



Volkswagen renforce son offensive de modèles et d'innovations en Chine

- **Première mondiale du nouveau Touareg¹ à Pékin marque le début de la prochaine offensive de modèles en Chine**
- **Renforcement du leadership: au moins 10 nouveaux SUV lancés sur le marché chinois d'ici 2020**
- **Nouvelle campagne de communication « Move Forward » souligne le pouvoir d'innovation de la marque**
- **"Les clients chinois font confiance à la marque Volkswagen. Nous saurons nous montrer dignes de la confiance qu'ils nous accordent. " déclare Herbert Diess, Président du Directoire de la marque Volkswagen.**

La marque Volkswagen entend renforcer son leadership en Chine et intensifie sa grande offensive de modèles et d'innovations. La première étape consiste à lancer le Volkswagen Touareg¹, présenté aujourd'hui en première mondiale à la « Journée SUV de la marque » à Pékin, devant un public de 1000 invités environ. D'ici 2020, pas moins de 12 nouveaux SUV destinés au marché chinois seront lancés. Volkswagen a également donné son feu vert pour sa campagne de communication nationale « Move Forward », destinée à renforcer le positionnement la marque.

La Chine est un marché crucial pour Volkswagen. Dans aucune autre région la marque ne vend autant de véhicules. L'année dernière, Volkswagen a vendu 3,2 millions de véhicules aux clients chinois, atteignant une part de marché de plus de 13 %, ce qui fait de Volkswagen le leader incontesté du plus grand et important marché automobile au monde. Avec son programme du futur TRANSFORM 2025+, la marque entend renforcer sa position de leadership : d'ici 2020, la gamme de produits sera complètement renouvelée et étendue. Rien que cette année, neuf nouveaux modèles doivent être lancés en Chine.

« La Chine aura un impact décisif sur la réussite de notre stratégie d'avenir. L'année dernière, plus de trois millions de Chinois ont opté

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

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



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen

pour une Volkswagen. Nous saurons nous montrer dignes de la confiance qu'ils nous accordent. C'est ainsi que nous avons décidé d'orienter notre gamme de produits au plus près des souhaits et des attentes des clients chinois. Plus que jamais, Volkswagen sera synonyme de sécurité, de qualité et d'innovation. Avec nos partenaires SAIC et FAW, nous allons intensifier notre rôle de pionnier en Chine », a déclaré Herbert Diess, Président du Directoire de la marque Volkswagen.

Offensive SUV : pas moins de 10 nouveaux SUV d'ici 2020

L'offensive de modèles et d'innovation met l'accent sur les SUV. L'essor mondial des SUV est particulièrement notable en Chine. Les prévisions actuelles du marché indiquent qu'un véhicule neuf sur deux acheté en Chine pourrait être un SUV. Avec le Tiguan et le Teramont, la marque Volkswagen propose déjà deux best-sellers. En 2017, la marque a livré environ 400 000 SUV aux clients.

Au cours des trois prochaines années, pas moins de 10 nouveaux SUV seront lancés sur le marché chinois, dont quatre cette année. Le nouveau Touareg ¹⁾ marque le début de cette offensive. Le SUV phare de Volkswagen illustre les capacités de performance techniques de la marque avec des innovations telles que le « Cockpit Innovision » entièrement numérique qui n'est disponible, sous cette forme, dans aucun autre SUV de luxe.

L'électro-mobilité est un autre axe clé de l'offensive de modèles. Dès cette année, Volkswagen va lancer une version hybride rechargeable du Tiguan ainsi qu'une variante tout électrique de la nouvelle Bora. La famille¹ I.D. toute électrique, entièrement connectée et basée sur la plateforme modulaire électrique (MEB), sera lancée en Chine d'ici 2020. L'I.D. fera ses débuts presque en même temps en Europe, en Chine et aux Etats-Unis.

« Move Forward » : la campagne de la marque met en avant le pouvoir d'innovation

Le pouvoir d'innovation et de création de Volkswagen est présenté au public à travers une vaste campagne de communication d'envergure. Sous le slogan « Move Forward », la marque fournira des informations complètes sur les produits, les technologies et les futurs projets en Chine. Aujourd'hui, la « Journée SUV de la marque » à Pékin marque le début d'une des nombreuses opérations de communication et de marketing qui associeront des événements innovants, des campagnes sur les réseaux sociaux et bien d'autres choses encore.



Volkswagen

Volkswagen : pionnier de l'industrie automobile chinoise

La success story de Volkswagen en Chine est une longue histoire. La marque était déjà présente dans le pays il y a plus de 30 ans et fait partie des pionniers de l'industrie automobile chinoise. Le premier véhicule entièrement produit en Chine par Volkswagen Santana, est sorti de la ligne de production à Shanghai en 1985. Depuis lors, en collaboration avec ses partenaires de joint-ventures SAIC et FAW, la marque a vendu plus de 27 millions de véhicules en Chine et a contribué de manière significative au développement rapide de l'industrie automobile chinoise.

Aujourd'hui, Volkswagen opère dans 19 sites de production à travers le pays, dont neuf usines de production de véhicules et 10 usines de composants. Au total, 85 000 personnes travaillent pour Volkswagen Group en Chine. Le portefeuille produits de la marque comprend actuellement plus de 20 modèles, dont beaucoup ont été développés spécialement pour le marché chinois, tels que le Teramont, la Phideon ou le Lamando. Outre la production, Volkswagen renforce également ses compétences en matière de développement en Chine, en particulier dans les domaines d'avenir tels que l'électro-mobilité et la numérisation.

Dans le cadre de son programme TRANSFORM 2025+, Volkswagen prend des mesures pour repositionner son activité sur les marchés mondiaux. Certaines responsabilités au sein de la marque jusque-là centralisées à Wolfsburg seront peu à peu transférées afin que les régions puissent agir de manière autonome. À terme, les régions seront responsables de l'ensemble des activités, y compris les décisions sur le portefeuille produits.

¹⁾ Ce véhicule n'est pas encore commercialisé. De ce fait, la Directive 1999/94/EC n'est pas applicable.

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 2017, Volkswagen a produit plus de 6 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 198 000 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.
