



Volkswagen

Information Presse

09 février 2017

Le Touran, monospace le plus vendu en Europe pour la première fois

→ Le Touran est devenu en 2016 le numéro 1 sur le segment des monospaces

Le Volkswagen Touran est pour la première fois le monospace qui a connu le plus de succès en Europe. Selon la célèbre société d'études de marché IHS Automotive, le Touran s'est affirmé sur le continent européen comme le monospace le plus vendu avec un total de plus de 112 000 immatriculations en 2016. La dernière génération du Touran avec ses systèmes innovants d'assistance à la conduite et d'info-divertissement est vendue dans plus de 40 pays dans le monde. Grâce à la banquette rabattable à plat (jusqu'à sept sièges et 834 litres de coffre), le Touran se classe comme l'un des monospaces les plus polyvalents, toutes catégories confondues.



Européen populaire : Le Touran à Amsterdam

Grâce au système d'assistance à la conduite **Traffic Jam Assist**, en association avec le régulateur de vitesse adaptatif (ACC) et la boîte de vitesse DSG à double embrayage, le Touran circule presque automatiquement - dans les limites du système - il ralentit et s'arrête de façon autonome.

Le Touran met également en avant des technologies telles que la climatisation Climatronic à trois zones « Pure Air » et le système Car-Net Cam Connect - où la GoPro® transmet l'image des enfants installés à l'arrière sur l'écran du système d'infodivertissement, évitant aux parents de se retourner.

A propos de la marque Volkswagen: "We make the future real"

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.