

Volkswagen a livré 5,99 millions de véhicules particuliers en 2016



La marque allemande [Volkswagen](#) voit ses volumes de ventes progresser de **2,8%** sur l'ensemble de l'année [2016](#). La marque Volkswagen a livré **5,99 millions de véhicules particuliers** en 2016 pour 5,82 millions en 2015 et 6,12 millions en 2014.

En 2016, les ventes de la marque allemande sont **en baisse dans toutes les régions sauf en Chine**. En Amérique du Sud (essentiellement au Brésil), les ventes plongent.

Volkswagen a livré 1 473 [500](#) véhicules particuliers en Europe de l'Ouest en 2016, soit une baisse de 2,0 %. La marque Volkswagen est notamment **en recul sur son marché domestique allemand** (repli de 7,2 %) avec 557 800 véhicules. Ceci est principalement dû à la baisse systémique de la prolongation de la durée de leasing pour les employés Volkswagen.

En Europe Centrale et en Europe de l'Est, Volkswagen progresse de 6,9% à 224 200 véhicules.

Sur un marché **russe** difficile tout au long de l'année, Volkswagen voit ses ventes diminuer de 5,4% sur l'année (74 200 ventes en 2016 pour 78 400 en 2015).

La marque allemande a livré 3 171 700 véhicules dans la région Asie-Pacifique en 2016.

La **Chine** continue d'être le moteur d'une tendance positive. En Chine, son plus important marché, le constructeur allemand voit ses volumes progresser de 14% à **2 999 300 véhicules**, pour 2 630 000 en 2015. Le marché chinois a de nouveau établi un record en ce qui concerne les livraisons annuelles.

Les livraisons de Volkswagen ont baissé en 2016 de 1,9 % en Amérique du Nord. La baisse enregistrée aux États-Unis est de 7,6% (322 900 véhicules en 2016 contre 349 400 en 2015).

En Amérique du Sud, la situation reste difficile pour Volkswagen avec 335 400 véhicules livrés en 2016, pour 458 200 en 2015. Les ventes de Volkswagen diminuent de 26,8 en 2016 après une baisse de 30,9% en 2015. La situation difficile de Volkswagen au **Brésil**, avec des ventes en baisse de 35,0% (218 200 véhicules en 2016 pour 335 600 en 2015), continue d'avoir un impact sur les ventes de la marque allemande dans cette région.