



Un excepcional primer semestre augura un cierre de año muy positivo para Volkswagen Vehículos Comerciales

- La marca matriculó 6.600 unidades hasta junio, logrando un crecimiento del 43,7%, muy superior al del mercado total, y una cuota de penetración del 9,1%
- Incremento de más del 70% en la cifra de pedidos hasta junio
- Se consolida la tendencia positiva en el negocio de posventa y VO, que han cerrado en cifras récord
- La rentabilidad media de la red de concesionarios ha sido del 2,2%, un dato muy positivo fruto de la buena gestión en áreas clave
- Con el ID. Buzz y el Multivan PHEV, Volkswagen Vehículos Comerciales avanza en su objetivo estratégico de convertirse en la marca de referencia en soluciones de movilidad sostenible
- Alberto Teichman, director de Volkswagen Vehículos Comerciales: "Nuestra estrategia de especialización nos ha fortalecido en el segmento 'commerce', que sigue ganando peso en el mercado total. Esto, unido al buen ciclo de producto en el que estamos inmersos, nos permite ser optimistas de cara no sólo al cierre de 2023, sino también al ejercicio de 2024"

Madrid, 18 de julio de 2023 – Volkswagen Vehículos Comerciales ha cerrado el primer semestre con crecimientos de doble dígito en los principales indicadores de negocio. Con unas matriculaciones de 6.600 unidades entre enero y junio, la marca logró una cuota de penetración del 9,1% y un crecimiento del 43,7% respecto al mismo periodo de 2022. Un incremento claramente superior al del mercado total, que se situó en el 26,6%, con 72.150 unidades matriculadas. El incremento en el volumen de pedidos –de más del 70%– también refleja el buen momento que atraviesa la marca.

El Caddy continúa siendo el modelo que genera un mayor volumen de matriculaciones, con 2.493 unidades acumuladas en el primer semestre y un crecimiento del 53%. La gama T –Transporter, Caravelle, Multivan y California– también está evolucionando de forma muy positiva, con un incremento de más del 25% en los seis primeros meses (2.661 unidades). Destaca especialmente el resultado del California, que ha registrado una subida del 60% (488 unidades).

Volkswagen Vehículos Comerciales
Eva Vicente
Directora de Comunicación y RR.PP.
E-mail: eva.vicente@volkswagen.es

Ana Rivas
Jefa de Prensa de Corporativo de
Volkswagen y Volkswagen Vehículos
Comerciales
E-mail: ana.rivas@volkswagen.es



Para más información:

<https://comunicacion.comerciales.volkswagen.es/>

Del nuevo Amarok, que se ha puesto a la venta hace apenas unas semanas, todavía no hay datos representativos. La nueva generación del pick up supone un salto cualitativo muy importante en cuanto a innovación, sistemas de ayuda a la conducción y mayor capacidad todoterreno.

Por otro lado, Volkswagen Vehículos Comerciales continúa avanzando en su objetivo de convertirse en la marca de referencia en soluciones de movilidad sostenible. Con cerca de 400 unidades en estos primeros meses, el lanzamiento del ID. Buzz supone un paso muy importante en su estrategia de electrificación. También el Multivan PHEV de 7 plazas está teniendo una aceptación excepcional. De hecho, la versión híbrida enchufable supone un 60% de los pedidos totales del Multivan. La cartera de pedidos de Multivan y ID. Buzz asciende a 1.000 unidades, prueba de la buena acogida de ambos modelos.

Estrategia GRIP 2030

“El ID. Buzz y el Multivan PHEV nos permiten adentrarnos en nuevos segmentos de mercado y ampliar nuestra base de clientes. Con estos dos modelos estamos compitiendo en el mercado de turismos y llevando nuevas propuestas al segmento de los vehículos familiares y como alternativa a los SUV”, explica Alberto Teichman, director general de Volkswagen Vehículos Comerciales.

Uno de los objetivos prioritarios de la estrategia corporativa GRIP 2030 de Volkswagen Vehículos Comerciales es aumentar el porcentaje de ventas de vehículos BEV, que se situará en el 55% en el 2030. Para llegar a este objetivo la gama se completará con nuevas versiones del ID. Buzz, primer modelo de la marca construido sobre la plataforma MEB. Recientemente, se ha presentado el ID. Buzz de batalla larga y 7 plazas, cuyas primeras unidades llegarán al mercado español en 2024, y habrá también una versión GTX –con tracción total- de este modelo.

La gama de Volkswagen Vehículos Comerciales se completará con otros modelos como el Caddy PHEV y el sucesor del T6 que, en el caso del Transporter, tendrá una versión 100% eléctrica, además de una variante PHEV y una versión con motor diésel.

Una de las claves de este semestre ha sido la excelente gestión en dos áreas de negocio muy importantes. De esta forma, Volkswagen Vehículos Comerciales ha cerrado los seis primeros meses con una facturación récord por venta de recambios, con un 17% de crecimiento respecto a la cifra de 2022.

Mientras, la marca continúa su proceso de especialización a través de su programa Service Plus -que cuenta con 17 instalaciones- y el lanzamiento de nuevos modelos que se añaden a su gama profesional, como el nuevo Crafter Grúa dentro de las soluciones estandarizadas. En el área de Vehículos de Ocasión la evolución ha sido también muy positiva, con un incremento en su volumen de ventas del 10% respecto al mismo periodo de 2022.

Rentabilidad Red

"Nuestra estrategia de especialización nos ha fortalecido en el segmento 'commerce', que sigue ganando peso en el mercado total. Esto, unido al buen ciclo de producto en el que estamos inmersos, nos permite ser optimistas de cara no sólo al cierre de 2023, sino también al ejercicio de 2024", añade Teichman. El directivo ha destacado además el "extraordinario" trabajo de la red de concesionarios que ha cerrado el primer semestre con una rentabilidad media del 2,2%, la más alta registrada en la historia de la marca en un primer semestre.

En los últimos cuatro años, el segmento 'commerce' en España ha crecido cerca de 20 puntos, pasando de representar un 45% de las ventas totales a casi un 65% en 2022.

Para este año, Teichman prevé un mercado de unas 150.000 unidades, lo que supondría un incremento del 25% respecto al volumen de 2022. "Estamos lejos de esa barrera de los 190.000/200.000 vehículos, que sería el volumen que le corresponde a un mercado como el español", explica el directivo.