'accession à la mobilité individuelle tout en offrant aux clients des packs de services très attractifs. Volkswagen vise ainsi à générer des revenus supplémentaires tout au long du cycle de vie du véhicule avec, notamment, des services de charge et d'énergie, des fonctions logicielles que les clients pourront réserver s'ils le souhaitent, ou grâce à la conduite automatisée.

L'entreprise va également simplifier fortement la structure de son portefeuille de véhicules. Les futures générations seront produites avec beaucoup moins de versions. La configuration individuelle ne se fera plus au niveau matériel au moment de la commande du véhicule. Le véhicule aura pratiquement tout à bord et les clients pourront ajouter les fonctions souhaitées, à la demande et à tout moment, en utilisant l'écosystème digital du véhicule. Cela réduira considérablement la complexité de la production.

Plan clairement établi pour accroître la rentabilité

D'ici à 2025, Volkswagen a décidé de consacrer environ 16 milliards d'euros à des investissements dans les tendances d'avenir que sont l'électro-mobilité, l'hybridation et la digitalisation. Pour financer ces investissements importants, l'entreprise va accroître son efficacité de manière systématique grâce à la stratégie ACCELERATE. La marge d'exploitation ciblée d'au moins 6% devrait être atteinte d'ici à 2023 et se maintenir sur le long terme.

L'objectif ici est de devenir plus résilient aux fluctuations du marché. Pour y parvenir, Volkswagen cherche à réduire ses coûts fixes de 5% avant 2023, à améliorer la productivité de ses usines de 5% par an, à optimiser les coûts des matériaux de 7% et à mettre toutes les régions dans le positif sur le long terme. En Amérique du Sud et aux États-Unis, Volkswagen espère atteindre l'équilibre dès cette année. L'entreprise peut maintenant enregistrer un bénéfice en Amérique du Nord avec une baisse des volumes de ventes d'environ 15% et en Amérique du Sud avec des volumes de ventes en baisse de 30%.



Développement accéléré de l'électro-mobilité

Volkswagen prévoit d'accélérer une nouvelle fois sa campagne électrique mondiale : d'ici à 2030, la marque va accroître sa part de marché qui devrait dépasser 70% des livraisons de véhicules 100% électriques en Europe, soit le double de l'objectif précédemment fixé à 35%. Aux États-Unis et en Chine, la marque vise une part de marché de plus de 50% pour les véhicules électriques au cours de la même période. Pour y parvenir, Volkswagen va sortir au moins un nouveau modèle 100% électrique chaque année. L'ID.4 GTX¹ à transmission intégrale lancera le processus au premier semestre 2021, suivie par l'ID.5¹ sportive au cours du second semestre. L'ID.6 X/Cross¹, un SUV électrique sept places destiné au marché chinois, sera lancé à l'automne. Les projets de véhicules électriques en dessous de l'ID.3² sont repoussés de deux ans jusqu'en 2025.

Volkswagen va continuer à optimiser la Plateforme Modulaire Électrique (MEB) avec des améliorations en termes d'accélération, de capacité de charge et d'autonomie. Volkswagen va aussi exploiter son statut de champion des plateformes pour son modèle de prochaine génération en produisant une plateforme 100% électrique haute performance: la Plateforme Systèmes Évolutive. Celle-ci sera déployée pour la première fois en 2026 dans le projet phare de Volkswagen, Trinity.

Le développement de la flotte des véhicules à moteur à combustion se poursuivra également, parallèlement à l'accélération de la campagne électrique. Tous les modèles de base, notamment les Golf, Tiguan, Passat, Tayron et T-ROC, auront un nouveau successeur. « Nous aurons encore besoin des moteurs à combustion pendant un certain temps, mais ils devront être aussi efficaces que possible, explique Ralf Brandstätter. C'est ainsi que la prochaine génération de nos produits de base (tous des modèles mondiaux) sera équipée de la dernière technologie hybride rechargeable, avec une autonomie électrique pouvant atteindre 100 km. »

Trinity développera la conduite autonome

Tout ce que Volkswagen a prévu pour l'avenir, les clients pourront le découvrir pour la première fois dans un véhicule en 2026. Tous les éléments seront en effet réunis dans Trinity. Le véhicule établira de nouvelles normes à trois niveaux : technologiquement, avec le business model 2.0 et avec de nouvelles approches de production à l'usine de Wolfsburg.

Trinity permettra une conduite automatisée de niveau 2+ dès le départ, puis de niveau 4 plus tard. « Trinity deviendra un genre de machine temporelle pour nos clients en leur permettant d'économiser du temps et du stress. Cette technologie ne doit toutefois pas être réservée à une élite, ce qui explique que nous souhaitons la développer à grande échelle pour la mettre à disposition du maximum de personnes », note Ralf Brandstätter.

Un volume de ventes d'environ 6 millions d'unités par an apporte à l'entreprise la masse critique nécessaire pour pouvoir développer la conduite autonome (dont le développement est particulièrement sophistiqué) à grande échelle, puis la déployer dans le monde. En commençant avec Trinity en 2026, Volkswagen va donc prendre la tête des opérations au sein du Groupe Volkswagen en créant un réseau de neurones sur



l'ensemble de sa flotte de véhicules connectés, ce qui permettra aux véhicules d'échanger continuellement des données, par exemple sur l'état du trafic, les obstacles ou les accidents. Avec ses millions de véhicules, Volkswagen pourra ainsi créer un système d'auto-apprentissage qui bénéficiera aux clients de toutes les marques du Groupe.

« Volkswagen va subir de profonds changements, conclut Ralf Brandstätter. Nous allons incarner non seulement une mobilité électrique respectueuse du climat, mais aussi des expériences client digitales fascinantes, de nouveaux business models et une conduite autonome pour le plus grand nombre. Nous nous sommes dotés d'une base solide ces dernières années qui nous permettra d'y parvenir. Avec ACCELERATE, nous allons donner un nouvel élan à la digitalisation. »

1) Les véhicules ne sont pas disponibles à la vente.

2) ID.3 - consommation d'énergie (en cycle mixte) en kWh / 100 km (WLTP) : 17,1 - 14,9 ; Émissions de CO2 (en cycle mixte) en g / km : 0 ; classe d'efficacité : A +

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 2020, Volkswagen a livré 5,3 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 195 878 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de plus de 10 000 distributeurs et 86 000 employés.

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