

Information Presse

16 septembre 2016

Réunion de travail à l'usine de Wolfsburg : la transition comme outil de pérennisation de la marque Volkswagen

- Matthias Müller, Président du Directoire du Groupe : « Volkswagen a réalisé des progrès importants ces douze derniers mois et a progressé sur les principaux domaines d'avenir »
- Bernd Osterloh, Président du Comité d'Entreprise : les emplois des salariés titulaires sont garantis
- Les salariés ont été informés de l'avancement du pacte d'avenir mis en place par la marque Volkswagen
- Campagne pilote à Wolfsburg pour ancrer, encore davantage, l'intégrité et les valeurs dans l'ADN de l'entreprise

Lors d'une apparition conjointe à l'occasion de la réunion de travail à l'usine de Wolfsburg, les membres du Directoire du Groupe et de la marque Volkswagen et représentants du Comité d'Entreprise ont expliqué aux salariés les mesures qui devront être mises en œuvre pour garantir l'avenir de la marque Volkswagen, notamment dans le cadre du pacte d'avenir. Dans son discours, Matthias Müller, Président du Directoire du Groupe Volkswagen, a souligné que le Groupe avait déjà réalisé d'importants progrès dans sa volonté de devenir une entreprise axée sur l'avenir et il a insisté sur l'importance de la marque pour l'ensemble du Groupe. « Si la marque Volkswagen n'est pas forte et prospère, le Groupe ne le sera pas non plus », a-t-il expliqué. Bernd Osterloh, Président du Comité d'Entreprise, a, quant à lui, indiqué que la collaboration avec le Directoire avait permis, ces dernières semaines, de faire des avancées significatives sur le pacte d'avenir.

« Je suis impressionné par le niveau d'identification et d'engagement des salariés et par tout ce qu'ils font pour s'assurer que nos clients bénéficient des meilleures voitures. Cela aussi est au cœur de l'ADN de Volkswagen, a indiqué Matthias Müller, en demandant aux plus de 20 000 salariés présents de lui apporter leur soutien. La marque Volkswagen est au cœur du Groupe et ce cœur doit recommencer à battre avec enthousiasme. La marque Volkswagen, Wolfsburg et tous les salariés ont le potentiel pour y parvenir. Il est maintenant temps de se rassembler et de se mettre d'accord sur les solutions. »

« Travailler en collaboration avec le Directoire a permis de faire amplement progresser le pacte d'avenir ces dernières semaines, a indiqué Bernd Osterloh, Président du Comité d'Entreprise. L'intégration de nos usines dans la future chaîne de valeur de l'électro-mobilité est en train de prendre forme dans les groupes de travail. Il ne fait aucun doute que le Siège du Groupe à Wolfsburg va devenir la Silicon Valley de Volkswagen. Dans le même temps, nous allons conjointement prendre des mesures pour assurer une amélioration durable de la compétitivité de nos usines. Il est clairement établi que nous utiliserons la génération des baby-boomers pour mener à bien la transformation de la marque Volkswagen, tandis que les collègues plus âgés

pourront envisager, le cœur léger, une retraite bien méritée. Les emplois des salariés titulaires seront garantis. D'ici quatre à six semaines, nous entrerons dans la dernière ligne droite des négociations sur la convention collective d'avenir de Volkswagen. La viabilité économique et les emplois doivent y tenir un rôle équivalent. C'est sur ce point que nous mesurerons le Directoire.»

Avec le pacte d'avenir, qui devrait être signé avant la fin de l'année, la marque Volkswagen définira les bases de ses futurs investissements dans les grands secteurs d'avenir tout en préservant sa compétitivité à long terme. Herbert Diess, Président du Directoire de la Marque, Karlheinz Blessing, Membre du Directoire en charge des ressources humaines, et Bernd Osterloh, Président du Comité d'Entreprise, ont expliqué le pacte aux salariés.

« Je suis certain que nous parviendrons, dans les prochaines semaines, à finaliser les négociations sur le pacte d'avenir, a indiqué Herbert Diess. Nous devons clarifier les derniers détails et parvenir à trouver un accord. Il s'agit notamment d'évoquer les investissements ciblés et les décisions relatives aux nouveaux produits. Notre objectif stratégique est clair : devenir le leader du marché de l'électro-mobilité. Pour y parvenir, Volkswagen doit renouer avec la compétitivité et la rentabilité. »

« La marque Volkswagen doit faire face à des changements profonds, a expliqué Karlheinz Blessing, Membre du Directoire de Volkswagen en charge des Ressources Humaines. La numérisation et l'électro-mobilité offrent de nombreuses opportunités que nous devons saisir, et nous y parviendrons en améliorant de manière significative la productivité de la marque. Nous nous sommes fixés un programme de remise en forme exigeant. Qualification, nouvelles tâches, nouvelles méthodes de travail, voilà ce qui nous attend. Il faudra également réduire les effectifs, notamment avec des départs en préretraite partiels. Nous gérerons tout cela ensemble. Le pacte d'avenir est là pour définir les grandes lignes de ces changements. »

Lancement de la campagne sur l'intégrité à Wolfsburg

Dans son discours, Christine Hohmann-Dennhardt, Membre du Directoire en charge de l'intégrité et des affaires juridiques, a encouragé les salariés, à l'occasion du lancement de la campagne sur l'intégrité, à adopter une approche ouverte sur les questions cruciales. « L'intégrité des comportements constitue le fondement de toute entreprise moderne, transparente et prospère. L'existence de valeurs claires et convaincantes, capables de donner une orientation forte à l'ensemble des salariés de Volkswagen, est la condition préalable à la réussite commerciale et à un avenir prospère, a-t-elle déclaré. La campagne pilote qui est lancée à l'usine de Wolfsburg va renforcer la sensibilisation à l'intégrité et aux valeurs de Volkswagen et nous inciter à nous impliquer dans la définition de notre nouvelle culture d'entreprise. »

Relations Presse et Publiques Volkswagen Group France

Tel : 01.49.38.88.80/88.40/88.02

E-Mail : leslie.peltier@volkswagen.fr

Site presse France : www.volkswagen.fr/presse