



14 de julio de 2021

Volkswagen Vehículos Comerciales recupera los niveles prepandemia con una cifra de pedidos en línea con 2019

- La excelente acogida del nuevo Caddy, la positiva evolución del Crafter con sus soluciones estandarizadas y la fortaleza del T6 impulsan los resultados de la compañía
 - Evolución al alza de las principales áreas de negocio, con record de facturación en posventa
 - La marca se enfrenta a la mayor transformación de su historia con una importante ofensiva de nuevos productos y el objetivo estratégico de ser la referencia en movilidad Eco
 - Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales: "La red de concesionarios está haciendo un trabajo extraordinario. El volumen de pedidos que hemos generado hasta junio, nos deja unas perspectivas muy positivas de cara al segundo semestre "
-

En un contexto de mercado difícil, Volkswagen Vehículos Comerciales ha logrado cerrar este primer semestre del año con un volumen de pedidos que sitúa a la marca en niveles anteriores a la pandemia. Unos resultados que se apalancan en la buena aceptación que están teniendo los modelos de la marca: el renovado Caddy –en el mercado desde principios de este año-, el Crafter –disponible con nuevas soluciones estandarizadas- y el T6 –que continúa siendo una referencia en su segmento-. La llegada del nuevo Multivan, que debuta con versión híbrida enchufable, y la potente ofensiva de nuevos productos que llegarán a corto plazo reflejan la profunda transformación que está abordando Volkswagen Vehículos Comerciales, cuyo objetivo es convertirse en la marca de referencia en soluciones de movilidad Eco.

En términos globales, en España se han matriculado cerca de 88.100 unidades durante los seis primeros meses de este año. Una cifra que supone un crecimiento del 40% si la comparamos con los datos del mismo período de 2020, pero que reflejan una caída del 24% si tomamos como referencia 2019.

Mientras, el balance de estos primeros meses arroja buenos resultados para Volkswagen Vehículos Comerciales en España, tanto en generación de pedidos como en las diferentes áreas de negocio. La cifra de matriculaciones, cerca de 7.200 unidades, reflejan un crecimiento de más del 45% respecto a 2020, con una caída de más del 35% respecto al año 2019. El retraso en la llegada de algunos modelos debido a la falta de producción por la crisis de semiconductores explica este retroceso, ya que si tomamos como referencia el volumen de pedidos, que superaron las 9.000 unidades, la marca ha cerrado estos seis primeros meses en línea con 2019, que fue el mejor año en la historia de Volkswagen Vehículos Comerciales en España.

"Nuestra red de concesionarios está haciendo un trabajo extraordinario. El volumen de pedidos que hemos generado hasta junio, nos deja unas perspectivas muy positivas de



cara al segundo semestre. La rentabilidad de la red es nuestra máxima prioridad", explica Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales.

También ha sido muy positiva la evolución de las diferentes áreas de negocio. En posventa, Volkswagen Vehículos Comerciales ha cerrado con una facturación por venta de recambios record, con un 8% de crecimiento en el primer semestre respecto a la cifra de 2019 y de un 50% si tomamos como referencia 2020. Mientras, la marca continúa su proceso de especialización a través de su programa Service Plus, que cuenta ya con 16 instalaciones. En el área de Vehículos de Ocasión la evolución ha sido también muy positiva y la previsión es cerrar por encima del volumen alcanzado en 2019.

Ofensiva de producto

En lo que se refiere al producto, la potente ofensiva de nuevos modelos que llegarán a corto plazo reflejan la profunda transformación que está afrontando Volkswagen Vehículos Comerciales. A principios de este año, la marca inició la comercialización de la nueva generación del Caddy, que supone un salto cualitativo muy importante respecto al anterior modelo. Basado en la plataforma MQB –la misma que utilizan muchos turismos del Grupo-, en muchos aspectos, el nuevo Caddy se acerca al nuevo Golf 8, tanto por la tecnología que incorpora, como por la eficiencia de sus motores, la calidad de sus acabados y su dinámica de conducción. Aspectos muy valorados también por las empresas, un canal en el que el Caddy siempre ha tenido una muy buena aceptación, gracias a unos valores residuales que le sitúan por encima de la media del mercado.

Al mismo tiempo, la marca continúa trabajando en un proceso de especialización para adaptarse al máximo a las necesidades del cliente. Sobre la base del Crafter, nace una línea de nuevos productos como la gama de Isotermos -destinados al transporte de productos perecederos- y la gama Carrier -orientada a cubrir las necesidades del colectivo de mensajería y grandes compañías logísticas-. Otros modelos como el Microbus para el transporte de viajeros o las adaptaciones para PMR, forman parte también de este importante proceso de especialización.

Referencia en movilidad ECO

Uno de los elementos importantes en la estrategia de Volkswagen Vehículos Comerciales es su apuesta por la movilidad Eco. Prueba de ello han sido los excelentes resultados que ha registrado en los últimos años con el Caddy GNC –modelo líder con esta tecnología en el segmento de vehículos comerciales en 2019-. La nueva generación del Caddy contará también con una versión GNC que llegará a principios de 2022 y, más adelante, la gama se completará con una versión híbrida enchufable.

Además, la marca cuenta en su oferta actual con dos modelos 100% eléctricos, como son el e-Crafter y el e-Transporter.

Con el nuevo Multivan, Volkswagen Vehículos Comerciales da un paso más y lleva la tecnología híbrida enchufable al segmento Premium de vehículos de 7 plazas, en el que la competencia es muy limitada. El Multivan PHEV estará disponible a finales de año en el mercado español. "La versión PHEV del Multivan nos ofrece una ventaja competitiva, ya que se inscribe en un nicho de mercado en el que apenas hay oferta y llega además en un momento en que existe una demanda real para este tipo de tecnología. En este primer semestre, las ventas de híbridos enchufables en España han crecido cerca del 250%", afirma el directivo.

La ofensiva eléctrica de Volkswagen Vehículos Comerciales culminará con el lanzamiento de los modelos ID. Buzz, para el transporte de pasajeros, y ID. Buzz, para el transporte de mercancías, que estarán disponibles a finales de 2022. "El ID. Buzz nos va

Nota de prensa



**Vehículos
Comerciales**

a impulsar claramente en nuestro objetivo estratégico de ser la referencia en movilidad eco para el transporte y el reparto de la última milla, negocio clave de presente y de futuro", añade el ejecutivo.

Para más información:

Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas

Eva Vicente

Directora de Comunicación y RR.PP.

E-mail: eva.vicente@volkswagengroup.es

Ana Rivas

Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa de Volkswagen y Volkswagen Vehículos Comerciales

E-mail: ana.rivas@volkswagen.es