



Vehículos
Comerciales

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 • пpеcca •

Volkswagen Vehículos Comerciales cuadruplicó el crecimiento del mercado español en 2016

Con unas matriculaciones de 15.191 unidades, es la marca que más creció en términos porcentuales, un 40,8%

La rentabilidad media de la red de concesionarios se situó en el 2% en 2016

Fidel Jimenez de Parga, director de Volkswagen Vehículos Comerciales: “La extraordinaria aceptación que han tenido los últimos lanzamientos, nuestra nueva estrategia centrada en las diferentes tipologías del cliente y el excelente trabajo de la red de concesionarios han sido los pilares de este crecimiento”

Madrid, 26 de enero de 2017 – El año 2016 ha sido excepcional para Volkswagen Vehículos Comerciales en España. La marca que matriculó 15.191 unidades el pasado año, ha crecido un 40,8%, cuatro veces más que el mercado total, cuyo incremento se cifra en un 11,2%. Con un mercado que se situó en 172.000 unidades, la penetración de Volkswagen Vehículos Comerciales fue del 8,8%, mejorando en un 1,8% la alcanzada en 2015. Esto significa que ha sido también la marca que más ha crecido en términos de cuota de mercado.

“La extraordinaria aceptación que han tenido los nuevos lanzamientos, nuestra nueva estrategia centrada en las diferentes tipologías del cliente y el excelente trabajo que ha hecho nuestra red de concesionarios han sido los pilares que nos han permitido alcanzar estos resultados”, explica Fidel Jiménez de Parga, director de Volkswagen Vehículos Comerciales.

En el análisis por modelos, el Caddy continúa siendo uno de los pilares de la marca, por el volumen de ventas de acumula, y uno de los modelos de mayor éxito. En total, en 2016 se matricularon más de 7.650 unidades, un 44,3% más que el año anterior. La evolución de la gama T6 ha sido especialmente positiva. Con un incremento de cerca del 51%, las matriculaciones del T6 se situaron en 5.664 unidades.

Dentro de la gama T6, cabe destacar los resultados del Caravelle, que tras reposicionarlo a principios de año con un enfoque claramente familiar ha tenido un crecimiento por encima del 600% (cerca de 1.580 unidades). Con los nuevos Multivan (787, +32,7%) y California (1.118, +62%), los dos modelos más aspiracionales y emocionales de la gama, Volkswagen Vehículos Comerciales ha triplicado en sólo dos años, las ventas de estos modelos.

Por su parte, el Crafter logró incrementar sus matriculaciones más de un 12% (1.613 unidades), en el final de su ciclo de comercialización. Y del pick-up Amarok se matricularon cerca de 200 unidades.

“Hemos crecido y lo hemos hecho de una forma rentable”, señala Jiménez de Parga. “La rentabilidad de nuestra red de concesionarios es, junto con la Satisfacción del Cliente, uno de los objetivos prioritarios para la marca. En 2016, la rentabilidad media de nuestras

concesiones si situó en el 2%. Nuestro objetivo a corto plazo es elevar este porcentaje hasta el 2,5%”, concluyó.

Para este año, el máximo directivo de Volkswagen Vehículos Comerciales prevé un incremento del mercado en el entorno del 7% (184.000 matriculaciones), en línea con las previsiones de Anfac, “aunque la antigüedad y la dimensión del parque español nos permiten augurar un mercado que alcanzará las 200.000 unidades en el corto plazo”, añade.

Jiménez de Parga prevé también una evolución muy positiva para la marca en 2017: “La llegada del nuevo Crafter, un vehículo completamente nuevo y con ADN 100% Volkswagen, nos permitirá mantener nuestra línea de crecimiento rentable y potenciar nuestra presencia en uno de los colectivos que más está impulsando el mercado de vehículos comerciales, el de los mensajeros, ya que las transacciones online crecen exponencialmente año tras año”. La marca prepara también nuevos lanzamientos en la gama del T6 y del Caddy.

En 2017 continuará con su estrategia de crecimiento basada en las diferentes tipologías de clientes. “Seguiremos trabajando con una estrategia 360º, identificando a los diferentes colectivos y poniendo a su disposición el producto y el servicio que mejor se adapta a sus necesidades. En 2016 hemos lanzado productos y acciones especiales para el colectivo de los mensajeros, las familias numerosas y el sector del taxi, entre otros. Seguiremos impulsando nuevas acciones para situarnos lo más cerca posible de nuestros clientes”, concluye Jimenez de Parga.

Para más información:

**Dirección de Comunicación y Relaciones Externas
Volkswagen Group España Distribución**

Tel: +34 91 348 86 00

Directora de Comunicación. Eva Vicente, e-mail: eva.vicente@vw-audi.es

Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa de Volkswagen. Ana Rivas, e-mail: rivas2@vw-audi.es Tel: + 34 91 348 86 36