



Volkswagen

Information Presse

17 novembre 2017

Volkswagen donne un nouvel élan à sa stratégie sud-américaine avec le modèle compact Virtus

- Première mondiale à Sao Paulo : le modèle Virtus s'apprête à regagner des parts de marché grâce à la l'innovante plateforme MQB
 - Equipement premium proposant un habitacle généreux, un design marquant et des fonctions de connectivité de dernière génération
 - Volkswagen lance sa plus vaste offensive Produits au Brésil : 20 nouveaux modèles d'ici 2020, des investissements de 1,8 milliard d'euros
 - « La Virtus établit de nouvelles normes en matière d'innovation et de technologie », indique Jürgen Stackmann, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes
-

Nouvelle étape pour la marque Volkswagen dans sa stratégie sud-américaine. Avec la première mondiale de sa nouvelle berline compacte Virtus à Sao Paulo, au Brésil, Volkswagen fait un pas de plus sur la voie du réalignement de la marque en Amérique du Sud. Le nouveau modèle, développé exclusivement pour le marché sud-américain, offre les dernières fonctionnalités reposant sur la plateforme modulaire MQB et un espace intérieur parmi les plus spacieux de son segment.

La Volkswagen Virtus fait partie de la plus vaste offensive Produits de la marque au Brésil. D'ici 2020, 20 nouveaux modèles seront lancés, dont 13 seront produits dans les usines brésiliennes de Volkswagen. Volkswagen élargit sa gamme dans plusieurs segments clés et le Groupe va investir pas moins de 1,8 milliard d'euros. La semaine dernière, l'entreprise a déjà annoncé des investissements d'environ 560 millions d'euros pour un nouveau modèle SUV en Argentine, qui devrait sortir des lignes de production en 2020.

« Dans le cadre de notre stratégie Transform 2025+, nous nous sommes fixé un objectif clair : Volkswagen a l'intention de devenir le constructeur le plus attractif dans toutes les régions clés. La Virtus montre la manière dont nous renforçons notre positionnement dans les régions. Les nouveaux modèles Volkswagen, qui seront spécifiquement adaptés aux souhaits des clients, deviendront les leaders en termes de qualité et de technologie », a déclaré Jürgen Stackmann, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes. Dans les années à venir, nous ferons tout ce qui est en notre pouvoir pour que Volkswagen redevienne leader du plus grand marché automobile sud-américain ».

Avec la berline compacte Virtus, Volkswagen intensifie son offensive Produits sur le marché brésilien en pleine croissance. Avec une longueur de 4,84 m, la Virtus établit de nouvelles normes sur son segment en termes



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen

de technologie, de conduite, de confort, d'espace et de performance. La Virtus est le premier modèle Volkswagen et la première voiture en Amérique du Sud à proposer des systèmes d'assistance à la conduite utilisant l'intelligence artificielle. Ces fonctions fondées sur Internet sont le premier résultat visible de la coopération entre Volkswagen et le Groupe IBM IT.

La plateforme modulaire (MQB) offre également des avantages en termes de design intérieur. Avec son empattement de 2,65 m, la spacieuse Virtus peut accueillir cinq adultes et propose l'un des plus vastes espaces de chargement de sa catégorie, avec une capacité de 521 litres.

« Nous progressons en Amérique du Sud - et renouvelons, étape par étape, notre gamme de modèles au Brésil. Après la présentation de la nouvelle Volkswagen Polo il y a quelques semaines, la Virtus est un élément clé de notre stratégie visant à redonner à Volkswagen son statut de leader dans la région », a déclaré Pablo Di Si, Président et CEO de Volkswagen Amérique du Sud et Brésil, lors de la présentation du nouveau modèle en première mondiale.

Après la Golf et la nouvelle Polo, la nouvelle Virtus est le troisième modèle de l'offensive Produits au Brésil à être basé sur la technologie MQB. D'ici 2020, elle sera suivie par une gamme de pick-ups entièrement nouveaux ainsi que par d'autres SUV produits localement. Pour la production de la Virtus et de la Polo, Volkswagen a investi environ 660 millions d'euros dans la modernisation de l'usine d'Anchieta, à environ 20 km au sud de Sao Paulo.

Dans le cadre de sa stratégie d'avenir Transform 2025+, Volkswagen s'efforce de repositionner son activité sur les marchés mondiaux. Les régions assument ainsi de plus en plus de responsabilités qui relevaient autrefois du ressort exclusif du siège de Wolfsburg. Elles gèrent dorénavant l'intégralité du spectre de leur activité, prenant même des décisions quant à la gamme de modèles. Outre l'Amérique du Sud, ce transfert de responsabilités concerne également l'Amérique du Nord, la Chine et la région subsaharienne en Afrique.

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.