

Volkswagen, piano choc: fino a 100 mila tagli e chiusura di fabbriche per rilanciare il gruppo. Che succede al colosso dell'auto? di Francesco Bertolino

Il titolo del gruppo tedesco tocca il punto più basso dal 2010. Il ceo Blume: «La nostra strategia fondata sull'export non funziona più». Pronti più investimenti negli Stati Uniti, un piano «in China for China» e 100 mila tagli. Basterà? (Fonte: <https://www.corriere.it/> 26 giugno 2026)



Il modello Volkswagen ha bisogno di un *restyling* urgente e secondo *Manager Magazin*, il ceo Oliver Blume ha presentato ai vertici del gruppo un piano per chiudere alcune fabbriche e tagliare 100 mila dipendenti, il doppio di quanto previsto sinora e circa un sesto della forza lavoro complessiva.

Di un piano di «ristrutturazione» così massiccio e che riporti la casa in carreggiata ne sono convinti anche sei membri del consiglio di amministrazione del gruppo che in un sondaggio interno – che avrebbe dovuto rimanere riservato, ma è stato rivelato sempre da *Manager Magazine* – hanno ammesso di nutrire timori addirittura per il futuro del gruppo. Gli altri tre hanno definito la situazione «critica». Il 2025 si è chiuso per Volkswagen con utili in calo del 44% a 6,9 miliardi e il 2026 si è aperto con un altro -14% alla voce profitti nel primo trimestre. «La situazione è chiara: progettare un'auto in Germania, produrla in Europa e poi venderla in tutto il mondo è una strategia che ci ha dato grandi soddisfazioni per anni, ma che nel mondo di oggi non funziona più», ha scritto Blume, nell'indirizzo di saluto agli azionisti, riuniti in settimana per l'assemblea annuale del gruppo.

Stati Uniti

Il mondo dell'auto si va, del resto, dividendo in tre blocchi continentali: Stati Uniti, Cina ed Europa. Per ragioni diverse, Volkswagen è in difficoltà su tutti e tre i fronti. Il modello per il mercato statunitense era incentrato sulle esportazioni di auto Made in Ue (e in Messico), ma si è schiantato contro il muro doganale eretto da Donald Trump. **I dazi stanno costando 5 miliardi all'anno a Volkswagen** che, però, non può rinunciare alla «regione con il più alto potenziale di crescita». **Blume ha perciò annunciato importanti investimenti per aumentare la sua “impronta” statunitense, con il rilancio del marchio Scout e la localizzazione della produzione di Audi.** La collaborazione tecnologica con la startup automobilistica Rivian - di cui Volkswagen è diventata primo azionista con un investimento da 4,8 miliardi - sta procedendo, ha sottolineato il manager, anche se fra gli addetti ai lavori si aggiunge «più lentamente del previsto».

Cina

La vera emergenza per Volkswagen, però, si chiama Cina. **Al picco, nel 2019, il gruppo tedesco vendeva 4,2 milioni vetture nel primo mercato auto del mondo. L'anno scorso il totale è sceso a 2,7 milioni:** sono spariti quasi 1,6 milioni di veicoli. A conquistarli è stata la concorrenza locale, sostenuta con abbondanti sussidi e regolamenti dal governo di Pechino. Byd ormai contende a Volkswagen il primato nelle immatricolazioni in un mercato con dinamiche profondamente diverse rispetto a quello europeo. **In Cina, spiega un consulente, un nuovo modello fa il 70% delle vendite nei giorni immediatamente successivi al lancio e, dopo un anno, ha esaurito la sua vita commerciale utile.**

Il piano

Ciò significa che, per star dietro alla domanda e alla concorrenza locale, il ciclo di sviluppo di una vettura - e di rilascio degli aggiornamenti software - deve essere accorciato, e di molto, rispetto ai tradizionali 4-5 anni. Volkswagen ha stentato a tenere il ritmo di questa evoluzione, anche a causa dei tormenti della sua divisione tecnologica Cariad. **Per recuperare, perciò, il gruppo ha un piano «In China for China» che prevede il lancio di 30 modelli in due anni, sviluppati con i tempi, gli stili e, soprattutto, i costi del mercato locale.** Audi ha addirittura cambiato il marchio per meglio adattarsi al mercato cinese: il logo è passato dai cinque cerchi a una scritta stilizzata «AUDI».

I tagli

Mentre cerca di recuperare terreno in Cina, tuttavia, Volkswagen deve guardarsi le spalle in Europa dalla concorrenza. La più temibile è proprio quella delle **case cinesi che, secondo Blume, «stanno penetrando aggressivamente nel mercato europeo» con «prezzi che non sono economicamente sostenibili» per le case europee.** Volkswagen - assieme a Stellantis e Renault - ha perciò rivolto un appello all'Ue perché vari un quadro volto a garantire che il 70% dei veicoli venduti in Europa

provenza per il 70% dei suoi componenti (e della progettazione) dai 27 Paesi Ue. Nel frattempo, **Blume ha varato una drastica strategia di risparmi. Entro la fine del 2026 il gruppo avrà 19 mila dipendenti in meno e altre 9 mila uscite sono già state concordate nel quadro del piano che prevede 50 mila tagli in Germania entro la fine del 2030.** Volkswagen intende poi ridurre da 12 a 9 milioni di unità la sua capacità produttiva alla luce del nuovo contesto di mercato.

Le rassicurazioni

Durante l'assemblea, Blume ha rassicurato i soci. **«Puntiamo a diventare la casa automobilistica più attraente al mondo entro il 2030 – ha detto – il gruppo ha già posto le basi essenziali per questo obiettivo: i marchi stanno offrendo ai clienti auto nuove ed entusiasmanti nell'ambito di una campagna di prodotto completa».** **Il titolo non ha però reagito bene e ha perso il 7% in due sedute e il 24% dall'inizio dell'anno, scivolando ai minimi dal 2010 e trascinando con sé le azioni delle altre case europee (alle prese con i loro problemi di profittabilità).** D'altronde, se neppure «Das Auto» riuscirà a tirarsi fuori da questa crisi, che ne sarà dell'industria dell'auto europea? E della sua filiera?