



8 octobre 2019

Le nouveau Volkswagen R

- Volkswagen R présente son nouveau logo, soulignant ainsi le réalignement de Volkswagen
 - Un langage conceptuel clair définit la future image de marque
 - Première utilisation sur l'Atlas Cross Sport R-Line en Amérique du Nord
-

Chrono le samedi et polyvalence pour un usage quotidien : la marque Volkswagen R caractérise les modèles les plus sportifs du portefeuille de Volkswagen. Depuis 2002, les modèles R ont trouvé leur place sur les circuits de course du monde entier et, outre leurs moteurs hautes performances, ils offrent à leurs propriétaires la combinaison idéale d'une utilisation au quotidien et de style élégant. Le portefeuille comprend la Golf R déclinée en quatre générations, la Passat R36, le Touareg R50, la Scirocco R et la Golf R Cabriolet. Outre la Golf R¹ et la Golf R SW², le nouveau T-Roc R³ est, lui aussi, disponible actuellement.



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

Volkswagen R démarre son réalignement avec la présentation du nouveau logo R. « Volkswagen R est synonyme d'enthousiasme et de sensations fortes et nous continuerons, à l'avenir, à axer nos efforts sur l'intégration de ces émotions au sein de la marque Volkswagen, indique Jost Capito, Directeur Général de Volkswagen R. Notre approche stratégique et opérationnelle nous permet de travailler sur des produits exceptionnels et de créer une expérience client unique ».

Moderne, distinctif et élégant, le nouveau logo R symbolise le nouveau départ de la marque. Réduit à l'essentiel, il peut être utilisé à différentes fins, tout en restant particulièrement adapté aux médias numériques. Le nouveau logo a été développé par le Volkswagen Design Center. L'équipe qui entoure Klaus Bischoff l'a élaboré en coopération avec l'équipe du Développement Technique et l'équipe Marketing de Volkswagen R.

Le nouveau logo se caractérise par une largeur de ligne parfaite et une disposition clairement horizontale assortie de courbes dynamiques. De plus, la ligne diagonale dominante apporte un contraste saisissant, soulignant l'évolutivité permanente de la marque. Le R allongé dégage une impression d'ampleur et de puissance qui définit l'engagement de Volkswagen en matière de performances et d'exclusivité.

« Le R marque l'apogée sportive de notre programme de modèles et le logo R est l'expression de l'esthétique et de la sportivité de notre gamme, explique Klaus Bischoff, Directeur Design de Volkswagen. Dans le même temps, il gagne en clarté et en charisme, à l'instar du nouveau logo de la marque Volkswagen ».

« Le nouveau logo des modèles R et R-Line est également parfaitement en adéquation avec le réalignement de la marque Volkswagen R, souligne Jost Capito. Notre équipe travaille actuellement de manière intensive sur la marque et sur l'image des produits et nous sommes impatients de vous présenter le résultat de ce travail dans les mois à venir. »



Le logo R-Line repensé est visible pour la première fois sur l'Atlas Cross Sport R-Line en Amérique du Nord. Le véhicule, qui a été présenté sous forme de concept-car au Salon International de l'Automobile de New York au printemps dernier, effectuera sa première mondiale le 11 octobre.

1. Golf R – consommation de carburant en l/100 km : cycle urbain 8,2 – 8,1 / cycle extra-urbain 6,6 – 6,5 / cycle mixte 7,2 – 7,1, émissions de CO2 en cycle mixte en g/km : 164 – 162 ; classe d'efficacité : D.
2. Golf R Variant- consommation de carburant en l/100 km : cycle urbain 8,2 – 8,1 / cycle extra-urbain 6,6 – 6,5 / cycle mixte 7,2 – 7,1, émissions de CO2 en cycle mixte en g/km : 164 – 161 ; classe d'efficacité : D-C.
3. T-Roc R – consommation de carburant en l/100 km : cycle urbain 9,5 – 9,1 / cycle extra-urbain 6,6 – 6,5 / cycle mixte 7,7 – 7,5 ; émissions de CO2 en cycle mixte en g/km : 176 – 171 ; classe d'efficacité : D.

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 6,2 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 195 878 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de plus de 10 000 distributeurs et 86 000 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.
