



15 janvier 2018

## Rapides progrès de Volkswagen dans le réalignement de la stratégie nord-américaine

- Première mondiale à Détroit : la nouvelle Jetta<sup>1</sup> est au cœur de la campagne Volkswagen en Amérique du Nord
- M. Diess, Président du Directoire de la marque : « La prochaine génération de la Jetta jouera un rôle clé dans notre réussite aux États-Unis »
- Des investissements de plus de 3,3 milliards de dollars US (2,8 milliards d'euros) sont prévus dans la région d'ici à 2020
- Volkswagen réaligne sa stratégie en Amérique du Nord pour devenir un acteur important en termes de volume

La marque Volkswagen poursuit sa stratégie de consolidation régionale en Amérique du Nord. Aujourd'hui, Volkswagen a lancé la septième génération de son modèle le plus populaire dans la région, en célébrant la première mondiale de la nouvelle Jetta au Salon de Détroit. La Jetta est parfaitement adaptée aux besoins des clients nord-américains.



M. Herbert Diess a présenté la nouvelle Jetta en avant-première.



Nouvelle Jetta 2019 de Volkswagen : Hinrich J. Woecken et M. Herbert Diess.

« Avec la Golf, la Passat et la Coccinelle, la Jetta est l'un des modèles Volkswagen les plus populaires et incontestablement numéro 1 aux États-Unis. Entièrement repensée, cette nouvelle version est très impressionnante. Elle sera l'une des composantes de notre réussite future aux États-Unis. D'ici à 2020, nous proposerons au moins deux nouveaux modèles chaque année aux États-Unis dans les principaux segments de marché », a indiqué M. Herbert Diess, Président du Directoire de la marque Volkswagen.

### 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](http://media.volkswagen.fr)



**Volkswagen**

Avec l'avant-première de la Jetta, Volkswagen met à profit sa réussite 2017 en Amérique du Nord. La région a contribué au record de livraisons enregistré par la marque, qui a vendu environ 592 000 unités (+1,9 % ; 580 600 véhicules en 2016). Comme l'a indiqué la Direction avant le salon de Détroit, 6,23 millions de véhicules particuliers ont été livrés en 2017, soit 250 000 de plus que l'année précédente.

« Le retour de la marque Volkswagen aux États-Unis a bien progressé en 2017, explique Hinrich Woebcken, PDG de Volkswagen North America. L'Atlas, notre SUV de milieu de gamme, suscite un vif intérêt chez les clients. Alors que le marché global est en déclin, nos ventes ont augmenté et nous avons gagné des parts de marché. » Volkswagen a également progressé dans la gestion de la question du diesel. Plus de 80 % des 540 000 véhicules concernés aux États-Unis ont déjà été mis à jour ou rachetés.

Volkswagen part maintenant à l'offensive dans la région avec de nouveaux modèles spécifiquement adaptés au marché américain. L'objectif est de devenir un acteur clé en termes de volume en Amérique du Nord. Pour cela, l'entreprise va investir, durant les trois prochaines années, plus de 3,3 milliards de dollars US (2,8 milliards d'euros) en Amérique du Nord. Sur ce montant, environ 1,2 milliard de dollars US (1 milliard d'euros) seront consacrés à des projets aux États-Unis. L'objectif de la marque Volkswagen est d'atteindre, d'ici à 2020, l'équilibre en termes de bénéfice d'exploitation en Amérique du Nord.

La nouvelle Jetta est au cœur de la campagne Volkswagen en Amérique du Nord. Outre l'Atlas, construit à Chattanooga, le nouveau Tiguan à empattement long et l'e-Golf<sup>2</sup> à plus grande autonomie ont également été lancés sur le marché. À l'avenir, l'objectif est de proposer au moins deux nouveaux modèles chaque année aux États-Unis. Hormis la nouvelle Jetta, l'Arteon sera lancée sur le marché américain cette année et la nouvelle Passat suivra en 2019. D'autres modèles de SUV, basés sur l'architecture MQB, suivront.

Le premier membre de la nouvelle famille de véhicules entièrement électriques, basés sur la nouvelle plate-forme modulaire électrique (MEB), sera ajouté à la gamme à compter de 2020. Le premier modèle MEB vendu en Amérique sera un SUV.



**Volkswagen**

Volkswagen a lancé la plus grande offensive de modèles de son histoire avec sa stratégie « TRANSFORM 2025+ ». Plus de 50 véhicules sont actuellement en cours de développement. Volkswagen prévoit de proposer aux clients plus de 10 nouveaux modèles et dérivés chaque année d'ici 2020, confortant ainsi sa position de constructeur majeur en termes de volume.

*Le véhicule n'étant pas encore en vente, la Directive 1999/94/EC n'est pas applicable.*

*L'e-Golf (100 kW/136 ch) consommation électrique en kWh/100km : 12,7 (cycle mixte), émissions de CO<sub>2</sub> en g/km : 0 (cycle mixte), classe d'efficacité : A+.*

---

**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.

---