

42. týden 2026

AutoTablet.cz

novinky z www.autoweek.cz



Pokud chcete něco navíc, klikněte sem a stáhněte si jako pdf.



ID. Polo – návrat k normálnosti

Volkswagen uvedl na český trh ID. Polo, jeden ze čtveřice malých elektromobilů koncernu VW. Dokazuje, že se elektromobilita nemusí omezovat pouze na SUV nebo tvary jako ze sci-fi filmu a může přicházet s cenou srovnatelnou s příbuzným modely se spalovacími motory.

ID. Polo se nejen jménem, ale i celkovou architekturou s pohonem předních kol hlásí k odkazu modelu, jehož se za půl století prodalo přes 20 milionů kusů. Volkswagen při jeho uvedení chválí efektivnější pohon i rekuperaci a nový designový jazyk „Pure Positive“, nicméně mnohem důležitější je návrat ke klasickým mechanickým ovládacím prvkům pro často používané funkce. Volkswagen udělal mnoho věcí správně tam, kde byly jeho první elektrické modely zbytečně komplikované.

Jako model založený na nové platformě MEB+ vytváří ID. Polo s délkou jen 4053 mm (o 21 mm méně než Polo se spalovacím motorem) ale rozvorem náprav 2592 mm (o 40 mm delší než klasické Polo) mimořádně prostorný interiér. Také zavazadlový prostor se zvětšil o 25 % na 441 l resp. až 1243 l. Hluboká prohlubeň pod jeho podlahou navíc ukazuje, že ID. Polo je nejen městský vůz pro každodenní provoz, ale také automobil vhodný pro malé rodiny (tedy i seniory) i ty, kteří hledají druhý vůz.

Před řidičem se nachází 10" digitální přístrojový panel, zatímco ve středu vozu dominuje 13" dotykový displej infotainmentu se systémem

Innovision. Často používané funkce jsou přístupné prostřednictvím tlačítek, touchpadů a otočných ovladačů. Další jsou na multifunkčním volantu převzatém z ID.3 Neo.

K dispozici jsou tři úrovně výkonu trakčního elektromotoru APP290: 85 kW (116 k), 99 kW (135 k) a 155 kW (211 k). Všechny verze mají točivý moment 290 N.m. K nim se přidává ještě verze GTI s výkonem 166 kW (226 k). K dispozici jsou dva druhy akumulátorů: LFP s využitelnou kapacitou 37 kWh a NMC s využitelnou kapacitou 52 kWh pro dojezd až 454 km. Verze 37 kWh jsou navrženy pro DC nabíjení výkonem až 90 kW, zatímco akumulátor 52 kWh lze nabíjet s výkonem až 105 kW a umožňuje tažení přívěsu s hmotností 1200 kg.

Verze Life je v prodeji s cenou od 685 000 Kč. Základní varianta Trend s cenou od 599 000 Kč teprve přichází do sériové výroby. Pro všechny platí záruka na 3 roky/90 000 km. ID. Polo se vyrábí v Martorellu nedaleko Barcelony.

Víc na str. 10



Škoda Epiq Sportline s dynamickým exteriérem

Škoda Auto rozšiřuje modelovou řadu Epiq o novou variantu Sportline s výrazně sportovním charakterem. Jde o nejlépe vybavenou variantu. Epiq Sportline



se vyznačuje leskle černými prvky a exkluzivními 19" černými koly z lehké slitiny. Nabízí mimo jiné elektricky ovládaná sportovní sedadla a vyhřívaný tříramenný sportovní volant s páčkami pro ovládání rekuperace. Varianta Sportline přináší do modelové řady Epiq prosvětlenou přední masku Light Band. Spolu s Matrix-LED předními světlomety ve tvaru písmene T vytváří světelný podpis, který Sportline odlišuje od ostatních variant. Epiq Sportline je dostupný ve dvou výkonových verzích. Epiq 40 je spojen s LFP akumulátorem s kapacitou 38,5 kWh (37 kWh netto) pro dojezd 310 km a trakční elektromotor má výkon 99 kW. Epiq 55 je vybaven NMC akumulátorem 55 kWh (52 kWh netto) pro dojezd až 440 km a výkon elektromotoru je 155 kW.

Návrat značky Fiat do světa rodinných vozů

Fiat na autosalonu v Paříži poprvé v Evropě vystavuje modely Grizzly a Grizzly Fastback, které představují návrat značky do segmentu větších rodinných automobilů. Oba jsou postaveny na společné globální platformě. Každý z nich má jasně definovanou identitu s charakteristickými LED světlomety. Grizzly jako SUV s délkou 440 cm nabídne prostor, pohodlí a každodenní praktičnost, zatímco Grizzly Fastback je s délkou 450 cm nejprostornějším vozem své kategorie. Nabízejí objem zavazadlového prostoru 545 l u modelu Grizzly resp. 608 l u Grizzly Fastback. Modelová řada Grizzly/Grizzly Fastback nabídne zážehové motory, hybridní i elektrický pohon, přímo řazené nebo automatické převodovky a karosářské varianty



hatchback a fastback. Příjem objednávek v Evropě bude zahájen 5. ledna 2027, přičemž všechny varianty pohonu budou dostupné hned od prvního dne. Na pařížském autosalonu byly obě verze vystaveny ve výbavě La Prima s mild hybridním pohonem o výkonu 107 kW (145 k).

Citroën 2 CV Concept oživuje legendu

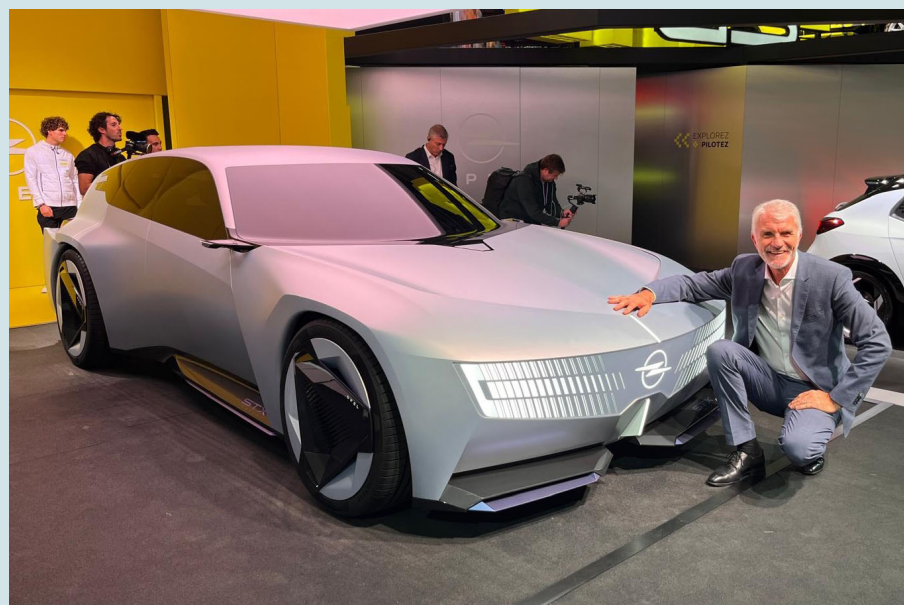
Na pařížském autosalonu 2026 Citroën oživil legendu a představil 2 CV Concept, koncept inspirovaný duchem originálu ztělesňující hodnoty, které definovaly 2 CV: dostupnost, lehkost, praktičnost, všestrannost a nezaměnitelný charakter. Elektrický minimalistický koncept předznamenává budoucí model, který se do roku 2028 zařadí do nabídky Citroënu. Cílem není znovu vytvořit 2 CV, ale představit si malý elektromobil budoucnosti – praktický, atraktivní a plný radosti ze života, který z každodenních krátkých cest znovu udělá zážitek. Citroën 2 CV chce přispět ke vzniku nové generace malých elektromobilů v souladu s připravovanými evropskými předpisy pro elektrické vozy. Model umístěný mezi Ami a C3 se bude vyrábět v Evropě a s cílovou základní cenou 15 000 eur (366 000 Kč) má zpřístupnit



elektrickou mobilitu co nejširšímu okruhu lidí. Jde proti trendu stále větších, těžších, složitějších a dražších automobilů. Nabízí jednoduché, chytré, lehčí a účinnější řešení. S délkou 376 cm je kratší než původní 2 CV. Cílová hmotnost kolem jedné tuny znamená menší a cenově dostupnější akumulátor.

Studie Opel STX Concept naznačuje podobu budoucích kombi

Na autosalonu v Paříži měl výstavní premiéru koncept Opel Sports Tourer eXperimental Concept, zkráceně STX Concept, v němž německá automobilka představuje svou vizi budoucích vozů kombi další etapu designové filozofie značky Opel. Zkratka STX je spojena s verzemi Sports Tourer. V bočním pohledu vyniká



nízká aerodynamická silueta navržená pro efektivitu na dlouhých cestách a stabilitu při vysoké rychlosti. STX Concept je vybaven aktivním aerodynamickým systémem, který se průběžně přizpůsobuje jízdě situaci. STX Concept představuje aerodynamická řešení, která nejen snižují spotřebu, ale také prodlužují dojezd a zvyšují směrovou stabilitu i radost z jízdy. K působivému jízdě zážitku přispívají mimo jiné aerodynamicky optimalizovaná třídičná kola z lehké slitiny v kombinaci s pneumatikami Goodyear. STX Concept kombinuje inovativní elektrickou architekturu s pohonem všech kol a dosahuje nejvyšší rychlosti přes 200 km/h. STX Concept není pouze „show car“. Předjímá zároveň další vývoj karoserie kombi a obsahuje prvky budoucích modelů Opel.

Fiat Multiplay se představuje

Fiat v Paříži představuje koncept vozu „tři v jednom“. Studie Multiplay přináší nový přístup k rodinné mobilitě. Je koncipován jako laboratoř řešení pro mobilitu budoucnosti. Je laboratoř nápadů pro budoucí inovace značky ale nepředstavuje předobraz konkrétního budoucího sériového modelu. Koncept s délkou 445 cm kombinuje efektivní využití prostoru v MPV, charakter SUV a všestrannost pick-upu. Základem je konstrukce C-sloupku



Metamorfosi s pohyblivým zadním modulem, který umožňuje proměnit rodinný vůz v konfiguraci 6+1 ve čtyřmístný pick-up s otevřeným nákladovým prostorem. Konfigurace 6+1 rozvíjí filozofii šesti sedadel modelu Multipla prostřednictvím „Petsenger seat“ – modulární jednotky s různými možnostmi využití. Může sloužit jako místo pro upevnění dětské sedačky, vyhrazený prostor pro domácího mazlíčka, malý stolek nebo úložný prostor. Interiér tak lze uspořádat podle potřeb konkrétní cesty i cestujících. Sedadlo spolujezdce lze pod panoramatickou střechou v zaparkovaném voze proměnit v lehátko Sunseat. Skrytý displej umožňuje nenápadnější způsob ovládání digitálních funkcí. Je integrován do přístrojové desky a při vypnutí vozu mizí z dohledu, čímž zachovává vizuální čistotu interiéru.

Na dynamiku zaměřený Peugeot E-T16 Concept

Peugeot E-T16 Concept uvádí designové prvky „Peugeot Feline Future“ a prostřednictvím nové generace digitálního i-Cockpitu s ovládáním Hypersquare naznačuje příští generaci modelu Peugeot E-208. Tři elektromotory – jeden vpředu a dva vzadu – poskytují kombinovaný výkon 600 kW (816 k). Díky tomu nabízí E-T16 Concept zrychlení z 0 na 100 km/h za 2,5 s. Elektrický pohon ve spojení se systémem Torque Vectoring rozděluje točivý moment v reálném čase mezi obě zadní kola i mezi přední a zadní nápravu podle aktuálních adhezních podmínek. Navzdory dravému vzhledu a extrémním parametrům E-T16 Concept má být snadno použitelný v běžném životě. Jeho 800V architektura v kombinaci s akumulátorem o kapacitě 85 kWh zajišťuje dojezd až 400 km. Interiér představuje novou generaci systému Peugeot



i-Cockpit s plně digitálním ovládáním Hypersquare a technologií steer-by-wire. Ovládací prvek řízení Hypersquare v E-T16 Concept je inspirovaný volantem závodního Peugeotu 9X8. Ergonomie systému Hypersquare umožňuje ovládat klíčové funkce jednoduchým pohybem prstu.

DS Automobiles představuje DS F3VER

DS Automobiles na autosalonu v Paříži představuje DS F3VER, kompaktní koncept dlouhý 419 cm s rozvorem náprav 270 cm, jako ukázkou budoucího směřování značky. Poskytuje prostorný interiér se zavazadlovým prostorem o objemu 400 l. Kombinuje městskou obratnost a všestrannost aby zvládal každodenní cesty, delší cestování, volnočasové aktivity i víkendové výlety. S DS F3VER vytváří DS Automobiles personalizaci jako samostatnou součást designu zahrnující barvy, materiály, grafiku a světla. Úprava dvoubarevného laku byla reinterpretována. Dělicí linie mezi dvěma barvami je záměrně protažena směrem dozadu až ke světlům a poté obklopuje zadní dveře, boky a nárazník. DS F3VER představuje filozofii

„*Design Intelligence*“, která nyní řídí práci designérských týmů značky: vytváření jedinečnosti s menším počtem věcí. Tento přístup si klade za cíl snížit počet komponent, odlehčit architekturu, optimalizovat aerodynamiku a zlepšit vnímanou kvalitu díky čistším povrchům a méně viditelným spojům.



Přiblížení policie v Dubaji veřejnosti

V Dubaji policie stylově modernizuje svůj vozový park s Lamborghini Temerario. Italský supersport nemá zapůsobit ani tak na prchající místní miliardáře, jako spíš na turisty. Jeho oblastí působnosti budou oblíbené turistické destinace a rušná náměstí. Tam se od policistů očekává, že prokáží svou vstřícnost, poskytnou informace o policejních službách a pravděpodobně se nebudou bránit fotografiím na památku. Ředitel



Generálního oddělení kriminálního vyšetřování dubajské policie, brigádní generál Saeed Al Hajri, uvedl, že nový přírůstek odráží závazek policie posilovat svou bezpečnostní přítomnost a zároveň budovat užší vztahy s veřejností. Generál Al Hajri dodal, že luxusní hlídky dubajské policie se staly charakteristickým symbolem emirátu a odrážejí jeho moderní identitu, výjimečné bezpečnostní standardy a vedoucí postavení v různých odvětvích. Tento hybrid kombinuje motor V8 4,0 l s dvojitým turbodmychadlem a třemi elektromotory. Dosahuje výkon 675 kW (920 k) a zrychluje z 0 na 100 km/h za 2,7 s. Lamborghini je s partnerstvím spokojeno a všichni vyhrávají: značka získává platformu, Dubaj další atrakci a policie unikátní služební vozidlo.

Citroën 2CV Fourgonnette Concept

Vedle nového konceptu 2CV na autosalonu v Paříži Citroën představil také užitkovou verzi – koncept 2CV Fourgonnette. Ta reinterpretuje historickou verzi dodávky a převádí její základní koncept do podoby kompaktního užitkového vozidla současnosti. Koncept vznikl jako nezávislý projekt designového týmu a sériová výroba se v současné době neplánuje. Nový Fourgonnette přebírá charakteristickou siluetu historické dodávky, kterou od roku 1951 používali především řemeslníci, firmy a doručovací služby. Citroën kombinuje klasický tvar dodávky s designem konceptu 2CV. Studie se zaměřuje na jednoduchý koncept vozidla, praktickou použitelnost



a osobitý vzhled. Jako interpretace užitkového vozidla přebírá koncept 2CV Fourgonnette design a koncepci nového osobního elektrického 2CV. Tento koncept je dlouhý 376 cm a slouží jako předpremiéra sériového modelu, který Citroën plánuje uvést na trh do roku 2028.

VŠB-TUO otevřela nové výzkumně-vývojové centrum

Moderní zázemí pro výzkum, ale především špičkové podmínky pro spolupráci s průmyslovými partnery nabízí nová budova VŠB – Technické univerzity Ostrava a přilehlý polygon pro testování chytrých aut či robotických systémů, první svého druhu na tuzemských univerzitách. Šestipodlažní objekt bude sloužit například



pro výzkum a vývoj automatizovaného řízení vozidel, systémů pro e-mobilitu a informačních a komunikačních technologií pro průmysl. Odborníci se zaměří například na aplikace s využitím AI a strojového učení, digitální dvojčata, zpracování signálů, obrazových dat a další oblasti. Významným přínosem je i vznik 380 m dlouhého experimentálního polygonu, jehož trasa pracuje s různými poloměry zatáček podle potřeb budoucího testování autonomních vozidel. Při jeho stavbě byl použit cementobetonový kryt používaný na letištích, včetně speciálního česaného povrchu. Generálním zhotovitelem stavby byla společnost Vamoz Construction ze skupiny Promet Group.

Podzimní speciál AUTOMAKERS shrnul personální změny

Říjnový tištěný Importérský speciál Automakers 2026 shrnul hlavní události v českém automobilovém průmyslu třetího čtvrtletí 2026. Hlavním tématem jsou novinky na výrobních linkách automobilek, ale časopis přináší také bilanční interview s manažery SDA a odhaluje jejich plány pro zbytek roku. Nechybí obvyklý přehled personálních změn v automotive oboru.

Září přineslo významnou změnu na vrcholné pozici jedné z importérských organizací SDA. Deset let stál v čele českého importu značky Peugeot italský manažer Marco Venturini. K poslednímu srpnu se rozhodl odejít od značky i z oboru. „Odcházím do vlastního byznysu, rád

bych si na Berounsku otevřel vlastní italskou restauraci,” vysvětlil novinářům na rozlučkovém pracovním obědě v restauraci pražského hotelu Chateau St. Havel. Speciál AUTOMAKERS přináší rozhovor s jeho nástupcem. Od září se ujal pozice ředitele značky Peugeot Filip Lapka (46 let), který dosud zastával funkci obchodního ředitele. Současně se stal jednatelem společnosti P Automobil Import.

Významná změna se odehrála také na půdě Sdružení automobilového průmyslu. Člen představenstva Škody Auto Martin Jahn se přesunul v rámci koncernu VW do Wolfsburgu. Od 1. října byl jmenován členem představenstva značky Volkswagen pro prodej, marketing a after sales. Zároveň byl nominován na pozici člena dozorčí rady Škodovky. V představenstvu Škodovky ho nahradila Martina Biene, dosavadní předsedkyně představenstva a výkonná ředitelka Volkswagen Group Africa. Ve Škodovce se stala členkou představenstva pro Prodej a marketing. Krátce poté přišlo šokující oznámení o odchodu generálního ředitele Klause Zellmera, který má v říjnu 2027 nastoupit do čela automobilky Volvo Cars. Role úřadujícího generálního ředitele společnosti Škoda Auto se ujal Holger Peters

Změnu v nejvyšších patrech ohlásila v létě také skupina AGC. Jejím novým Country managerem v ČR se od června stal Zbyněk Slivoň (53), generální ředitel výrobního závodu AGC Automotive Czech v Chudeřicích. Ve funkci po více než dvou letech střídá Miloslava Zoulu, který bude dále působit na pozici ředitele závodu Řetenice AGC Flat Glass Czech. V podzimní speciálu dále nechybí tradiční profil PR manažera našeho spolupracovníka Mirka Hájka. Tentokrát pohovořil s Adamem Průšou, šéfem komunikace a marketingu značky Mitsubishi.

ČASOPIS A ZPRÁVODAJSKÝ PORTÁL PRO AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL | www.automakers.cz | 3/2026

AUTOMAKERS

OBOROVÝ ČASOPIS PRO AUTOMOTIVE, KTERÝ JE TU UŽ 20 LET!

SDA IMPORTÉRSKÝ SPECIÁL PODZIM 2026

SDA: NAVZDORY SLABŠÍMU ZÁŘÍ JSOU LETOŠNÍ REGISTRACE AUT VYŠŠÍ NEŽ LONI



HYUNDAI UKÁZAL NOVÝ TUCSON

Vůz z Nošovic měl premiéru na salonu v Paříži str. 16 - 17



ŠKODA ODSTARTOVALA PEAG NA LINCE V MLADÉ BOLESLAVI



STR 10 - 13

BRATISLAVA ZAČALA VYRÁBĚT NOVOU GENERACI AUDI Q7



STR 18 - 21

UDÁLOSTI LÉTA 2026:

ROZHOVOR: TOMÁŠ NAVRÁTIL CUPRA PŘIDÁVÁ SHOWROOMY

ČMELÁK OPEL LETĚL NAD ČESKOU REPUBLIKOU

MG UKÁZALA VLAJKOVOU LOŽ V PRAGOVCE

MANAŽERSKÉ POSUNY:

ZNAČKU PEUGEOT ŠÉFUJE OD ZÁŘÍ FILIP LAPKA

ZBYNĚK SLIVOŇ ŘEDITELM AGC GROUP

MARTIN JAHN SE PŘESUNE ZE ŠKODOVKY DO WOLFSBURGU



AutoTablet.cz vychází každý týden jako výběr nejdůležitějších témat z www.autoweek.cz.

Redakce:

Ing. Vladimír Rybecký (vladimir.rybecky@gmail.com)

Ing. Antonín Matějka (amatejka@autoweek.cz)

RNDr. Ivana Rybecká (rybecka@volny.cz)

Technické zpracování:

BcA. Anna Štorková, DiS. (anna.rybecka@seznam.cz)

Luděk Šipla

Partner organizace:



Tento newsletter nelze považovat za obchodní sdělení ve smyslu ust. § 2 písm. f) zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.

UPOZORNĚNÍ

Redakce AutoTablet.cz nevyužívá žádné osobní údaje těch, kteří mají objednaný odběr magazínu (e-letteru). Redakce AutoTablet.cz nemá k dispozici žádné údaje o odběratelích kromě e-mailové adresy. Tyto e-mailové adresy se nijak dále nezpracovávají, nevyužívají a neposkytují třetím stranám.

Odběr magazínu AutoTablet.cz je kdykoliv možné zrušit na

https://www.autoweek.cz/cs-news_letter

Odběr lze rovněž zrušit na základě žádosti zaslané na

vladimir.rybecky@gmail.com

Po zrušení odběru redakce nemá dotyčnou e-mailovou adresu dále k dispozici.

Klikněte zde a stáhněte si AutoTablet ve formě pdf, získáte ještě:



ID. Polo – návrat k normálnosti

Základním detailem ID. Polo je jeho design. Přístrojový panel. Po stisknutí tlačítka se displej promění v digitální počtu (Graf) a klasický hvězdicový rychloměr vlevo a zpravo na místo obklopené milčím výhledu, který ukazuje energetický výkon a nákladnost. Tento detail přináší bohaté diskusní téma.

Standardní funkce Věchle fu (sada) umožňuje maximální výkonem až 3,6 kW umožňuje napájení externí zařízení buď přes zásuvku v interiéru nebo přes adapték namontovaný podruží. V zadní částí interiéru systému také zajišťuje kvalitní upevnění nákladů pomocí: Standardem je i řepné čepičko, které zajišťuje i nářadí (výhledy) v zadní části. Proto by u nás tento model uveden do prodaje později než v jiných zemích, protože se nazývá později. Do vzhledu uvozu vývozu šlye jsou připojeny mj. Matrix LED světlomety.

Fanoušci sportovního žijí nadčasné ID. Polo GTI, které přináší potěšení z jízdy a modelů GTI do světa elektromobility včetně satelitní alternativy výhledu a systému údržby cest. Do výroby přijde v lednu a bude stát asi 999 000 Kč.

[více na www.autoweek.cz](http://www.autoweek.cz)



Evropa jako průmyslový domov a místo pro budoucnost

Na dal. „Pro Evropu“ vzhledově podobné autostavbě koncernu Volkswagen propojuje průmyslovou transformaci, technologickou suveritu a obstarání produktů do evropské agendy pro budoucnost v úzké spolupráci se zákazníky. Hlavní poselství dává bylo: budoucnost Evropy bude vyvíjena společně s každým podnikatelem konkrétního podnikání v Evropě.

Koncern VW demonstruje jak se přibližuje klu Evropy proměně v konkurenčně schopné produkty, technologie a hotové hodnoty. Společné poselství při Evropské průmyslové podobě, technické znalosti a inovativní síle. Klíčem je nejen tyto síle integrovat, rozvíjet a industrializovat.

Koncern VW ví, že abychom vůči Evropě mohli být kompletním transformačním programem. Zároveň se koncern angažuje v regulační práci, který zahrnuje kvalitní evropskou hodnotu hodnot, podporuje novát elektrické mobility a uměle inteligentní měřidlo hospodářskou soustře.

Generální ředitel skupiny Volkswagen Oliver Buhne poselství: Evropa je místo pro budoucnost.

Buřiny vzhledem EU odvětví „Pro Evropu“ není „Evropa“ má síle základy: sílu průmyslové základny, vysokou úroveň inovativní a mnoha motivovaných, vysoké kvalifikovaných lidí. Dále je, co z těchto silných stránek učiníme. Řešení o tom je jednoduché: „Pro Evropu“ musí být silnější Evropa rychle je uvidět na trh a využít je k vyvíjení sil, hodnoty a zaměřenosti v Evropě. To je společný úkol podnikatelské sféry se musí stát konkurenčně schopnými a vyvíjet produktivní, zelenou hodnotu, pak musí stanovit správné směrové podněty. Ve skupině Volkswagen začínáme u sebe: pro evropské nadávky strukturální změny prostřednictvím největšího transformačního programu v naší historii. Budoucnost Evropy je v našich společných rukou.“

Společný vývoj, sdílení, duplicita práce a cílené využívání umělé inteligence v celém vývoji hodnoty a softwaru v celé skupině mají zvlášť důležitou roli v rychlé přímě nové technologie. Zároveň si musíme zachovat svou odlišnost prostřednictvím designu, charakteru a umění na trhu.

[více na www.autoweek.cz](http://www.autoweek.cz)



Číňané se už připravují na Made in EU

Zatímco Evropa diskutuje o nových pravidlech pro máti obchod, jejich cílem je podpořit máti výrobu, číňané výrobci automobilů již budují továrny a dodavatelské řetězce po celém kontinentu a základem tak náskok ještě dříve, než budou tato opatření vůbec přijata.

Reformy pravidel Evropské unie „Jedna in Europe“ (která jsou součástí přímého vstupu a průmyslové akcelerací AA (Industrial Accelerator Act), mají se již poslat přímou cestou zvládnout únie tím, že poskytl větší objem výroby a nákladu turistů v rámci Evropy. Tato opatření by také měla přinést zprávně výroby oby více zboží vyrábět na místě a společně se na evropské dodávce.

terto plán přichází v době, kdy číňané výrobci automobilů vněše závažný podíl na evropském trhu a další noví hráči z Číny se na něj chystají vstoupit. Iniciativa „Make in Europe“ však vyvolala v rámci Evropy politický spor ohledně toho, na které země by se tato pravidla měla vztahovat.

Číňané automobilové nejsou ochotni čekat na výsledek jednání. Pracují v plném na kabinách a tlačí své výrobci a dodavatelské síle v Evropě ještě dříve, než budou vysoce podnikatelské jakýchkoli nových požadavků.

„Jíme odhadit budovat naše máti výroby kapacit a akumát zjedli přilákat.“ řekl nováčkovi na potěšení autostavby Zhaofei z Changan Automobile. Changan plánuje do roku 2028 vybudovat v Evropě 180 000 automobilů ročně a do roku 2030 350 000. Výrobci nastří, že své první vozy do Evropy vyvezí na začátku roku 2027, tedy v dostatečném předstihu před očekávaným vstupem v platnost jakýchkoli požadavků EU na máti obchod.

Další číňané výrobci Xpeng, Chery a GAC rovněž vedli plány na výrobu v Evropě zohledně na máti obchodních silách. „Chceme začít výrobu ve velké době, zatím vstupují v průběhu pravidla Make in Europe“, uvedl viceprezident společnosti Xpeng Qing Zhen. Společnost Magna v Rakousku už pro Xpeng vyrábí elektromobily.

Novým vládním ve své současně podobě vylučuje země mimo EU, jako jsou Itálie, Velká Británie a Maďarsko, kde jsou výrobci stále dle dodavatelé hluboce propojeny s evropským automobilovým průmyslem. Automobilové podniky v těchto zemích spolu s místními průmyslovými sdílenými agenturami, že omezení definice Evropy na EU by podléhalo dodavatelé řetězce.

[více na www.autoweek.cz](http://www.autoweek.cz)



Porsche sází na atraktivitu

Sélektor a vydavatel Automobilového Burkhard Ring komentuje nejnovější vývoj v automobilovém průmyslu.

S novou strategií „Sport Car Factory 35“ si Porsche stanovilo cíle: snížit náklady a zvýšit produktivitu. To druhé znamená, že vozy by měly generovat větší příjmy na jedno vozidlo díky tomu, že budou na trhu umístěny výš. „Zaměřen se přitom“, jak uvedl generální ředitel Porsche Michael Leiers při prezentaci dlouhodobé strategie. Aby to bylo dosaženo, musí se zvýšit efektivita výroby a modelů.

Tento faktor „efektivita“, který vždy definoval model GTI, se musí vztahovat na celou řadu modelů v produkční řadě. Porsche bude i nadále vyrábět základní vozidla, která poskytují solidní obchodní výhled (Macan, Cayenne atd.). Ne každý model musí být nutně výrazným koupelem. Pozornost se však přesouvá spíše k drobným modelům, protože se očekává, že odhad budou pocházet hlavně příjmy.

Všechno směřuje k atraktivitě. Cíle: „Vždy byste měli vyrábět a jedno auto méně, než prodáváte tři“ se přitom říká Ferrarimu. Někdy, zde když pracoval dřívější generací ředitel

Porsche Leiers. Aby si nový zákazník pořídil Ferrari, musí být přesvědčen. Exklusivita, cenová síla, identita značky – to jsou témata, která si Leiers přinebí, jelikož dříve pracoval u Ferrari a ještě dříve výrobce McLaren.

Porsche se trochu víc podobá Ferrari i když obě značky mají odlišnou filosofii a cíle na odlišné skupiny zákazníků. Porsche se tímto směrem ubírá s novým superem, jako je ten, který Porsche přinesl uveď na trh na začátku příštího desetiletí. Proveditelné bude stát kolem 500 000 eur (12,2 miliónu Kč), takže je náročné držet níž Ferrari Roma Spider. Za druhé, když se k tomu přidá limitovaná edice – uvedení nového modelu s exkluzivním a špičkovým specifikem edicí – bude dopad na model ještě výraznější. I zde je Ferrari oparem. Někdy media o něm, ale výhledy jsou o hodnotu. A to řekl, Leiers tento týden objasnil závažnost nové motoristické sportu, který je také základním kamenem filosofie Ferrari se zjednotí díky na sílu.

Rozdíl mezi Ferrari a Porsche jsou jasně a obrovské. A vábky tu budou. Ale dobře vědí, které Ferrari udělalo, mohou být také považovanými pro Porsche.

[více na www.autoweek.cz](http://www.autoweek.cz)



Sázka na retro

Aktualizace v automobilovém průmyslu agendy Reuters, tentokrát přímo z počítačového autostavby, který letos navazuje atmosféru evropských autostavby z minulosti. Konečně aktualizace počtu číňanů automobilů, které je také větší, také náskok nových modelů od evropských výrobců. Především od Stellantis.

Ačkoli je Stellantis autostavba menší než každá autostavba, která Čína každoročně pořábá v Šanghaji nebo Pekingu, je rozhodný, pokud jde o další sílu boj o podíl na evropském trhu – máti automobilové proti své domácí konkurenci. Číňané konkurence, kteří touží po růstu mimo svůj vlastní území.

Míst 60 nových modelů, představenými na potěšení autostavby, upoutat největší pozornost Stellantis se test novými a dříve vysoce kvalitními konceptními vozy. Čtyři největší světové výrobce automobilů se snaží dostat před konkurenci na evropském trhu. Stellantis představil nepolepitelný model – elektrickou retro verzi modelu Citroën 2CV. Ve snaze udělat čas

evropským kupcům automobilů chce Stellantis napodobit úspěch retro elektromobilu Renault 5. Evropské automobilky spolu s Volkswagenem a jeho novým modelem ID. Polo sázejí na nostalgii jako na hlavní zbraň proti novým číňanům konkurenci, kterým u měřících kupců tato historie chybí.

Zatímco evropské výrobci automobilů sbírají na staré modely, někteří číňané automobilky hoře prezentovali novou hromadnou vozidlo a SUV. Testu Evropské počty, měří konkurenci nadev své funkce „Full Set Driving“ (Plně autonomní řízení na „Self-Assisted Driving“ (asistované řízení). Na první pohled by se tato změna z ESD na FSD mohla jevit jako nedostatek – konkrétně, vozy testu na evropských silnicích nejsou plně autonomní. Pro testu se ale jedná o zásadní změnu, neboť dosud ignorovala kritiku veřejnosti, která se snaží nepodporovat funkci autostavby používané v silnicích. Generální ředitel testu Ron Musk osobně výhled ke změně, čímž razí novou kulturu.

[více na www.autoweek.cz](http://www.autoweek.cz)

ID. Polo – návrat k normálnosti

Evropa jako průmyslový domov a místo pro budoucnost

Číňané se už připravují na Made in EU

Porsche sází na atraktivitu

Sázka na retro



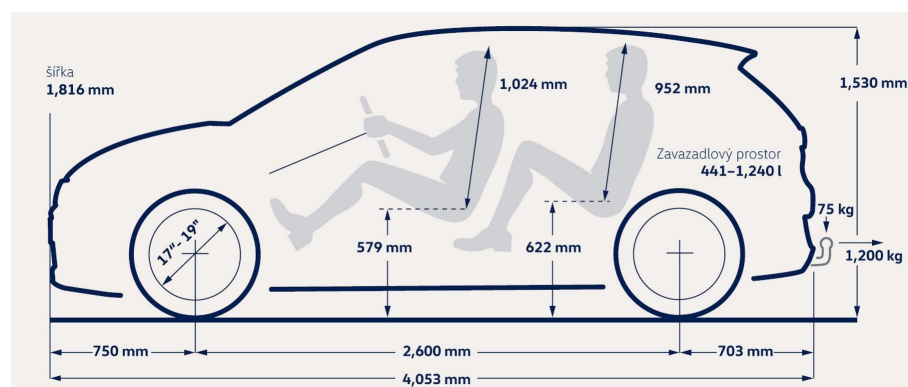
ID. Polo – návrat k normalnosti

Zajímavým detailem ID. Polo je retro design přístrojového panelu. Po stisknutí tlačítka se displej promění v digitální poctu Golfu I s klasicky tvarovaným rychloměrem vlevo a vpravo na místo otáčkoměru měřičem výkonu, který ukazuje energetický výkon a rekuperaci. Tento detail připomíná bohaté dědictví značky.

Standardní funkce Vehicle-to-Load (V2Load) maximálním výkonem až 3,6 kW umožňuje napájet externí zařízení buď přes zásuvku v interiéru nebo přes adaptér na nabíjecím portu.

V oblasti asistenčních systémů řidiče zavádí Volkswagen v modelu ID. Polo nové funkce. Volitelně je k dispozici nová generace systému Connected Travel Assist, který kromě podélného a příčného navádění nově dokáže reagovat i na semaforey.

I základní verze Trend je vybavena LED světlomety včetně asistentu dálkových světel,



automatickou klimatizací, digitálním kokpitem a 13" displejem infotainmentu. Střední úroveň výbavy Life přidává mj. adaptivní tempomat (ACC), zadní kameru, přední parkovací senzory a systém upozornění na křížící provoz. Standardem je i tepelné čerpadlo, které zákazníci u nás (vyjma firemních) vyžadují. Proto byl u nás tento model uveden do prodeje později než v jiných zemích, protože se na jeho zavedení čekalo. Pro vrcholnou úroveň výbavy Style jsou připraveny mj. Matrix LED světlomety.

Fanoušky sportovní jízdy nadchne ID. Polo GTI, které přenesse potěšení z jízdy z modelů GTI do světa elektromobility včetně uzávěrky diferenciálu VAQ a systému Launch control. Do výroby přijde v lednu a bude stát od 999 000 Kč.

	Převodovka	Pohon	Cena bez DPH	Cena s DPH
Trend				
ID. Polo Trend 37 kWh 85 kW	Automatická	Přední	495 041 Kč	599 000 Kč
Life				
ID. Polo Life 37 kWh 85 kW	Automatická	Přední	566 116 Kč	685 000 Kč
ID. Polo Life 37 kWh 99 kW	Automatická	Přední	588 430 Kč	712 000 Kč
ID. Polo Life 52 kWh 155 kW	Automatická	Přední	685 124 Kč	829 000 Kč
Style				
ID. Polo Style 37 kWh 99 kW	Automatická	Přední	660 331 Kč	799 000 Kč
ID. Polo Style 52 kWh 155 kW	Automatická	Přední	757 851 Kč	917 000 Kč
GTI				
ID. Polo GTI 52 kWh 166 kW	Automatická	Přední	825 620 Kč	999 000 Kč

For Europe.



Evropa jako průmyslový domov a místo pro budoucnost

Na akci „Pro Evropu“ v předvečer pařížského autosalonu koncern Volkswagen propojil průmyslovou transformaci, technologickou suverenitu a atraktivní produkty do evropské agendy pro budoucnost v úzké spolupráci se zákonodárci. Hlavní poselství akce bylo: Budoucnost Evropy bude vytvořena společným jednáním podnikatelské komunity, politické sféry a společnosti

Koncern VW demonstroval jak lze průmyslovou sílu Evropy proměnit v konkurenceschopné produkty, technologie a tvorbu hodnot. Společné poselství zní: Evropa má průmyslovou podstatu, technické znalosti a inovativní sílu. Klíčem je rychleji tyto silné stránky kombinovat, rozšiřovat a industrializovat.

Koncern VW svůj závazek vůči Evropě spojuje s komplexním transformačním programem. Zároveň se koncern zasazuje o regulační rámec, který odměňuje skutečnou evropskou tvorbu hodnot, podporuje nárůst elektrické mobility a umožňuje spravedlivou mezinárodní hospodářskou soutěž.

Generální ředitel skupiny Volkswagen Oliver Blume pronesl projev před modrým pozadím se

žlutými hvězdami EU a nápisem „Pro Evropu“. Řekl: *„Evropa má silné základy: širokou průmyslovou základnu, vysokou úroveň inovační síly a mnoho motivovaných, vysoce kvalifikovaných lidí. Důležité je, co z těchto silných stránek uděláme. Přesně o tom je iniciativa „Pro Evropu“: spojit silné stránky Evropy, rychleji je uvést na trh a využít je k vytváření růstu, hodnoty a zaměstnanosti v Evropě. Toto je společný úkol: podnikatelský sektor se musí stát konkurenceschopnějším a vytvářet atraktivní nabídky, zatímco tvůrci politik musí stanovit správné rámcové podmínky. Ve skupině Volkswagen začínáme u sebe a provádíme nezbytné strukturální změny prostřednictvím největšího transformačního programu v naší historii. Budoucnost Evropy je v našich společných rukou.“*

Společný vývoj, snížení duplicity práce a cílené využívání umělé inteligence v celém vývoji hardwaru a softwaru v celé skupině mají zkrátit dobu vývoje a rychleji přinést inovace zákazníkům. Zároveň si značky zachovají svou odlišnost prostřednictvím designu, charakteru a umístění na trhu.

Brand Promise for Europe **GAC. The Engineers.**



Číňané se už připravují na Made in EU

Zatímco Evropa diskutuje o nových pravidlech pro místní obsah, jejichž cílem je podpořit místní výrobu, čínští výrobci automobilů již budují továrny a dodavatelské řetězce po celém kontinentu a získávají tak náskok ještě předtím než budou tato opatření vůbec přijata.

Navrhovaná pravidla Evropské unie „Made in Europe“, která jsou součástí plánovaného zákona o průmyslovém akcelérátoru IAA (Industrial Accelerator Act), mají za cíl posílit průmyslovou základnu unie tím, že podpoří větší objem výroby a nákupu surovin v rámci Evropy. Tato opatření by také měla přimět zahraniční výrobce aby více zboží vyráběli na místě a spoléhali se na evropské dodavatele.

Tento plán přichází v době, kdy čínští výrobci automobilů rychle získávají podíl na evropském trhu a další noví hráči z Číny se na něj chystají vstoupit. Iniciativa „Made in Europe“ však vyvolala v rámci Evropy politický spor ohledně toho, na které země by se tato pravidla měla vztahovat.

Čínské automobilky nejsou ochotny čekat na výsledek jednání. Pokračují v plánech na lokalizaci a rozšiřují své výrobní a dodavatelské sítě v Evropě ještě předtím, než budou vyjasněny podrobnosti jakýchkoli nových požadavků.

„Jsme odhodláni budovat naše místní výrobní kapacity a zkoumat zdejší příležitosti,” řekl novinářům na pařížském autosalonu Zhao Fei z Changan Automobile. Changan plánuje do roku 2028 vyrábět v Evropě 180 000 automobilů ročně a do roku 2030 350 000. Vyjádřil naději, že své první vozidlo v Evropě vyrobí na začátku roku 2027, tedy v dostatečném předstihu před očekávaným vstupem v platnost jakýchkoli požadavků EU na místní obsah.

Další čínští výrobci Xpeng, Chery a GAC rovněž realizují plány na výrobu v Evropě založené na místních dodavatelských sítích. *„Chceme zahájit výrobu ve stejnou dobu, jakmile vstoupí v platnost pravidla Made in Europe,”* uvedl viceprezident společnosti Xpeng Yeqing Zheng. Společnost Magna v Rakousku už pro Xpeng vyrábí elektromobily.

Návrh však ve své současné podobě vylučuje země mimo EU, jako jsou Turecko, Velká Británie a Maroko, kde jsou výroba vozidel a sítě dodavatelů hluboce propojeny s evropským automobilovým průmyslem. Automobilky působící v těchto zemích spolu s místními průmyslovými sdruženími argumentují, že omezení definice Evropy na EU by poškodilo dodavatelské řetězce.



Porsche sází na atraktivitu

Šéfredaktor a vydavatel Automobilwoche Burkhard Riering komentuje nejnovější vývoj v automobilovém průmyslu.

S novou strategií „Sports Car Factory 35“ si Porsche stanovilo dva cíle: snížit náklady a vylepšit produkty. To druhé znamená, že vozy by měly generovat vyšší příjmy na jedno vozidlo díky tomu, že budou na trhu umístěny výš. „Zaměření se přesouvá,“ jak uvedl generální ředitel Porsche Michael Leiters při prezentaci dlouhodobé strategie. Aby to bylo dosaženo, musí se zvýšit atraktivita značky a modelů.

Tento faktor „chtění“, který vždy definoval model 911, se musí vztahovat i na ostatní modely v produktové řadě. Porsche bude i nadále vyrábět základní vozidla, která poskytují solidní obchodní základ (Macan, Cayenne atd.). Ne každý model musí být nutně výrazným kouskem. Pozornost se však přesouvá spíše k drahým modelům, protože se očekává, že odtud budou pocházet hlavní příjmy.

Všechno směřuje k atraktivitě. Citát „Vždy byste měli vyrobit o jedno auto méně, než požaduje trh“ se připisuje Enzu Ferrarimu. Právě zde kdysi pracoval dnešní generální ředitel

Porsche Leiters. Aby si nový zákazník pořídil Ferrari, musí hory přenášet. Exkluzivita, cenová síla, identita značky – to jsou témata, která si Leiters přináší, jelikož dříve pracoval u Ferrari a ještě dražšího výrobce McLaren.

Porsche se trochu víc podobá Ferrari. I když obě značky mají odlišnou filozofii a cílí na odlišné skupiny zákazníků, Porsche se tímto směrem ubírá s novým supersportem, jako je ten, který Porsche plánuje uvést na trh na začátku příštího desetiletí. Pravděpodobně bude stát kolem 500 000 eur (12,2 milionu Kč), takže je rozhodně dražší než Ferrari Roma Spider. Za druhé, když se k tomu přidá limitovaná edice – uvedení nového modelu s exkluzivními a drahými speciálními edicemi – bude dopad na marže ještě výraznější. I zde je Ferrari vzorem. Nikdy nejde o objem, ale vždycky jde o hodnotu. A za třetí, Leiters tento týden opakovaně zdůrazňoval návrat k motoristickému sportu, který je také základním kamenem filozofie Ferrari: ze závodní dráhy na silnici.

Rozdíly mezi Ferrari a Porsche jsou jasné a obrovské. A vždycky tu budou. Ale dobré věci, které Ferrari udělalo, mohou být také ponaučením pro Porsche.



Sázka na retro

Aktuality z automobilového průmyslu agentury Reuters, tentokrát přímo z pařížského autosalonu, který letos navozuje atmosféru evropských autosalonů z minulosti. Kromě rekordního počtu čínských

automobilek jsme zde viděli také několik nových modelů od evropských výrobců, především od Stellantisu.

Ačkoli je letošní autosalon menší než kolosální autosalony, které Čína každoročně pořádá v Šanghaji nebo Pekingu, je rozsáhlý, pulzující a odráží sílící boj o podíl na evropském trhu – místní automobilky brání své domácí území před čínskými konkurenty, kteří touží po růstu mimo svůj vlastní upadající trh.

Mezi 60 novými modely, představenými na pařížském autosalonu, upoutal největší pozornost Stellantis se šesti novinkami a devíti vystavenými koncepčními vozy. Čtvrtý největší světový výrobce automobilů se snaží získat zpět ztracený podíl na evropském trhu. Stellantis představil neočekávanější model – elektrickou retro verzi modelu Citroën 2CV. Ve snaze vrátit čas

evropským kupcům automobilů chce Stellantis napodobit úspěch retro elektromobilu Renault 5.

Evropské automobilky spolu s Volkswagenem a jeho novým modelem ID. Polo sázejí na nostalgii jako na tajnou zbraň proti novým čínským konkurentům, kterým u místních kupců tato tradice chybí.

Zatímco evropští výrobci automobilů sázeli na staré modely, několik čínských automobilek hrdě prezentovalo řadu hybridních vozů a SUV.

Tesla v Evropě potichu mění kontroverzní název své funkce „Full Self Driving“ (Plně autonomní řízení) na „Tesla Assisted Driving“ (asistované řízení Tesla). Na první pohled by se tato změna z FSD na TAD mohla jevit jako neškodná – koneckonců, vozy Tesly na evropských silnicích nejsou plně autonomní. Pro Teslu se ale jedná o zásadní změnu, neboť dosud ignorovala kritiku svého marketingu sahající až k funkci Autopilot – která se ani zdaleka nepodobala funkci autopilota používané v letadlech. Generální ředitel Tesly Elon Musk odolával výzvě ke změně, čímž rozčiloval kritiky.