



« Vorsprung 2030 » : Audi accélère sa transformation

- **La stratégie d'Audi se concentre sur une croissance rentable et sur la différenciation**
- **L'ensemble des nouveaux modèles de la marque seront entièrement électriques à partir de 2026**
- **La production de moteurs à combustion s'arrêtera en 2033**
- **Un écosystème étendu pour les voitures électriques est en cours de développement**
- **Audi étend son offre après-vente pour inclure du matériel intelligent et des services prédictifs**
- **La durabilité s'inscrit dans les processus de gestion**

Ingolstadt, le 25 août 2021 – Audi ambitionne de devenir un leader durable, social et technologique d'ici 2030. La marque premium veut offrir aux clients de véhicules électriques un système embarqué inégalé avec son propre écosystème. La stratégie d'entreprise "Vorsprung 2030" permettra à Audi de rester viable à long terme, a déclaré Markus Duesmann, PDG d'Audi. Le rythme du changement dans notre société augmente rapidement. C'est pourquoi nous accélérons notre propre transformation." Il y a quelques semaines, Audi a annoncé qu'à partir de 2026, l'intégralité des ses nouveaux modèles lancés seront 100% électriques. L'entreprise abandonnera progressivement la production de ses moteurs à combustion interne d'ici à 2033. Cette décision claire est le résultat d'un processus stratégique intensif combiné avec l'ambition de poursuivre une croissance rentable.

Afin de faire perdurer le slogan d'Audi "Vorsprung durch Technik" (L'avancée par la technologie) à l'avenir, le conseil d'administration a passé les derniers mois à établir la nouvelle stratégie "Vorsprung 2030" de l'entreprise. Avec une date ferme maintenant fixée pour la transition de l'entreprise vers l'e-mobilité, le constructeur aux quatre anneaux s'attaque résolument à sa transformation. Audi assume son rôle de pionnier et de moteur de l'innovation dans l'industrie automobile. "'Vorsprung durch Technik' reste nécessaire car nous ne pourrions résoudre bon nombre des grands problèmes mondiaux, tels que les émissions de carbone et le réchauffement climatique, qu'en utilisant des technologies propres. Nous nous considérons comme une entreprise qui garantit la liberté et la mobilité individuelle de nos clients", a souligné M. Duesmann. C'est pourquoi Audi se concentre sur les systèmes de transmission à émissions nulles. "Nous ne développons pas simplement une technologie pour son propre intérêt. Elle doit être conséquente et efficace pour maintenir le monde en mouvement."

S'exprimant lors de la journée thématique "Corporate & Business" organisée dans le cadre de l'événement Audi Media Days en vue de l'IAA 2021, le PDG répondra aux questions de la presse internationale le 1^{er} septembre 2021, notamment sur les sujets suivants : Quelle est la vision d'Audi ? Comment l'entreprise va-t-elle évoluer dans les mois et les années à venir afin de continuer à stimuler le progrès technologique et comment va-t-elle se positionner pour l'avenir ? Que fait l'entreprise pour mettre en œuvre des processus internes supplémentaires qui favorisent

l'innovation ? Quelles innovations et quels produits les clients peuvent-ils attendre dans les années à venir ?

Développement de la nouvelle stratégie "Vorsprung 2030".

Le slogan "Vorsprung durch Technik" définit l'ADN d'Audi depuis 50 ans. Pour s'assurer que cela ne change pas, la stratéliste en chef d'Audi, Silja Pieh, et son équipe ont développé un nouveau processus afin de créer une stratégie d'entreprise durable et tournée vers l'avenir. Avec environ 500 employés d'Audi de tous les niveaux hiérarchiques et des principaux marchés comme la Chine et les États-Unis, elle a passé des mois à analyser plus de 600 tendances mondiales dans le secteur de la mobilité jusqu'en 2030 qui pourraient devenir pertinentes pour l'entreprise. Cette étude a fait apparaître des domaines d'activité stratégiques que l'équipe a discuté et évalué en profondeur avec le conseil d'administration. Certaines des conclusions sont évidentes : les ventes et les bénéfices vont progressivement passer, par exemple, des véhicules thermiques aux voitures électriques, puis, lorsque la conduite autonome offrira un potentiel de croissance supplémentaire, aux logiciels et aux services.

"Une chose que toute notre équipe trouve extrêmement encourageante est que de nombreux employés et le conseil d'administration sont déjà profondément engagés dans la question de la durabilité. Nous voulons mettre davantage l'accent sur les pratiques commerciales responsables à l'avenir et y adhérer rigoureusement", a expliqué M. Pieh. La nouvelle stratégie est orientée vers une croissance rentable ainsi que vers la différenciation et fournit des lignes directrices pour hiérarchiser les domaines d'activité stratégiques. Elle implique un certain nombre de composantes différentes, telles que la formation des employés, la culture d'entreprise et un nouveau système de gestion d'entreprise, qui fonctionnent en tandem.

Outre le plan de suppression progressive du moteur à combustion interne, différencier plus fortement les véhicules tout électrique d'Audi de la concurrence par la qualité et le design ainsi qu'augmenter la valeur ajoutée pour les clients jouent un rôle important. Cela inclut un écosystème sans faille pour la conduite électrique et autonome. Grâce à ces changements, Audi sera à l'avenir en contact plus étroit et plus fréquent avec ses clients, avec de nouvelles offres numériques et physiques ", déclare John Newman, responsable de la digitalisation chez Audi.

Audi va également aligner plus étroitement le succès commercial sur les activités durables, sur la base de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Ces critères comprennent l'atténuation du changement climatique et la protection des ressources finies, la santé et la sécurité au travail, la responsabilité sociale et les pratiques de gouvernance d'entreprise liées à la conformité et à la gestion des risques. M. Pieh souligne que le processus stratégique n'est pas terminé, mais qu'il s'agit plutôt d'un processus en développement continu : "Le monde et surtout le secteur des transports évoluent rapidement. À l'avenir, nous réagirons aux changements encore plus rapidement et avec plus de souplesse." Dans le cadre du processus de planification intégrée du groupe, Audi analysera régulièrement et, si nécessaire, affinera son cadre stratégique.

Le constructeur automobile veut prouver qu'il est effectivement possible de concilier une mobilité individuelle haut de gamme avec un engagement sans compromis en faveur du développement durable. Avec le groupe Volkswagen et ses autres marques, Audi entend jouer un rôle de premier plan dans cette nouvelle ère de mobilité. Dans sa transformation vers l'e-mobilité et les logiciels, la puissance créative concentrée du groupe représente un avantage concurrentiel décisif. En juillet, le Groupe Volkswagen a redéfini ses priorités avec sa stratégie NEW AUTO, qui soutient clairement la mise en œuvre réussie de "Vorsprung 2030".

Martin Primus, secrétaire général d'AUDI AG, estime que l'avantage de cette vision stratégique est qu'elle permet à tous les employés de l'entreprise de se concentrer sur les défis à venir, tant au sein de la marque elle-même que dans l'ensemble du groupe Volkswagen avec Bentley, Lamborghini, Ducati et Italdesign. En fixant ce cap dès le départ, l'équipe d'Audi dispose de la clarté nécessaire et du temps suffisant pour mener à bien la transformation. Une base solide et restructurée facilitera sa mise en œuvre sur le plan financier, organisationnel et des ressources humaines.

De nouvelles idées pour l'avenir - les innovations chez Audi

Audi space frame, quattro, phares LED matriciels, brevets liés à l'e-mobilité... La liste des innovations Audi est longue, et le sera encore plus à l'avenir. Oliver Hoffmann, membre du comité de direction pour le développement technique d'Audi, sait que les années à venir apporteront d'autres points forts. "À l'ère de la nouvelle mobilité, nous ne définissons pas seulement la "Vorsprung" (L'avancée) comme une ingénierie de classe mondiale, un design de pointe et une expérience digitale captivante. Nous ne pensons pas seulement en termes de véhicules. À l'avenir, l'accent sera de plus en plus mis sur les solutions de mobilité holistiques, y compris l'infrastructure environnante", a-t-il expliqué.

Dans le cadre du projet "Audi DNA", le nouveau responsable du développement entend mettre l'accent sur les innovations que les clients peuvent expérimenter. Dans ce contexte, l'entreprise se plonge dans des détails techniques tels que les exigences en matière d'angle de braquage, de couple manuel et d'acoustique afin de développer une sensation propre à la marque et unique pour ses clients. "Nous devons donner à nos produits un ADN clair et incomparable. À l'avenir, nous serons très explicites dans notre définition de ce que doit être la sensation de conduite d'un véhicule Audi. Cela s'applique également à la conduite hautement automatisée, soit dit en passant", indique M. Hoffmann.

Comme l'ensemble de l'entreprise, le développement technique subit la plus grande transformation de son histoire : la décennie la plus stimulante de l'industrie automobile s'annonce. L'accent est mis de plus en plus sur les logiciels dans les véhicules et la conduite autonome. Outre l'e-mobilité, les points centraux de la stratégie du Groupe Volkswagen sont l'amélioration de la connectivité, les services numériques et le développement de l'utilisation de systèmes programmés en interne.

À l'avenir, les clients pourront faire évoluer leurs véhicules et mettre à jour ou installer des sous-systèmes selon les besoins. Les propriétaires de véhicules à moteur à combustion dans différents pays bénéficieront également d'un service exceptionnel tout au long de leur cycle de vie. "Nos véhicules seront encore plus centrés sur le client, individualisés et durables grâce à un matériel intelligent proposé par notre service après-vente", a déclaré Hoffmann pour expliquer cette décision.

Dans la nouvelle stratégie 2030, CARIAD joue un rôle important. La branche logicielle du groupe développera une plateforme logicielle évolutive avec un système d'exploitation standardisé et une connectivité cloud pour toutes les marques du groupe Volkswagen d'ici 2025. "La plateforme logicielle E3 2.0 servira de catalyseur aux synergies et aux innovations futures, notamment la conduite autonome", a expliqué M. Duesmann. Si CARIAD est responsable de la mise en œuvre technique des solutions logicielles, leur intégration dans le véhicule sera effectuée par les marques respectives en coordination avec CARIAD.

Jürgen Rittersberger, membre du conseil d'administration pour les finances et les affaires juridiques, a expliqué lors de l'événement Audi Media Days comment il entendait poser les bases financières pour stimuler l'innovation au sein du groupe Audi. "Ici, chez Audi, il y a un état d'esprit spécifique derrière chaque innovation technique : nous voulons penser de manière holistique et toujours garder à l'esprit le contexte sociétal et social." Pour que les innovations restent abordables, l'entreprise continue d'optimiser ses processus et ses coûts. "Pour aborder une transformation telle que celle que connaît actuellement Audi, nous devons et allons effectivement libérer les ressources financières appropriées. C'est la seule façon de garantir que nous restons compétitifs et viables à long terme", a déclaré M. Rittersberger. Outre une gestion des volumes axée sur les résultats et une solide performance opérationnelle, l'exploitation des synergies matérielles et logicielles au sein du Groupe Volkswagen joue un rôle clé dans la réussite de l'entreprise. Le premier semestre 2021 a montré qu'Audi est sur la bonne voie : un nombre record de véhicules livrés et une croissance significative du volume des véhicules électriques à batterie prouvent que le constructeur aux quatre anneaux s'engage pour une mobilité durable et rentable.

Par le biais de son unité d'innovation Denkwerkstatt, basée à Berlin, Audi développe depuis environ cinq ans de nouvelles idées pour l'avenir. Entre-temps, Audi Denkwerkstatt s'est largement fait reconnaître comme l'une des principales unités d'innovation gérées par une entreprise allemande, et avec son atmosphère de start-up, elle est un "speedboat" utilisé par Audi pour développer des modèles commerciaux innovants au sein d'équipes dynamiques. En outre, le programme d'intrapreneuriat d'Audi permet aux employés de diverses divisions de développer des idées commerciales en quelques semaines seulement. À la fin de chaque étape, un jury d'experts évalue si un projet doit être poursuivi ou arrêté sur la base de critères prédéfinis. "Notre objectif est de transformer rapidement les nouvelles idées en innovations pertinentes pour le client. Audi Denkwerkstatt joue un rôle majeur dans ce processus", a souligné M. Hoffmann.

Parallèlement, Audi travaille activement sur des processus de fabrication efficaces et des technologies intelligentes dans la production. Dans le laboratoire de production d'Audi, par exemple, l'entreprise dirige le développement de solutions de fabrication de pointe. À cette fin,

l'équipe s'appuie sur un réseau d'instituts, de start-ups et de fournisseurs mondiaux tout en comptant également sur l'expertise et la créativité de ses employés. Parallèlement, le site Audi de Neckarsulm joue un rôle central en tant qu'usine pilote et laboratoire du monde réel pour la transformation numérique. Les solutions informatiques et les contributions de partenaires technologiques tels qu'Amazon Web Services, SAP et Capgemini sont intégrées au projet Industrie 4.0 afin de créer ici une usine entièrement connectée.

Audi en Chine

Le marché chinois continuera de jouer un rôle important dans le nouvel alignement stratégique de l'entreprise. Audi estime que le marché des véhicules haut de gamme y atteindra 4,5 millions d'unités par an d'ici 2030 (ce chiffre s'élevait à 3,1 millions de véhicules en 2020). En outre, la part des véhicules électriques dans ce total pourrait passer de 10 % aujourd'hui à pas moins de 40 % à la fin de la décennie.

Il va donc de soi qu'Audi continue à développer ses activités en Chine. Cela inclut l'augmentation de l'offre de voitures électriques produites localement. Grâce à ses activités, Audi contribue à la transition de l'industrie automobile chinoise vers la mobilité durable. Le siège de la coentreprise entre FAW et Volkswagen est situé à Changchun, où Audi fabrique des automobiles depuis plus de 30 ans, en plus d'autres sites en Chine. En collaboration avec FAW, l'entreprise étendra sa gamme de produits fabriqués localement à douze modèles d'ici à la fin de 2021. Les premiers produits issus de la collaboration avec le deuxième partenaire chinois d'Audi, SAIC Volkswagen, seront lancés en 2022. Ils seront également vendus par le réseau de concessionnaires existant exploité par le partenaire FAW-Volkswagen.

"Notre approche ici est basée sur l'idée de "En Chine pour la Chine", et à ce titre, Audi se concentre sur les besoins spécifiques des clients du plus grand marché automobile du monde et stimule activement l'innovation", a déclaré Werner Eichhorn, président d'Audi Chine. "Avec nos deux partenaires FAW et SAIC, nous sommes bien préparés pour relever les défis de l'avenir." À ce jour, Audi a expédié un total de plus de 7 millions de véhicules sur le marché chinois, et a vendu 727 358 véhicules en Chine rien qu'en 2020. Au cours du premier semestre de 2021, ce chiffre s'est élevé à 418 749 véhicules.

– Fin –

Communication Presse et Relations Publiques

Grégory GOUILLARDON
Téléphone : 03.23.73.51.94
E-Mail : gregory.gouillardon@audi.fr
media.audifrance.fr





Le groupe Audi, avec ses marques Audi, Ducati et Lamborghini, est l'un des constructeurs automobiles et motos les plus performants du segment haut de gamme. L'entreprise est présente dans plus de 100 marchés à travers le monde et produit des véhicules sur 19 sites implantés dans 12 pays. Les filiales à 100 % subsidiaires d'AUDI AG comprennent Audi Sport GmbH (Neckarsulm, Allemagne), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italie) et Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologne, Italie).

En 2020, le Groupe Audi a livré à ses clients environ 1 693 000 automobiles Audi, 7 430 voitures de sport Lamborghini et 48 042 motos Ducati. Au cours de l'exercice 2020, AUDI AG a réalisé un chiffre d'affaires total de 50,0 milliards d'euros et un résultat opérationnel avant éléments exceptionnels de 2,7 milliards d'euros. À l'heure actuelle, environ 87 000 personnes travaillent pour l'entreprise dans le monde, dont plus de 60 000 en Allemagne. Audi se concentre sur les produits et technologies durables pour l'avenir de la mobilité.
