



29 novembre 2017

Salon de l'automobile de Los Angeles 2017 : Volkswagen façonne la mobilité électrique du futur

- La réorientation stratégique de la marque vers la mobilité électrique se poursuit
- Le premier modèle de la famille I.D. pour le marché américain sera un SUV
- La nouvelle architecture électronique constitue la base des services digitaux qui améliorent sensiblement la conduite quotidienne

Au Salon de l'Automobile de Los Angeles, Volkswagen propose aux visiteurs un aperçu du futur de la mobilité électrique. Volkswagen présente trois concept-cars au salon californien - la compacte I.D., le spacieux I.D. BUZZ et l'élégant SUV I.D.CROZZ. Ils inaugurent une plateforme inédite entièrement conçue et dédiée aux véhicules électriques. En 2025, la marque Volkswagen envisage de vendre un million de véhicules électriques par an et a pour objectif de devenir le leader du marché de la mobilité électrique. En Europe, le premier modèle tout-électrique de la famille I.D. sera un modèle compact, tandis qu'aux États-Unis, il s'agira d'un SUV.

« Les voitures représentent la liberté et l'individualité », déclare Jürgen Stackmann, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes, du Marketing et de l'Après-Vente. « Les erreurs du passé ont accéléré la transition chez Volkswagen et la crise nous a ouvert une vraie opportunité : nous croyons dans la mobilité électrique et dans un bel avenir pour l'automobile. C'est le moyen de transport le plus important aux États-Unis, qui représente 80% des déplacements. »

La marque Volkswagen va relever les défis du futur avec la gamme I.D.. Ces modèles sont basés sur une plateforme tout électrique qui sera utilisée par l'ensemble des marques du groupe. Ces nouveaux véhicules électriques permettent de parcourir de longues distances tout en rejetant de faibles émissions, et offrent également une capacité de recharge rapide et des intérieurs spacieux et flexibles. « Les caractéristiques particulières de notre architecture électrique offrent de nouvelles proportions aux empattements longs et aux porte-à-faux courts », déclare Christian Senger, Responsable de la gamme « e-mobility » chez Volkswagen : « Cela nous permet de créer un tout nouveau concept d'aménagement de l'espace, offrant une grande flexibilité pour les occupants du véhicule et les marchandises. »

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

Christian Senger montre l'exemple du véhicule compact I.D., pour démontrer les gains en terme d'espace intérieur obtenus : « L'I.D. affiche les dimensions extérieures d'une Golf, mais offre autant d'espace intérieur qu'une Passat. » Cela est rendu possible grâce à un entraînement électronique axial parallèle à faible encombrement et à la batterie haute tension logée dans le plancher du véhicule. Cela s'applique également à toutes les autres formes de carrosserie: « L'architecture entièrement électrique permet de développer tous types de véhicules, du véhicule compact au SUV sept places ».

À Los Angeles, Jürgen Stackmann a révélé qu'en plus des trois modèles déjà présentés (une compacte, un SUV et un monospace), de nouveaux véhicules seront ajoutés à la famille I.D., y compris une berline. Non seulement tous les modèles ont en commun leur propulsion électrique mais également un nouveau type de connectivité. A la place d'un grand nombre d'unités de contrôle, le système électrique du véhicule disposera à l'avenir de puissants calculateurs centraux avec un logiciel qui pourra être constamment mis à jour et amélioré. Cette nouvelle architecture est la base des nouveaux services numériques embarqués qui améliorent la conduite au quotidien.

« Les innovations technologiques sur lesquelles nous travaillons actuellement vont augmenter le potentiel de l'automobile », déclare Jürgen Stackmann. « En complément d'un design très attrayant et d'une offre adaptée aux exigences de nos clients, nous ferons tout notre possible pour répondre à la demande croissante en matière de mobilité durable. »

Cela commence par une approche client efficiente. Dans le cadre d'un projet conjoint avec le groupe de logiciels américain Adobe, les clients potentiels sont ciblés sur les réseaux sociaux, et se voient ensuite proposer sur le portail internet de Volkswagen, une offre de documentation adaptée sur la gamme I.D.

Avant même de se rendre chez un concessionnaire Volkswagen, les clients peuvent tester virtuellement nos nouveaux véhicules électriques, y compris dans des endroits insolites. « Nous coopérons avec Microsoft : la réalité augmentée nous permet de présenter la nouvelle voiture virtuellement dans l'espace ou dans un endroit particulier. Nous pouvons notamment avec l'aide de lunettes HoloLens présenter ces véhicules dans des cafés et des centres commerciaux ».

Les coopérations futures entre Volkswagen et un groupe informatique concerneront l'infodivertissement et seront réalisées conjointement avec IBM et nommé « Predictive We Services ». Le fruit de cette collaboration est l'assistant numérique "Watson" qui peut rechercher plusieurs destinations au cours de votre voyage, que cela soit pour déjeuner ou bien pour faire du shopping grâce à la commande vocale.



Volkswagen

« Depuis plus de 70 ans, la force de Volkswagen est de rendre les technologies et surtout la mobilité accessibles au plus grand nombre, et ce, quel que soit le type de transmission. C'est ainsi que nous procéderons dans le futur. Nous rendrons la mobilité électrique de haute qualité accessible à tous » a résumé Jürgen Stackmann en évoquant les objectifs de Volkswagen.

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, 218 000 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.
