



**Volkswagen Group Polska sp. z o.o.**  
Leszek Kempniński  
Public Relations  
Telefon: +48 (61) 62 73 108  
E-Mail: Leszek.Kempinski@audi.pl

## **Kolejny rekordowy dla Audi AG rok – ponad 1,74 mln sprzedanych w 2014 samochodów**

- **Globalna sprzedaż wzrosła o 10,5 procent**
- **Szef Audi Rupert Stadler mówi: „Doskonały rok 2014 to dowód świetnej kondycji naszej marki“**
- **Luca de Meo, szef sprzedaży Audi podkreśla: „Wzrost sprzedaży Audi w USA prawie trzykrotnie szybszy niż wzrost całego tamtejszego rynku“**
- **Doskonały rok w Polsce: niemal 26 % większa sprzedaż niż w roku poprzednim**

**Ingolstadt/Poznań, 9 stycznia 2014 r. W roku 2014, koncern z Ingolstadt wyraźnie przekroczył zakładany cel - sprzedaż ponad 1,7 mln aut. Pod koniec roku, Audi miało na koncie już blisko 1 741 100 sprzedanych samochodów, czyli o 10,5 procent więcej niż w 2013. W ten sposób, producent ponownie zwiększył swe tempo wzrostu i dzięki blisko 165 600 dodatkowym klientom, zanotował drugi co do wielkości w swej historii wzrost sprzedaży. Ten sukces to przede wszystkim zasługa cieszących się ogromnym zainteresowaniem modeli typu SUV (+15,8%) oraz rodziny A3 (+53,2%), w roku 2014 po raz pierwszy dostępnej w sprzedaży na całym świecie. W grudniu Audi kontynuowało dwucyfrowy wzrost sprzedaży wszystkich swoich modeli, zamykając rok z wynikiem lepszym o 14,7 procent i oddając w tym miesiącu do rąk klientów blisko 150 tys. samochodów.**

„Wyniki roku 2014 to ewidentny dowód siły przyciągania naszej marki“ – stwierdził Rupert Stadler, prezes zarządu Audi AG. „Jeszcze przed wejściem w życie drugiego etapu naszej ofensywy modelowej zanotowaliśmy doskonały, rekordowy pod względem sprzedaży rok, pomimo tego, że na wielu rynkach wciąż obserwujemy skutki kryzysu.“

Szef sprzedaży Audi AG Luca de Meo podkreśla fakt zaawansowanej globalizacji, stanowiącej ważny czynnik sukcesu: „W ubiegłym roku we wszystkich regionach świata zwiększyliśmy sprzedaż i zyskaliśmy nowe udziały w rynkach. W Chinach powiększyliśmy przewagę w segmencie premium, a w Europie wypracowaliśmy poziom sprzed kryzysu. Na rynku amerykańskim sprzedaż Audi rośnie prawie trzy razy szybciej niż całkowita sprzedaż na całym



tamtejszym rynku motoryzacyjnym.“

W roku 2014 Audi odnotowało nowe rekordy sprzedaży w aż 50 krajach. W ten sposób, sprzedaż samochodów z czterema pierścieniami w logo na całym świecie, po raz piąty z rzędu wzrosła o ponad 100 tysięcy egzemplarzy. W porównaniu z 949 729 sprzedanymi w roku 2009 samochodami, w ubiegłym roku na zakup pojazdu marki Audi zdecydowało się prawie 800 tys. klientów więcej.

W **Stanach Zjednoczonych** sprzedaż w tym samym okresie więcej niż podwoiła się, z 82 716 egzemplarzy w roku 2009, do 182 011 w roku 2014. Popyt na samochody marki Audi wzrósł tu w roku 2014 o 15,2 procent. Dzięki 19 238 wprowadzonym na rynek samochodom, grudzień był dla Audi of America najlepszym miesiącem sprzedażowym w całej historii i czterdziestym ósmym z rzędu rekordowym miesiącem. Podobnie jak w latach 2011, 2012 i 2013, również w 2014 sprzedaż Audi w USA rosła z miesiąca na miesiąc. Znaczną zasługę miało w tym Audi Q5, które dzięki 42 420 sprzedanym egzemplarzom (+5,1%), stało się po raz pierwszy najpopularniejszym modelem Audi w USA. W dziewiątym roku obecności na rynku, wyraźnie zwiększyła się także sprzedaż luksusowego SUV-a Audi Q7 – o 15,9 procent. W segmencie samochodów kompaktowych, Audi Q3 uzupełnia od jesieni portfolio SUV-ów marki Audi na amerykańskim rynku. Udany debiut w amerykańskich salonach, jeszcze wiosną ubiegłego roku, miało także Audi A3 Limousine. Do doskonałych wyników Audi w Ameryce Północnej w roku 2014, przyczyniły się także: **Kanada** (+19,5%) i **Meksyk**(+10,5%), w których wzrost był również dwucyfrowy. Mimo trudnej sytuacji na wielu rynkach, Audi AG wyraźnie zwiększyło sprzedaż także w Ameryce Południowej, przede wszystkim w **Brazylii** (+89,9%, 12 350 aut). Popyt na tamtejszym rynku росł szybciej niż zakładano i pod koniec roku w salonach sprzedaży niestety brakowało samochodów.

W **Europie**, sprzedaż Audi w 2014 roku wzrosła o 4,2 procent i wyniosła blisko 762 900 egzemplarzy. To nowy, najlepszy wynik najlepiej na naszym kontynencie sprzedającej się marki premium. Podczas gdy wyniki całej branży motoryzacyjnej w samej tylko Europie Zachodniej nadal pozostają o około jedną piątą niższe w porównaniu do wyników sprzed kryzysu, Audi w roku 2014 sprzedało o blisko osiem procent więcej pojazdów. W ubiegłym roku duży wzrost zanotowało zwłaszcza Audi w **Wielkiej Brytanii**, o 11,8 procent czyli 158 829 samochodów, przekraczając w ten sposób po raz pierwszy liczbę 150 tys. wprowadzonych na rynek aut. Wyraźny wzrost Audi zanotowało także w Hiszpanii (+9,4%, 38 277 egzemplarzy), w Niemczech (+2,2%, 255 582 auta) i we Włoszech (+4,3%, 49 022 samochody). W **Polsce** zarejestrowano 7 015 nowych samochodów Audi, co przełożyło się na 25,85 % wzrostu w stosunku do całego roku 2013. Dzięki temu Audi w Polsce po raz pierwszy przekroczyło poziom 7 000 sprzedanych aut w ciągu jednego roku.

W niestabilnej nadal gospodarczo **Francji**, sprzedaż utrzymała się na ubiegłorocznym poziomie (+0,4%, tj. 57 214 aut). Na każdym z pięciu największych europejskich rynków motoryzacyjnych, Audi zakończyło rok 2014 jako najlepiej sprzedająca się marka premium w segmencie



samochodów osobowych.

Niestety, nie udało utrzymać równie dobrego jak w roku 2013 poziomu sprzedaży w **Rosji**. W obliczu trudnych warunków ramowych, sprzedaż spadła tu w porównaniu z rekordowym rokiem 2013 o 5,9 procent i wyniosła 34 014 egzemplarzy. Mimo to, sytuacja Audi była tu bardziej stabilna niż sytuacja całego rynku.

Na wszystkich rynkach europejskich, sprzedaż Audi w roku 2014 nakręcała przede wszystkim rodzina A3 (+19%). Również sprzedaż Audi A3 Limousine, które zadebiutowało jesienią 2013, na naszym kontynencie przekroczyła oczekiwania. Ważną rolę odegrały także wyjątkowo wydajne modele ultra. Wprowadzana stopniowo w ostatnich miesiącach gama tych aut, zdobyła już prawie 10 procent rynku Audi w Europie. W przypadku Audi A6, udział modeli ultra wyniósł blisko jedną trzecią.

Wśród dużych, azjatyckich rynków zbytu Audi, w ubiegłym roku prym wiodła **Korea Południowa**, gdzie do rąk klientów oddano aż o 38 procent (22 647 egzemplarzy) więcej aut spod znaku czterech pierścieni. Dzięki dużemu popytowi zwłaszcza na modele luksusowe, wyniki sprzedaży Audi na tym rynku w okresie pięciu minionych lat wzrosły ponad czterokrotnie. Pozytywnym bilansem rocznym Audi może pochwalić się w **Japonii** (+9,1%, 31 356 samochodów) i w **Indiach** (+8,5%,

10 851 aut). Także w **Chinach** Audi kontynuowało kurs wzrostowy. W 2014 sprzedaż w Państwie Środka wzrosła o 17,7 procent (578 932 egzemplarzy).

W ten sposób, Audi AG jako pierwszy producent samochodów segmentu premium, sprzedało w Chinach ponad pół miliona aut. W samym tylko grudniu, kluczyki do swojego nowego Audi odebrało 62 576 chińskich klientów, zapewniając Audi najlepszy pod względem sprzedaży miesiąc w historii przedsiębiorstwa. W całym roku 2014, obok nadal rosnącej liczby sprzedanych modeli luksusowych, znaczący wpływ na wyniki Audi w Chinach miał także dostępny na tutejszym rynku od jesieni ubiegłego roku model A3 Limousine lokalnej produkcji i cała rodzina SUV-ów. Audi sprzedało dwa razy więcej egzemplarzy modelu Q3 (+103%) niż rok temu.

To właśnie SUV-y były motorem wzrostu sprzedaży koncernu na całym świecie, zapewniając jej zwiększenie o 15,8 procent (507 500 sprzedanych egzemplarzy).

W roku 2014 prawie co trzeci klient Audi zakupił SUV-a; dwa razy tyle co w roku 2011.

Bestsellery: Q3 i Q5, to najlepiej sprzedające się modele klasy premium

w całym tym segmencie rynkowym. Biorąc natomiast pod uwagę klasę samochodów luksusowych, przypomnieć należy, że w nadchodzącym tygodniu na targach North American International Auto Show w Detroit zadebiutuje nowe Audi Q7.

Sprzedaż Audi AG na	w grudniu			łącznie		
---------------------	-----------	--	--	---------	--	--



poszczególnych rynkach						
	2014	2013	Wzrost sprzedaży w stosunku do grudnia 2013 r.	2014	2013	Wzrost sprzedaży w stosunku do całego roku 2013.
Świat	150 000	130 738	+14,7%	1 741 100	1 575 480	+10,5%
Europa	49 100	47 922	+2,4%	762 900	732 278	+4,2%
- Niemcy	14 733	15 813	-6,8%	255 582	250 025	+2,2%
- Wielka Brytania	7 973	7 193	+10,8%	158 829	142 039	+11,8%
- Francja	4 121	4 118	+0,1%	57 214	57 012	+0,4%
- Włochy	3 326	3 526	-5,7%	49 022	47 007	+4,3%
- Hiszpania	1 770	1 555	+13,8%	38 277	34 977	+9,4%
- Rosja	2 983	2 585	+15,4%	34 014	36 150	-5,9%
- Polska	564	873	+54,8%	5 574	7 015	+25,8%
USA	19 238	17 013	+13,1%	182 011	158 061	+15,2%
Meksyk	1 458	1 336	+9,1%	12 939	11 712	+10,5%
Brazylia	228	595	-61,7%	12 350	6 502	+89,9%
Chiny (łącznie z Hongkongiem)	62 576	48 325	+29,5%	578 932	491 989	+17,7%

Zdjęcia i dodatkowe informacje znajdą Państwo na stronie [www.audi.press-bank.pl](http://www.audi.press-bank.pl).



Koncern Audi w roku 2013 dostarczył klientom około 1 575 500 samochodów marki Audi. Jeden z najbardziej rozpoznawalnych modeli marki, Audi A3, został wyróżniony nadawanym przez jury złożone z dziennikarzy z całego świata tytułem „World Car of the Year 2014” (średnie, łączne zużycie paliwa: 7,1 – 3,2 l/100 km, średnia emisja CO<sub>2</sub>: 165 – 85 g/km). W całym roku przedsiębiorstwo osiągnęło przychody w wysokości 49,9 miliardów Euro, a jego wynik operacyjny wyniósł 5,03 miliardów Euro. Marka Audi obecna jest na ponad 100 rynkach całego świata, a produkcja odbywa się w zakładach w Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Węgry), w Brukseli (Belgia), w Bratysławie (Słowacja), Martorell (Hiszpania), w Kałudze (Rosja), Aurangabad (Indie), Changchun (Chiny) i w Dżakarcie (Indonezja). W grudniu 2013, cztery pierścienie rozpoczęły również produkcję samochodów w Foshan (Chiny). W roku 2015 produkcja ruszy w São José dos Pinhais (Brazylia), a od 2016 w San José Chiapa w Meksyku. Spółkami należącymi w 100% do Audi AG są między innymi quattro GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini Holding S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/ Włochy) oraz producent sportowych motocykli Ducati Motor Holding S.p.A (Bologna/Włochy). Audi zatrudnia obecnie ponad 73 500 pracowników, z czego 52 500 w Niemczech. W latach 2014 - 2018 koncern planuje inwestycje rzędu 22 miliardów Euro, głównie w nowe produkty i zrównoważone technologie. Audi przykładą dużą wagę do korporacyjnej odpowiedzialności, a w swej strategii ustanowiło zasadę zrównoważonego rozwoju swoich produktów i procesów produkcyjnych. Długoterminowym celem koncernu jest mobilność wolna od CO<sub>2</sub>.