



4 juillet 2023

La marque Volkswagen investit un milliard d'euros dans son développement en Amérique du Sud

- L'entreprise entend atteindre 40 % de croissance au Brésil d'ici 2027
- Offensive produits dans la région avec le lancement de 15 nouveaux modèles
- Croissance ciblée sur les véhicules électriques et les véhicules polycarburants (VCM)
- Lancement au Brésil de l'ID.4¹ et de l'ID. Buzz² d'ici fin 2023
- Thomas Schäfer, CEO de la marque Volkswagen, à propos du 70e anniversaire de la présence de VW au Brésil : « Marché à forte croissance pour l'industrie automobile, l'Amérique du Sud revêt une importance stratégique majeure pour Volkswagen. Nous avons déjà considérablement amélioré notre rentabilité dans la région et entendons afficher une meilleure maîtrise de nos coûts. »

São Paulo – La marque Volkswagen entend nettement augmenter son chiffre d'affaires en lançant une offensive produits de grande ampleur. L'entreprise prévoit de croître de 40 % d'ici 2027 au Brésil, le plus vaste marché de la région. Pour cela, l'entreprise annonce le lancement de 15 nouveaux modèles de véhicules électriques et véhicules à carburant modulable (VCM) d'ici 2025. Des modèles hybrides suivront également à moyen terme. D'ici fin 2023, l'entreprise compte déjà introduire au Brésil ses premiers modèles entièrement électriques : l'ID.4. et l'ID. Buzz. Le marché automobile sud-américain devrait croître de 11 % par an d'ici 2030, ce qui en ferait l'un des marchés à la plus forte croissance au monde. Ainsi, l'entreprise poursuit la mise en œuvre de sa stratégie pour développer son activité sur les marchés de croissance et accélérer le développement de la mobilité durable. Volkswagen célèbre cette année le 70e anniversaire de son implantation au Brésil.



Volkswagen électrifie l'Amérique du Sud : l'ID. Buzz et l'ID.4 débarquent au Brésil

Transformation réussie, compétitivité renforcée

Thomas Schäfer, CEO de la marque Volkswagen : « Marché à forte croissance pour la branche automobile, l'Amérique du Sud revêt une importance stratégique majeure pour Volkswagen. Ces dernières années, notre équipe locale a mené à bien la transformation de l'entreprise et amélioré sensiblement sa rentabilité et sa compétitivité. Notre objectif à présent est d'afficher une meilleure maîtrise des coûts tout en mettant en œuvre une vaste

offensive produits. Pour cela, nous entendons investir un milliard d'euros en Amérique du Sud d'ici 2026. » La région Amérique du Sud, qui est redevenue rentable en 2021 après plusieurs années de difficultés, a largement contribué au bénéfice de l'entreprise en 2022. Volkswagen entend poursuivre l'optimisation de ses activités dans la région dans le cadre du programme de performance « ACCELERATE FORWARD | Road to 6.5 ».

Contact presse

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

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

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



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





Alexander Seitz, Directeur général de Volkswagen Group South America, explique : « En lançant cette offensive produits, nous entendons proposer à nos clients brésiliens et sud-américains des véhicules particulièrement attractifs afin d'accélérer notre processus de transformation visant à atteindre un bilan zéro carbone et à promouvoir une mobilité entièrement connectée. Nous avons d'ores et déjà bien avancé dans ce sens. La nouvelle Polo s'est déjà imposée comme la voiture la plus vendue au Brésil, et le lancement sur le marché brésilien de l'ID.4, modèle déjà plébiscité, et de l'ID. Buzz, modèle emblématique de la marque, donneront un élan supplémentaire au développement de notre activité. »

Des véhicules électriques sur abonnement

L'entreprise entend investir un milliard d'euros en Amérique du Sud d'ici 2026, notamment dans le développement de moteurs thermiques fonctionnant à l'éthanol ou de nouveaux modèles d'activité. Ainsi, plus de 3 000 souscriptions à des locations de voiture par abonnement ont été signées en 2022 par des clients brésiliens de Volkswagen, et ce chiffre devrait augmenter de 150 % en 2023. En parallèle, Volkswagen proposera ses premiers modèles entièrement électriques (ID.4 et ID. Buzz) en location par abonnement au Brésil dès 2023, poursuivant ainsi sa transformation pour devenir un fournisseur de mobilité durable. L'entreprise anticipe une transition vers les motorisations entièrement électriques moins rapide au Brésil qu'en Europe, car la proportion de véhicules entièrement électriques (BEV) sur le marché brésilien tourne autour de 4 % du parc automobile, mais Volkswagen entend afficher une croissance supérieure à celle du marché sur ce segment.

Solutions technologiques ouvertes pour parvenir à un bilan carbone neutre

Tant que le marché ne sera pas complètement passé à l'électrique, Volkswagen entend continuer à proposer des motorisations alternatives et rester ouvert aux innovations technologiques. Ainsi, tous les nouveaux modèles produits dans la région continueront à pouvoir être alimentés à 100 % en biocarburants. Cette décision permet de contribuer largement à la stratégie de développement durable de Volkswagen South America et à son objectif de parvenir à un bilan carbone neutre (Way to Zero). Les motorisations développées en Europe seront adaptées et redéveloppées au sein du centre de développement brésilien récemment inauguré à cet effet par Volkswagen. Les véhicules à carburant modulable (VCM ou FlexFuel) développés par Volkswagen au Brésil sont conçus pour être alimentés en éthanol, en essence ou en mélange de ces deux carburants. En Europe, la teneur maximale autorisée en biocarburants est de 10 % (E10). L'offensive produits de Volkswagen cible notamment le segment des mini-citadines ainsi que celui des CUV/SUV, qui est le segment qui enregistre la plus forte croissance au monde. Le segment des mini-citadines représente déjà 40 % du marché sud-américain et devrait continuer à se développer plus rapidement que le reste du marché.

L'éthanol issu de la canne à sucre est un biocarburant durable provenant de la fermentation du sucre à l'aide de levure. Ce carburant permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre de quelque 80 % par rapport à l'essence. Les champs de canne à sucre destinés à la production d'éthanol représentent moins de 0,8 % du territoire brésilien. Près de 92 % de la canne à sucre est cultivée au centre-sud du Brésil, les 8 % restants proviennent du Nord-Est, à 2 000 kilomètres de l'Amazonie. Ce biocarburant permet donc de contribuer amplement aux objectifs de réduction à long terme des émissions de CO₂ dans cette région du monde.

70 ans de présence au Brésil : la belle histoire continue

Volkswagen a lancé sa production au Brésil il y a 70 ans : l'usine de São Paulo était la première usine construite hors d'Allemagne. Douze salariés y assuraient alors l'assemblage de pièces importées d'Allemagne. Aujourd'hui, Volkswagen a produit au total 25 millions de véhicules en 70 ans, dont 4 millions destinés à l'exportation. L'entreprise y assure le développement et la production de modèles comme la Polo, la Virtus, le Nivus, le Taos ou encore le T-Cross sur



quatre sites répartis à travers le pays. Les voitures sont ensuite vendues par un réseau qui compte quelque 500 distributeurs.

¹ ID.4 : consommation électrique en cycle mixte : 17,5–16,2 kWh/100 km ; émissions de CO₂ en cycle mixte : 0 g/km. Les données de consommation et les émissions de ce modèle ne sont disponibles qu'en cycle WLTP, et non en cycle NEDC. Les données de consommation et les émissions de CO₂ varient en fonction des équipements du véhicule.

² ID. Buzz Pro : consommation électrique en cycle mixte : 22,0–20,6 kWh/100 km ; émissions de CO₂ en cycle mixte : 0 g/km. Les données de consommation et les émissions de ce modèle ne sont disponibles qu'en cycle WLTP, et non en cycle NEDC. Les données de consommation et les émissions de CO₂ varient en fonction des équipements du véhicule.

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans plus de 140 pays dans le monde et produit des véhicules sur 29 sites répartis dans 12 pays. En 2022, Volkswagen a livré environ 4,6 millions de véhicules dont les best-sellers Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan ou Passat ainsi que les modèles 100 % électriques ID.3, ID.4, ID.5 et ID.6. L'année dernière, l'entreprise a livré à ses clients plus de 330 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 170 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement afin de devenir la marque de référence en matière de mobilité durable.
