



Volkswagen a gagné près de 70 000 nouveaux clients au cours de la première année grâce à son best-seller ID.3

- Depuis le lancement de l'ID.3, plus de 144 000 commandes reçues – environ 50 % de nouveaux clients Volkswagen
- La voiture électrique la plus vendue en Europe en août 2021
- Klaus Zellmer, membre du Directoire Volkswagen en charge des Ventes : « L'ID.3 est un véritable succès et attire de nouveaux groupes d'acheteurs chez Volkswagen »
- Raisons d'achat les plus courantes : respect de l'environnement, innovation et solide réseau de concessionnaires
- La famille ID. fait de Volkswagen le leader du marché électrique en Europe

Solides performances de la Volkswagen ID.3 entièrement électrique après sa première année sur le marché européen : « Le véhicule est un franc succès. Elle plaît aux clients : partie de zéro, elle occupe la première place des nouvelles immatriculations dans un grand nombre de pays », déclare Klaus Zellmer, membre du directoire en charge des Ventes, du Marketing et de l'Après-Vente. Fin septembre, environ 144 000 commandes avaient été passées en Europe, dont 50% par des acheteurs qui n'avaient encore jamais conduit de Volkswagen et découvraient la marque, selon une étude commandée par l'entreprise. « L'ID.3 a touché un nombre de nouveaux groupes d'acheteurs supérieur à la moyenne pour Volkswagen. Les quelque 70 000 nouveaux clients sont une preuve solide que nous sommes en bonne voie avec ce véhicule et avec notre stratégie de mobilité électrique », poursuit M. Zellmer.

À titre de comparaison : en moyenne, le taux de nouveaux clients pour les autres modèles Volkswagen est d'environ 36%. Au cours du premier semestre 2021, la forte demande pour l'ID.3 et les autres modèles ID. a fait de Volkswagen le leader du marché des véhicules électriques en Europe en un temps record. Au mois d'août, l'ID.3 était le véhicule électrique le plus populaire sur de nombreux marchés, notamment en Allemagne, au Royaume-Uni, en Irlande, en Autriche et en Suisse. Sur la base des nouvelles immatriculations, l'ID.3 s'est d'ailleurs hissée au premier rang en Europe de l'Ouest. Afin de répondre à la forte demande, près de 1 200 modèles du véhicule électrique le plus vendu actuellement quittent chaque jour les lignes de production de Zwickau et de Dresde. A Zwickau, trois équipes se relaient sur les deux lignes de production. De plus, la production pour le marché local a démarré à Anting en Chine : le véhicule sera lancé sur le marché chinois à l'automne 2021.

Volkswagen a récemment interrogé ses clients ayant acheté une ID.3 en Allemagne sur les raisons de leur achat et leur comportement en tant qu'utilisateur. Les principaux critères d'achat ou de location sont la performance environnementale (60%) et la technologie innovante (51%). Un autre critère important pour les clients était l'assistance personnelle fournie par le réseau de concessionnaires et de services de Volkswagen.

Pour près de 80% des clients allemands, l'ID.3 est le véhicule le plus utilisé au sein de leur foyer. « Cela montre que le véhicule est parfaitement adapté à un usage quotidien », commente Silke Bagschik, responsable du Marketing et des Ventes de la gamme de produits e-Mobility. Pour la plupart des utilisateurs, la recharge de leur véhicule à domicile est déjà totalement neutre en carbone. Environ 70% d'entre eux n'utilisent que de l'électricité verte, provenant soit de leur propre système photovoltaïque, soit de leur fournisseur d'électricité, et de plus en plus du nouveau Volkswagen Naturstrom Connect.

Contact presse

Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Audrey Vasseaux
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.vasseaux@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Adrien Boutroue
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
adrien.boutroue@volkswagen.fr



<https://media.volkswagen.fr/>



Information Presse

La production d'ID.3 à Zwickau et à Dresde se faisant également sans émission de carbone, « nous avons fait un grand pas vers la réalisation de notre objectif, qui est d'atteindre la mobilité neutre en carbone », affirme Silke Bagschik. La famille ID. contribue donc grandement à la réussite du programme Way to Zero. Au cœur de l'initiative Way to Zero se trouve la nouvelle stratégie ACCELERATE de la marque, qui vise à accélérer le rythme de l'offensive électrique, l'objectif étant l'électrification complète de la nouvelle flotte de véhicules. D'ici 2030, au moins 70% de toutes les ventes unitaires de Volkswagen en Europe seront des véhicules entièrement électriques, soit largement plus d'un million de véhicules. En Amérique du Nord et en Chine, la part des véhicules électriques dans les ventes devrait être d'au moins 50%. En outre, Volkswagen lancera au moins une fois par an un nouveau véhicule électrique.

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 30 sites répartis dans 13 pays. En 2020, Volkswagen a livré environ 5,3 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat ainsi que les modèles à succès 100% électriques ID.3 et ID.4. Actuellement, environ 184 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Plus de 10 000 sociétés commerciales et partenaires de services employant 86 000 collaborateurs travaillent également pour la marque Volkswagen. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement en tant que fournisseur de mobilité orienté vers le logiciel.
