



26 mai 2020

JETTA propose avec succès une mobilité individuelle entrée de gamme en Chine

- Huit mois après son lancement, JETTA détient 1 % des parts du plus grand marché automobile du monde
- La marque JETTA séduit les clients désirant devenir pour la première fois propriétaires d'une voiture particulière après la crise du Covid-19
- Le lancement du tout nouveau SUV VS7¹ complète la gamme de la marque

JETTA, une marque de Volkswagen en Chine, s'avère toujours être une option appréciée des clients chinois souhaitant posséder une voiture pour la première fois. En avril, JETTA a livré 13 500 véhicules, ce qui représente environ 1 % du plus grand marché automobile du monde. Cette proportion s'explique par l'un des meilleurs lancements de marque dans l'histoire chinoise. En effet, quelque 38 000 voitures ont été vendues entre janvier et avril.

En raison du Covid-19, l'envie de posséder une voiture personnelle n'a cessé de grandir en Chine, les clients étant actuellement plus motivés que jamais à éviter les transports publics bondés ainsi que les moyens de transport partagés. La gamme de modèles de JETTA, qui comprend une berline et deux SUV, permet aux clients d'entrer dans le monde de la mobilité individuelle et de faire partie de la famille Volkswagen.

Depuis son lancement sur le marché en septembre 2019, JETTA est montée en puissance. Environ 81 000 voitures JETTA ont été livrées. En 2020, qui sera sa première année complète de commercialisation, la marque continuera à renforcer la part de marché de Volkswagen Group China. En dépit des effets négatifs colossaux de la pandémie de Covid-19 sur le marché automobile chinois, les résultats de JETTA au cours des quatre premiers mois de l'année témoignent d'une baisse de seulement 12 % par rapport aux quatre premiers mois suivant le lancement sur le marché (entre septembre et décembre 2019). En outre, JETTA gagnait des parts de marché entre janvier et avril 2020, alors que le marché dans son ensemble chutait de 30 %.

La densité automobile de la Chine est trois fois moins importante que celle de l'Allemagne, ce qui explique la marge de croissance du pays, en

Press contact Volkswagen
Jean-Marc Ponteville
PR Manager
Tél. : +32 (0)2 536.50.36
Jean-marc.ponteville@dieteren.be

S.A. D'leteren N.V
Maliestraat 50, rue du Mail
1050 Brussel/Bruxelles
BTW/TVA BE0403.448.140
RPR Brussel/RPM Bruxelles



Plus d'informations
<http://www.dieteren.be/dieteren-auto-fr.html>



particulier au sein du segment d'entrée de gamme qui représente à lui seul un tiers du marché total. Environ 80 % des clients de ce segment achètent une voiture pour la première fois et constituent le principal groupe cible de JETTA. Les clients de la marque habitent dans des villes émergentes.

Le lancement réussi de JETTA sur le marché a été soutenu par l'introduction en mars du SUV VS7 de la marque, qui a aussi été présenté au monde en ligne. L'événement a attiré 10 millions de spectateurs. Le VS7¹ s'ajoute à la gamme JETTA ainsi composée de trois véhicules, avec le SUV VS5¹ et la berline VA3¹.

La marque JETTA comble l'écart entre le segment entrée de gamme et celui des volumes, où Volkswagen arrive en tête. Pour la première fois dans l'histoire de Volkswagen, un modèle s'est transformé en une marque à part entière en donnant son nom à la famille de modèles. JETTA se positionne de manière indépendante sur le marché, tout en marquant sa proximité avec le monde de Volkswagen. La réussite de JETTA s'appuie sur l'ADN de Volkswagen : qualité, sécurité, préservation de la valeur et langage de design clair. Tous les modèles sont produits par FAW-Volkswagen, dans l'usine ultramoderne de Chengdu, qui travaille en étroite collaboration avec le site central de FAW-VW à Changchun.

¹⁾ Les modèles JETTA ne sont pas vendus en Europe.