



5 décembre 2017

La nouvelle up! GTI est disponible à la commande

- La nouvelle up! GTI de 115ch donne une nouvelle dimension au plaisir de conduite sur le segment des minicitadines
- Châssis rabaissé et transmission 6 rapports pour une conduite sportive
- Homologation basée pour la première fois sur la nouvelle norme WLTP

Volkswagen ouvre à la commande sa nouvelle up! GTI qui se caractérise par un poids réduit, un moteur Turbo puissant, un châssis sport et les caractéristiques typiques d'une petite sportive, à l'intérieur comme à l'extérieur. La plus petite des Volkswagen peut ainsi être commandée pour la première fois en version GTI. La nouvelle up! GTI est disponible à la commande en France à partir de 16 790€ (version 3 portes).

Fortement ancrée dans l'histoire de la marque Volkswagen, l'appellation GTI est la désignation la plus connue au monde pour les compactes sportives. La « famille GTI » du constructeur de Wolfsburg comprend désormais plusieurs modèles GTI : l'emblématique Golf GTI Performance de 245ch, la up! GTI (115 ch) disponible à la commande dès à présent et la nouvelle Polo GTI de 200 ch.

La nouvelle up! GTI, dont les dimensions extérieures et intérieures sont similaires à celles de la Golf MK1 GTI 1600 d'origine de 1976, est propulsée par un moteur turbo (TSI) affichant 200 Nm de couple. Elle atteint une vitesse de pointe de 196 km/h et accélère de 0 à 100 km/h en 8,8 secondes. Les couleurs disponibles sont typiques d'une GTI : « Rouge Tornado », « Blanc Pur », et les couleurs métallisées « Gris Tungstène » et « Noir Intense ».

La plus puissante up! affiche les caractéristiques intérieures et extérieures typiques des GTI. À l'avant, par exemple, un liseré rouge orne la calandre en nid d'abeille, surmontée du logo GTI. Sur les côtés, deux stickers latéraux noirs s'étendent au niveau des bas de caisses. De plus, les coques de rétroviseurs extérieurs sont de couleur noir brillant.

Les jantes alliage 17 pouces ont également été repensées. Leur look est particulièrement saisissant en plus du châssis de la up! GTI qui a été abaissé de 15 mm. Les caractéristiques GTI se retrouvent également à l'arrière avec une bande rouge et un spoiler de toit qui augmente la stabilité et favorise le style racé. À l'intérieur, on retrouve un volant sport en cuir, le pommeau de levier de vitesse GTI et le légendaire motif de siège « Clark ».

Contacts presse

Communication Volkswagen Group / Volkswagen

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

Communication Volkswagen

Audrey Garousse
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.garousse@volkswagen.fr

Communication Volkswagen

Arnaud Hacault
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
arnaud.hacault@volkswagen.fr



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen

Avec la up! GTI, Volkswagen lance son premier modèle homologué par la nouvelle norme WLTP (Worldwide Harmonized Light-Duty Vehicles Test Procedure). Les résultats WLTP réalistes sont donc disponibles en plus des résultats de consommation de carburant NEDC (New European Driving Cycle). Le WLTP introduit un cycle d'essai commun à de nombreux pays du monde pour déterminer la consommation de carburant et les émissions de gaz d'échappement. Dans le cas de la up! GTI, le cycle d'essai WLTP montre un résultat de 5,6 à 5,7 l/100 km* (en cycle mixte).

**Donnée sur le marché allemand/ valeur en cours d'homologation pour le marché français*

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2016, Volkswagen a produit 5,99 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 196 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.
