



13 janvier 2020

Volkswagen clôture l'année 2019 avec succès

- La marque Volkswagen augmente ses livraisons mondiales de 0,5% par rapport à 2019 avec 6,28 millions de véhicules livrés
 - Progressions en Europe, Amérique du Sud, Asie-Pacifique et aux Etats-Unis
 - Plus de 80 000 véhicules électriques livrés (+60%)
 - Ralf Brandstätter, Directeur des Opérations de la marque Volkswagen (COO) : « Avec l'ID.3 et la Golf 8, nous avons présenté avec succès de nouveaux produits innovants et nous nous sommes toujours concentrés sur les bénéfices. La feuille de route de la transformation digitale, qui avait été convenue avec les salariés et qui va maintenant être mise en place, apportera également une contribution essentielle à l'amélioration de l'efficacité et à la préservation du futur. Grâce à la performance fantastique des équipes, nous avons dépassé le niveau de livraison élevé de 2018 malgré un environnement de marché difficile »
 - Jürgen Stackmann, membre du Directoire de la marque Volkswagen, en charge des Ventes : « En 2019, nous avons considérablement renforcé notre position sur le marché mondial avec une forte hausse de nos parts de marché. C'est un signe clair de la force de notre marque, de la compétitivité de nos produits et de nos services, et de la performance de notre organisation de ventes »
-

En 2019, la marque Volkswagen a livré 6 278 300 véhicules dans le monde, soit une hausse de 0,5% par rapport à l'an dernier. Dans un marché global en baisse, la marque a significativement accru sa part de marché. L'Europe, l'Amérique du Sud, l'Asie-Pacifique et les Etats-Unis ont enregistré une croissance en termes de volumes. Par rapport à l'année précédente, l'intérêt des clients pour les modèles électrifiés a augmenté de manière considérable. Plus de 80 000 véhicules électriques ont été livrés, soit une hausse d'environ 60%.

Ralf Brandstätter, Directeur des Opérations de la marque Volkswagen, a déclaré : « 2019 a été une année importante pour la marque Volkswagen. Avec l'ID.3 et la Golf 8, nous avons présenté avec succès de nouveaux produits innovants et nous nous sommes toujours concentrés sur les bénéfices. La feuille de route de la transformation digitale, qui avait été convenue avec les salariés et qui va maintenant être mise en place, apportera également une contribution essentielle à l'amélioration de l'efficacité et à la préservation du futur. Nous continuerons à travailler sur les coûts de manière disciplinée afin de pouvoir faire les investissements nécessaires pour le futur. Grâce à la performance fantastique des équipes, nous avons dépassé le niveau de livraison élevé de 2018 malgré un environnement de marché difficile ».

Jürgen Stackmann, membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes ajoute : « En 2019, nous avons considérablement renforcé notre position sur le marché mondial avec une forte hausse de nos parts de marché. C'est un signe clair de la force de notre marque, de la compétitivité de nos produits et de nos services, et de la performance de notre organisation de ventes. Je voudrai remercier nos clients, ainsi que nos distributeurs et nos équipes, pour leur confiance, leur loyauté et leur fort engagement ».

Contact 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



<https://media.volkswagen.fr/>



La marque Volkswagen a poursuivi sa stratégie d'électrification au cours de l'année. Comparé à l'année dernière, le nombre de véhicules électriques livrés a progressé d'environ 60% avec plus de 80 000 unités. Plus de la moitié de ces clients ont opté pour un véhicule 100% électrique, les autres pour un véhicule hybride rechargeable. Une nouvelle fois, l'e-Golf fut le modèle le plus populaire, avec plus de 35 000 unités livrées.

Les livraisons dans les régions et les marchés en **2019** sont les suivantes :

En **Europe**, Volkswagen a livré 1 763 800 véhicules, soit une hausse de 0,9%. En **Europe de l'Ouest**, 1 496 200 véhicules ont été livrés, soit une progression de 1,8%. La croissance a été encore plus marquée en **Allemagne** avec une hausse de 5,3% et 569 900 véhicules livrés et en **France**, la marque Volkswagen a immatriculé 149 105 véhicules particuliers, soit une progression de 6,3% par rapport à l'année précédente. En **Europe Centrale et de l'Est**, les livraisons ont baissé de 4% avec 267 600 unités.

En **Amérique du Nord**, les livraisons ont baissé de 1,6% avec 564 900 véhicules livrés. Cependant, les développements dans les différents marchés ont été variés. Aux **Etats-Unis**, la marque a livré 363 400 véhicules (+2,6%) dans un marché en baisse et a, de ce fait, augmenté sa part de marché. Au **Mexique**, le changement de la stratégie de la marque vers une orientation plus grande sur les bénéfices a porté ses fruits. Dans les segments de marché avec des marges plus faibles, la gamme a été réduite, acceptant délibérément une baisse des volumes. Dans un marché global en baisse, les livraisons ont baissé de 10,3% avec 132 400 véhicules livrés.

En **Amérique du Sud**, la marque, dans un marché global en baisse, a enregistré une croissance de 3,7% avec 491 500 véhicules livrés. La marque a ainsi connu une hausse significative de sa part de marché. Ce développement positif a été porté par le **Brésil**, où 391 800 clients ont pris possession d'un véhicule de la marque (+16,7%). En **Argentine**, la marque a également été affectée par la forte baisse du marché dans une situation économique globalement difficile. Les livraisons dans ce pays ont baissé de 40,6% avec 55 900 unités livrées.

Dans la région **Asie-Pacifique**, la marque Volkswagen a progressé de 0,8% avec 3 312 500 véhicules livrés. En Chine, plus grand marché individuel, les livraisons ont augmenté de 1,7% avec 3 163 200 véhicules livrés, malgré une baisse du marché global. Volkswagen est restée la marque la plus populaire et a augmenté de manière significative sa part de marché. L'offensive produit destinée à couvrir de nouveaux segments sur le marché fut un élément clé de ce développement positif et bien accueillie par les clients. Depuis son lancement en septembre, la nouvelle marque JETTA a livré 43 000 véhicules et est, de ce fait, la nouvelle marque la plus populaire en Chine de ces dernières années. Dans le même temps, Volkswagen a poursuivi son offensive électrique et offre désormais sept modèles électrifiés en Chine.



Vue d'ensemble des livraisons de la marque Volkswagen :

Livraisons à clients par marché	Dec. 2018	Dec. 2019	Var. (%)	Jan.-Dec. 2018	Jan.-Dec. 2019	Var. (%)
Europe	130 300	140 100	+7.5%	1 747 900	1 763 800	+0.9%
Europe de l'Ouest	106 400	116 400	+9.4%	1 469 200	1 496 200	+1.8%
Allemagne	39 300	44 500	+13.0%	541 200	569 900	+5.3%
Europe Centrale et de l'Est	23 900	23 700	-1.1%	278 700	267 600	-4.0%
Russie	11 200	9 800	-12.5%	106 100	104 400	-1.6%
Amérique du Nord	49 700	45 800	-7.9%	573 800	564 900	-1.6%
USA	32 000	27 900	-12.9%	354 100	363 400	+2.6%
Amérique du Sud	39 600	46 600	+17.6%	474 000	491 500	+3.7%
Brésil	31 600	39 100	+23.8%	335 800	391 800	+16.7%
Asie-Pacifique	305 200	369 800	+21.2%	3 287 100	3 312 500	+0.8%
Chine (Hong-Kong)	289 900	354 200	+22.2%	3 110 000	3 163 200	+1.7%
Monde	540 600	615 200	+13.8%	6 244 900	6 278 300	+0.5%

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 2018, Volkswagen a livré 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.