

Information Presse

29 février 2016

Le Groupe Volkswagen fait de la digitalisation un sujet majeur

- **Le Design et la digitalisation deviennent une seule et même unité: trois nouveaux « Centres du Futur du Groupe Volkswagen » en Europe, Asie et Californie**
- **Matthias Müller, Président du Directoire: « Nous réalignons notre Design Groupe à l'ère du digital »**
- **Johann Jungwirth, Responsable de la stratégie digitale du Groupe: « Le Groupe Volkswagen deviendra l'un des principaux fournisseurs de mobilité d'ici 2025. »**
- **Question des émissions: la campagne de rappel en Europe a bien débuté.**

Le Groupe Volkswagen envoie un message clair sur la mobilité du futur au salon de Genève. Matthias Müller, Président du Directoire, a annoncé trois nouveaux «Centres du Futur du Groupe Volkswagen » en Europe, Asie et Californie lors de la Group Night. Les Designers et les experts en digitalisation travailleront ensemble sur la voiture du futur dans ces centres. « Nous réalignons le Design du Groupe à l'ère du digital », a déclaré Matthias Müller. De plus, une offensive sur « la conduite autonome » a débuté dans le but d'amener cette technologie à maturité plus rapidement que la concurrence.

Ces deux décisions stratégiques clés soulignent la conviction du Groupe que la digitalisation ouvrira de nouveaux domaines d'activité et du potentiel de vente. « C'est la raison pour laquelle la transformation digitale est l'une des priorités du Groupe Volkswagen », a déclaré Matthias Müller, ajoutant que la clé du succès réside dans la combinaison des mondes de l'automobile et du digital « afin que les clients, la société et l'industrie puissent en bénéficier ». A l'avenir, fabriquer d'excellentes voitures ne sera pas suffisant. Matthias Müller a déclaré que le Groupe Volkswagen avait compris : « Nous voulons changer, nous allons de l'avant ».

La présence de Johann Jungwirth à la Group Night a également souligné ce changement. Johann Jungwirth, qui est devenu Responsable de la stratégie digitale du Groupe Volkswagen en novembre 2015, a expliqué clairement où le Groupe allait : « Je suis fermement convaincu que nous deviendrons l'un des principaux fournisseurs de mobilité d'ici 2025 ». Il a décrit comment le Groupe Volkswagen « deviendrait en partie une entreprise de logiciel et de services » dans ce dispositif. En ce qui concerne la mobilité du futur, le grand avantage pour Volkswagen repose sur le fait que « nous avons déjà parfaitement maîtrisé le 'hardware' – en d'autres termes, comment fabriquer des voitures ».

Le Groupe Volkswagen intensifiera les interactions entre les activités de digitalisation et de design – une approche avant-gardiste pour l'industrie automobile. Les trois «Centres du Futur du Groupe Volkswagen » seront situés à Potsdam, en Californie et en Chine. Les Designers et les experts en digitalisation travailleront dans ces centres main dans la main sur la voiture du

futur. La mission : faire des véhicules du Groupe Volkswagen les meilleures de leur catégorie en termes d'expérience client, de design, de logique opérationnelle, de concepts d'intérieur nouveaux, et d'infodivertissement/divertissement. Michael Mauer est devenu Responsable du Design du Groupe en janvier dernier. Le réalignement sera mis en place en collaboration étroite avec le département digital du Groupe. Le studio à Potsdam a déjà commencé à travailler dans le cadre du nouveau concept. Les décisions concernant les lieux des nouveaux centres en Californie et en Asie seront prises prochainement.

Matthias Müller a insisté sur le fait que façonner l'avenir ne réussira que « si nous apprenons des erreurs du passé ». En ce sens, il a déclaré que l'année en cours était une étape importante: « 2016 est l'année où nous avons l'intention de résoudre la question concernant nos moteurs diesel vis-à-vis de nos clients, et où nous réalignons le Groupe pour l'avenir ». Cela poserait les fondations d'un Groupe solide, a commenté Matthias Müller à Genève : « Nous abordons cette double tâche avec le respect nécessaire, mais également avec la ferme conviction que le Groupe et ses marques peuvent et émergeront encore plus forts de cette phase difficile ».

Il a déclaré que le Groupe avançait bien sur la question des émissions et que la campagne de rappel en Europe avait bien commencé : « Nos clients sont clairement au cœur de cette campagne. Nous pouvons et ferons en sorte que leur visite à l'atelier soit aussi efficace que possible ». Matthias Müller a également confirmé que le Groupe présenterait un rapport substantiel sur l'état du processus de clarification dans un futur proche. « Et nous tirerons les conséquences des résultats ».

Le Groupe avance également sur le sujet de l'électromobilité. Le Groupe Volkswagen possède actuellement dans sa gamme neuf véhicules électriques et plug-in hybrides. 20 modèles supplémentaires viendront s'ajouter d'ici 2020. « L'autonomie en tout électrique de plus de 500km est atteignable d'ici la fin de la décennie. Recharger son véhicule prendra seulement le temps d'une pause-café. Et sur le long terme, une voiture électrique coûtera moins cher qu'un véhicule avec un moteur à combustion interne », a déclaré Matthias Müller. Cependant, un effort concerté était nécessaire de la part de l'industrie et des politiques, surtout en ce qui concerne la mise en place d'infrastructures de recharge afin que la mobilité électrique puisse pénétrer le marché plus rapidement.

En parlant de Genève, le Président du Groupe a indiqué que jusqu'à lors, les nouvelles technologies coexisteront avec les moteurs conventionnels à combustion interne encore quelques années. « Nos experts ont développé des technologies fascinantes : des moteurs 3 à 16 cylindres, de la conduite d'un véhicule à gaz naturel au moteur diesel efficient. Et là, également, nous pouvons et serons même meilleurs », a déclaré Matthias Müller.