



22 février 2017

## Réunion de travail à Wolfsburg : réalignement en bonne voie pour Volkswagen

- **Herbert Diess, Président du Directoire de la marque :**  
« La marque Volkswagen s'est lancée dans une transformation fondamentale pour mener l'entreprise vers un avenir positif et pérenne »
- **Fondements stratégiques et offensive produit mondiale**
- **H. Diess : « 2017 sera une excellente année, mais exigeante. Notre priorité ira à la mise en œuvre rapide et systématique du "Pacte d'avenir ". »**

Etapes importantes franchies malgré des conditions difficiles, fondements stratégiques pour un avenir prospère et le réalignement de la marque Volkswagen sont les principaux thèmes qui ont été abordés lors de la réunion de travail qui a eu lieu aujourd'hui à l'usine Volkswagen de Wolfsburg. « Ensemble, nous avons obtenu d'excellents résultats et réalisé de grandes choses en 2016, malgré les difficultés. Nous nous sommes lancés dans une transformation fondamentale pour mener la société vers un avenir positif et pérenne », a déclaré Herbert Diess, Président du Directoire de la marque Volkswagen. L'année dernière, Volkswagen a pris des mesures stratégiques clés pour réaligner l'entreprise avec la signature du « Pacte d'Avenir », la présentation de la nouvelle stratégie Transform 2025+ et l'offensive électrique. Combinées aux progrès réalisés pour gérer la question du diesel et à l'offensive produit mondiale, ces mesures jettent les bases d'un avenir positif.

### Année 2016 réussie

L'année dernière, Volkswagen a débuté le programme de mise à jour des moteurs diesel EA189 installés sur 5,8 millions de véhicules de la marque (hors Amérique du Nord). « Le programme avance bien », a commenté Herbert Diess. Une mise à jour logicielle a déjà été faite sur plus de 40 % des véhicules concernés. En Allemagne, près de deux tiers des véhicules ont été modifiés. « Notre objectif est d'avoir complété ces mises à jour sur les véhicules allemands d'ici à l'automne prochain », a souligné H. Diess.

Volkswagen a livré près de 6 millions de véhicules en 2016, soit une hausse de 2,8 %, malgré des conditions extrêmement difficiles. Cette évolution positive est en grande partie due aux modèles Tiguan et Touran qui sortent des lignes de production de Wolfsburg. « L'équipe a fait un travail formidable lors du lancement du Tiguan et a produit 20 000 véhicules de plus que ce qui était prévu. Les ventes du Touran sont en hausse de 40 %,

### 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  
Arnaud Hacault  
Attaché de presse  
Tel: 01 49 38 88 40  
arnaud.hacault@volkswagen.fr



Site Presse France :  
<http://www.volkswagen.fr/presse>



faisant pour la première fois sur ce modèle, le monospace le plus vendu en Europe. C'est un excellent résultat », a ajouté H. Diess lors de son discours.

Volkswagen a également fait des progrès significatifs en termes de coûts fixes et de productivité.

La nouvelle organisation des gammes de produits, qui accélère de manière significative le développement de projets de nouveaux véhicules, a été l'un des principaux facteurs d'amélioration de l'efficacité. Le renforcement des régions, qui assument dorénavant davantage de responsabilités dans des domaines tels que les décisions relatives aux produits, est une preuve supplémentaire du réalignement de la marque Volkswagen. Résultat, Volkswagen a déjà inversé la tendance en Amérique du Nord et en Amérique du Sud avec des ventes de nouveau en hausse.

### **Vision claire pour 2017**

Volkswagen dispose d'un plan clairement établi pour 2017 : outre la finalisation du programme de mise à jour des véhicules diesel, le constructeur va poursuivre la mise en œuvre du « Pacte d'Avenir » et de la stratégie Transform 2025+. « Entre la nouvelle stratégie et le Pacte d'Avenir, nous disposons d'un plan solide et ambitieux. Un plan qui devrait marquer le retour de la rentabilité et des perspectives d'avenir pour notre marque. Un plan qui fera de nous le leader de la mobilité électrique connectée », a déclaré H. Diess.

L'offensive produit mondiale, avec de nouveaux modèles tels que l'Atlas, l'Arteon et le Tiguan Allspace qui donneront un élan supplémentaire à la marque, est indispensable pour atteindre cet objectif. « Je suis optimiste pour 2017, a conclu H. Diess. L'année sera excellente, mais exigeante. Notre priorité ira à la mise en œuvre rapide et systématique du "Pacte d'avenir" ».

---

#### **A propos de la marque Volkswagen: "We make the future real"**

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 2016, Volkswagen a produit 5,99 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 218 000 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.

---