



Volkswagen ID.¹ : pionnière de la mobilité durable

- La voiture électrique nouvelle génération réduira l'empreinte carbone : un effet sur le climat correspondant à plus d'un million de tonnes de CO₂ par an
- Thomas Ulbrich, membre du Directoire de la marque: « Une vraie mobilité durable ne sera possible que si nous le voulons tous et y travaillons tous ensemble. »
- Offensive électrique pour atteindre les objectifs de l'Accord de Paris sur le climat
- Les dirigeants politiques peuvent grandement contribuer à la réussite de l'électro-mobilité

Volkswagen s'engage pour l'Accord de Paris sur le climat et prépare le terrain pour la mobilité durable avec son offensive électrique. La nouvelle ID., dont la production sera lancée à Zwickau à la fin de l'année, jouera un rôle de pionnière : en tant que première voiture électrique du Groupe, elle sera neutre en termes de CO₂, et ce tout au long de sa durée de vie, si le client la charge systématiquement avec de l'énergie verte. Concernant la phase de fabrication seule, l'empreinte carbone de l'ID. sera améliorée de plus d'un million de tonnes de CO₂ par an. Cela correspond approximativement à l'impact sur le climat d'une centrale à charbon qui fournit de l'électricité à 300 000 foyers. Volkswagen travaille en outre sur un programme global de décarbonisation qui comprend des mesures pour les autres modèles. D'ici 2025, la marque proposera plus de 20 modèles entièrement électriques.

« Le changement climatique est le plus grand défi de notre époque, » a déclaré Thomas Ulbrich, membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge de l'électro-mobilité. « En tant que plus grand constructeur automobile au monde, Volkswagen assume cette responsabilité : la nouvelle ID. sera la première voiture électrique produite avec un bilan neutre en carbone. Afin qu'elle demeure sans émission au cours de son cycle de vie, nous étudions différentes manières d'utiliser de l'énergie verte. Une mobilité vraiment durable n'est possible que si nous le voulons tous et y travaillons tous ensemble. »

Le Conseil du Développement Durable du Groupe Volkswagen soutient cet engagement

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

Georg Kell, Directeur fondateur du Pacte mondial des Nations unies et porte-parole du Conseil du Développement Durable du Groupe Volkswagen, déclare : « Les émissions de CO₂ produites par les hommes doivent être réduites au plus vite. Depuis sa création, le Conseil du Développement Durable de Volkswagen a travaillé sans relâche pour que l'entreprise fasse de la protection du climat une de ses priorités stratégiques. Volkswagen adopte la bonne approche avec son offensive électrique et l'ID. Il est maintenant temps de mettre vigoureusement en œuvre ce plan. »

Energie verte, de la cellule de batterie à la charge

Pour l'ID., Volkswagen a axé l'ensemble de la chaîne de valeur sur l'objectif d'éviter et de réduire les émissions de CO₂. Les cellules de batteries seront produites en Europe et l'énergie proviendra de sources d'énergie vertes. D'autres économies potentielles dans la chaîne d'approvisionnement remontant jusqu'à la production de matières premières sont à l'étude à l'aide de fournisseurs directs et indirects. L'usine de Zwickau utilise déjà de l'énergie produite en externe à partir de sources renouvelables. Les émissions inévitables dans le processus de fabrication sont contrebalancées par des investissements dans des projets certifiés en faveur du climat. En conséquence, l'ID. bénéficiera dès les premiers instants d'une production neutre en CO₂.

Pour la charge, Volkswagen recommande l'utilisation d'énergie provenant de sources renouvelables comme les énergies éolienne et hydraulique. Elli, la nouvelle filiale de Volkswagen, a commencé à offrir depuis peu de l'électricité produite par régénération, appelée Volkswagen Naturstrom®. Le réseau de charge rapide IONITY, créé par Volkswagen et d'autres constructeurs automobiles, proposera une énergie verte sur près de 400 points de charge sur les autoroutes européennes.

Volkswagen salue la transition énergétique de l'Allemagne

Puisque les voitures électriques ne sont propres que si l'énergie utilisée pour les produire et les charger l'est également, Volkswagen soutient expressément le passage prévu en Allemagne vers des approvisionnements énergétiques durables. Au-delà de la transition énergétique, la percée de la mobilité électrique ne peut être réalisée qu'en partenariat avec les dirigeants politiques. Du droit relatif aux propriétés résidentielles à l'extension de l'infrastructure de charge publique, l'objectif devrait être de lever rapidement les obstacles sur la voie des voitures électriques.

Volkswagen veut rendre la voiture électrique attrayante et abordable pour le plus grand nombre. La compacte ID.¹ sortira des chaînes de montage à Zwickau à partir de fin 2019. Le SUV ID. CROZZ¹, l'ID. BUZZ¹ et la berline ID. VIZZION¹ suivront peu de temps après. La marque Volkswagen prévoit à



Volkswagen

elle seule d'investir environ 9 milliards d'euros dans l'électro-mobilité d'ici 2023.

¹ *Concept car proche du véhicule de production.*

A propos de la marque Volkswagen:

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 2018, Volkswagen a produit environ 6,24 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.
