



24 de febrero de 2020

## **Volkswagen Vehículos Comerciales logra el mejor año de su historia en España, con 20.000 unidades matriculadas**

- Por segundo año consecutivo, la marca consigue un récord de ventas y crece por encima de la media del mercado
- La gama Commerce y, en particular, el crecimiento del Crafter, impulsan los resultados de la compañía
- Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales: "Estamos muy satisfechos con nuestra evolución el año pasado y también con la rentabilidad de nuestros concesionarios, que es una referencia en el sector"

**Madrid – Volkswagen Vehículos Comerciales ha cerrado 2019 con unos resultados extraordinarios. Por segundo año consecutivo, la marca ha logrado un nuevo record de ventas en España y ha matriculado cerca de 20.000 unidades, superando en un 7,5% el registro del año anterior. La rentabilidad de la red de concesionarios, el crecimiento de ventas de la gama Commerce y el impulso de las entregas de vehículos con propulsiones alternativas, han sido los principales logros del mejor año en la historia de la marca en España.**

El balance de Volkswagen Vehículos Comerciales es especialmente bueno si analizamos la evolución del mercado global, que apenas creció un 0,3%. En total, se matricularon 214.927 vehículos comerciales en España durante 2019. Una cifra que le otorga a la marca una cuota de mercado por encima del 9%.

Además, de los grandes mercados europeos, España fue el país en donde la marca logró un crecimiento mayor, un 7,5%. "Estamos muy satisfechos con los resultados de 2019. Avanzamos con firmeza en los tres principales ejes de nuestra estrategia, que pasa por convertirnos en la marca más especialista del canal profesional y ser la referencia en movilidad Eco del mercado de comerciales, protegiendo ante todo el negocio de nuestra red de concesionarios", explica Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales.

En términos absolutos, la rentabilidad de la red de concesionarios de Volkswagen Vehículos Comerciales en España ha marcado un nuevo hito. En términos porcentuales, la rentabilidad media se ha situado por encima del 2%. "La rentabilidad de nuestra red es una referencia en el sector y uno de nuestros objetivos prioritarios como compañía", añade el directivo.

### **Contactos de medios Volkswagen Comunicación**

Eva Vicente  
Directora de Comunicación de Volkswagen  
Tel.: 91 348 86 00  
[eva.vicente@volkswagengroup.es](mailto:eva.vicente@volkswagengroup.es)

Ana Rivas  
Jefa de prensa de Comunicación Corporativa  
[ana.rivas@volkswagen.es](mailto:ana.rivas@volkswagen.es)



[www.comunicacion.volkswagen.es](http://www.comunicacion.volkswagen.es)



La evolución de la marca ha sido muy positiva tanto en su gama Commerce -vehículos orientados a un uso profesional-, como en la gama Life – modelos con una orientación más lúdica, perfectos para la familia y actividades de ocio-.

Por modelos, destaca el crecimiento del Crafter que ha superado, por primera vez en España, la barrera de las 3.000 unidades. En concreto se han matriculado 3.393 unidades, mejorando un 24,2% las cifras de 2018.

Por otro lado, la Gama T6 se mantiene, por segundo año consecutivo, como líder del mercado neto en su segmento. Las 7.356 unidades matriculadas, arrojan un incremento del 2,4%. Destaca la evolución del Transporter, que mejoró un 25,4% sus ventas.

También el Caddy, el modelo de mayor volumen de la marca, tuvo una evolución positiva, con 8.918 unidades matriculadas y un incremento de cerca del 8%.

De esta cifra, cerca de 1.000 unidades correspondieron al Caddy propulsado por gas natural comprimido, que se ha posicionado como líder en el mercado GNC de vehículos comerciales. En concreto, se matricularon 961 unidades del Caddy GNC, un 117% más que la cifra alcanzada en 2018

## **Referencia en movilidad ECO**

“Con el Caddy GNC hemos dado un gran paso en el capítulo de la movilidad Eco. Este año, además, contaremos con mayor disponibilidad del e-Crafter, el primer vehículo 100% eléctrico de la marca, y lanzaremos nuevos modelos electrificados en la gama del T6 y del Caddy, a través de las soluciones del preparador alemán ABT. El objetivo de esta ofensiva es posicionar a Volkswagen Vehículos Comerciales como la marca de referencia en movilidad Eco del mercado español de comerciales”, añade Teichman.

La llegada de estos nuevos modelos refuerza la posición de la marca en el reparto de la última milla. “Si hay un sector que va a seguir creciendo es el del comercio electrónico, para el que se prevé un incremento de cerca del 30% este año. El nuevo paradigma tecnológico nos abre nuevas oportunidades de negocio en un momento inmejorable para la marca, ya que este año tendremos el 100% de nuestra gama Commerce electrificada”, explica el directivo.

“Contamos con una de las gamas más completas del mercado, con vehículos GNC, eléctricos, gasolina y diésel. No debemos olvidar que nuestro cliente recorre muchos kilómetros y la tecnología diésel actual es la opción más eficiente para ello” subraya.

## **Especialización de la red**

## Nota de prensa



**Vehículos  
Comerciales**

Para este año, Teichman confía en repetir el buen comportamiento que han tenido los modelos de la Gama Commerce, especialmente el Crafter. "Debemos seguir avanzando en la especialización de nuestra red con nuevos servicios enfocados al cliente profesional. La estrategia de la marca pasa por ser la firma más especializada del sector de vehículos comerciales", apunta.

Respecto a la gama Life, este será el primer año completo de comercialización del nuevo T6.1 y también del Grand California, un modelo que introduce a la marca en un nuevo segmento de mercado que en España está en pleno crecimiento. "La gama Life nos otorga un posicionamiento único y nos permite emocionar la marca con vehículos muy deseados", concluye Teichman.