

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Information Presse

20 octobre 2016

Le Groupe Volkswagen souhaite conduire la transition numérique en partenariat avec ses équipementiers

- Matthias Müller : « Le passage au numérique de la mobilité est l'une des grandes tendances de l'automobile. Nous voulons gérer cette transformation historique avec nos équipementiers partenaires. »
- La transition numérique et les partenariats sont les pierres angulaires du processus de transformation du Groupe Volkswagen
- L'initiative FAST sera étendue en accordant la priorité au numérique

Aujourd'hui, des Membres du Directoire du Groupe et de la marque Volkswagen ont rendu visite à certains partenaires de l'initiative FAST (Future Automotive Supply Tracks), présents au Salon International des Équipementiers de l'industrie automobile (IZB) qui se déroule actuellement à Wolfsburg. Le slogan de l'édition 2016 de cette vitrine importante pour les fournisseurs est « l'industrie des équipementiers automobile à l'ère numérique ». Tourné vers l'avenir, le Groupe intensifie ses efforts en collaboration avec les fournisseurs afin de maîtriser la transition vers le numérique et les transformations connexes dans l'industrie automobile du futur. Après un lancement réussi, le Groupe Volkswagen élargit son initiative FAST à des groupes d'autres matériaux tels que les composants pour la voiture connectée. À ce jour, 55 partenaires stratégiques travaillant dans 61 domaines de compétence ont été retenus dans le cadre de cette initiative.

Matthias Müller, Président du Directoire du Groupe Volkswagen, est convaincu : « Le passage de la mobilité au numérique est l'une des grandes tendances de l'automobile. Il est donc parfaitement logique que ce slogan soit le point central du Salon International des Équipementiers. Les réseaux numériques changent et vont changer la vie de nos clients et leurs attentes en matière de « mobilité ». Ils modifient nos produits, la façon dont nous les développons, la manière de nous procurer les composants, puis la fabrication et la commercialisation. Nous comptons mener à bien cette transformation historique en collaboration avec nos partenaires de l'industrie. »

En juin, Volkswagen AG a dévoilé « TOGETHER — Strategy 2025 », qui définit un vaste processus de transformation du Groupe. Outre le numérique, l'électrification des motorisations et les services de mobilité, cette politique s'appuie davantage sur les partenariats afin d'élargir le socle de sa capacité d'innovation.

« Avec le passage au numérique de la mobilité, cette industrie est en train de connaître son plus grand bouleversement depuis l'invention de l'automobile elle-même » constate pour sa part Johann Jungwirth, Responsable de la stratégie numérique du Groupe Volkswagen.

« Nous-mêmes, qui n'étions jusqu'à présent qu'un simple constructeur nous devons nous transformer pour devenir une entreprise intégrant matériels, logiciels et services intégrés. C'est

pour nous un réel avantage concurrentiel d'être déjà étroitement associés en interne aux 12 grandes marques du Groupe, mais aussi en externe à de nombreux partenaires compétents – un autre axe de notre stratégie TOGETHER – Strategy 2025. »

Francisco Javier Garcia Sanz, Membre du Directoire du Groupe Volkswagen en charge des Achats et parrain du Salon IZB, évoque en ces termes la coopération avec les fournisseurs : « Ce n'est qu'en collaborant avec nos équipementiers que nous parviendrons à maîtriser les grandes tendances technologiques de l'industrie automobile que sont la conduite autonome, l'électrification des motorisations et le développement accéléré des réseaux. Nous devons travailler main dans la main afin de mettre nos forces en commun et créer des synergies. C'est la seule façon de s'adapter à l'évolution numérique. Le succès reposera d'abord sur un partenariat étroit et constructif avec nos fournisseurs, et l'initiative FAST (Future Automotive Supply Tracks) offre à ce titre un cadre de travail approprié. »

À ce jour, Volkswagen a sélectionné 55 partenaires stratégiques FAST dans 61 domaines de compétences. Le Groupe les implique à un stade plus avancé qu'auparavant dans les cycles d'innovation des produits. De plus, l'imbrication entre les réseaux de production se renforce afin de tirer le meilleur parti possible de ces réseaux et de créer des synergies. Après un démarrage réussi, le nombre de partenaires est appelé à croître, compte tenu notamment des défis posés par le passage au numérique ; des discussions sont actuellement en cours.

« En impliquant, plus en amont, nos fournisseurs, nous avons déjà pu adopter, ces derniers mois, certaines de leurs idées et les intégrer dès le début du processus de création de produit. Ainsi, les innovations seront présentes plus rapidement dans les produits destinés à nos clients et sur la route » ajoute F. Garcia Sanz.