



9 avril 2025

La stratégie « en Chine, pour la Chine » prend forme : Volkswagen présente trois concept cars au Salon de l'automobile de Shanghai

- Électriques, connectés et intelligents : les concept cars s'inscrivent dans la nouvelle identité de marque développée par Volkswagen en Chine.
- Les modèles de série des concept cars seront lancés l'an prochain sur le marché.
- Thomas Schäfer, CEO de la marque Volkswagen : « Nous avons toutes les cartes en main pour réussir en Chine. »

Wolfsburg – La stratégie « en Chine, pour la Chine » mise en œuvre par la marque Volkswagen prend forme : à l'occasion du Salon de l'automobile de Shanghai (23 avril au 2 mai 2025), l'un des rendez-vous incontournables de l'année pour l'industrie automobile, les trois coentreprises chinoises de VW présentent des concept cars électriques. Le modèle électrique à carrosserie tricorps de FAW-Volkswagen, le SUV électrique positionné sur le segment B et doté d'une autonomie étendue grâce à un prolongateur d'autonomie (EREV) de SAIC VOLKSWAGEN et le SUV 100 % électrique de Volkswagen Anhui seront ainsi sous le feu des projecteurs. Technologie, design, temps de développement réduit de plus de 30 % : les trois concept cars s'inscrivent dans la nouvelle identité de marque développée par Volkswagen en Chine.



La marque présentera trois concept cars à l'occasion de la « Volkswagen Group Night ».

Les concept cars dévoilés à Shanghai entrent dans la catégorie des véhicules à énergie nouvelle (NEV). En Chine, la catégorie inclut les véhicules tout électriques, hybrides rechargeables et à autonomie prolongée. Dans la seule catégorie des véhicules à énergie nouvelle (NEV), Volkswagen entend lancer plus de 20 modèles d'ici 2027 afin de proposer des voitures partiellement ou tout électriques adaptées à tous les besoins.

« Nous sommes sur la bonne voie avec notre stratégie 'en Chine, pour la Chine'. Volkswagen entend rester le leader automobile mondial dans l'empire du Milieu, y compris à l'ère de la voiture intelligente connectée », déclare Thomas Schäfer, CEO de la marque Volkswagen. « Nous avons toutes les cartes en main pour réussir : temps de développement réduits, partenaires solides, production et infrastructures de pointe à l'échelle locale, offre de produits novateurs adaptés aux clients chinois. Les concept cars proches des modèles de série que nous allons dévoiler à Shanghai attestent de ces nombreux atouts. »

Contact presse

Communication Groupe
Volkswagen VP et VU
Leslie Peltier
Responsable Communication
Groupe
Tél. : 06 60 32 49 20
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen VP
et VU
Michael Martinez
Responsable Presse Produit
Tél. : 06 77 65 85 31
michael.martinez@volkswagen.fr

Communication Volkswagen VP
et VU
Audrey Vasseaux
Attachée de presse
Tél. : 06 63 76 34 01
audrey.vasseaux@volkswagen.fr



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

ACCELERATE
DIGITAL: ENERGIZED

Communiqué de presse



Andreas Mindt, responsable du design de la marque Volkswagen, a déclaré : « En matière de design, la marque Volkswagen est reconnue pour sa stabilité, son capital sympathie et son 'ingrédient secret'. Nous avons adapté ces valeurs au marché chinois. Ce nouveau design rend hommage à la tradition de la marque mais répond dans le même temps aux besoins et aux attentes d'une nouvelle génération de clients en Chine. »

Le Salon de l'automobile de Shanghai se tient tous les deux ans depuis 1985, en alternance avec le Salon de l'automobile de Pékin (Auto China). Les deux événements figurent parmi les plus grands salons automobiles au monde. Cette année, le Salon de l'automobile de Shanghai aura lieu du 23 avril au 2 mai. Les deux premiers jours seront réservés aux journalistes. Au cours des huit jours d'ouverture au public, des centaines de milliers de visiteurs sont attendus sur le site du salon de la mégapole chinoise. Il y a deux ans, plus de 1 000 exposants venus de 17 pays différents avaient présenté leurs produits et services dans un espace de 360 000 m².

La marque **Volkswagen Véhicules Particuliers** opère dans le monde entier. L'entreprise possède 28 sites de production, répartis dans 12 pays. En 2024, Volkswagen a livré près de 4,8 millions de véhicules. Les modèles de la marque les plus vendus sont les Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan ou Passat ainsi que tous les modèles 100 % électriques de la gamme ID. La marque Volkswagen compte un effectif de quelque 170 000 salariés dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen entend s'affirmer comme la marque de référence en matière de mobilité durable.
