
Communiqué de presse

N° 131/2024

Enter Electric! Volkswagen Group lance une campagne multimarque

- La campagne d'information a pour objet de mettre en lumière les avantages de l'électromobilité et de déconstruire les préjugés associés aux véhicules électrifiés.
- La communication du Groupe sera axée sur la praticité au quotidien, la performance des batteries, le confort de recharge et la durabilité.
- Les clients individuels et les clients gestionnaires de flottes, les collaborateurs de l'entreprise, les réseaux de distribution et les médias constituent les cibles de la campagne.

Wolfsburg, le 28 novembre 2024 – Volkswagen Group lancera sa toute première campagne de communication multimarque dans les prochaines semaines et les prochains mois afin de sensibiliser le public aux atouts de l'électromobilité. Elle s'appuiera notamment sur un grand nombre de formats pour communiquer des informations claires et précises et déconstruire les mythes qui entourent encore l'électromobilité.

Dans le cadre de la campagne de sensibilisation à l'électromobilité, le service de communication produits de Volkswagen Véhicules Particuliers a notamment travaillé sur une édition spéciale du « Volkswagen Magazine ». Paru en novembre, le cahier de 12 pages a été tiré à 1,2 million d'exemplaires pour les hebdomadaires, les revues spécialisées et les réseaux de distribution. Il a pour vocation de répondre aux inquiétudes les plus courantes des clients à l'aide de données factuelles et d'arguments. De la même manière, la série de vidéos « Battery ABC » produite par Volkswagen Group Technology et PowerCo SE et diffusée sur les réseaux sociaux a pour objectif de communiquer des informations de base sur l'électromobilité, toutes marques confondues.

En outre, la campagne de Volkswagen Group comprend une nouvelle page Internet multimarque dédiée au sujet. Elle est accessible à l'adresse : <https://www.volkswagen-group.com/en/e-mobility-info-hub-18823>. La page regroupe informations, histoires, entretiens et répertorie les atouts des véhicules électrifiés en revenant sur les thèmes clés que sont la batterie, la recharge, les coûts et la durabilité.

La campagne, qui vise à déconstruire les croyances et faire tomber les barrières autour de l'électromobilité, n'est pas seulement lancée dans les médias et sur les canaux de communication du Groupe. Elle a également pour ambition de faire vivre l'expérience de l'électromobilité. Dans cette perspective, les différentes marques entendent proposer des sessions d'essais sur route, des prix d'entrée de gamme attractifs, des contrats de leasing spéciaux et des formations continues à destination des concessionnaires.

Chiffre surprenant : Volkswagen Group propose déjà 24 modèles électriques novateurs en Europe à travers ses marques Audi, Cupra, Porsche, Skoda, Volkswagen Véhicules Particuliers et Volkswagen Véhicules Utilitaires. Fort de la diversité de son portefeuille de véhicules électriques, le Groupe

s'impose comme le leader sur le marché européen. De nouveaux modèles électriques seront également lancés en 2025.

Sebastian Rudolph, directeur de la communication du Groupe : « Volkswagen Group fait œuvre de pionnier en matière d'électromobilité. Le Groupe compte des marques emblématiques et des produits attractifs qui gagnent régulièrement des prix et arrivent en tête des essais. Il est essentiel d'expliquer les changements technologiques à l'œuvre dans notre société, de mettre en avant les atouts de l'électromobilité et de déconstruire les stéréotypes associés aux véhicules électrifiés. Il sera notamment question de praticité au quotidien, des performances des batteries, de confort de recharge et de durabilité. Avec notre campagne multimarque, nous entendons communiquer activement sur le sujet. »

Marco Schubert, membre du comité de direction élargi en charge des ventes de Volkswagen Group : « Je suis convaincu que les batteries gagneront petit à petit le cœur de nos clients. Un travail systématique sur les coûts nous permettra de fixer au mieux les points de prix. Dans le même temps, nous continuons à étoffer notre portefeuille de produits dans toutes les marques de manière ciblée. Nous nous attachons à toucher une clientèle plus large, notamment sur les segments d'entrée de gamme. Notre offre de produits n'a jamais été aussi pertinente. »

Volkswagen Group France

Responsable Communication Groupe

Contact Leslie Peltier

Téléphone 06 60 32 49 20

E-mail leslie.peltier@volkswagen.fr | <https://media.volkswagen.fr/>

À propos de Volkswagen Group

Sis à Wolfsburg (Allemagne), Volkswagen Group compte parmi les principaux acteurs du secteur automobile dans le monde. De dimension mondiale, le Groupe possède 114 sites de productions implantés dans 19 pays européens et 10 pays d'Amérique du Nord et du Sud, d'Asie et d'Afrique. Les effectifs de l'entreprise sont de près de 684 000 salariés. Les véhicules construits par le Groupe sont commercialisés dans plus de 150 pays.

Fort d'un vaste portefeuille, de marques solides, de technologies de pointe mises en œuvre à une échelle industrielle, d'idées novatrices aptes à générer des bénéfices et d'un management orienté sur le développement du modèle d'activité, Volkswagen Group entend œuvrer à l'avenir de la mobilité par des investissements dans des véhicules électriques et autonomes, dans la digitalisation et dans la durabilité.

En 2023, le nombre total de véhicules livrés aux clients par le Groupe était de 9,2 millions (2022 : 8,3 millions). En 2023, le chiffre d'affaires consolidé était de 322,3 milliards d'euros (2022 : 279,1 milliards d'euros), pour un résultat opérationnel hors incidences exceptionnelles de 22,6 milliards d'euros (2022 : 22,5 milliards d'euros).

VOLKSWAGEN GROUP

**Enter
Electric!**

