



10 lipca 2023

Marka Volkswagen inwestuje miliard euro w rozwój w Ameryce Południowej

- do 2027 r. marka chce osiągnąć 40-procentowy wzrost w Brazylii
- ofensywa w tamtym regionie rozpocznie się od 15 nowych modeli
- modele ID.4 i ID. Buzz zadebiutują w Brazylii jeszcze w tym roku
- Thomas Schäfer, CEO Volkswagena, o 70. rocznicy VW w Brazylii: „Jako szybko rozwijający się rynek, Ameryka Południowa ma strategiczne znaczenie dla Volkswagena. Znacząco poprawiliśmy już rentowność i nadal pracujemy nad ograniczeniem kosztów”

Dzięki dużej ofensywie produktowej marka Volkswagen zamierza osiągnąć znaczące zyski w Ameryce Południowej. Do 2027 r. w Brazylii, na największym rynku w regionie firma planuje osiągnąć 40-procentowy wzrost. Jeszcze przed końcem 2023 r. firma wprowadzi do Brazylii swoje pierwsze w pełni elektryczne modele – ID.4 i ID. Buzz. Oczekuje się, że południowoamerykański rynek motoryzacyjny będzie rość o 11 procent rocznie do 2030 roku, co uczyni go jednym z najszybciej rozwijających się rynków na świecie. W ten sposób firma systematycznie wdraża swoją strategię szybkiego rozwoju działalności na rynkach rozwijających się i zintensyfikuje swoje działania w kierunku zrównoważonej mobilności. Volkswagen świętuje właśnie 70. rocznicę działalności w Brazylii.



Jeszcze w tym roku do sprzedaży w Brazylii trafią w pełni elektryczne Volkswageny ID.4 i ID. Buzz.

2022 r. zanotował znaczące zyski. Region dąży do dalszej poprawy w ramach strategii ACCELERATE FORWARD/Road to 6,5.

„Dzięki ofensywie produktowej wprowadzamy pojazdy, które trafią w gusta klientów w Brazylii i Ameryce Południowej. Pomaga nam to przyspieszyć transformację w kierunku bezemisyjnej i w pełni sieciowej mobilności. Robimy w tych obszarach duże postępy. Nowe Polo już jest najlepiej sprzedającym się samochodem w Brazylii. Wprowadzenie dwóch modeli elektrycznych – ID.4 i kultowego ID. Buzz na rynku brazylijskim przyniesie nam dalsze przyspieszenie” – powiedział Alexander Seitz, odpowiedzialny za działania Grupy Volkswagen w Ameryce Południowej.

Pojazdy elektryczne w abonamencie

Do 2026 r. firma zainwestuje w Ameryce Południowej miliard euro – między innymi w rozwój silników spalinowych przystosowanych do zasilania paliwami na bazie etanolu i nowe

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl



Informacja prasowa

modele biznesowe. Przykładowo, w 2022 r. w Brazylii Volkswagen sprzedał ponad 3000 samochodów w abonamencie – oczekuje się, że w 2023 r. liczba ta wzrośnie o ok. 150 procent. Jednocześnie marka z Wolfsburga wprowadzi w Brazylii swoje pierwsze w pełni elektryczne pojazdy – ID.4 i ID. Buzz – w ramach subskrypcji w 2023 r., napędzając w ten sposób swoją transformację w dostawcę zrównoważonej mobilności. Firma spodziewa się, że transformacja w kierunku aut z pewni elektrycznych w Brazylii będzie mniej dynamiczna niż w Europie – ogólny udział takich aut w 2033 r. na rynku brazylijskim szacuje się na około 4 procent. Volkswagen zamierza jednak rosnąć szybciej niż rynek w tym segmencie.

Otwartość na technologię w ramach strategii Way to ZERO

Dopóki rynek nie zostanie w pełni zelektryfikowany, Volkswagen będzie polegał na alternatywnych napędach i będzie otwarty na nowe technologie. Na przykład wszystkie nowe modele produkowane w regionie będą nadal mogły być zasilane w 100 procentach bioetanołem. W ten sposób wnoszą one istotny wkład w strategię zrównoważonego rozwoju i lokalną strategię Way to ZERO. Opracowane w Europie silniki zostaną dostosowane w nowo otwartym centrum rozwoju Volkswagena w Brazylii specjalnie do tego celu. Opracowane przez Volkswagena w Brazylii pojazdy z silnikami spalinowymi mogą być zasilane bioetanołem i benzyną, a także dowolną mieszanką tych paliw. W Europie dodaje się maksymalnie dziesięć procent biokomponentów. Jednym z celów ofensywy produktowej Volkswagena jest segment małych aut, a także SUV-ów – najszybciej rozwijający się segment rynku na świecie. Segment małych aut stanowi już prawie 40 procent rynku południowoamerykańskiego i wg prognoz będzie nadal rósł nieproporcjonalnie do rynku.

Etanol pochodzący z trzciny cukrowej jest zrównoważonym paliwem powstającym w wyniku fermentacji cukru przy użyciu drożdży. W porównaniu do benzyny, zmniejsza on emisję gazów cieplarnianych nawet o 80 procent. Pola trzciny cukrowej do produkcji etanolu zajmują mniej niż 0,8 proc. powierzchni Brazylii. Prawie 92 proc. cukru trzcinowego zbiera się w południowo-środkowej Brazylii, a pozostałe 8 procent w północno-wschodniej części kraju – prawie 2000 kilometrów od regionu Amazonii. Biopaliwo może zatem wnieść decydujący wkład w krótkoterminową redukcję emisji CO₂ w tym regionie świata.

70 lat w Brazylii: historia sukcesu trwa

Volkswagen rozpoczął produkcję w Brazylii 70 lat temu w Sao Paulo – był to również pierwszy zakład poza granicami Niemiec. Na początku dwunastu pracowników montowało tam części importowane z Niemiec. Dziś Volkswagen jest największym producentem samochodów w Brazylii, w ciągu 70 lat wyprodukował łącznie 25 milionów pojazdów, z czego cztery miliony zostały wyeksportowane. Firma opracowuje i produkuje między innymi modele Polo, Virtus, Nivus, Taos i T-Cross w czterech zakładach w kraju i sprzedaje samochody za pośrednictwem około 500 dealerów.



O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na przeszło 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
