

Mardi 13 Mars 2018

La stratégie de Volkswagen aux Etats-Unis 2/2

En 1970, Volkswagen a atteint un pic de ventes aux Etats-Unis, avec 569 182 unités écoulées, soit une part de marché de 5,8 % (contre une part de marché de seulement 2 % l'an dernier, avec 339 676 unités vendues).

Pour relancer les activités de Volkswagen aux Etats-Unis, M. Woebcken veut regagner la confiance des consommateurs. Il a pour introduit une garantie de 6 ans ou 72 000 miles.

Il envisage en outre d'abaisser les prix, changeant de politique, après des années de prix « haut de gamme » liés à son image « développée en Allemagne ». A titre d'exemple, la version restylée du Tiguan est désormais facturée 2 180 dollars de moins que la version précédente. La nouvelle Jetta, pourtant dotée de davantage de technologies de série, est légèrement moins chère que la génération précédente.

L'autre volet de la stratégie de M. Woebcken est de sourcer localement les pièces et composants utilisés dans ses usines nord-américaines, afin d'abaisser les coûts de ces pièces et composants (qui ont un coût plus élevé lorsqu'ils proviennent d'Allemagne, coût auquel s'ajoute en outre les frais d'expédition). En abaissant ces coûts, le dirigeant espère augmenter la rentabilité de Volkswagen Group of America.

En outre, la partie la plus importante de la stratégie de redressement de Volkswagen aux Etats-Unis est le raccourcissement des cycles de vie des produits et l'orientation du portefeuille de modèles vers le segment des véhicules de loisir.

M. Woebcken, qui est également en charge des activités de VW au Mexique et au Canada, veut lancer deux nouveaux modèles par an en Amérique du Nord, avec notamment des variantes à deux rangées de sièges des Tiguan et Atlas (actuellement disponibles en variante à 3 rangées de sièges).

Enfin, Volkswagen mise également sur l'électrification de ses modèles pour améliorer son image aux Etats-Unis. Ainsi, le constructeur lancera le véhicule de loisir I.D. Crozz en 2020 (puis la gamme I.D., dédiée aux véhicules électrifiés sera étendue à au moins 4 modèles, dont un héritier du Combi, l'I.D. Buzz). En utilisant une plateforme commune pour tous ses modèles électrifiés, Volkswagen entend rationaliser les coûts de production.