



Livraisons de la marque Volkswagen – Avril 2019

- La marque a livré 487 400 véhicules dans le monde (-6,2%)
- Progression en France (+1,9%), en Amérique du Nord, en Russie et au Brésil
- En Chine, Volkswagen gagne des parts de marché dans un marché global qui continue à baisser
- Jürgen Stackmann, Membre du Directoire en charge des Ventes : « Nous proposons des modèles extrêmement attrayants sur des marchés où la situation générale est souvent difficile ».

En avril, la marque Volkswagen a livré 487 400 véhicules dans le monde, soit une baisse de 6,2% par rapport au mois d'avril 2018. Des développements satisfaisants sont à signaler aux Etats-Unis (+8,7%), au Canada (+11,1%), en Russie (+7,3%) et au Brésil (+7,7%). Les livraisons de Volkswagen en Chine ont baissé de 6,5% mais la marque a été en mesure d'augmenter sa part de marché dans un marché général en contraction. Jürgen Stackmann, Membre du Directoire de la marque Volkswagen en charge des Ventes, a déclaré : « Nous proposons des modèles extrêmement attrayants sur l'ensemble des marchés qui peuvent être en difficultés et en baisse dans certains cas. En Amérique du Nord, notre offensive SUV porte ses fruits et a eu un impact positif sur les chiffres mensuels de livraisons. La Chine demeure un défi majeur pour nous et pour tous les autres acteurs du marché ».

Les livraisons dans les régions et dans les marchés sur le mois d'avril sont les suivantes :

- En Europe, la marque Volkswagen a livré 150 300 véhicules, soit une baisse de 4,8% par rapport au même mois l'an dernier. Cette baisse est en partie imputable aux restrictions de capacité sur les moteurs essence où la demande reste forte. En Europe de l'Ouest, une baisse de 5,1% avec 126 800 véhicules livrés est à signaler. En France (+1,9%), au Royaume-Uni et en Italie, marchés clés, la marque a livré plus de véhicules qu'au mois d'avril 2018 et a pu augmenter ses parts de marché.
- Sur le marché allemand, 48 800 véhicules ont été livrés en avril, soit une baisse de 7,3% comparée au mois d'avril 2018 qui avait été particulièrement fort en raison du programme environnemental.





Volkswagen

Les SUV de la marque ont été populaires avec une progression de plus de 18% par rapport à l'an dernier. La demande pour le T-Roc, le Tiguan et le Touareg a été particulièrement élevée.

- Les chiffres de livraisons du Touareg ont également progressé en Russie en avril. Un élan supplémentaire a été fourni par la Polo et le Tiguan, disponibles avec la série spéciale Connect sur le marché pour la première fois. En avril, Volkswagen a livré un total de 9 600 véhicules en Russie, soit une hausse de 7,3%. Malgré cela, ce développement positif n'a pas pu compenser les baisses enregistrées dans les autres marchés des régions d'Europe Centrale et de l'Est. Dans la région, 23 500 véhicules ont été livrés, soit une baisse de 3,5% par rapport au mois d'avril 2018.
- L'Amérique du Nord a connu un développement positif en avril. Dans la région, Volkswagen a livré 48 000 véhicules, soit une progression de 3,9% comparé au même mois l'an dernier. Le plus grand marché individuel, les Etats-Unis, a été le moteur de cette croissance en livrant 31 300 véhicules (+8,7%). Plus de la moitié des livraisons sont attribuables aux SUV Tiguan et Atlas. Au Canada, Volkswagen a également enregistré une croissance de ses livraisons de 11,1%. Au Mexique, la situation reste difficile avec une baisse des livraisons de 11,7% par rapport à avril 2018.
- En Amérique du Sud, le Brésil, plus grand marché individuel, n'a pu compenser la mauvaise situation dans l'ensemble de la région en avril. Au Brésil, Volkswagen a progressé de 7,7% avec 31 000 véhicules livrés. Malgré cela, cette hausse a été contrebalancée par une baisse de 54,5% enregistrée en Argentine, en raison de la situation économique générale restant difficile. Au total, la marque a livré 38 900 véhicules dans la région sud-américaine, soit une baisse de 7,9% par rapport au mois d'avril 2018.
- Dans la région Asie-Pacifique, Volkswagen a livré 240 100 véhicules, soit une baisse de 7,4%. Ce développement a été fortement influencé par la Chine, où l'incertitude à l'achat de certains consommateurs chinois s'est poursuivie malgré une baisse du taux de TVA. Cela a entraîné une contraction du marché global dans lequel la marque Volkswagen a été également impactée. Avec 231 400 véhicules livrés (-6,5%), Volkswagen a surperformé le marché global en étant en mesure d'augmenter ses parts de marché. L'offensive SUV de la marque est totalement lancée. Grâce aux modèles T-Roc et Tharu, la part du segment dans les livraisons de la marque a progressé de 21% en avril. Le nouveau Tiguan L plug-in hybrid et la Passat plug-in-hybrid sont également populaires.



Volkswagen

Vue d'ensemble des livraisons de la marque Volkswagen :

Livraisons à clients par marché	Avril 2018	Avril 2019	Var. (%)	Jan.-Avril 2018	Jan.-Avril 2019	Var. (%)
Europe	158 000	150 300	-4.8%	612 000	595 900	-2.6%
Europe de l'Ouest	133 600	126 800	-5.1%	524 000	510 400	-2.6%
Allemagne	52 700	48 800	-7.3%	191 400	183 100	-4.3%
Europe Centrale et de l'Est	24 400	23 500	-3.5%	87 900	85 500	-2.7%
Russie	8 900	9 600	+7.3%	30 200	31 600	+4.7%
Amérique du Nord	46 200	48 000	+3.9%	180 400	180 100	-0.2%
USA	28 800	31 300	+8.7%	112 700	117 200	+3.9%
Amérique du Sud	42 200	38 900	-7.9%	143 000	144 000	+0.7%
Brésil	28 800	31 000	+7.7%	90 400	108 900	+20.5%
Asie-Pacifique	259 300	240 100	-7.4%	1 055 700	981 100	-7.1%
Chine (Hong-Kong)	247 400	231 400	-6.5%	1 003 100	934 800	-6.8%
Monde	519 700	487 400	-6.2%	2 045 000	1 943 800	-4.9%

A propos de la marque Volkswagen:

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 produit environ 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.
