



Volkswagen

5 de marzo de 2018

I.D. VIZZION: Volkswagen muestra el buque insignia de la familia I.D.

- Es una visión aproximada y realista de un Volkswagen del futuro
- Su autonomía de hasta 650 kilómetros permite hacer grandes viajes
- El modelo de producción llegará en 2022
- Herbert Diess, CEO de Volkswagen: "El I.D. VIZZION muestra que en un futuro eléctrico y de conducción autónoma los coches no serán todos iguales"

Ginebra/Wolfsburg – Con el nuevo I.D. VIZZION, la marca Volkswagen muestra hoy una primera impresión de la movilidad individual del futuro la noche previa al comienzo del Salón Internacional del Automóvil de Ginebra. Esta berlina totalmente eléctrica será en el futuro el máximo exponente de la familia I.D., y llegará a las carreteras en 2022. Además, está preparado para la conducción totalmente autónoma. El I.D. VIZZION es parte de la mayor ofensiva de producto y tecnología de Volkswagen. En 2025, la marca espera vender al menos un millón de coches eléctricos al año y ser la marca líder en movilidad eléctrica.



Forward-looking: the I.D. VIZZION concept study showcased by Volkswagen in Geneva.

El Dr. Herbert Diess, CEO de la marca Volkswagen explicó: "El I.D. VIZZION muestra lo que somos capaces de hacer en términos de tecnología, diseño y calidad. Es el Volkswagen más personal, emocional e individual de todos los tiempos. Y muestra que, incluso en un futuro eléctrico y

de conducción autónoma, usaremos coches deseables, expresivos e individuales, y no solamente vehículos de diseño uniforme"

El I.D. VIZZION está basado en la nueva plataforma modular eléctrica (MEB) y enfatiza las capacidades de rendimiento y tecnológicas de esta arquitectura. Desde su exterior, tan largo como un Passat, ofrece tanto espacio en el interior como un Phaeton. El interior tiene la forma y los materiales de un salón. Además, la simplificación radical en el uso hace realidad una movilidad sin esfuerzo. Los pasajeros pueden optar por el

Press contact

Volkswagen Communications

Christoph Adomat
Head of Corporate Communications
phone: +49 5361 9-86266
christoph.adomat@volkswagen.de

Product Communications

Christian Buhlmann
Head of Product Line Communications
phone: +49 5361 9-87584
christian.buhlmann@volkswagen.de



More under

volkswagen-media-services.com



entretenimiento, la información, relajarse, o trabajar en el coche, según prefieran. La autonomía puramente eléctrica del I.D. VIZZION alcanza hasta 650 kilómetros.

“El I.D. VIZZION es una versión muy realista del uso de un Volkswagen en el futuro. Estará disponible en 2022 como nuestra berlina tope de gama dentro de la familia I.D. con el innovador I.D. Cockpit y volante. El modelo estará preparado para una conducción totalmente autónoma. Paso a paso, será capaz de relevar al conductor de ciertas tareas, según éste desee. El I.D. VIZZION refleja el nuevo “claim” de Volkswagen: Queremos estar entre los líderes que den forma a la movilidad individual del futuro.

Ninguna otra marca está apostando por la movilidad eléctrica con un compromiso tan firme como Volkswagen. Con la plataforma MEB, Volkswagen ha desarrollado una herramienta tan potente que cubre toda la gama de movilidad individual. Desde coches compactos a SUVs pasando por las berlinas, todo es posible. Para 2025, el Grupo Volkswagen empezará la producción de más de 15 modelos eléctricos sobre la base de la plataforma MEB. Los primeros modelos se lanzarán en 2020.

¹⁾ Este vehículo no está todavía a la venta y por tanto no está sujeto a la directiva 1999/94/EC.

About the Volkswagen brand: “We make the future real”

The Volkswagen Passenger Cars brand is present in more than 150 markets throughout the world and produces vehicles at over 50 locations in 14 countries. In 2017, Volkswagen delivered 6.23 million vehicles including bestselling models such as the Golf, Tiguan, Jetta or Passat. Currently, 198,000 people work for Volkswagen across the globe. The brand also has 7,700 dealerships with 74,000 employees.

Volkswagen is forging ahead consistently with the further development of automobile production.

E-mobility, smart mobility and the digital transformation of the brand are the key strategic topics for the future.
