



Media information

5 Janvier 2022

La marque Volkswagen maintient sa part de marché en France en 2022

- En France, la marque Volkswagen parvient à maintenir sa part de marché à 6,4% (+0,1 pt vs 2021)
- Une année 2022 riche en actualité produit avec le lancement du Taigo, de l'ID.5 et de sa version GTX, de l'ID. Buzz, et du restylage du T-Roc et du T-Roc Cabriolet
- Une année 2023 placée sous le thème « DR7VE » qui vise les 7% en termes de part de marché, en ligne avec la stratégie ACCELERATE, accompagné par un plan produit conséquent
- Démarrage avec un très bon niveau de stock disponible immédiatement assorti d'offres commerciales attractives dès le mois de janvier

Sur l'année 2022, la marque Volkswagen parvient à maintenir sa part de marché à 6,4% en France, ce qui représente une légère hausse de 0,1% vs 2021. Avec une forte accélération de la production sur la fin de l'année, la marque atteint une bonne pénétration de 7,1% sur le dernier trimestre et permet au réseau Volkswagen de démarrer l'année avec un excellent niveau de véhicules en stock disponibles immédiatement.

Dans un marché en baisse d'environ 7,5%, la marque Volkswagen a su défendre sa part de marché de 6,4% en France. Cela correspond à 97 293 immatriculations sur l'année, un résultat solide au vu du contexte global très changeant.

En 2022, pas moins de trois modèles entièrement nouveaux sont venus rejoindre les gammes thermiques et 100% électrique de la marque Volkswagen :

Dès janvier, le Taigo, premier SUV coupé de la marque, est venu compléter l'offre produit des SUV compacts alors composée du T-Cross et du T-Roc. Ce dernier a d'ailleurs également été renouvelé en mars, dans ses versions SUV et SUV Cabriolet.

La famille ID. s'est également agrandie avec deux nouveaux modèles qui complètent désormais l'offre 100% électrique constituée par l'ID.3 et l'ID.4 : l'ID.5, premier SUV coupé 100% électrique de la marque, et l'ID. Buzz, hommage vibrant au mythique Combi. « Le public et notre réseau a réservé un excellent accueil à l'ID. Buzz. C'est un modèle extrêmement fédérateur avec un capital sympathie unique », déclare Gerrit Heimberg, Directeur de la marque Volkswagen en France.

Dès les premiers jours de janvier, la marque déploie des offres commerciales attractives sur les véhicules en stock disponibles immédiatement, sous forme de loyers ou d'avantages clients. Elles concernent les gammes Polo, Taigo, T-Cross, Golf ou encore Tiguan. A titre d'exemple, l'offre de la gamme Polo débute à 189 € par mois, soit 2 500 € d'avantages clients, et à 299 € par mois sur Golf (4 500 € d'avantages clients). Sur Tiguan, l'avantage client peut aller jusqu'à 5 000 €.

« Sur nos gammes où la production était disponible, notamment en thermique, nos résultats sont à la hauteur de nos attentes, précise Gerrit Heimberg, Directeur de la marque Volkswagen en France. La situation s'améliore pour 2023 et nous démarrons

ACCELERATE
DIGITAL: ENERGIZED



cette nouvelle année pleine de perspectives avec de bons niveaux de stocks. Nous allons donc honorer de nombreuses livraisons clients dès ce premier trimestre et proposer des offres commerciales très attractives sur nos véhicules disponibles immédiatement. »

En 2023, dans la continuité de sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen France va poursuivre sa dynamique sous le thème « DR7VE » soutenu par un plan produit conséquent. « Cette année, nous allons lancer un tout nouveau modèle de la gamme ID. sur le marché : l'ID.7, notre berline 100% électrique, qui vient tout juste d'être dévoilée en version camouflée au CES de Las Vegas. L'ID.3 connaîtra également une évolution importante. De plus, 2023 sera la première année pleine pour l'ID. Buzz, dont la gamme s'élargira avant la fin de l'année. Et d'autres actualités sont à attendre pour notre marque sur le second semestre », conclut Gerrit Heimberg.

La marque Volkswagen Véhicules Particuliers est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 30 sites répartis dans 13 pays. En 2021, Volkswagen a livré environ 4,9 millions de véhicules dont les best-sellers Polo, T-Roc, Tiguan ou Passat ainsi que les modèles 100% électriques ID.3 et ID.4. L'année dernière, l'entreprise a livré à clients plus de 260 000 véhicules électriques dans le monde entier. Environ 184 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Plus de 10 000 sociétés commerciales et partenaires de services employant 86 000 collaborateurs travaillent également pour la marque Volkswagen. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement en tant que fournisseur de mobilité orienté vers le logiciel.
