



VOLVO CAR FRANCE

Communiqués

Date de publication Jul 13, 2016 | ID: 193996

VOLVO CAR FRANCE : UN 1er SEMESTRE 2016 PROMETTEUR ET DES PERSPECTIVES DYNAMIQUES



Au cours du premier semestre 2016, Volvo Car France a affiché une remarquable croissance de ses ventes en enregistrant 8 224 immatriculations contre 7 066 sur la même période l'an dernier, soit une augmentation de 16,4 % pour un marché global en hausse de 8,3 %. Le XC90 a confirmé son excellent démarrage en écoulant 1 395 unités au cours des six premiers mois de l'année, tandis que le XC60 conserve sa place de leader des ventes depuis son lancement avec 2 668 immatriculations.

La gamme Volvo poursuit son renouvellement

Le premier semestre 2016 a été marqué par la volonté de Volvo de poursuivre le renouvellement de sa gamme initié l'an passé avec le nouveau SUV XC90. La Marque a ainsi choisi le Salon de Detroit pour dévoiler son deuxième tout nouveau modèle : la **berline premium emblématique S90** qui ambitionne de révolutionner le segment en matière de performances et d'expérience de conduite. Son élégance décontractée et ses lignes épurées témoignent de l'excellence du savoir-faire scandinave. Confiant quant au potentiel de séduction de sa nouvelle orientation en matière de design, Volvo a fait le choix d'y intégrer plusieurs éléments conceptuels intérieurs et extérieurs qui ont fait le succès du XC90. La S90 bénéficie par ailleurs d'une large gamme de technologies innovantes, telles que le Pilote semi-automatique (fonctionnalité sophistiquée de conduite autonome partielle), une motorisation T8 Twin Engine hybride rechargeable, et un système de sécurité City Safety optimisé (avec notamment la Détection des grands animaux).

À l'occasion de l'édition 2016 du Salon de Genève, Volvo Cars a là aussi fait la part belle à l'innovation et au luxe, avec en vedette **le tout nouveau break V90 en première mondiale** pour le public, point d'orgue d'un héritage cher à Volvo en matière de breaks qui trouve son origine dans la Volvo Duett, lancée en 1953. En 60 ans, Volvo a écoulé pas moins de six millions de breaks dans le monde, un succès qui souligne aujourd'hui sa réputation méritée de grand spécialiste du break familial. Dernier né de la toute nouvelle série 90 haut de gamme imaginée par le constructeur premium suédois, le V90 est basé comme ses confrères sur la plateforme SPA (Scalable Product Architecture) entièrement modulaire du constructeur qui a ouvert un nouvel éventail de possibilités en matière de design, conception, et équipement de véhicules. Il se présente comme la déclinaison break de la berline S90 et est également doté d'une gamme importante d'équipements de pointe en matière de sécurité, de connectivité, et de conduite autonome (secteur sur lequel la Marque se positionne en leader). Une nouvelle campagne mettant en scène la star mondiale du football Zlatan Ibrahimović au volant du véhicule a été lancée le 30 mai dernier.

Révélé en 2015, le nouveau XC90 s'est quant à lui rapidement imposé comme une référence sur le marché des SUV de luxe. Récompensé à de multiples reprises sur la scène automobile internationale (133 prix à travers le monde dont 4 en France), Volvo a souhaité renforcer en début d'année 2016 son positionnement de constructeur premium en lançant la sublime déclinaison **XC90 Excellence**. Expérience de luxe inégalée sur le segment, le XC90 Excellence est le modèle le plus haut de gamme jamais conçu par Volvo. De nombreux équipements technologiques et autres détails conceptuels, tels qu'un système audio ultra sophistiqué signé Bowers & Wilkins, une sellerie cuir de la plus belle qualité avec sièges arrière individuels inclinables dotés d'une fonction massage, un compartiment réfrigéré, deux tablettes escamotables, des flûtes en cristal d'Orrefors, et des porte-gobelets permettant de chauffer ou rafraîchir les boissons, garantissent une expérience de conduite exceptionnelle.

Au printemps 2016, Volvo Cars a dévoilé les versions Année Modèle 2017 de deux de ses modèles les plus prisés, **les V40 et V40 Cross Country, qui arborent le nouveau visage de la Marque**. L'une des principales innovations en matière de design extérieur réside dans les nouveaux phares à signature lumineuse en forme de marteau de Thor qui leur donnent un caractère plus affirmé, spécificité qu'elles partagent avec la nouvelle Série 90. Une nouvelle grille de calandre ornée du symbole de la Marque, cinq nouvelles teintes de carrosserie, huit nouvelles jantes (avec la version R-Design), et de nombreux détails stylistiques au sein de l'habitacle, confèrent une toute nouvelle identité à la série 40. L'application Volvo On Call et la technologie CleanZone déjà largement récompensée ont également été optimisées.

La **conduite autonome** fait partie des projets phares sur lesquels Volvo s'engage depuis plusieurs années. Précurseur dans le domaine des technologies de conduite autonome, la Marque s'engage à atteindre les zéro morts ou blessés graves à bord d'une nouvelle Volvo d'ici 2020. Volvo Cars projette de travailler conjointement avec les autorités chinoises pour lancer l'expérimentation la plus ambitieuse du pays en la matière, et débutera dès l'an prochain les plus grands essais de conduite autonome menés au Royaume-Uni dans le cadre du programme Drive Me London 2017, qui permettra à de véritables familles de circuler en véhicules autonomes sur la voie publique.

Succès, salons et partenariats

Le Volvo XC60 poursuit sa success story et se hisse à la première place des SUV les plus vendus en Europe en 2015 dans sa catégorie. Depuis son lancement en 2008, le crossover premium a vu ses ventes augmenter d'année en année, preuve supplémentaire de l'évolution et de la croissance de Volvo Cars.

Le premier semestre 2016 a été marqué par les débuts du **nouveau partenariat financier signé entre Volvo Car France et BNP Paribas**. Cet accord réciproquement profitable permet à Volvo Car France de proposer à ses clients particuliers des solutions de financement attractives tout en étant un atout majeur pour soutenir son réseau de distributeurs au sein de l'hexagone.

Lors du **Salon Rétromobile** qui s'est tenu au Parc des expositions de la Porte de Versailles à Paris en février dernier, le Volvo Club de France a célébré, avec le soutien de Volvo Car France et de Volvo Car Héritage, les 60 ans de la mythique Amazon et les 50 ans de la série 140.

Grand événement du septième art et de la télévision, **les 23^{èmes} Trophées du Film français** se sont déroulés le 2 février 2016 et ont réuni de nombreux artistes et professionnels du secteur. Volvo, partenaire de la cérémonie, a fourni pour l'occasion quinze Volvo XC90 avec chauffeurs afin de véhiculer les acteurs et VIP tout au long de la soirée.

Perspectives pour le second semestre 2016

La seconde moitié de l'année 2016 affichera notamment comme objectif la poursuite du déploiement de la toute nouvelle série 90, qui s'articulera autour de la présentation du V90 Cross Country, et de la commercialisation des modèles S90 et V90 prévue pour octobre 2016.

Il faut noter que dans le cadre de sa nouvelle stratégie marketing mondiale « Volvo Way to Market », Volvo a réduit ses participations à des grands salons automobiles et n'apparaîtra qu'à un seul salon par région et par an (Genève en Europe, Shanghai/Pékin en Chine, Detroit aux États-Unis), et ne sera donc pas présent au Mondial de Paris 2016.

Président de Volvo Car France, Yves Pasquier-Desvignes a déclaré : *« Au cours de ce premier semestre 2016, nous avons constaté que le renouvellement de notre gamme se poursuit avec un franc succès, ce qui nous conforte dans l'idée que Volvo a su faire les bons choix et prendre les décisions courageuses qui s'imposaient. Que ce soit en matière d'audace conceptuelle, d'innovation technologique, d'expérience de conduite premium, de performances sans compromis, ou de respect de l'environnement, Volvo a su relever de nombreux défis et prouve que ses nouvelles orientations en matière de design et de stratégie portent leur fruit. La seconde moitié de l'année s'annonce sous les meilleurs auspices. Nous allons maintenir l'excellente dynamique que nous connaissons actuellement en nous focalisant sur des événements et partenariats en lien avec l'identité de notre marque, tout en poursuivant des projets clés tels que ceux concernant la conduite autonome ».*

Images liées



ID: 193998



ID: 160520



ID: 188053