



Nota de prensa

20 de abril de 2022

Volkswagen presenta, por primera vez en España, el presente y futuro de la familia ID.

- Excelente acogida: el ID.3 y el ID.4 se situaron en el Top 5 de ventas en el mercado europeo de eléctricos en 2021
- Volkswagen incrementó un 96,5% sus ventas de BEV el pasado año, con 263.200 unidades matriculadas en todo el mundo
- Importante contribución a los resultados del Grupo, que se situó líder del mercado europeo de vehículos eléctricos en 2021, ocupó la segunda posición en Estados Unidos y multiplicó por cuatro sus ventas de eléctricos en China
- En el primer trimestre continúa la tendencia alcista: las ventas BEV del Grupo crecieron un 65,2%, mientras que las de Volkswagen se incrementaron en un 73,7%
- Debut en nuestro país del nuevo ID. Buzz, la reinterpretación eléctrica de uno de los modelos más emblemáticos de la historia del automóvil, y del prototipo ID. LIFE, el modelo de acceso a la gama ID.
- Con el nuevo ID.5, el primer SUV Coupé 100% eléctrico de la gama, Volkswagen refuerza su oferta en uno de los segmentos de mayor crecimiento
- Con el ID.4 GTX y el ID.5 GTX, Volkswagen quiere rememorar las siglas GTI, ofreciendo máxima deportividad con tracción total
- El ID.6 X, un SUV de 7 plazas para el mercado chino, completa la ofensiva global de la familia ID.
- Laura Ros, directora general de Volkswagen España: “Desde el lanzamiento del ID.3, el primer modelo de la familia ID., hemos dado un impulso muy importante a nuestra estrategia de electrificación. La gama que presentamos hoy nos permite competir en todos los segmentos relevantes del mercado con un modelo 100% eléctrico. Nuestro reto ahora es convertirnos en una compañía de software”

Contacto con medios

Eva Vicente
Directora de Comunicación
eva.vicente@volkswagen.es

Ana Rivas
Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa
ana.rivas@volkswagen.es

Joaquín Torres
Jefe de Prensa de Comunicación de Producto
joaquin.torres@volkswagen.es

Más información
www.comunicacion.volkswagen.es

Madrid, 20 de abril de 2022 – Apenas dos años después del lanzamiento del ID.3 en España, Volkswagen reúne por primera vez en nuestro país a todos los miembros de la familia ID., la nueva gama de vehículos 100% eléctricos contruidos sobre la plataforma MEB, columna vertebral de la estrategia de electrificación de la marca, bautizada como ACCELERATE. Desde el prototipo ID. LIFE, hasta el emblemático ID. Buzz, pasando por los ID.3 e ID.4, con sus variantes GTX –sinónimo de deportividad- y el nuevo ID.5, el primer SUV Coupé eléctrico de la marca cuya comercialización se iniciará el próximo mes de mayo. Completa la ofensiva el ID.6 X, un SUV de 7 plazas para el mercado chino.

“Desde el lanzamiento del ID.3, el primer modelo de la familia ID., hemos dado un impulso muy importante a nuestra estrategia de electrificación. La gama que presentamos hoy nos permite competir en todos los segmentos relevantes del mercado con un modelo 100% eléctrico”, explica Laura Ros, directora general de Volkswagen España.

Esta ofensiva eléctrica está teniendo una excelente acogida por parte de los clientes. En 2021, Volkswagen incrementó en un 96.5% sus ventas de modelos 100% eléctricos hasta las 263.200 unidades. En Europa, el ID.3 y el ID.4 se situaron en el Top 5 del ranking de ventas BEV, pero además jugaron un papel muy relevante en los resultados



Nota de prensa

del Grupo Volkswagen en el capítulo de la electrificación, ya que fueron los dos modelos BEV más vendidos del grupo. Hay que recordar que el Grupo Volkswagen fue líder del mercado europeo de vehículos eléctricos en 2021, ocupó la segunda posición en Estados Unidos y multiplicó por cuatro sus ventas de eléctricos en China.

Unos excelentes resultados que han continuado durante el primer trimestre de este año. Entre los meses de enero a marzo, las ventas BEV del Grupo Volkswagen han ascendido a 99.100 unidades, con un incremento del 65,2%. En el caso de la marca Volkswagen, el aumento ha sido de más del 73%, hasta alcanzar las 53.400 unidades.

Ahora, con la llegada del ID.5 el próximo mes de mayo, Volkswagen refuerza su ofensiva y apuesta por una propuesta diferente para conquistar a nuevos clientes. El nuevo SUV Coupé de la marca compite en uno de los segmentos que mayor crecimiento está registrando en nuestro mercado. Más adelante, se incorporará a la gama el ID. AERO, una berlina de tamaño grande.

UN MODELO EN CADA SEGMENTO

Sin duda, uno de los grandes protagonistas de la nueva familia ID. es el ID. Buzz, la reinterpretación eléctrica de uno de los modelos más emblemáticos de la historia del automóvil. "El ID. Buzz es la mejor muestra de que esta transición hacia un nuevo modelo de movilidad sostenible la estamos haciendo manteniendo nuestra esencia y nuestro ADN: Volkswagen es una marca con más de 80 años de historia que se ha caracterizado siempre por ofrecer productos de alto valor tecnológico y un alto componente emocional. Esto nos ha permitido conectar con nuestros clientes de una forma diferente. Es algo que debemos conservar", explica la directiva.

La familia ID. se completará en 2025 con el modelo que dará acceso a la gama y cuyo *concept* se ha podido ver hoy por primera vez en España: el ID. LIFE. Con un precio de aproximadamente 20.000 euros, este modelo nace con la vocación de hacer que la movilidad eléctrica sea accesible para más personas.

INVERSIONES MILLONARIAS

Detrás de esta ofensiva eléctrica está el propósito a través del cual se articula la estrategia de Volkswagen y que no es otro que lograr una movilidad libre de emisiones para todos. Volkswagen fue el primer fabricante en hacer público su compromiso con los acuerdos de París. "En el año 2050 nuestro objetivo es ser una compañía CO2 neutral, por eso, y a pesar del contexto tan difícil que hemos atravesado durante estos dos últimos años, hemos mantenido con firmeza nuestro compromiso con la sostenibilidad. Un compromiso que está respaldado por inversiones muy importantes".

En este sentido, Volkswagen invertirá 18.000 millones de euros hasta el año 2026. De éstos, 14.000 millones se destinarán a la electromovilidad –desarrollo de nuevos modelos, transformación de las plantas, etcétera-, 1.000 millones al desarrollo de la hibridación y 3.000 millones al área de la digitalización.

"El reto de pasar de un fabricante de modelos de combustión a un fabricante de vehículos eléctricos ya lo hemos superado, es en lo que la marca ha estado trabajando



Nota de prensa

en los últimos años. Ahora nuestro objetivo es convertirnos en una compañía de software", explica Ros.

UNA COMPAÑÍA DE SOFTWARE

Para la directiva es el nuevo escenario de movilidad "el futuro pasa por el control del software. Es uno de los elementos que nos tiene que diferenciar como grupo del resto de fabricantes, un elemento que cada vez más será clave en la decisión de compra de nuestros clientes".

Volkswagen ha alcanzado importantes hitos en materia de digitalización. En 2021 se convirtió en el primer fabricante de volumen en ofrecer actualizaciones over-the-air (OTA). Desde entonces, ya se han instalado más de 100.000 actualizaciones de software a clientes de Europa.

En el marco de la estrategia ACCELERATE se inscribe también el proyecto Trinity. Se trata de un sedán eléctrico que se fabricará en Wolfsburg a partir de 2026, que marcará nuevas referencias en términos de autonomía, velocidad de carga y digitalización. Cuando empiece la producción en serie, Trinity ya habrá alcanzado el Nivel 2+ y estará técnicamente preparado para el Nivel 4.

SOBRE LA FAMILIA ID.

ID.3: <https://comunicacion.volkswagen.es/volkswagen-presenta-el-nuevo-id-3-el-primer-coche-del-mundo-fabricado-con-un-balance-neutro-de-emisiones-de-co2/>

ID.4: <https://comunicacion.volkswagen.es/versatil-sostenible-y-conectado-asi-es-el-id-4-el-primer-suv-100-electrico-de-volkswagen/>

ID.4 GTX: <https://comunicacion.volkswagen.es/rendimiento-inteligente-para-una-conduccion-sostenible-y-divertida-el-nuevo-id-4-gtx/>

ID.5 / ID.5 GTX: <https://comunicacion.volkswagen.es/la-exitosa-familia-id-sigue-creciendo-el-nuevo-id-5-es-el-primer-suv-coupe-electrico-de-volkswagen/>

ID.6: <https://comunicacion.volkswagen.es/la-ofensiva-electrica-en-china-sigue-ganando-impulso-estreno-mundial-del-id-6/>

ID. Buzz: <https://comunicacion.volkswagen.es/el-bulli-para-un-futuro-electrico-estreno-mundial-del-nuevo-id-buzz/>

ID. LIFE: <https://comunicacion.volkswagen.es/una-mirada-al-futuro-de-la-movilidad-electrica-en-el-segmento-pequeno-presentacion-mundial-del-id-life/>