9 771214 775008 08

Auto Data & News

Cena 50 Kč

26. srpna 2004 | ročník I. – číslo 3 | www.autodatanews.cz | ve spolupráci s Automotive News Europe

3 str. Daewoo se promění v Chevrolet

11 str. Proč chce Renault Dacii Logan?

15 str. BMW a Toyota směřují k úspěchu

7 str. Rekordní prodej Nissanu

Foto: Nissan

Nová Škoda Octavia Combi

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

PRAHA | V předstihu před připravovanou premiérou na autosalonu v Paříži uvolnila Škoda Auto první fotografie nové Škody Octavia Combi. Při použití stejné modulové platformy jako u základní verze bude Combi dlouhé 4572 mm, široké 1769 mm a vysoké 1467 mm. Vnější rozměry jsou tedy shodné až na výšku, která je o 5 mm větší. Zavazadlový prostor má objem 580 l, při sklopených zadních sedadlech 1620 l. Kombi bude nabízeno ve stejných variantách a se stejnými pohonnými jednotkami jako základní verze octavie.

Nová Octavia Combi vznikla, stejně jako základní verze, na nové modulové platformě A5, pro kterou se též používá interní kódové označení PQ35. U té už není společná jen základní podvozková plošina, ale konstruktéři mají k dispozici mnohem více společných stavebních prvků – modulů. Těmi je celá řada komponent, jako například převodná ústrojí, brzdy,

→ pokračování na **straně 6**

Foto: Škoda Auto

Změny v zásobování náhradními díly

NOVÁ BLOKOVÁ VÝJIMKA RADIKÁLNĚ LIBERALIZUJE PRODEJ NÁHRADNÍCH DÍLŮ

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

PRAHA | Nový regulativ EU, nazývaný nová bloková výjimka, nepřináší zásadní změny jen do prodeje nových osobních automobilů, ale též do oblasti aftermarketu, tedy toho, jakým způsobem se automobily servisují a do prodeje náhradních dílů.

Dosavadní monopol automobilek v zásobování náhradními díly prodejcům a autorizovaným servisům s novou

→ pokračování na **straně 16**

Česká republika je stále přitažlivá

JAN HANZL – ŘEDITEL DIVIZE PODPORY INVESTIC AGENTURY CZECHINVEST HOVOŘÍ O PROBLEMATICE INVESTIC ZAHRANIČNÍCH FIREM DO ČESKÉHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU

ING. VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA A NEWS

Mohl byste zrekapitulovat významné zahraniční investice do automobilového průmyslu v ČR?

V posledních letech jich bylo několik desítek, o čemž svědčí přiložený přehled, v němž jsou uvedeny i celkové investice jednotlivých firem a společností. Nesmíme ovšem zapomínat ani na výstavbu technologických center, tj. center, která jsou zaměřená na vývoj a konstrukci nových dílů, například Autopal (Jičín), Valeo (Praha) nebo nejaktuálněji Mercedes Benz (Plzeň). Za připomenutí stojí také závody ve strukturálně postižených regionech (Severomoravský a Ústecký kraj) – například TG Safety Systems v Klášterci nad Ohří, Koito Czech v Žatci, Hayes Lemmerz v Ostravě nebo společnost Dura v Kopřivnici.

Pokládáte za možné, že i po systematické mediální kampani proti výstavbě továrny Hyundai/Kia Motors v Žatci může Česká republika ještě

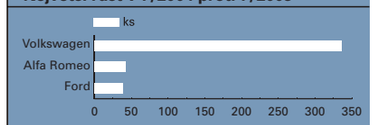
→ pokračování na **straně 8**

Čísla měsíce

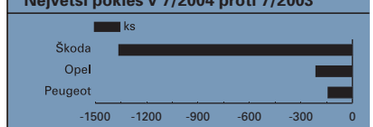
Prodej nových osobních osobních automobilů v ČR – červenec 2004

poř.	značka	prodej 7/2004	prodej 7/2003	poř. 7/2003
1.	Škoda	5 194	6 555	1.
2.	Volkswagen	805	469	5.
3.	Renault	513	649	2.
4.	Ford	507	468	6.
5.	Peugeot	502	643	3.
6.	Opel	365	577	4.
7.	Hyundai	345	423	7.
8.	Toyota	298	309	8.
9.	Daewoo	297	294	9.
10.	Citroën	255	245	10.
	celkem	**10 769**	**12 603**	–

Největší růst v 7/2004 proti 7/2003



Největší pokles v 7/2004 proti 7/2003



Kam směřuje Mitsubishi?

ZTRÁTA PODPORY ZE STRANY DAIMLERCHRYSLERU, JAPONSKÁ AFÉRA A ZTRÁTA DŮVĚRY ZÁKAZNÍKŮ DOSTALY MITSUBISHI MOTORS DO POTÍŽÍ

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Mitsubishi Motors je čtvrtou největší a v současné době jedinou japonskou automobilkou, která nevykazuje zisk. Do potíží se firma začala dostávat s tím, jak trvale klesal její prodej v USA, kam dodává asi třetinu své produkce. Chybná modelová politika pokles nezastavila a situace se trvale zhoršuje.

Mitsubishi Motors se mělo stát základním kamenem pro připravovanou expanzi koncernu DaimlerChrysler do Asie. DaimlerChrysler získal rozhodující podíl 37,3 % akcí, do vedení dosadil své lidi a investoval do jejího oživení. Výsledky se ovšem nedostavily a přišly další požadavky na investice.

Foto: Newscom

↑ NOVÝ ŠÉF MITSUBISHI EUROPE TIM TOZER

Nejvyšší šéf DaimlerChrysleru Jürgen Schrempp se ocitl čelem proti rebelům jak ve vedení koncernu, tak i mezi stále nespokojenějšími akcionáři. I tuto vzpouru se mu podařilo ustát, i když za cenu konce svého snu o vybudování největšího automobilového koncernu světa. Vedení Daimler Chrysleru totiž rozhodlo, že neposkytne 3,3 miliardy eur na další restrukturalizační plán Mitsubishi Motors.

Blesková reakce

Poté, co vedení koncernu Daimler Chrysler oznámilo své rozhodnutí, tři další největší akcionáři, tedy Mitsubishi Heavy Industries, Mitsubishi Corp. a Bank of Tokyo-Mitsubishi, okamžitě zareagovali.

Prvním odvetným opatřením se stalo odstranění všech řídících pracovníků, které do čela Mitsubishi Motors dosadil DaimlerChrysler. Odejít museli i japonští manažeři, kteří byli těsně spojeni s dosavadním systémem řízení. Celkem se toto opatření dotklo 22 vedoucích pracovníků. Předchozí president Mitsubishi Motors dosazený DaimlerChryslerem Rolf Eckrod rezignoval už v dubnu. Proto se nejvýše postaveným členem sesazeného vedení stal dosavadní šéf designu Mitsubishi Francouz Olivier Boulay. Boulay původně pracoval jako designér Mercedesu-Benz a vytvořil zde původní studii vozu Maybach. jeho dílem je nový designérský styl značky. Opatření se dotklo dokonce i evropského zastoupení Mitsubishi Motors, kde se novým presidentem stal Brit Tim Tozer (44).

Pak akcionáři jmenovali nové vedení společnosti a poskytli mu záruky pro střednědobý plán záchrany. Do čela záchranného týmu byl jmenován dosavadní předseda Mitsubishi Heavy Industries Jočiro Okazaki.

Nové vedení Mitsubishi Motors ohlásilo plán ekonomické revitalizace společnosti. V rámci úsporných opatření mj. zredukuje reklamní kampaně a sníží mzdy. Rychlost, s jakou se podařilo Japoncům na vzniklou situaci reagovat si vysloužila uznání.

Ne všichni ale jsou při hodnocení rychlosti záchranných opatření optimisty. „Bez strategického partnera nemá společnost šanci na přežití," tvrdí například tokijský analytik banky Credit Suisse First Boston Koji Endo.

Japonská aféra

V Japonsku Mitsubishi Motors současně čelí katastrofálnímu propadu prodeje vyvolanému aférou s odkládanými svolávacími akcemi. Ty zasáhl jak Mitsubishi Motors, tak především výrobce nákladních vozů Mitsubishi-Fuso. V Japonsku se během července prodalo o 52,2 % vozů Mitsubishi méně v porovnání s rokem 2003!

V souvislosti s tragickými nehodami, způsobenými technickými závadami nákladních vozů Mitsubishi Fuso, se ocitlo sedm vedoucích pracovníků firmy za mřížemi. Mezi nimi byl dokonce i bývalý prezident Mitsubishi Motors Kacuhiko Kawasoe (67), který byl propuštěn jen na kauci.

Štěstím Mitsubishi podle analytika banky BNP Paribas Jasuhira Macumota sice je skutečnost, že japonská aféra neměla vliv na důvěru ve značku na pro ni nejdůležitějším trhu v USA ani v Evropě. Nicméně i v USA Mitsubishi už letos zaznamenalo pokles prodeje o 33 %.

Situace se zhoršuje

Revitalizační plán, který nové vedení Mitsubishi Motors zveřejnilo koncem května, se vzhledem k rostoucímu propadu prodeje velmi brzy ukázal jako příliš optimistický. Ani připravené radikální snížení nákladů, včetně zastavení výroby v některých závodech a propouštění zaměstnanců, podle agentury Reuter nemůže v tak krátké době zabránit rostoucím ztrátám. Okazaki proto svůj revitalizační plán poopravil. Nyní už ale údajně potřebuje 5 miliard dolarů, což je mnohem více, než kolik Mitsubishi Motors původně chtělo od DaimlerChrysleru.

Postavení společnosti dále zkomplikovalo oznámení Chrysleru, že v rámci přerušení spolupráce mezi DaimlerChryslerem a Mitsubishi Motors se přestanou vyrábět vozy Chrysler a Dodge v americkém výrobním závodě Mitsubishi v Illinois. Podle mluvčího Chrysleru Jasona Vinese o ukončení výroby rozhodlo vedení DaimlerChrysleru. Ke změnám by nemělo dojít při spolupráci obou partnerů v Evropě.

Foto: Newscom

↑ ANI SPORTOVNÍ ÚSPĚCHY NEPOMÁHAJÍ MITSUBISHI Z PROBLÉMŮ

Spása v nových modelech

U Mitsubishi věří, že jedním z opatření, které budou nápomocné při obnově firmy, bude probíhající modelová ofenzíva. Ta už začala vloni s představením terénního vozu Outlander. Letos se přidaly soutěžní Lancer Evo VIII, minivan Grandis a malý Colt nové generace, následovaný třídveřovou verzí Colt CZ3. Tyto vozy se budou vyrábět jak v Japonsku, tak i v Evropě.

V roce 2007 má následovat hned desítka nových modelů, z nichž tři budou mít pohon všech kol. Otázkou zůstává, jak dalece bude za současné situace modernizován klíčový model Pajero, jehož nová generace se rovněž plánuje na rok 2007.

Vedení Mitsubishi Motors pevně věří, že právě rok 2007 bude prvním od roku 1999, kdy celoroční obchodní bilance bude opět v černých číslech. ←

Oznámení

OPEL C&S A GM DAEWOO VARUJÍ PŘED NÁKUPEM NESCHVÁLENÝCH VOZŮ CHEVROLET NIVA

Na českém trhu se nedávno objevila nabídka terénních vozů Chevrolet Niva od společnosti NANA 2. Firma NANA 2 však nikdy nebyla pověřena prodejem jakýchkoli modelů koncernu General Motors. Pokud by se koncern GM rozhodl v budoucnosti na tuzemský trh uvést model Chevrolet Niva, který se vyrábí ve společném podniku GM-AvtoVAZ v Togliatti v Rusku, bude dovozem pověřena společnost Opel C&S, resp. GM Daewoo. Vozy Chevrolet Niva, nabízené společností NANA 2, jsou navíc poháněné motorem o objemu 1,7 l, který již nevyhovuje emisním limitům normy Euro 3. Proto by jim nemělo být vydáno technické osvědčení.

Společnosti GM Daewoo i Opel C&S prohlašují, že nenesou žádnou odpovědnost za prodej a dovoz vozů Chevrolet Niva nabízených společností NANA 2 a odmítají také jakékoli případné závazky k těmto vozům (záruky, dodávky náhradních dílů atd). ←

↓ CHEVROLET NIVA

Who is who

V prvním čísle našeho měsíčníku Auto Data & News jsme v rubrice Who is who uvedli nesprávně jméno nejvyššího výkonného šéfa Business Unit Alfa Romeo, která do České republiky dováží vozy slavné italské značky. Namísto A. N. Sharkeye je jím Managing Director **Lasha Menabde**. Tímto se mu dodatečně omlouváme. ←

Po uzávěrce

Přinášíme první snímky nového tří- a pětidveřového vozu Ford Focus, který se již za několik dní objeví na autosalonu v Paříži. Nabídku motorů budou tvořit čtyři zážehové a dva vznětové motory s výkonovým spektrem od 80 do 145 koní. ←

Horké léto u Mercedesu

HLEDÁNÍ NOVÉHO ŠÉFA A PROTESTY ODBORÁŘŮ ZPŮSOBILY BOLENÍ HLAVY VEDENÍ AUTOMOBILKY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Nástupcem nejvyššího šéfa společnosti DaimlerChrysler Jürgena Hubberta (65) se místo Wolfganga Bernharda, který na tento post rezignoval ještě před svým nástupem, má stát Eckhard Cordes (53), dosavadní šéf výroby nákladních automobilů Mercedes-Benz. Cordes se své funkce ujme od 1. října.

Jürgen Hubbert, který DaimlerChrysler řídil od roku 1998, by měl až do vypršení svého kontraktu, tedy do konce dubna 2005, zůstat v úřadu a společně s koncernovým šéfem Jürgenem Schremppem řídit výbor, který rozhodne o budoucí modelové politice a spolupráci mezi značkami Mercedes-Benz a Chrysler.

Na současné Cordesovo místo v čele výroby nákladních automobilů má usednout Andreas Renscher (46), dosavadní šéf pobočky MCC vyrábějící automobily Smart. Renscher byl původně pokládán za největšího favorita na Hubbertovo místo. Renschera na čele MCC zase vystřídá Ulrich Walker (52), donedávna viceprezident Mitsubishi Motors.

Chlouba německého průmyslu ale měla v létě i jiné problémy. Skupina Mercedes Car Group (Mercedes-Benz, Maybach a Smart) v Německu zaměstnává 160 000 pracovníků a je tak největším soukromým zaměstnavatelem v zemi. Vzhledem k tomu, že mzdové náklady jsou v Německu zdaleka nejvyšší, snaží se Mercedes-Benz alespoň své dodavatele nutit k přesunu výroby do východní Evropy. Pod vlivem dlouhodobé ekonomické recese v Německu se nyní vedení DaimlerChrysleru pokusilo uskutečnit opatření vedoucí ke zlepšení konkurenceschopnosti.

Avizovaná úsporná opatření vyvolala u této značky nevídané protestní akce odborářů. Vedení společnosti totiž ohlásilo, že při zavedení výroby nové generace třídy C v roce 2007 chce dosáhnout úspor ve výši půl miliardy eur, a to především na mzdových nákladech. Proto bude zrušeno 6000 ze současných 30 000 pracovních míst ve výrobním závodě v Sindelfingenu. Podle končícího šéfa Jürgena Hubberta se jen s pomocí těchto úsporných opatření může Mercedes-Benz dostat na současnou úroveň nákladů svého největšího konkurenta BMW. Pokud by se to nepodařilo, musela by podle Hubberta být výroba modelu C přenesena do jiného závodu.

Odboráři ale tvrdí: „Jsme a zůstaneme nejziskovější částí celého koncernu DaimlerChrysler." Do protestních akcí a stávky se zapojilo více než 60 000 pracovníků ve Stuttgartu-Untertürkheimu a Sindelfingenu, Mannheimu, Wörthu a Brémách. V menší míře se protesty objevily i v závodech v Hamburku, Berlíně, Kasselu, Gaggenau a Rastattu. Protesty odborářů IG Metal podpořil dokonce i spolkový kancléř Gerhard Schroeder, protože v opatřeních připravovaných vedením DaimlerChrysleru prý vidí nebezpečí pro budoucnost německé ekonomiky.

K uklidnění napjaté situace nakonec přispělo oznámení, že i členům představenstva budou kráceny příjmy o 10 %. Podle konečné dohody budou úsporná opatření značně redukována a výroba třídy C v Sindelfingenu má být zachována i po roce 2007. ←

↓ ECKHARD CORDES

Foto: DAIMLERCHRYSLER

Daewoo se promění v Chevrolet

VEDENÍ GM EUROPE PŘIPRAVUJE ZMĚNU OZNAČENÍ AUTOMOBILŮ DAEWOO NA CHEVROLET

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Vedení koncernu General Motors oznámilo, že počínaje rokem 2005 bude v Evropě nahrazena značka Daewoo značkou Chevrolet. K oficiálnímu vyhlášení této změny dojde v září na pařížském autosalonu. Zatím není jasné, kterých zemí se tato změna bude týkat.

V 11 východoevropských zemích, mj. Estonsku, Litvě. Lotyšsku, Chorvatsku, Polsku, Rumunsku a Turecku, už k této proměně došlo dříve. Zde ovšem byla vyvolána snahou odlišit automobily nově vytvořené společnosti GM Daewoo od dobíhajících produkcí vozů Daewoo, které nebyly převzaty do nově vytvořené společnosti. Tyto výroby mají podle smluv skončit do konce letošního roku.

V 16 západo- a středoevropských zemích, kromě České republiky mj. též na Slovensku a v Maďarsku, zatím zůstává značka Daewoo zachována. Do kdy? Na situaci u nás jsme se zeptali marketingového manažera Opelu C&S Romana Šuberta. „GM Europe skutečně zvažuje změnu názvu na Chevrolet i v České republice. Tato otázka je však stále zcela otevřená a GM Europe vyhodnocuje všechny klady i zápory plynoucí z tohoto kroku. Pokud by vedení GM Europe dospělo k rozhodnutí změnit název, určitě by to bylo v horizontu dvou let."

Vstup značky Daewoo na evropské trhy po roce 1995 doprovázela enormní propagační kampaň. Jenom v Německu údajně přišla na 62 milionů USD. Podle šéfa GM Daewoo Europe Hardyho Sprangera na všech trzích, kde už ke změně došlo, prodej okamžitě vzrostl. Problémem ovšem může být skutečnost, že v řadě zemí má značka Chevrolet pověst amerického polykače benzinu. V západní Evropě si navíc v posledním roce značka Daewoo začala postupně opět dobývat zpět ztracené pozice a její prodej se zvýšil o 20 %. Nicméně vedení GM chce proměnit Chevrolet v celosvětově respektovanou značku podobně, jako se mu to už podařilo v Jižní Americe, kde se s tímto označením úspěšně prodávají malé automobily, které známe pod jménem Opel.

Jistou komplikací je skutečnost, že v Rusku se rovněž pod jménem Chevrolet prodávají nové terénní vozy Lada Niva. Pod touto značkou se nové nivy také představí na pařížském autosalonu. Zapomínat nelze ani na to, že změna názvu přinese enormní náklady především pro prodejce.

General Motors už přestalo označení Daewoo používat v USA, kde pro tyto vozy používá značky Chevrolet a Suzuki, a Číně. Americký Chevrolet Aveo přímo vyrábí GM Daewoo. V Austrálii se vedení společnosti Holden, patřící General Motors, rozhodlo ukončit do konce letošního roku používání značky Daewoo a ukončit činnost jím vlastněné distribuční sítě GM Daewoo. Značka Daewoo zatím beze změny přežívá v Asii.

GM Daewoo připravuje na první čtvrtletí 2005 novou generaci minivozu Matiz a třídveřový Kalos. V roce 2006 bude následovat zcela nový SUV velikosti mezi freelanderem a discovery. Vhodné jméno se pro tento automobil teprve hledá, ale jisté už je, že přinese konečně první zážehový motor této značky. Vyrábět se bude v Jižní Koreji podle licence italské firmy VM Motori. Půjde o tříválec 1,5 l a čtyřválec 2,0 l. Ty se postupně objeví ve všech modelových řadách s výjimkou Matizu. Nový Matiz a SUV mají být vystaveny už v Paříži. V rámci dlouhodobých plánů zvyšování image značky, vedené bývalým šéfem Vauxhallu Nickem Reillym, se rovněž připravuje dvoumístný sportovní automobil. ←

↓ TAKÉ GM DAEWOO PŘIPRAVUJE AUTOMOBIL SUV – KONEČNĚ SE V NĚM OBJEVÍ I VZNĚTOVÝ MOTOR

Foto: NEWSCOM

Objednávací kupón na předplatné časopisu Auto Data & News

Objednávám roční předplatné časopisu **Auto Data & News** v ceně 500 Kč

Objednavatel (kontaktní osoba):

Název společnosti: Ulice, č. p.: PSČ, město:

Tel. (fax): E-mail:

Počet kusů: Podpis (razítko):

Vyplněný kupón zašlete na adresu redakce: Pod Altánem 103/99, 100 00 Praha 10

Objednávku můžete vyplnit také online na adrese: www.autodatanews.cz

Objednací kupón

Toyota Dodge Ford Mazda Opel

Toyota Porte: Vzdálená a možná i blízká

Toyota představila miniautomobil Porte určený výhradně pro japonský trh. Jeho koncepce je zajímavá zcela novým přístupem k designu, který se snaží reagovat na změny ve způsobu života moderních lidí. Proto zde nalezneme řadu pozoruhodných novinek, jako jsou například elektricky ovládané posuvné dveře na straně řidiče, tedy podobný koncept jako u Peugeotu 1007. Toto, stejně jako natáčecí světlomety či pozoruhodné detaily výbavy na tomto voze nejsou pro nás tak zajímavé jako skutečnost, že Toyota Porte vznikla na upravené platformě Toyoty Yaris, tedy na stejném základě, jako automobil připravovaný k výrobě v automobilce TPCA v Kolíně.

Foto: Toyota

Dodge Viper SRT-10: Návrat a premiéra

Americký supersport Viper se ještě letos ve své nejnovější generaci a nejvýkonnější verzi vrátí na evropské trhy. K mání bude s motorem V10 8,3 l vyladěným v oddělení Street and Racing Technology (SRT) na výkon 367 kW (500 k). Předchozí generace viperů se v Evropě prodávala v letech 1993 až 2001 pod značkou Chrysler. Nyní se ale bude tento dvoumístný automobil prodávat pod značkou Dodge, která tak bude slavit evropskou premiéru. Pro specifické podmínky provozu na evropských silnicích a také podle evropské legislativy toto monstrum upravila specializovaná anglická firma Prodrive (mj. partner Subaru ve světových rallye). Ta bude dodávat díly do Detroitu, kde se budou i nadále vozy vyrábět. Konečná úprava se pak bude dělat v belgickém Zeerbrugge pod dohledem Prodrive.

Foto: Dodge

Ford Shelby GR-1: Automobilová nádhera

Při příležitosti soutěže automobilové elegance v kalifornském Pebble Beach se kromě převážně historických vozidel pravidelně objevují i překrásné kreace současných designérů. Letos fascinoval především koncept Ford Shelby GR-1, svými proporcemi a atletickými tvary se cíleně hlásící k odkazu závodních vozů Shelby Cobra Daytona z let 1964-65. Premiéry se dokonce osobně zúčastnil i legendární tvůrce originálu Carroll Shelby. Vůz, který vytvořil v Advanced Design Studiu ve městě Irvine pod vedením vicepresidenta Fordu pro design J. Mayse mladý designér George Saridakis, má za základ supersport Ford GT. Motor V10 6,4 l je zde ovšem umístěn vpředu, stejně jako u Shelbyho vozů Cobra.

Mazda Verisa: Přinesla námět k přemýšlení

Mazda představila v Japonsku další z vozů vzniklých pod firemní filosofií Zoom-zoom. Jde o atraktivní kompaktní minivan nazvaný Verisa. Pětimístný automobil vznikl na bázi vozu Mazda2 a pohání jej motor 1,5 l. Mazda Verisa je svým pojetím i formami reklamní kampaně jednoznačně produktem určeným výhradně pro japonský trh. Nicméně automobil podobného typu by japonská značka měla v brzké době představit i v Evropě.

Foto: Mazda

Opel Astra GTC: Zvyšuje přitažlivost

Na autosalonu v Paříži se představí třetí verze nové generace základní modelové řady Opelu. Tak jako oba už dříve představení sourozenci, pětidveřový hatchback a kombi Caravan, i třídveřová verze zaujme mimořádně atraktivním designem. Pozoruhodné je, jak se stylistům vedeným Friedhelmem Englerem podařilo vytvořit zcela osobitý automobil a ne jen třídveřovou verzi. Navíc přichází se zcela nově koncipovaným panoramatickým střešním oknem, dosahujícím až ke středním sloupkům karoserie. V základní nabídce bude pět zážehových a tři vznětové motory common rail. Samozřejmě i Astra GTC používá interaktivní podvozek IDS s elektronickým systémem stability jízdy ESPPlus. Na přání lze získat i špičkovou interaktivní adaptabilní podvozek IDSPlus s kontinuální změnou charakteristiky tlumičů CDC a nechybějí ani natáčející se světlomety AFL. Opel Astra GTC se vyrábí v belgickém závodě v Antverpách a do prodeje přijde na jaře 2005.

Foto: Opel

Citroën Kia Jaguar Seat

Citroën C5: Zcela nová tvář

Modernizovaná verze luxusního Citroënu C5 se na autosalonu v Paříži představí se zcela novým pojetím designu. Nová maska, novým způso-

Foto: Citroën

bem využívající loga značky ve tvaru dvojitého šípu, je hodně podobná té, která se před časem objevila u studie C-Airdream, takže zřejmě naznačuje zcela nový styl značky. K tomu faceliftovaný C5 přidává řadu technických novinek. Jednu z nich jsou natáčecí xenonové světlomety a další nová laminovaná boční skla. Významnou novinkou je rovněž použití nejnovější generace elektronického programu stability jízdy ESP. Na výběr bude šest pohonných jednotek – zážehových i vznětových common rail.

KIA Sportage II: Do ČR na začátku roku 2005

Novinka automobilky Kia Motors Corporation navazuje na předchozí, velmi úspěšnou generaci vozu SUV, který se objevil v roce 1993 a kterého se ve světě prodalo přes 560 000 kusů. Nová KIA Sportage II se poprvé oficiálně představí na autosalonu v Paříži a na našem trhu bude mít premiéru v lednu či únoru příštího roku. Čeští zákazníci budou mít na výběr dva zážehové motory 2,0 CVVT a 2,7 V6 a jeden turbodiesel 2,0 CRDi. Vidlicový šestiválec 2,7 l bude dodáván výhradně se čtyřstupňovou samočinnou převodovkou H-Matic s možností manuálního řazení. KIA Sportage II by měla být, dle stanoviska oficiálního dovozce na český trh, hlavním konkurentem kompaktních vozů Toyota RAV4 a Honda CR-V.

Foto: Kia

Seat Toledo: Třetí generace

Novinka španělské automobilky útočí podobně jako model Altea na mladší, aktivně žijící klientelu, která od automobilu současnosti požaduje nejenom vysoce působivý, sportovně laděný design, ale především maximální funkčnost, univerzálnost a bohatý vnitřní prostor. Ten je díky jednoprostorovému uspořádání karoserie a délce vozu 4,5m opravdu velkorysý (základní objem zavazadelníku 500 l). Pro nové toledo jsou připraveny celkem čtyři motory-dva zážehové 2,0 FSI/110 kW a 1,6/75 kW a dva turbodiesely 1,9 TDI/77 kW a 2,0 TDI/103 kW. Kromě manuální šestistupňové převodovky je k dispozici i šestistupňový sekvenční automat Tiptronic a šestistupňová převodovka DSG. Špičkové jízdní vlastnosti nové generace

Foto: Seat

Seatu Toledo zaručuje vysoce sofistikovaný podvozek Agile Classic se zadní víceprvkovou nápravou multi-link. Na trhu se španělská novinka objeví koncem letošního roku a její výroba bude probíhat v moderním závodě v Martorellu.

Jaguar XJ Long Wheelbase: Neskonalý komfort

Britská firma Jaguar připravila pro milovníky značky skutečný bonbonek v podobě prodloužené verze luxusního sedanu XJ. Délka vozu výrobce „nastavil“ o 125 mm na celkových 5215 mm a vytvořil tak pro posádku vozu doslova královský prostor na předních i zadních sedadlech. Hmotnost vozu, který je vybaven veškerým komfortem včetně hlasově ovládané čtyřzónové klimatizace, přitom vzrostla o pouhých 24 kilogramů. Nabídku motorů pro verzi XJ Long Wheelbase tvoří atmosferické vidlicové osmiválce 3,5 l a 4,2 l a přeplňovaný motor 4,2 V8 o výkonu 400 koní, s nímž dokáže automobil zrychlit z 0 na 100 km za neuvěřitelných 5 sekund. ←

Foto: Jaguar

Zaslechli jsme

Pro **modelový rok 2005 připravil Chrysler** vrcholnou verzi svého mon-

Foto: Chrysler

strózního sedanu 300C. S označením SRT-8 jej bude pohánět motor V8 HEMI zvětšený z 5,7 na 6,1 l a s výkonem, který vzrostl na 312 kW (425 k). Vůz byl upraven v oddělení Street and Racing Technology (SRT) a vyššímu výkonu budou odpovídat i úpravy podvozku se zesílenými závěsy a upraveným diferenciálem.

Švýcarský tuner a tvůrce originálních vozidel **Werner Rinderknecht** připravuje zcela nový automobil Rinspeed Chopster. Jeho základem bude platforma Porsche Cayenne, ale proti originálu bude mít sníženou střechu o 150 mm a karoserie bude jen třídveřová. K atraktivnímu vzhledu přijde i upravený motor s výkonem 440 kW (600 k)

a točivým momentem 800 N.m.V této podobě lze získat za 325 až 375 tisíc eur offroad schopný akcelerovat z klidu do 100 km/h za méně než 5 s a dosahovat rychlost 290 km/h.

Mazda představí na pařížském autosalonu sériovou verzi minivanu, který byl dosud vystavován jako koncept pod jménem MX Flexa. Novinka vznikla na platformě Ford C1 jako Mazda3 či Ford Focus. Jméno nástupce Mazdy Premacy zatím není známo, ale je nepravděpodobné, že to bude Mazda4, protože čtyřka je pro Japonce nešťastný číslem.

Nejvyšší šéf Volkswagenu Bernd Pischetsrieder opakovaně kritizoval koncepci luxusního automobilu VW Phaeton jako klasického sedanu, kterého se místo plánovaných 20 000 kusů od roku 2003 prodalo jen 6000. Záchranou by měl být prodej tohoto automobilu v USA a přepracování jeho karoserie do podoby spojující kombi a kupé. Nová maska připravované generace phaetonu by měla být ve stylu naznačeném studiemi Concept R a Concept C.

Od podzimu by se měla v prodeji objevit **špičková verze terénního Volkswagenu Touareg** poháněná motorem W12 6,0 l, známá z modelu Phaeton, ale zde by byla použita varianta z Audi A8 o výkonu 450 k. ←

Nová Škoda Octavia Combi

← pokračování ze **strany 1**

nápravy, palivový systém či zámky dveří. Modulová platforma také umožňuje i změny rozvoru náprav a rozchodu.

Modulovou platformu A5 jako první použily nová generace Audi A3 a Volkswagen Touran, později se k nim připojil i užitkový VW Caddy a už se představily též sportovní kombi Audi A3 Sportback a nová generace Seatu Toledo. Hlavní objem produkce ale samozřejmě představuje Volkswagen Golf V. generace a z něho odvozené varianty, které se už představily, nebo brzy představí (GTI, 4Motion, sedan, kombi, SUV, kupé-kabrio). Do konce roku 2005 by měl Volkswagen díky použití modulové platformy A5 jako první výrobce vyrobit více než 2 miliony vozů na jediné společné podvozkové plošině za rok. Celkem se má s použitím modulové platformy A5 v roce 2007 vyrábět 13 modelů čtyř značek, které se budou montovat ve 13 zemích na čtyřech kontinentech. Celkový objem jejich výroby by pak měl dosáhnout 2,4 milionu vozů.

Zanedlouho po představení Octavie Combi by se měla představit i nová varianta s pohonem všech kol. Ta by se měla svou koncepcí blížit více k tzv. crossoverům, tedy oblíbeným sportovně-terénním vozům vzniklý na bázi osobních automobilů. V roce 2006 by Škoda Auto měla představit novou generaci fabie, kterou bude o rok později následovat její velkoprostorová verze vycházející z konceptu Roomster s vysokou střechou. O tom, zda se po roce 2007 představí nová generace reprezentačního modelu Superb zřejmě ještě není definitivně rozhodnuto, stejně jako o tom, zda značku Škoda neponese levný model připravovaný ve Wolfsburgu na bázi brazilského Volkswagenu Fox. ←

↓ ZADNÍ PARTIE NOVÉ ŠKODY OCTAVIA COMBI MÁ ELEGANTNÍ LINIE

Bilance Škody Auto za první pololetí 2004

U příležitosti novinářské prezentace nových vozů Fabia a Superb pro modelový rok 2005 prezentoval předseda představenstva společnosti Škoda Auto Vratislav Kulhánek hospodářské výsledky a hlavní ekonomické ukazatele mladoboleslavské automobilky za první pololetí letošního roku.

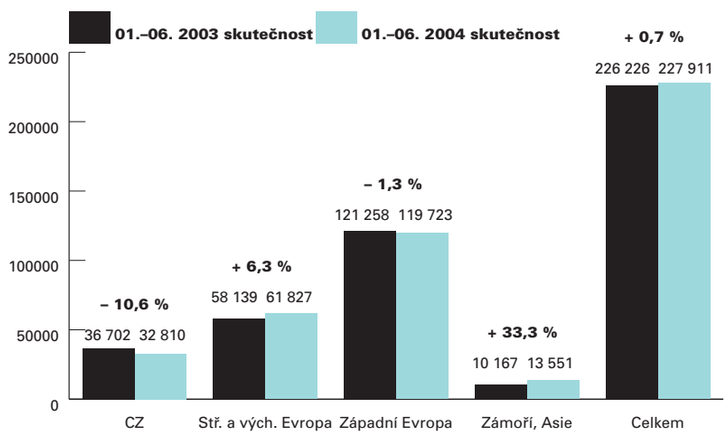
Hlavní ekonomické ukazatele

Dodávky na zákazníky	227,9 tis. vozů	+ 0,7 %
Tržby celkem	78 921 mil. Kč	+ 3,7 %
Výsledek hosp. před zdaněním	2 254 mil. Kč	+ 53,9 %
Netto likvidita	9 090 mil. Kč	+ 423,8 %
Počet zaměstnanců	23,1 tis. osob	- 1,7 %

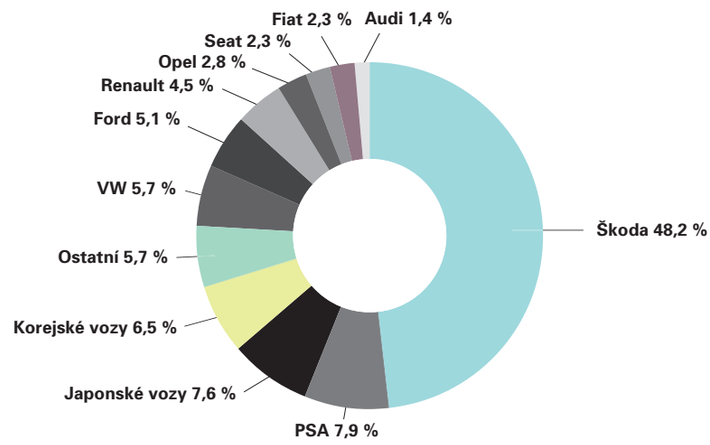
(včetně zapůjčeného pers.)

Nejprodávanější modelovou řadou zůstává i nadále Fabia s odbytem 132 365 vozů, následuje modelová řada Octavia s 81 226 prodanými vozy. Pro Škodu Superb se rozhodlo 10 424 zákazníků. Nová Škoda Octavia byla uvedena na trh koncem května a za první měsíc se jí prodalo 3 896 kusů. ←

Dodávky zákazníkům



Podíl na trhu ČR v období 01–06. 2004



Rekordní Nissan

AUTOMOBILKA NISSAN MOTOR CO., LTD. ZAZNAMENALA V PRVNÍM POLOLETÍ LETOŠNÍHO ROKU REKORDNÍ VÝSLEDKY VE VÝROBĚ, PRODEJI A EXPORTU.

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA & NEWS

Nissan vyrobil v první polovině letošního roku 1 606 404 automobilů a ve srovnání se stejným obdobím loňského roku navýšil produkci o 11,9 %. Jedná se o rekordní půlroční výsledek v celé historii automobilky. Japonská společnost zároveň zvýšila výrobu svých vozidel v Japonsku, v Evropě a Severní Americe.

Na růstu produkce Nissanu se nejvíce podílely zámořské závody (862 712 vozů, +23,1 %). Ve Spojených státech výroba dokonce stoupla o 70,7 % na 365 091 vozů, a to díky zvýšené poptávce po modelech Altima, Quest a Titan. Dobré prodeje evropských modelů zvýšily také výrobu ve Španělsku (68 861 vozů, +15,2 %) a v britském Sunderlandu (172 185 vozů, +2,2 %). Domácí výroba Nissanu stoupla o 1,2 % na 743 692 vozů.

Prodej vozů Nissan na japonském trhu naopak v první polovině roku mírně poklesl, a to o 5 % (391 708 vozů) v porovnání s loňským pololetím. Příčinou byl slabší odbyt modelů March a Teana. Podíl Nissanu na domácím trhu tak lehce poklesl na 19,3 %. Při započtení minivozů (do 600 cm³) ovšem celkový prodejní výsledek Nissanu zaznamenal pozitivní meziroční růst o 1,3 % (434 779 prodaných automobilů). V USA stouply celkové prodeje automobilky Nissan Motor Co., Ltd. o 25,5 % na 472 785 vozů, což je nový pololetní rekord. Samotná značka Nissan si připsala nárůst 27,8 %. Největší podíl na tom měly modely Altima, Quest a Titan. V USA posílila také značka Infiniti, a to o 12,2 % na 62 310 prodaných vozů. Evropské prodeje vystoupaly o 6,6 % (285 164 vozů) – především zásluhou modelů Micra a X-TRAIL.

Na českém trhu se v prvním pololetí 2004 prodalo 1480 vozů značky Nissan, což představuje nárůst 5 % v porovnání s loňským rokem. Nejprodávanějším modelem zůstává i nadále Nissan Almera (520 vozů), následován kompaktem Micra (343 vozů) Velmi dobré výsledky má i Nissan Pick-Up s tržním podílem 63 % v segmentu pikapů 4x4 (143 vozů) a model X-TRAIL, který po své modernizaci a zavedení nového motoru 2,2 dCi zaznamenal nárůst prodeje o 51 % (139 vozů). ←

↑ ZA ÚSPĚCHY ZNAČKY NISSAN STOJÍ FENOMENÁLNÍ CARLOS GHOSN

↓ NISSAN MURANO SE NA ČESKÉM TRHU OBJEVÍ NA ZAČÁTKU PŘÍŠTÍHO ROKU

↓ ZÁVOD NISSANU V BRITSKÉM SUNDERLANDU PATŘÍ MEZI TOVÁRNY S NEJVYŠŠÍ PRODUKTIVITOU NA SVĚTĚ

Škoda Octavia ve finále

SOUTĚŽ O NEJLEPŠÍ AUTOMOBILOVOU REKLAMU, KTEROU VYHLAŠUJÍ AUTOMOTIVE NEWS EUROPE, JIŽ ZNÁ VŠECH PATNÁCT FINALISTŮ.

Soutěž probíhá v pěti kategoriích – International TV, National TV, Multimedia, Print, Outdoor a v letošním roce se do ní přihlásilo téměř tři sta reklamních agentur z celého světa. V kategorii mezinárodních reklamních spotů se mezi tři nejlepší dostala pražská pobočka agentury Cayenne Communications s reklamou „Hard Test“, natočenou v loňském roce v Lisabonu a propagující nevšedním způsoben kvalitu a trvanlivost vozu Škoda Octavia. Tuto reklamu známe i z českých televizních stanic: zákazník na showroomu značky Škoda testuje kopanci před udivenými prodejci odolnost interiéru vozu a následně s ním přijíždí domů, kde již je očekáván svými notně agresivními potomky. Konečné výsledky soutěže a vítězové jednotlivých kategorií budou vyhlášeni na slavnostním večeru u příležitosti zahájení letošního autosalonu v Paříži. Spotu od agentury Cayenne Communication konkurují dvě reklamy na vozy Peugeot 607 a 407. ←

Česká republika je stále přitažlivá

← pokračování ze **strany 1**

získat podobně rozsáhlou investici?

Je třeba si uvědomit, že o získání investice tohoto typu rozhoduje celá řada faktorů. My jsme upozorňovali na to, že jsme v případě Hyundaie museli odolat tlaku na příslib nadstandardních investičních pobídek, které by byly nad rámec českých zákonů i pravidel EU a navíc v objemu, kdy by už tato investice nebyla pro Česko rentabilní. I když tomu mnozí nevěřili, smlouvy, které nedávno zveřejnilo slovenské ministerstvo hospodářství, jasně ukazují, pod jakým tlakem byly země, které o tuto investici soupeřily. Proto si také myslím, že jeden příklad, byť takto rozsáhlé investice, vůbec neznamená, že Česká republika by ztrácela svou schopnost lákat přímé zahraniční investice (PZI). Stále patříme k zemím s nejvyšším objemem PZI na jednoho obyvatele, navíc jsme velmi úspěšní v lákání technologicky vyspělých projektů s vysokou přidanou hodnotou a projektů s vyššími nároky na kvalifikovanou pracovní sílu. V tom nám zatím okolní země nemohou příliš konkurovat, a proto je velmi pravděpodobné, že se nám ještě nejeden velký investiční projekt podaří získat. Nemusí se ale jednat o automobilový průmysl – například pro průmyslovou zónu Triangle, kterou jsme nabízeli firmě Hyundai, připadá v úvahu také oblast mikroeletroniky nebo letectví.

> Stále patříme k zemím s nejvyšším objemem PZI na jednoho obyvatele…

Představitelé českých firem automobilového průmyslu si často stěžují na obtížnost získat technicky vzdělané pracovníky, především průmyslováky a vysokoškoláky. Setkáváte se s podobným problémem a nenaznačuje to snižování šancí ČR při jednání o významnějších investicích v blízké budoucnosti?

Nedostatek technicky vzdělaných lidí je problémem celé Evropy. Řešení jsou pouze dlouhodobá – podpora technického školství, podpora spolupráce průmyslu se středními i vysokými školami, podpora zakládání soukromých škol, ve kterých by podniky měly své odborníky apod. Často se také upozorňuje na to, že máme málo absolventů technických univerzit a v této souvislosti bych rád dodal, že problém je spíš v tom, přilákat je do oborů, kde skutečně chybí. Mnozí absolventi technických škol totiž raději přijmou místo v jiném oboru nebo třeba i ve státní správě prostě proto, že se o nabídce kvalitních pracovních míst v oboru nedozvěděli nebo jim připadala málo atraktivní či nepříliš dobře ohodnocená. My se nyní snažíme ukazovat, že u velkých zahraničních společností, které jsou technologickými leadery na trhu, je značná nabídka kvalitních a dobře placených míst pro technicky vzdělané odborníky.

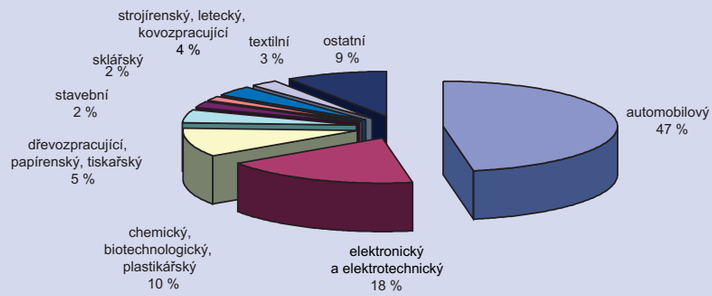
Zájem velkých investorů se logicky začíná přesouvat více na východ. Přesto se Slovensku i nadále daří získávat pozoruhodné projekty v oblasti automobilového průmyslu. V čem vidíte největší problém České republiky v porovnání se Slovenskem při jednání s významnými investory?

U největších projektů je pro investory nejdůležitější své náklady maximálně snižovat a zde máme právě v porovnání se Slovenskem určitý handicap – ať už v oblasti daňového zatížení či nákladů na pracovní sílu. Jak už ale zaznělo v odpovědi na vaši první otázku, naším cílem už není lákat pouze jednoduchou výrobu, ale především technologická centra a strategické služby. Tam, kde naše pracovní síla nemůže konkurovat nízkou cenou, konkuruje kvalitou – a přitom je pro investory stále výhodnější najít a zaplatit odborníky u nás než u sebe doma. Slovensko je nyní na cestě, kterou jsme my prošli před několika lety. Trendem poslední doby u nás nyní je, že společnosti, které u nás dříve investovaly v oblasti výroby, přicházejí také s investicí do výzkumu a vývoje, opravárenského centra nebo střediska zákaznické podpory. Inspirují tak další firmy a celková přidaná hodnota investic u nás roste. Česká republika tak má velký potenciál stát se v budoucnu technologickým a znalostním centrem Evropy.

Myslíte si, že je skutečně reálné, aby z investic do automobilového průmyslu na Slovensku těžili také čeští dodavatelé?

Ano, je to reálné. Jedná se o jeden automobilový prostor. Kromě toho, že pozorujeme velký zájem českých dodavatelů o získání těchto zakázek, což je pochopitelné, už také máme indicie, že Hyundai/Kia s mnoha českými dodavateli již vyjednává. Obdobná situace je u PSA, které staví závod v Trenčíně. Vedle firem Hyundai/Kia a PSA zvyšuje podíl lokálních dodavatelů také společnost VW Slovakia, která z České republiky tradičně odebírá komponenty za desítky milionů korun. Výhodou České republiky je i to, že zde působí mnoho světových prvořadých dodavatelů, které už i nově příchozí automobilky dobře znají a na něž se potom i se svými novými projekty obracejí. Zvyšování odběrů od těchto dodavatelů pak zvyšuje také šance českých dodavatelů. ←

Objem investic zprostředkovaných CzechInvestem v jednotlivých sektorech



Největší zahraniční investoři z oblasti automobilového průmyslu v ČR

Investor	Země žadatele	Investice (mil. CZK)	Rok oznámení	Místo
Toyota/PSA	Japonsko/Francie	29 787,61	2002	Kolín
Škoda Auto-VW	Německo	18 996,00	1998	Mladá Boleslav
Nemak	Mexiko	11 361,00	2000	Havraň
Denso	Japonsko	9 575,00	2001	Liberec
Bosch Diesel	Německo	8 507,00	2000	Jihlava
VDO Česká republika	Německo	6 271,00	2002	Brandýs n. Labem
Koito	Japonsko	2 634,00	2001	Žatec
Continental Teves	Německo	2 181,00	2000	Jičín
Autopal	USA	2 003,02	1999	Nový Jičín
Metalprogres	Francie	1 914,10	2001	Strakonice
Valeo Autoklimatizace	Francie	1 913,00	2001	Rakovník
Zexel Valeo	Japonsko	1 868,80	2002	Humpolec
Ronal	Lucembursko	1 807,00	2000	Jičín, Pardubice

Oznámené projekty celkem	**302**
Počet nových, dlouhodobě vytvořených pracovních míst	**78 037**
Předpokládaná výše investice (mil. USD)	**9 550,98**
Předpokládaná výše investice (mil. CZK)	**325 706,22**

	počet firem	Výše investice (mil. USD)	Výše investice (mil. CZK)
automobilový	104	4 417,590	153 415,582
elektronický a elektrotechnický	50	1 829,586	59 924,926
chemický, biotechnologický, plastikářský	29	973,818	33594,265
dřevozpracující, papírenský, tiskařský	13	449,17	15071,541
stavební	9	224,967	7 720,160
sklářský	5	148,913	5 392,310
strojírenský, letecký, kovozpracující	32	341,821	11707,4783
textilní	14	251,659	8 233,689
ostatní	46	913,452	30 646,266
CELKEM	**302**	**9 550,975**	**325 706,218**

Výrobu spustíme začátkem příštího roku

TOVÁRNA TPCA V PRŮMYSLOVÉ ZÓNĚ KOLÍNOVČÁRNY JE JEDNOU Z NEJVĚTŠÍCH ZAHRANIČNÍCH INVESTIC NA ÚZEMÍ ČESKÉ REPUBLIKY. V SOUČASNÉ DOBĚ V NÍ PROBÍHAJÍ HOREČNÉ PŘÍPRAVY NA SPUŠTĚNÍ SÉRIOVÉ PRODUKCE MALÝCH VOZŮ ZNAČEK TOYOTA, PEUGEOT A CITROËN. O AKTUÁLNÍ SITUACI V TPCA JSME HOVOŘILI S PREZIDENTEM ZÁVODU MATASAKEM ENOMOTEM.

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA & NEWS

V jaké stádiu se nachází výstavba závodu a příprava technologií pro sériovou výrobu?

Výstavba závodu je prakticky v konečné fázi. Montážní linku, lakovnu a stanoviště kontroly kvality jsme dokončili v červenci a teď finišujeme na svařovně a lisovně tak, abychom mohli co nejrychleji zahájit zkoušky technologií a zkušební výrobu. Ten bude probíhat až do konce roku a krátce po něm již bude následovat ostrá sériová produkce. Současně s poslední fází příprav se dokončují i přípravy u subdodavatelských fitrem, z nichž některé sousedí přímo s areálem TCPA.

Příprava výroby není pravděpodobně jednoduchou záležitostí.

To máte úplně pravdu. Jedná se o poměrně složitou problematiku a vše závisí na dvou hlavních faktorech – strojích a lidech. Vše musí dokonale fungovat, včetně logistiky. Navíc se jedná o vůz zcela nové koncepce, s nímž nemá ani jedna ze tří zúčastněných automobilek žádné výrobní zkušenosti. Jak jistě víte, za přípravu výroby a její kvalitu je odpovědná značka Toyota. To je pro mě velmi zavazující, neboť právě spojení značky Toyota a vynikající kvality produkce je dnes uznávaným, celosvětovým pojmem. Proto také používáme v Kolíně ty nejmodernější výrobní technologie a systém práce TPS – Toyota Production System, jehož součástí je i filozofie Jidoka, která každému pracovníkovi umožňuje kdykoli zastavit montážní linku v případě, když není dodržena požadovaná kvalita jednotlivého komponentu nebo montáže.

Kolik pracovníků bude zaměstnáno v TPCA a jak probíhal jejich výcvik pro tak náročnou výrobu?

Plánujeme, že v konečné fázi náběhu výroby, kdy se roční kapacita závodu TPCA přiblíží hranici 300 000 vozů, budeme mít takřka 3000 zaměstnanců. Výcvik našich zaměstnanců probíhal nejen zde v Kolíně, ale také v ostatních továrnách Toyoty v Evropě a v Japonsku. Bohaté zkušenosti získali naši zaměstnanci zejména ve francouzské továrně ve Valenciennes, kde se vyrábějí malé vozy Toyota Yaris a kde jsou výrobní technologie velmi podobné těm, které máme zde v Kolíně.

Proč se vlastně automobilky Toyota a PSA pustily do projektu malého automobilu?

Hlavním důvodem jsou zejména stále přísnější emisní limity CO_2. Bez vozu, jakým je náš B-Zero, bychom je na konci tohoto desetiletí plnili velmi těžko. Projektu minivozu dala zelenou i současná situace na evropských automobilových trzích, kde se rozvíjí právě tento automobilový segment malých městských kompaktů.

Platí původní představa, že na každou značku připadne zhruba třetina produkce kolínského závodu?

To samozřejmě platí, i když podle momentální poptávky se mohou tato čísla lehce přelévat ve prospěch jedné, či dvou značek. Rozdíly v celkové produkci vozů Toyota, Peugeot a Citroën ovšem budou minimální.

Jaká část produkce připadne na region střední a východní Evropy včetně České republiky?

To ještě nevíme. Určitým vodítkem by mohl být poměr objemu trhu střední a východní Evropy oproti západoevropskému trhu.

Jak nový vůz z Kolína vlastně vypadá a kdy se poprvé objeví na veřejnosti?

V současnosti na trhu podobný automobil neexistuje. I přes minimální rozměry má velmi pohodlný a prostorný interiér, atraktivní design a bezpečnou konstrukci. Navíc je velmi originální a kvalitní. Důležité je i to, že vozy mají vlastní firemní identitu. Mnozí zákazníci na první pohled ani nepoznají, že se jedná o automobily vyráběné stejnou technologií a na stejné montážní lince. Termín světové premiéry vozu se blíží, kdy jej však poprvé spatří světová veřejnost, to zatím nemohu prozradit. ←

↓ BUDE SE NOVÝ VŮZ Z KOLÍNA VÝRAZNĚ LIŠIT OD NOVÉ TOYOTY PORTE?

Foto: Toyota

Autosalon Paříž 2004

Tiskové dny:

Čtvrtek 23. a pátek 24. září, otevřeno 9.00 až 19.00

Pro veřejnost:

Sobota 25. září až 10. října, otevřeno 10.00 až 22.00
vstupné 10 eur, pro skupiny (nad 15 osob) 8 eur, děti do 7 let zdarma

Předběžný přehled tiskových konferencí:

23. září

hala 1

Citroën	9:00
Peugeot	9:30
PSA Peugeot Citroën	10:00
Ford	10:30
Volvo	10:45
Aston Martin	11:00
Mazda	11:15
Jaguar	11:30
Mercedes-Benz	11:45
Smart	12:00
Chrysler/Jeep	12:15
General Motors	12:30
BMW	12:45
Mini	13:00
Nissan	13:15
Rolls-Royce	13:30
Fiat	13:45
Lancia	14:00
Alfa Romeo	14:15
Pininfarina	14:30
Ferrari/Maserati	14:45

hala 4

Volkswagen	15:00
Toyota	15:15
Lexus	15:30
Audi	15:45
Seat	16:00
Škoda	16:15
Lamborghini	16:30
Bentley	16:45
Bugatti	17:00

hala 3

Honda	16:30
Subaru	16:45
Suzuki	17:00
Venturi	17:15
Mitsubishi	17:30
Kia	17:45

24. září

hala 1

Valeo	9:00
Delphi	10:30
Michelin	14:00

hala 3

MG Rover	9:30
Denso	11:00

hala 4

Laraki	11:15

Přehled pavilonů:

hala 1
Osobní automobily

hala 2/1
Palubní elektronika, vybavení a příslušenství, servis

hala 2/2
Média, alternativní energie, servis

hala 3
Osobní automobily

hala 4
Osobní automobily, minivozítka, vybavení a příslušenství, servis

hala 5/1 a 5/2
Lehká užitková vozidla, nástavby pro LUV, vybavení a příslušenství

hala 7/1
Doprovodný program

hala 7/2
Závodní automobily, vybavení a příslušenství, výcviková střediska, obchody

hala 7/3
Ojetiny

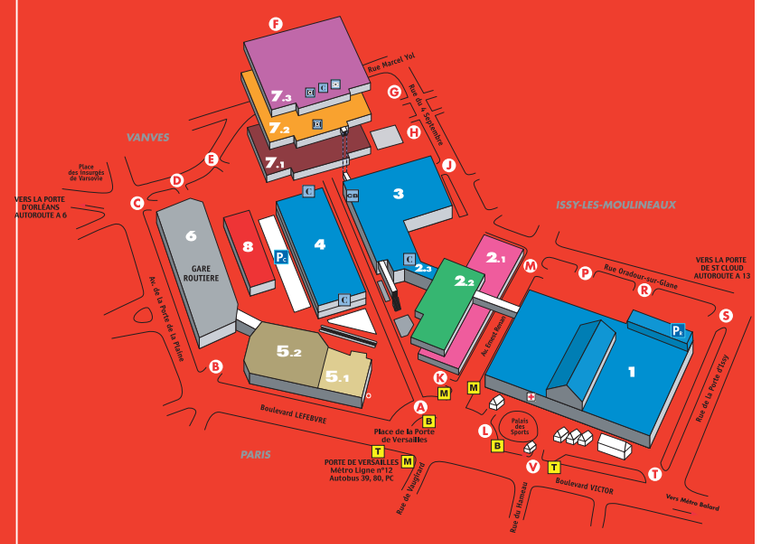
hala 8
Speciální výstava: Automobily v komiksech

Neměli byste přehlédnout

hala 1
Alfa Romeo 147 4x4
Aston Martin DBR9
BMW řada 1 a M5
Citroën C4, facelift C5, minivan na bázi C2, C3 Stop&Start
Ford Focus II. generace
Chrysler 300C Touring a Dodge Viper
Prodrive
Land Rover Discovery 3
Mazda minivan
Mercedes-Benz třídy A, GST
Opel Astra GTC a Astra Caravan
Peugeot 1007 a facelift 607
Pininfarina Enjoy
Renault Modus, facelift Twingo a Laguna, Mégane Trophy, Dacia Logan
Volvo XC90 V8

hala 3
Daewoo/Chevrolet Matiz nové generace, SUV
Honda FR-V, facelift CR-V
Hyundai Coupé, facelifty Terracan a Santa Fé
Kia Sportage
Lada Kalina 1119 a Chevrolet Niva 2170
Mitsubishi Colt CZ3/CZT, Grandis, Outlander Turbo
MG Rover facelift 25/ZR
SsangYong Rodius
Subaru Forester facelift
Venturi Fetish

hala 4
Audi A3 Sportback
Porsche 911, Cayenne Targa a Clubsport
Seat Toledo
Škoda Octavia Combi
Volkswagen Golf 4Motion a Sport



Proč chce Renault Dacii Logan?

S DACIÍ LOGAN SE RENAULT POKOUŠÍ NAJÍT CESTU NA NOVÉ TRHY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Od 90. let nenacházejí automobilky prostor pro další růst. Přitom 80 % světové populace nemá dostatek prostředků na koupi nového automobilu. Pokud tedy chtěl prezident Renaultu Louis Schweitzer vyplnit svůj sen z roku 1995 o dosažení výroby 4 milionů automobilů v roce 2010, pak musel najít nové regiony s hospodářským růstem, stejně jako způsob výroby automobilu dosažitelného pro jejich obyvatele. To ovšem bylo spojeno s řadou problémů - počínaje klimatickými podmínkami přes špatnou dostupnost pro pravidelné dodávky velkého množství dílů až po jazykové bariéry.

Zatímco většina automobilek se snaží vyhledávat nové trhy, aby využila své stávající výrobní kapacity v západní Evropě, Renault zamířil na východ. „Kdo by proboha chtěl něco vyrábět v západní Evropě. Kdo by tam chtěl někoho zaměstnávat?“ ptá se analytik banky Credit Suisse First Boston Harald Hendrikse. Největší pozornost se soustřeďuje na Čínu a Indii, ale jak upozorňuje například agentura Just auto, bylo by chybou podceňovat potenciál východní Evropy.

V roce 1998 se zrodil plán výroby moderního, robustního a spolehlivého automobilu se základní cenou 5000 eur. Druhá fáze projektu začala v roce 1999, kdy Renault převzal rumunskou automobilku Dacia s jejím výrobním závodem Mioveni v Pitešti na jihu Rumunska. Tam získal dělníky, kteří za 150 eur měsíčně vykonávají práce, které jinde už dělají roboty. Jejich mzda je ještě mnohem nižší, než v nejvyhledávanějších oblastech tohoto regionu, tedy na Slovensku a v České republice. Během pěti let byl výrobní závod zmodernizován a byly zavedeny výrobní a organizační postupy běžné v závodech Renaultu.

Parametry nového vozu byly definovány na podzim 1999 a jeho vývoje se ujali technici v Technocentre Renaultu nedaleko Paříže. Mělo jít o vůz s tříprostorovou karoserií, rozměrným zavazadlovým prostorem a místem pro pět dospělých cestujících. Jeho konzervativní design navrhl skotský designér Ken Melville s tím, že umožňuje i vznik dalších karosářských variant. Při vývoji vozu se technici museli potýkat i s neobvyklými problémy, jako jsou značně rozdílné klimatické podmínky, ve kterých se budou auta provozovat - od extrémních zim v Rusku, s teplotami běžně kolem –30 °C, až po extrémní horka v saharských státech či značně rozdílná kvalita dostupného benzinu.

Pro zásobování náhradními díly pro všechny trhy byl vybudován centrální sklad nedaleko výrobního závodu ve městě Bradu. Logan se bude ve střední Evropě, Turecku, severní Africe a Středním východě prodávat se značkou Dacia pro odlišení od produkce Renaultu. Na trzích, jako je Rusko či Írán, bude v získávání nových zákazníků pomáhat použití značky Renault.

Podle šéfa výroby Gérarda Detourbeta je dnes závod Mioveni vybaven tak, že by mohl vyrábět i modely Mégane a Clio pro západní Evropu. Pokud se ovšem projekt „auta za 5000 eur“ Renaultu podaří, pak se objeví nový problém – jak uhájit drahou výrobu nových vozů ve Francii či ve Španělsku. Samozřejmě věc není tak jednoduchá. Při volbě místa výroby zdaleka nerozhodují jen ekonomická hlediska, ale svou významnou roli hraje i politika a pověst značky. ←

Logan půjde do světa

SMYSLEM VÝROBY AUTOMOBILŮ JE DOSAHOVAT ZISKU. MŮŽE SE TO PODAŘIT I V PŘÍPADĚ DACIE LOGAN?

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Klíčovou otázkou celého projektu X-90 je, zda bude přinášet Renaultu zisk.

Foto: Renault

↑ VÝROBA V RUMUNSKÉM ZÁVODĚ DACIE V PITEŠTI

Renault vyšel z toho, že je levnější redukovat výrobní náklady pro moderní platformu namísto modernizace staré. Proto byla za základ vozu zvolena platforma typu B, kterou společně sdílejí vozy Renault a Nissan, a která byla od počátku projektována tak, aby šetřila výrobní náklady. Vyrábí se ve společném podniku ACI (Auto Chassis International), jehož pobočka byla otevřena i v Rumunsku. Použití digitálního designu s virtuálním zobrazením namísto výroby prototypů zase podstatně zlevnilo vývoj nového vozu.

Zatímco výstavba nové továrny by přišla na miliardu eur, rekonstrukce závodu v Pitešti si vyžádala jen 200 milionů. Výhodou zde jsou nízké mzdy, ale největší úspory se prý podařilo dosáhnout zlevněním subdodávek. Další úspory by měly přinést dodávky komponent přímo na objednávku s minimálními skladovými zásobami. „Víme, že skutečně dokážeme vyrábět automobil za jen o něco málo více než 3000 eur,“ tvrdí výrobní šéf Renaultu Pierre-Alain de Smedt.

Podle analytiků je projekt postaven na reálném základě. „Je to velmi dobře promyšlený projekt. Bude konkurovat cenou ojetým automobilům, což mu umožní dosáhnout dramaticky velké objemy prodeje,“ tvrdí Nigel Griffiths z Global Insight Automotive. Max Warburton, analytik společnosti Goldman Sachs ale varuje: „Pokud předpokládáme, že investovali 1,2 miliardy eur a zisk z prodaného vozu bude jen 300 eur, pak jej musejí během jeho životního cyklu prodat přes 4 miliony kusů, aby pokryli náklady. To znamená dosáhnout prodej 700 000 vozů po dobu šesti let.“ K dosažení tohoto objemu produkce se bude muset Logan vyrábět nejen v Rumunsku, ale i jinde.

Renault investoval 230 milionů eur do společného podniku Autoframos s magistrátem města Moskva na základě smlouvy, kterou uzavřeli prezident Renaultu Louis Schweitzer a starosta Moskvy Jurij Lužkov. V Rusku by se mělo zprvu vyrábět 60 000 vozů ročně. Výroba zde začne od jara 2005. Výrobní závod v marocké Somace byl upraven za 22 milionů eur a nyní má výrobní kapacitu 30 000 vozů ročně. V kolumbijském Medellinu se za 16 milionů eur přebudovává výrobní linka, ze které bude sjíždět 44 000 vozů ročně.

V Íránu Renault vytvořil společný podnik Renault Pars, kde za 300 milionů eur staví výrobní závod s kapacitou 300 000 vozů ročně. Podobně jako závody v Rusku a Maroku, i v Íránu půjde o montážní závod, kde se vozy budou sestavovat z dílů vyráběných v rumunském Pitešti.

Nedávno prezident Renaultu Louis Schweitzer v Číně oznámil, že se připravuje nový společný podnik se společností Dongfeng Motor. V jeho rámci se má od roku 2006 má vyrábět ročně 300 000 osobních automobilů – nejprve modelu Mégane Sedan a posléze i modelu Logan.

V jednání o možné výrobě vozu Logan jsou stále ještě další země v Latinské Americe a Indie. ←

Fiat Palio neuspěl

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

O podobný projekt automobilu určeného pro rozvíjející se trhy s omezenou kupní schopností se svým „světovým autem“ pokusil Fiat. Fiat Palio se představil v roce 1996 a postupně se jeho výroba rozšířila do Brazílie, Argentiny a Polska. Nikdy se ale nepodařilo dosáhnout plánovaného prodeje přes milion vozů ročně.

Fiat se už od samého počátku dopustil několika chyb. Především se, na rozdíl od Renaultu, nesoustřeďoval na dosažení maximálních úspor už od vývoje přes design až po výrobu. Vývoj a výroba Palia byly proto příliš drahé. Navíc byl zvolen nezajímavý design, a zde se Fiat dopustil největší chyby, protože podle evropského vzoru vsadil hlavně na hatchbacky. Přitom zákazníci v zemích, pro které bylo Palio určeno především, dávají kupující jednoznačně přednost klasickým sedanům s tříprostorovou karoserií. ←

Foto: Fiat

↑ FIAT PALIO FIRE

Struktura automobilového

GENERAL MOTORS

vlastní značky:
Buick
Cadillac
GMC
Hummer
Chevrolet
Pontiac
Saturn

vlastněné podíly automobilek:
Holden 100 %
Opel 100 %
Saab 100 %
Vauxhall 100 %
SAIC-GM 50,0 %
SAIC GM Wuling 34,0 %
Jinbei GM 25,0 %
Shanghai GM 25,0 %
Fuji Heavy 20,0 %
Suzuki 20,0 %
Isuzu 12,2 %
Fiat Auto 10,0 %
GM Daewoo 44,6 %

spolupráce a partneři ve společných podnicích:
American General (Hummer)
AvtoVAZ
Bertone
FAW
Fuji Heavy
Heuliez
Honda
Isuzu
Jinbei GM
Lotus
Magna Steyr
Renault
SAIC-GM-Wuling
Shanghai GM
Suzuki (CAMI)
Toyota (NUMMI)

TOYOTA MOTOR COMPANY

vlastní značky:
Toyota
Lexus
Scion

vlastněné podíly automobilek:
Daihatsu 51,1 %
Perodua 41,0 %
Tianjin FAW Toyota 50,0 %
TPCA 50,0 %
Sichuan Toyota 45,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
FAW Huali Tianjin
GM (NUMMI)
Guaghzhou
Changchun FAW Fengye
PSA (TPCA)
Tianjin FAW Xiali
Tianjin Xiali

FORD MOTOR

vlastní značky:
Ford
Lincoln
Mercury

vlastněné podíly automobilek:
Aston Martin* 100 %
Jaguar* 100 %
Land Rover* 100 %
Volvo* 100 %
(* Premier Automotive Group)
Chang`An Ford 50,0 %
Mazda 33,4 %
Jiangling 30,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
BMW
Mazda (Auto Alliance)
Otosan
Pininfarina
PSA
Rover
Volkswagen

VOLKSWAGEN

vlastní značka:
Volkswagen

vlastněné podíly automobilek:
Bentley 100 %
Bugatti 100 %
Seat 100 %
Škoda 100 %
Audi 99,1 %
Lamborghini 100 %
Shanghai VW 50,0 %
FAW-VW 40,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
DaimlerChrysler
FAW
Ford
Porsche
SAIC

DAIMLERCHRYSLER

vlastní značka:
–

vlastněné podíly automobilek:
Daimler-Benz (Mercedes-Benz) 100 %
Chrysler group*/** 100 %
(* Chrysler, Dodge)
(** Jeep 100 %)
AMG 100 %
Maybach 100 %
MCC (smart) 100 %
NedCar 50,0 %
Beijing Jeep 42,0 %
McLaren 40,0 %
Mitsubishi 37,1 %
Hyundai 10,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Beijing Automotive
BMW
Karmann
Magna Steyr
McLaren
Mitsubishi Motor
Ssangyong

PSA/PEUGEOT CITROËN

vlastní značky:
Citroën
Peugeot

vlastněné podíly automobilek:
TPCA 50,0 %
Dongfeng- Citroën 32,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
BMW
Dongfeng
Fiat
Ford
Pininfarina
Renault
Toyota (TPCA)

HYUNDAI MOTOR COMPANY

vlastní značka:
Hyundai

vlastněné podíly automobilek:
Kia Motors 60,0 %
Dongfeng Yueda Kia 50,0 %
Beijing Hyundai 50,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Dongfeng
MG Rover

HONDA MOTOR COMPANY

vlastní značky:
Honda
Acura

vlastněné podíly automobilek:
Honda China 65,0 %
Dongfeng Honda 50,0 %
Gunghzhou Honda 50,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Dongfeng
GM
Guangzhou

NISSAN MOTOR COMPANY

vlastní značky:
Nissan
Infiniti

vlastněné podíly automobilek:
Dongfeng Motor 50,0 %
Zhengzhou Nissan 30,0 %
Yulon 25,0 %
Renault 15,0 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Dongfeng
Renault

RENAULT

vlastní značka:
Renault

vlastněné podíly automobilek:
Dacia 92,7 %
Samsung 70,1 %
Avtoframos 50,0 %
Nissan Motor 44,4 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Fiat
GM
Isuzu
Nissan
Oyak
PSA

FIAT

vlastní značka:
–

vlastněné podíly automobilek:
Fiat Auto 90,0 %
Alfa Romeo 100 %
Fiat 100 %
Lancia 100 %
Ferrari 56,0 %
Maserati 100 %
Nanjing Fiat 50,0 %
GM 5,1 %

spolupráce a partněři ve společných podnicích:
GM
Maggiora
Pininfarina
PSA

průmyslu ve světě

Renault
Suzuki
Tofas
Yuejin

SUZUKI

vlastní značka:
Suzuki
vlastněné podíly automobilek:
Magyar Suzuki 97,5 %
Maruti Udyong 54,0 %
Jiangxi Changhe Suzuki 39,0 %
Chang`an Suzuki 35,0 %
Fuji Heavy 1,8 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Fiat
Fuji Heavy
GM (CAMI)

MITSUBISHI MOTORS

vlastní značka:
Mitsubishi
vlastněné podíly automobilek:
NedCar 50,0 %
Hunan Changfeng 20,0 %
Proton 8,0 %
Hyundai 1,8 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Beijing Automotive
DaimlerChrysler
Hunan
Hyundai Motor
Pininfarina

BMW GROUP

vlastní značky:
BMW
Mini
vlastněné podíly automobilek:
Rolls-Royce 100 %
BMW Brilliance 50,0 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
DaimlerChrysler
China Brilliance
Land Rover
Magna Steyr
PSA

MAZDA MOTOR CORPORATION

vlastní značka:
Mazda
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
FAW Car
FAW Hainan
Ford (Auto Alliance)
Suzuki

SAIC (SHANGHAI AUTOMOTIVE INDUSTRY CO.)

vlastní značka:
Sail
vlastněné podíly automobilek:
SAIC GM 50,0 %
Shanghai VW 40,0 %
SAIC-GM 50,0 %
SAIC GM Wuling 50 %
Jinbei GM 25 %
Shanghai GM 25 %
MG Rover (v jednání)
Ssangyng (v jednání)
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
GM
GM Daewoo
Volkswagen
MG Rover

FAW (FIRST AUTOMOBILE WORKS)

vlastní značka:
Hong Či (Rudá vlajka)
vlastněné podíly automobilek:
Changchun FAW Fengye 100 %
FAW Huali Tianjin 75,0 %
FAW Cars 64,0 %
FAW-VW 60,0 %
FAW Hainan 49 %
Tianjin FAW Toyota 2 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Daihatsu
GM
Mazda
Toyota
Volkswagen

AVTOVAZ

vlastní značky:
Lada
Chevrolet
Oka
VAZ
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
GM
SeAZ

FUJI HEAVY INDUSTRIES

vlastní značka:
Subaru
vlastněné podíly automobilek:
Suzuki 1,0 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Isuzu
Suzuki

ISUZU

vlastní značka:
Isuzu
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Fuji Heavy
GM
Renault

DONGFENG MOTOR

vlastní značky:
Dongfeng
Fukang
vlastněné podíly automobilek:
Dongfeng Liuzhou 100 %
Dongfeng Honda 50,0 %
Dongfeng Citroën 32,0 %
Dongfeng Yueda Kia 25,0 %
Honda China 10,0 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Honda
Hyundai
Kia
Mitsubishi
Nissan
PSA

GM DAEWOO

vlastní značky:
Daewoo
Chevrolet
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
–

TATA MOTORS/TELCO

vlastní značka:
Tata
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
MG Rover

PROTON

vlastní značka:
Proton
vlastněné podíly automobilek:
Lotus Group 100 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
–

SSANGYONG

vlastní značka:
Ssangyong
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
DaimlerChrysler
SAIC

MG ROVER

vlastní značky:
MG
Rover
CityRover
vlastněné podíly automobilek:
Quale Modena 100 %
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Ford
Kia Motors
SAIC
Tata

PORSCHE

vlastní značka:
Porsche
vlastněné podíly automobilek:
–
spolupráce a partněři ve společných podnicích:
Valmet
Volkswagen

Pozn.: pořadí je podle objemu produkce 2003

Golf splňuje naše očekávání

MANFRED ASCHENBRENNER, VEDOUCÍ DIVIZE OSOBNÍCH VOZŮ VW SPOLEČNOSTI IMPORT VOLKSWAGEN GROUP, HODNOTÍ LETOŠNÍ PRODEJE ZNAČKY NA ČESKÉM TRHU.

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA A NEWS

V prvním pololetí letošního roku jste byli v České republice importérem číslo jedna a v prodeji osobních a užitkových vozů jste navzdory klesající tendenci trhu zaznamenali takřka 8,5% nárůst. Jako měrou se na tomto úspěchu podílely nové modely VW Golf a Caddy?

Předně musím říci, že jsem s dosavadními výsledky za prvních sedm měsíců letošního roku nadmíru spokojen. Zájem o vozy Volkswagen stoupá a podle počtu dalších závazných objednávek a zakázek lze usuzovat, že i v následujícím půlroce až roce bude značka VW slavit na zdejším trhu nebývalé úspěchy. Nový golf jsme uvedli na trh v únoru a první reakce zákazníků, kteří navštívili naše prodejce, byly nanejvýš příznivé. Golf páté generace je jedním z nejlepších vozů segmentu nižší střední třídy a jistě ne náhodou se jeho předchůdců prodalo ve světě více než 22 milionů. Zpočátku jsme sice neměli k dispozici požadované množství vozů, velice rychle jsme však na zvýšenou poptávku reagovali a dnes je golf v České republice nejprodávanějším vozem segmentu a osobním automobilem s největší dynamikou růstu prodeje. Nový užitkový model VW Caddy jsme začali prodávat teprve před několika týdny, ovšem již první prodejní čísla naznačují značnou oblibu a nemalé odbytové ambice tohoto vozu mezi drobnými a středními podnikateli. Podobný automobil na zdejším trhu již delší dobu chyběl, a tak ani není divu, že se VW Caddy rázem zařadil mezi nejprodávanější lehké užitkové vozy v kategorii do tří tun.

Jak vnímají nový golf čeští zákazníci?

Většinou jako moderní, vysoce technicky sofistikovaný a maximálně bezpečný rodinný automobil, který svou koncepcí překračuje rámec zavedených kategorií. Nový golf si ovšem kupují i firemní zákazníci, kteří oceňují zejména jeho spolehlivost a prestižní, nadčasový design.

V zahraničním tisku se objevovaly zprávy, že nový Golf nesplnil při vstupu na evropský trh ta očekávání, které do něho vkládal management koncernu Volkswagen.

> Značky Volkswagen a Škoda se na zdejším trhu spíše doplňují

Nový golf se mezitím začal prodávat na všech evropských trzích, a tak nejnovější informace vypovídají o něčem jiném. Prodejní cíl 600 000 vozů ročně se nyní jeví jako velmi reálný, což znamená, že se nový golf bude opět řadit mezi bestsellery evropského a světového automobilového trhu.

Necítíte na českém trhu tak trochu tlak od vaší sesterské značky Škoda? Nová octavia je velice povedené auto a je pravděpodobně zdatným konkurentem nejenom pro golf, ale i pro větší model VW Passat.

Myslím si, že se Škodovce s novou octavií povedl velice dobrý tah. Je to skutečně mimořádně atraktivní vůz s vysokou užitnou hodnotou a moderní konstrukcí. Nedomnívám se však, že by to byla naše přímá konkurence. Značky Volkswagen a Škoda se na zdejším trhu spíše doplňují, než aby si konkurovaly. A tak to i dle mého soudu vnímají čeští zákazníci.

Některé importéři vás v současné době kritizují, že prodejní statistiky, které vykazujete, neodpovídají skutečným prodejům a registracím vozů značky VW na zdejším trhu.

To skutečně nechápu. Prodejní statistiky, které nahlašujeme Svazu dovozců automobilů SDA, děláme již léta podle stejné metodiky. Pokud ovšem v České republice prodejní statistiky nebudou vycházet ze skutečných čísel nově registrovaných motorových vozidel, bude zde existovat prostor pro podobná diplomatická či méně diplomatická nařčení. Osobně takový způsob vytváření statistik podporuji, i když si myslím, že pro konečného zákazníka nejsou tyto přehledy tak důležité. Daleko důležitější je, abychom svým zákazníkům nabízeli kvalitní produkty a služby. A to se nám daří a z toho plynou i naše úspěchy.

Jaké jsou vaše skutečné prodejní cíle pro letošní rok v segmentu osobních i užitkových vozů?

V loňské roce jsme prodali zhruba 8000 osobních vozů. Toto číslo hodláme letos výrazně překročit a s podobným nárůstem počítáme i v segmentu užitkových vozů, kde se prodejní cíle pohybují za hranicí 3000 automobilů.

Z čeho pramení váš optimismus a jasná vize prodejních úspěchů značky VW na zdejším trhu?

Především z velmi kvalitních produktů značky VW a její obliby u českých zákazníků, a samozřejmě i z připravovaných novinek na příští rok a dobře fungující dealerské sítě, která v současné době čítá 33 prodejců. Zdravý optimismus je v době, kdy neustále zvyšujeme prodej, rozhodně na místě, i když si zároveň uvědomuji, že český automobilový trh přináší určitá rizika pramenící ze všeobecné hospodářské situace státu, vývoje cen pohonných hmot či dalších faktorů, které my jako importér nejsme schopni ovlivnit. ←

Foto: VW

Prodeje osobních a užitkových vozů VW v ČR (do 93 vč. SR):

rok	osobní	užitkové	
1992	2882	387	ČR + SR
1993	4367	343	ČR + SR
1994	4596	828	
1995	6057	1581	
1996	8843	2579	
1997	7767	2023	
1998	6746	1718	
1999	8151	1902	
2000	7836	2109	
2001	9517	2171	
2002	7803	2179	
2003	7636	2526	

Výroba osobních a užitkových vozů společnosti Volkswagen AG v Evropě

	2000	2001	2002	2003	2004 (prognóza)
Audi	646 891	726 753	735 730	760 169	682 321
Bentley	1 468	1 429	1 210	816	3 705
Lamborghini	287	259	442	1 304	1 290
Rolls-Royce*	470	352	–	–	–
Seat	498 901	453 199	432 623	449 619	456 596
Škoda	450 910	460 886	442 469	437 554	450 000
VW	1 886 887	1 790 372	1 841 397	1 740 406	1 712 044
Celkem	3 485 814	3 433 250	3 453 871	3 389 868	3 305 956

*) Od 1. 1. 2003 součástí BMW, v roce 2002 výrobní čísla společná se značkou Bentley

Výzvou pro Střední Evropu je být více než jen lacinou pracovní silou

JESSE SNYDER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Rozšíření EU o 10 zemí je složitou operací nahánějící hrůzu svou rozsáhlostí. Vzniká tak politická a hospodářská unie 25 zemí zahrnujících 380 milionů obyvatel.

Ale těch deset nervózních mladíků, kteří nedávno seděli v závodě Fiatu v polském městě Tychy, se nestaralo o velký svět. Chtěli jen práci. Jeden či dva z nich se možná stanou zaměstnanci Fiatu Polska. Pokud ano, pak se zapojí mezi 570 nových dělníků, které Fiat angažoval, aby od září vyráběli nový model Panda. V Polsku je míra nezaměstnanosti 22 %, ale jejich nadějí je Fiatu. Podobně je tomu s automobilkami a jejich dodavateli v celé střední Evropě.

Manažeři výrobních závodů Suzuki v Maďarsku a Volkswagenu na Slovensku shánějí dělníky, aby splnili rostoucí počet objednávek. Na Slovensku se staví dva rozsáhlé montážní závody a Toyota/PSA už zaškoluje dělníky pro svůj závod v České republice. Fiat navíc ke každému novému dělníkovi na lince v Tychách vytváří dalších sedm pracovních příležitostí u svých subdodavatelů.

Ve střední Evropě se navíc ke stovkám už existujících subdodavatelských firem rychle přidávají další. Například skupina Takai Rika otevřela v lednu nový závod, zaměstnávající 120 lidí, v českých Lovosicích. Finanční ředitel Takai Jiří Rejžek předpokládá, že do roku 2006 bude získáno a vyškoleno dalších 800 zaměstnanců.

Střední Evropa je nyní plná života, ale je zde stále ještě hodně co zlepšovat. „Máme hodně co dělat," říká mladý manažer společnosti ArvinMeritor v Mladé Boleslavi Jan Vlasák. „A až dostihneme EU, budeme stále ještě muset dohánět USA." Vlasák je nyní ohromen tím, jak střední Evropa za západní zaostává ekonomicky i průmyslově.

Ladislav Glogar vidí vše z mnohem delší perspektivy. V roce 1973 nastoupil do českého národního podniku, ze kterého je dnes výzkumné a technické středisko Autopal v Novém Jičíně, patřící Visteonu. Nyní je ve funkci předsedy, ale ve vedení je od roku 1989, kdy jej zvolili dělníci ještě v době komunistického režimu. Glogar je stejně jako Vlasák posedlý zlepšováním regionu, ale věří, že nové příležitosti pro mladé lidi budou přicházet postupně.

Záplava automobilek a jejich dodavatelů proměňuje střední Evropu v intenzivně se vyvíjející a více konkurenceschopnou. Aby ale zvítězili v tomto běhu na dlouhou vzdálenost, musejí dodavatelé zvyšovat přidanou hodnotu, protože pouhá výroba není pro střední Evropu s jejími nízkými platy řešením. Zásoba vysoce vzdělaných a technicky zkušených dělníků v tomto regionu je pro subdodavatele pomocí ve snaze expandovat do západní Evropy, ale tato přednost se vytrácí se vzdáleností od zákazníků.

„Jak dlouho budeme dostatečně pohotoví, abychom vyvážili strukturální náklady s náklady na dopravu?" ptá se Glogar. Náklady vyplývající ze vzdálenosti zahrnují nejen náklady na dopravu, ale také větší výdaje na řešení problémů s cestováním, komunikací a zpoždění při dodávkách nových dílů prostřednictvím dodavatelských toků.

↓ ZÍSKAT MÍSTO V ZÁVODĚ FIATU V TYCHÁCH JE SNEM MNOHA POLÁKŮ

Foto: Fiat

Před automobilovým průmyslem stojí celá řada dalších problémů, ať už se jedná o střední Evropu, Čínu nebo Evropu západní. Náklady na pracovní sílu, produktivita, dostupnost kapitálu, infrastruktura, požadavky domácího trhu. Manažeři, jako jsou Glogar či Rejžek, usilují o to, aby učinili své firmy a celý region ještě více přitažlivějšími. Splátkou za to jsou pracovní příležitosti.

Těch deset mužů v Tychách Glogara či Rejžka osobně neznají. Ale pokud by je potkali, měli by jim přát mnoho štěstí. ←

BMW a Toyota směřují k úspěchu

ANALYTICI VŠAK PŘEDVÍDAJÍ JEŠTĚ MNOHEM OBTÍŽNĚJŠÍ OBDOBÍ PRO FIAT A ZTRÁTY GM A PSA

BRADFORD WERNLE,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

LONDÝN | Analytici pokládají bavorského výrobce luxusních automobilů BMW s velkou pravděpodobností za budoucího špičkového hráče v Evropě. Mnichovská automobilka i nadále produkuje vítěze. „Jen těžko lze očekávat, že by vozy řady 1 nesplnily svůj cíl," říká výkonný ředitel průzkumu globálních investic u Goldman Sachs v Londýně Max Warburton.

Také analytička automobilového průmyslu pracující v Londýně pro italskou Banca IMI Sabine Blümelová je činností BMW nadšena, má však i určité výhrady. „Zavádějí strategii růstu, ale je otázkou, do jakého rozsahu při tom mohou udržet hodnotu své značky a rozvíjet svůj vyzývavý design," řekla při kulatém stolu analytiků uspořádaném Automotive News Europe.

Také asijské automobilky sklidily pochvalu analytiků, zejména Toyota. „Toyota je fenomenální tím, co dokáže svou cenovou politikou," řekl Warburton. „Získávají 20 až 30 % na cenách oproti Fordu a Opelu. Získávají na zůstatkové ceně a prodejní sítí. Vypadají, že jsou prostě k nezastavení." Warburton rovněž věří, že značky Nissan a Honda budou schopny Toyotu následovat.

Kapacita GM

Analytici se shodují na tom, že GM má uprostřed procesu své evropské restrukturalizace před sebou stále ještě mnoho práce. „Nemyslím si, že budou skutečně schopni něco udělat s kapacitou," řekl analytik Global Insight Automotive Nigel Griffiths. „Nejsou připraveni vsadit na uzavření jedné ze svých továren." Blümelová řekla: „Saab se jako luxusní značka musí znova najít."

PSA/Peugeot-Citroën, miláček analytiků z konce 90. let a začátku této dekády, začíná v poslední době fungovat poněkud obtížněji. „Za posledních 12 měsíců ztratili hodně na své pohyblivosti," řekl Griffiths. Peuegot však má stále spoustu sil. Šéf průzkumu evropského automobilového trhu společnosti Dresdner Kleinwort Wasserstein z Frankfurtu Arndt Ellinghorst k tomu řekl: „Na klíčových evropských trzích si Peugeot stojí lépe než Renault. Renault v Německu ztrácí 30 %."

MG Roveru dávají analytici jen nepatrnou naději na přežití. „Nemají prostředky na vývoj nových modelů," řekla Blumelová. „Je to prostě tak." Warburton dodal: „MG Rover nás všechny překvapil tím, jak dlouho už vydržel. Měli bychom jim pogratulovat. Problém je jen v odhadu, kdy přijde konec. Nemyslím si, že by kdokoliv v této místnosti tvrdil, že k tomu nedojde. Neexistuje žádný nástupce Roveru 45, nic se nevyvíjí."

Nerovná cesta Fiatu

Analytici rovněž odhadují, že na Fiat stále ještě čekají těžké časy. „Je obtížné odhadovat, jak se mohou dostat k zisku, řekl Warburton. „Fiat má jedny z nejnižších nákladů na světě. Prostě už nemají na čem ušetřit."

Pochválil ale Fiat za technické inovace, jako je vývoj strategie platforem a vznětového motoru. „Ale pokud jde o snižování nákladů, Fiat už nemůže udělat více," řekl Warburton. „Všechno co udělají musí vycházet ze strany příjmů." ←

↓ TOYOTA SI U KULATÉHO STOLU VYSLOUŽILA POCHVAUL ANALYTIKŮ

Foto: Toyota

Změny v zásobování náhradními díly

← pokračování ze **strany 1**

blokovou výjimkou končí. Servisy mohou nově tyto díly nakupovat přímo od jejich výrobců a navíc do hry vstupuje ještě třetí strana, kterou jsou výrobci náhradních dílů tzv. „srovnatelné kvality“.

Díly srovnatelné kvality

Od kdy se mohou tyto díly používat? „Ve značkových servisech je možné použití dílů srovnatelné kvality současně se změnou smlouvy. Nové smlouvy se z důvodů reorganizace v souvislosti s novou blokovou výjimkou musejí uzavřít nejpozději do 1. 11. 2004. Nová smlouva už musí respektovat nové podmínky,“ řekl nám tajemník Svazu dovozců automobilů Pavel Tunkl.

Složitější to bude se zárukami za kvalitu těchto dílů. Za originální značkové díly nese plně odpovědnost vůči servisu i zákazníkovi automobilka. Zde tomu bude jinak. „To je problém. V textu se říká, že výrobce dílu musí kdykoliv potvrdit, že díl má stejné vlastnosti a stejnou kvalitu jako originální náhradní díl. Tím není dotčena povinnost získat homologaci u dílů, u kterých je to předepsáno. Vůči zákazníkovi je podle občanskoprávního vztahu garantem kvality ten, kdo mu díl namontuje, tedy servis. Tady bude důležité, aby si servisy při použití těchto dílů pečlivě ohlídaly záruky kvality ve svých obchodních smlouvách mohli zákazníkem zjištěné nedostatky přenést dál na výrobce,“ dodává Pavel Tunkl.

Kdo je bude vyrábět

Příchod alternativních výrobců náhradních dílů bude jednou z nejvýznamnějších novinek, které nová bloková výjimka přinese. Různé studie ukazují, že právě náhradní díly jsou oblastí přinášející v automobilovém průmyslu největší zisk - podle studie analytiků PriceWaterhouseCoopers asi 39 %. Současně zkušenost ukazuje, že oblast s největším ziskem přitahuje zájem nových hráčů jako první. Proto je jasné, že právě v této oblasti se změny přinesené novou blokovou výjimkou projeví nejdříve. Rozšíření těchto dílů se ale ve větší míře dá očekávat především u levnějších a starších automobilů nejrozšířenějších značek.

Liberalizaci prodeje náhradních dílů ve velké míře využijí především současní subdodavatelé automobilek (automobilky sami vyrábějí jen asi 20 % náhradních dílů, zbytek přebírají od svých subdodavatelů). V jejich případě nebude třeba mít o kvalitu dílů obavy, protože je podrobují stejným zkouškám, jako je tomu v případě originálních dílů, a nebudou ochotni riskovat své dobré jméno a pověst nekvalitními výrobky. Jinak tomu bude u levných dílů, které přicházejí a ve velkém množství budou přicházet z celého světa. Zde bude zástupcem výrobce dovozce a bude záležet na obchodních smlouvách, aby se servisy chránily před případnými problémy.

Jak na vstup nových konkurentů zareagují automobilky? „Myslím si, že to více ovlivní dodavatele, protože ti se nebudou chtít vzdát tohoto lukrativního obchodu a nebudou chtít ztratit své zákazníky v autorizovaných servisech. Předpokládám, že budou nuceni jít s cenami dolů, aby byli i nadále konkurenceschopní.,“ řekl nám k tomu Pavel Hejda prokurista společnosti Auto Jarov, která provozuje jeden z největších autorizovaných servisů u nás.

U velkých autorizovaných servisů se použití alternativních náhradních dílů ve větší míře nedá předpokládat. „Nemyslím si, že bychom někdy přešli na nějaké neznačkové dodavatele. Vzhledem k naší doživotní záruce mobility musejí všechny námi používané díly splnit určité vysoké standardy, takže nemyslím, že bychom přešli k neznačkovým dodavatelům, i když se samozřejmě budeme chovat tržně,“ řekl nám Pavel Hejda z Auto Jarov.

A co zákazník

Otevírá se tím pro zákazníky teoretická možnost pro výběr mezi dražším značkovým a levnějším dílem srovnatelné kvality? „Opravna by podle interpretačních pravidel na to neměla upozorňovat, což je podle mého názoru nefér vůči zákazníkovi,“ říká Pavel Tunkl. „Myslím si, že zákazník by měl mít právo si vybrat, ale z jeho pohledu jde o díl srovnatelné kvality a opravna mu za jeho jakost ručí,“

Použitím těchto dílů se neruší záruky na automobil v případě, že jejich použití prokazatelně neovlivnilo ostatní díly. Pokud se prokáže ovlivnění jiných dílů, pak odpovědnost za porušení záručních podmínek nese ten, kdo díl namontoval či výrobce dílu. Právník Dalibor Vítek v této souvislosti upozorňuje na nebezpečí nárůstu počtu komplikovaných sporů se složitým prokazováním, zda použitý náhradní díl ovlivnil ostatní díly či nikoliv.

Pro ochranu zákazníka nelze tyto díly používat pro záruční opravy, opravy uskutečňované zdarma a při svolávacích akcích.

„Bezesporu dominantní při použití dílů srovnatelné kvality bude smlouva mezi servisem, který tyto díly bude používat, a jejich výrobcem nebo dodavatelem, který na sebe musí převzít 100 % záruky, kterou dnes nese výrobce vozidla a výrobce originálního dílu,“ zdůrazňuje Pavel Tunkl. ←

Ilustrační foto: NEWSPRESS

Budou auta levnější?

ANALÝZA PRICEWATERHOUSECOOPERS NAZNAČUJE PROBLÉMY, NA KTERÉ NARÁŽÍ SNAHA EU A NOVÉ BLOKOVÉ VÝJIMKY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Evropská komise byla při sestavování nového regulativu, nazývaného nová bloková výjimka, vedena snahou snížit prodejní ceny nových automobilů pomocí tří faktorů – zavedení interní konkurence mezi prodejci umožněním prodeje více značek, vytvořením nových forem prodeje a odstraněním cenových rozdílů mezi zeměmi EU. Jak upozorňuje analýza PriceWaterhouseCoopers je celý problém podstatně složitější a nastavení nové úrovně může trvat dlouhá léta.

Silní prodejci více značek budou skutečně schopni vytvořit podmínky pro snížení konečných cen, což mnozí zákazníci ochotně využijí. Jenže už současná praxe ukazuje, že v bohatších zemích není mnoho kupujících ochotných cestovat daleko za nákupem kvůli výhodnější ceně, aby se vymanili z případného vlivu lokálního prodejce. Teoretická koncentrace do menšího počtu velkých prodejců může otevřít prostor pro nové lokální obchodníky zaměřené cíleně na určité oblasti. Podle zmíněné analýzy proto dojde k vytváření velkých prodejních organizací v oblasti velkoměstských aglomerací s potenciálem většího počtu kupujících. Výsledkem pak bude, že zákazníci ve venkovských oblastech budou za nové vozy naopak muset platit více. Podobný efekt je patrný i při porovnání cen v supermarketech podle jejich lokality.

Významným faktorem je známá skutečnost, že při stávajícím způsobu spojení prodeje a servisu plyne prodejním organizacím větší zisk ze servisu než z prodeje nových vozů. Proti tomu bude stát skutečnost, že právě oblast servisu se stane oblastí, o kterou poroste zájem. Pokud tedy někteří prodejci přijdou o zisk ze servisu, pak budou pro přežití muset tuto ztrátu kompenzovat omezováním nákladů a vyššími cenami nových vozů v rámci umožněném udržením konkurenceschopnosti.

Analýza PriceWaterhouseCoopers konstatuje, že nižší ceny nových automobilů je možné očekávat ve velkoměstských oblastech, ale budou regiony, ve kterých ceny naopak vzrostou pod působením lokálních monopolů.

Jako zatím kontraproduktivní se jeví snaha Evropské komise dosáhnout vyrovnané základní ceny před zdaněním v rámci celé EU. V současné době se totiž automobilky snaží vyrovnávat výši zdanění v různých zemích různými cenami. Pokud by Evropská komise prosadila svou, došlo by k paradoxu, kdy v zemích s vysokými daněmi a už nyní vysokými prodejními cenami by se tyto ještě zvýšily, zatímco v zemích s nižšími daněmi by tomu bylo naopak. Výsledkem by byl pokles prodeje v některých oblastech a ztráty automobilek, což by v konečném efektu mohlo znamenat zvyšování cen i v ostatních regionech. Jisté je, že největší přínos z nové blokové výjimky v tomto ohledu budou mít obyvatelé velkých městských aglomerací v zemích s nízkými daněmi.

Nové formy prodeje

Pro zákazníky přinese nový způsob prodeje s možností vybrat si z několika značek v jediné prodejně dosud nebývalý prostor pro výběr. To bude pro prodejce, nabízející tuto formu, znamenat dříve či později významnou výhodu. Současně to bude znamenat přednost pro značky nabízející vyšší kvalitu. V tomto ohledu se připomíná zkušenost prodejců bílého zboží, kteří zjišťují, že při prodeji stejného typu výrobků umístěných vedle sebe zákazníci častěji volí renomovanější značky, ač jsou jejich pračky, ledničky či myčky mnohdy podstatně dražší. Analytici PriceWaterhouseCoopers ale upozorňují na snahu prodavačů raději zákazníky vést k dražšímu zboží, z jehož prodeje mají větší prémie.

Možnost zprostředkovaného prodeje nabídne často uváděnou možnost prodeje nových vozů tam, kde to dosud nebylo obvyklé. Už dříve mnohokrát ověřovaný způsob prodeje osobních vozů v supermarketech zatím přinesl rozporuplné výsledky. Existuje řada argumentů, které jsou proti jeho většímu rozšíření. Kromě jiných připomeňme nemožnost výběru doplňků, které jsou jedním z nejvýznamnějších zdrojů zisku pro prodejce, či složité zajišťování leasingu a dalších služeb. Tyto problémy se ale netýkají kvalitních a dobře vybavených prodejců ojetých automobilů.

Průzkumy Evropské komise ukazují, že zákazníci jsou se stávajícím systémem prodeje osobních vozů, spojeným s možností komunikace s prodavačem, v zásadě spokojeni. Pouze jim chybí možnost porovnání podobných vozů různých značek. Analýza PriceWaterhouseCoopers ale upozorňuje, že nikde není řečeno, že se jejich zvyklosti nemohou během pár let při setkání s něčím podstatně novým změnit, zvláště ve spojení s podstatným snížením cen. ←

Nová bloková výjimka z hlediska zákazníků

JE UŽITEČNÉ PODÍVAT SE NA ZMĚNY, VYPLÝVAJÍCÍ Z NOVÉ BLOKOVÉ VÝJIMKY TÉŽ Z DRUHÉ STRANY PRODEJNÍHO PULTU.

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

PRAHA | Evropská komise měla při vytváření nové blokové výjimky za cíl především hájit zájmy konečných spotřebitelů. Ve snaze poskytnout zákazníkům lepší podmínky při nákupu a provozu automobilů nová bloková výjimka vytváří soutěžní prostředí v rámci prodeje stejné značky a prodejci se stávají méně závislými na automobilkách. Podstatným způsobem se také liberalizuje poprodejní servis a obchod s náhradními díly. I když se častěji mluví o změnách při prodeji aut, představuje podle statistik aftermarket kolem 40 % celkových nákladů, jež je potřeba investovat do automobilu za dobu jeho celkové životnosti.

O tom, zda se cíle nové blokové výjimky skutečně podaří splnit, nakonec rozhodne nejen ochota obchodních subjektů skutečně plně využívat možnosti, které se jim nově otevírají a podstoupit riziko změn, ale především zákazníci, jejich zvyklosti a reakce.

Faktor času

Osobní automobily nejsou běžnou obchodní komoditou, protože při rozhodování o jejich výběru hrají ve větší míře než u jiného zboží významnou roli i sociální statut a emoce, a to způsobem, který není vždy snadné předem odhadovat.

Důležitou roli v obchodování spojeném s osobními automobily rovněž hraje četnost kontaktů mezi obchodníkem a zákazníkem. Typický zákazník navštěvuje jednou týdně supermarket, takže obchodníci zjišťují jeho reakce prakticky ihned. Osobní automobil průměrná evropská rodina kupuje v intervalu 3,5 až 4 roky. Proto se zde ohlas na změny projevuje podstatně pomaleji. Na skutečně hodnověrné vyhodnocení vlivu nové blokové výjimky na způsob prodeje automobilů si proto budeme muset počkat až někdy do roku 2010.

Zcela jinak je tomu v oblasti poprodejního servisu. Zákazníci totiž se svým vozem servisy navštěvují častěji, než si kupují nová auta. A to i přesto, že se životnost automobilů zvyšuje a současně se automobilky snaží prodlužovat nutné servisní intervaly. Každopádně se v oblasti servisů dá očekávat mnohem rychlejší reakce na liberalizaci podmínek poskytování těchto služeb.

Liberalizace servisů

Dosavadní nezbytné spojení prodejce se servisem se může přerušit. Nové automobily je možné prodávat bez nutnosti mít pro ně servis, což samozřejmě prodejce nezbavuje povinnosti zajistit pro zákazníky autorizovaný servis v oblasti, ve které působí. Naopak je možné získat autorizovaný servis bez vlastního prodeje.

I nadále se dá předpokládat převaha dosavadního systému, tedy současného poskytování služeb prodeje i servisu na jediném místě. K narušení tohoto stavu povede přitažlivost oblasti servisu vzhledem k její ziskovosti. To bude motivovat nové organizace, aby se do této činnosti zapojily.

Mnohé dosud nezávislé servisy se budou snažit stát se autorizovanými a při splnění stanovených podmínek musejí tuto autorizaci dostat. To ovšem bude vyžadovat rozsáhlé investice do vybavení nářadím a přípravky, stejně tak jako do personálu. Proto zde nelze z hlediska zákazníků očekávat podstatné snížení konečných cen za vykonanou práci.

„Aby byl servis úspěšný, pak musí mít špičkovou technologii, mít vyškolené pracovníky a mít správnou cenu. Ceny za servis u nás budou muset růst, i když ne skokem, protože špičkovou technologii nakupujeme za stejné ceny jako třeba německý servis. My sice máme nižší personální náklady, ale u nich je cena za hodinu práce v porovnání s námi asi čtyřnásobná, takže se jim investice technologie samozřejmě vrátí mnohem dříve," upozorňuje prokurista společnosti Auto Jarov Pavel Hejda.

Přechod zákazníků k neautorizovaným servisům (v rámci EU se podle starého systému v neautorizovaných servisech uskutečňovala asi polovina oprav) bude i nadále spojen s řadou rizik. Nedostatečné zásoby náhradních dílů například často znamenají podstatné prodloužení doby oprav a tím jejich prodražení. Tím se vytrácí teoretická výhoda jejich nižší hodinové sazby za práci. A nejen to. „Zákazník se v neznačkovém servisu chová zcela jinak než ve značkovém. Zatímco ve značkovém trvá na dodržení všech záruk, v neznačkovém tomu tak není. Mnohdy si pak neuvědomuje, že se stejnou závadou se do neznačkového servisu mnohdy vrací několikrát," říká tajemník SDA Pavel Tunkl.

> Zkušenosti ukazují, že evropští prodejci a servisy mají o svých zákaznících nedostatečné informace.

Zásadním problémem pro zákazníka neautorizovaných servisů je možnost ztráty záruk. Proto se i nadále budou zákazníci na neautorizované opravny ve větší míře obracet především s automobily staršími pěti či šesti let. Trvale ale bude platit pravidlo, na které ukazují průzkumy společnosti J. D. Power. Podle nich je rozhodující pro volbu servisu pozitivní zkušenost zákazníka označovaná jako „fix it right first time" (opravit to správně hned napoprvé).

Vztah k zákazníkům

Význam vztahu mezi prodejní resp. servisní organizací a zákazníkem bude stále větší. Zkušenosti ukazují, že evropští prodejci a servisy mají o svých zákaznících nedostatečné informace. Tím nejsou míněny současné propracované komunikační systémy mapující aktivity organizace. Podle analýzy PriceWaterhouseCoopers se právě zde otevírá prostor pro nově příchozí organizace, které svou činnost zaměří s mnohem větším důrazem na zákazníka a začnou využívat zcela nové způsoby komunikace s ním.

Analýza ovšem vyzývá k obezřetnosti při vytváření tohoto typu infrastruktury a varuje před nebezpečím, se kterým se už při nových metodách komunikace setkali mnozí prodejci v USA. Ti totiž nezřídka narážejí na zákon o ochraně osobních dat. Nicméně je tento systém partnerství přínosem pro obě strany a zákazníci jsou s ním vesměs spokojeni. Příkladem, který především oceňují, jsou různé formy věrnostních zvýhodnění. Významná je tato forma spolupráce především při prodeji ojetých vozů, kdy sama organizace může novému kupujícímu doložit „životopis" vozu a tím dosáhnout pro původního majitele výhodnější cenu. ←

Ilustrační foto: NEWSPRESS

Automobilky získaly v Bruselu odklad

JEDNÁNÍ O MONOPOLU NA DODÁVKY DÍLŮ NA OPRAVY PO HAVÁRIÍCH BYLA ODLOŽENA NA ZAČÁTEK ZÁŘÍ

SILVIANE DE SAINT-SEINE,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

PAŘÍŽ | Automobilky doufají v „přívětivější" přístup nového komisaře EU pro vnitřní obchod, který jim má pomoci udržet si monopol lukrativního prodeje náhradních dílů pro havarované vozy na klíčových evropských trzích.

Automobilky ovládají 88 % z obchodu náhradními díly pro havarované vozy v Evropě, který se odhaduje v ročním objemu 10 miliard eur a reprezentuje podstatnou část z jejich zisku. Evropští zákonodárci mají v plánu liberalizovat ochranné předpisy na design, které zatím zabraňují nezávislým dodavatelům prodávat karosářské díly, jako jsou kapoty, dveře, nárazníky a světlomety přímo do poprodejních sítí v zemích jako jsou Německo či Francie.

Evropská komise opakovaně pozdržela diskuse na téma ukončení monopolu s komisařem pro vnitřní obchod Fritsem Bolkesteinenem. Návrh se měl původně projednávat v březnu, ale jednání byla odložena na nátlak nejvýznamnějších automobilek včele s Volkswagenem, Fordem, Renaultem a PSA/Peugeot Citroën. Od té doby Komise opakovaně plánovaná jednání o návrhu odložila. Její předsednictvo totiž čelí velkému tlaku ze strany Evropské asociace automobilek ACEA. Naposledy byla jednání odložena na začátek září. Obhájce volného trhu Frits Bolkenstein (71) ve svém úřadu skončí koncem října. Podle interních zdrojů od představitelů průmyslu automobilky hrají o čas. Doufají totiž, že příští evropský komisař jim bude více nakloněn. (Stala se jím bývalá nizozemská ministryně dopravy Neelie Kroesová, pozn. red.)

Podle studie, kterou pro EU zpracovala pařížská konzultační organizace Technopolis, by zrušením monopolu na karosářské díly automobilky přišly asi o 2,2 miliardy eur ze svých ročních příjmů.

Vlády ve Velké Británii, Španělsku a Itálii už monopol automobilek ukončily aniž by čekaly na legislativu EU, ale ve Francii a Německu striktně trvají na dodržování ochrany designu a duševního vlastnictví, které znamená udržení monopolu.

Automobilky argumentují tím, že do vývoje a designu karosářských dílů investují miliony a chtějí, aby se jim tato investice vrátila. Obávají se, že v případě zrušení ochrany designu se Evropa otevře přílivu dovážených laciných dílů, což ohrozí tisíce pracovních příležitostí v evropském automobilovém průmyslu.

EU věří, že liberalizací dosáhne snížení cen za opravy a tím i za pojištění automobilů. Tvrdí, že by automobilky měly být schopny získat zpět své investice prodejem licencí nezávislým dodavatelům, kteří by při výrobě měli používat jejich design. ←

Prodej SUV v Evropě vyvrcholí v roce 2008

JENS MEINERS,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

MNICHOV | Prodej sportovně-terénních automobilů kategorie SUV v Evropě vyvrcholí v roce 2008 současně s tím, jak evropské značky převezmou v tomto segmentu vedoucí postavení na trhu od svých japonských konkurentů. Tvrdí to předpověď konzultační společnosti R. L. Polk Europe, zabývající se zkoumáním automobilového průmyslu.

Polk předpovídá, že prodej automobilů kategorie SUV za čtyři roky dosáhne vrcholu ve výši 1,23 milionu prodaných vozidel v porovnání s loňskými 824 000 vozy. Zákazníci se pak začnou vracet k tradičním modelům. V loňském roce podíl vozů SUV na evropském trhu dosáhl 5 %, zatímco v roce 1990 to byla jen 2 %. V současné době více než 50 % v Evropě prodaných vozů SUV nese japonskou značku. Číslem 1 je Toyota následována Land Roverem, Nissanem, Suzuki a Mitsubishi.

Podle šéfa strategického plánování Polku Thomase Mawicka evropské značky během pár let předstihnou japonské v získaném podílu na trhu s tím, jak se v prodeji objeví nově připravované modely. „Největší růst nastane mezi léty 2006 a 2008, kdy se začnou prodávat nové SUV značek Opel/Vauxhall, Alfa Romeo, Renault, Volkswagen a Audi," říká Mawic. Všechny tyto vozy se budou řadit do kategorie malých a středních SUV.

Podle Mawicka ale současně SUV začnou od roku 2008 ztrácet přízeň zákazníků, protože tato vozidla vyžadují mnohem výkonnější pohonné jednotky k tomu, aby byla konkurenceschopná s normálními osobními vozy. To znamená, že mají vyšší spotřebu a emitují o třetinu více škodlivých látek ve svých výfukových plynech. ←

> Mezi výrobce vozů SUV se brzy zařadí i Renault

Foto: Renault

Citroën zavádí novou technologii Stop & Start

VE SNAZE DOSÁHNOUT LEPŠÍ HOSPODÁRNOSTI A NIŽŠÍCH EMISÍ PŘICHÁZÍ CITROËN A VALEO S NOVOU TECHNIKOU

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Na pařížském autosalonu představí Citroën verzi modelu C3 vybavenou systémem Stop & Start, vyvinutým ve spolupráci s dodavatelskou francouzskou firmou Valeo.

Když tento automobil zastaví, například na křižovatce řízené dopravními světly, systém vypne motor. Současně s pohybem pedálem plynu nízkonapěťový generátor, spojený s motorem řemenovým převodem, motor opět spustí. Systém, kombinující spouštěč a alternátor, zde šetří energii tím, že se roztáčí pouze motor a nikoliv převodné ústrojí. Tento systém by měl v městském provozu ušetřit až 10 % pohonných hmot a současně i snižovat emise CO_2 a hlučnost. Při vypnutém motoru jsou větrání a další elektrické systémy poháněny baterií. Podle předběžné informace není jasné, zda bude systém vybaven elektromotorem, který by udržoval v chodu kompresor klimatizace při vypnutém motoru, jako je tomu např. u Toyoty Prius.

Systém bude zatím dodáván jen v kombinaci se zážehovým motorem 1.4 l a elektronicky ovládanou přímo řazenou převodovkou SensoDrive. Později se bude technologie Stop & Start objevovat i v dalších automobilech značek Citroën a Peugeot. „Se systémem Stop & Start činíme první krok na cestě k použitelnému hybridnímu pohonu. Jedná se o rychle dostupné řešení, které nabízí nejlépe dosažitelný poměr ceny a ekologického přínosu," řekl nejvyšší šéf koncernu PSA Jean-Martin Folz. Podle jeho prognózy by systémem Stop & Start mělo být do roku 2006 vybaveno 50 000 vozů Citroën a Peugeot a od roku 2008, kdy budou uvedena v platnost další radikální omezení emisí CO_2, by měl být systém Stop & Start běžně motoristy akceptován. „Během 10 let budou tímto typem zařízení vybaveny všechny automobily," je přesvědčen šéf firmy Valeo Thierry Morin.

Podobný systém zavedl před deseti lety Volkswagen u modelu Golf Ecomatic. Tehdy se ale nesetkal s úspěchem, protože vypínal motor v nepředvídatelných situacích, například při ubrání plynu před zatáčkou, a dostával tím řidiče často do nesnází. Lépe fungující zařízení dodává Siemens VDO Volkswagenu, který jej používá v kombinaci se vznětovými motory u extrémně úsporného modelu Lupo 3L, který je ovšem jen velmi špatně prodejný, a u Audi A2.

Zařízení Stop & Start má být cenově dostupnější, než činí současný rozdíl mezi cenami srovnatelných zážehových a vznětových motorů, takže je podle Folze učiní opět atraktivnějšími. Na vývoji podobných systémů podle dostupných informací pracují i další dodavatelé – Robert Bosch, Visteon, Denso, Continental, Siemens VDO, Magneti Marelli a ZF Sachs. Podle šéfa Valea Morina ovšem má jeho firma a koncern PSA náskok ve vývoji asi 18 měsíců. ←

↓ U CITROËNU C3 SE POPRVÉ DOSTANE DO VÝROBY STOP & START SYSTÉM DODÁVANÝ FIRMOU VALEO

Foto: PSA

Kompressor se vytratí

TAKÉ MERCEDES-BENZ NAHRADÍ MECHANICKY POHÁNĚNÁ DMYCHADLA TUBODMYCHADLY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Automobilka Mercedes-Benz bude podle informací agentury Just-auto postupně nahrazovat své zážehové motory s přeplňováním mechanickými dmychadly turbodmychadly. Už na podzim se představí ve vozech nové třídy A první motor 2,0 l přeplňovaný turbodmychadlem. Použití dmychadla poháněného pomocí výfukových plynů je podstatně výrobně levnější a poskytuje mnohem větší hospodárnost provozu než pohon dmychadla mechanicky. „Když jsme naše přeplňované motory v polovině 90. let uváděli do prodeje, byla to správná volba. Od té doby se ale přeplňování pomocí turbodmychadel podstatně zlepšilo a zcela zmizela prodleva reakce motoru na pohyb pedálem plynu, dříve tak typická pro motory turbo." vysvětluje Jürgen Frey, který má na starosti vývoj pohonných jednotek pro třídu A. V nabídce Mercedesu-Benz a Maybachu už jsou delší dobu motory V12 přeplňované turbodmychadlem. Nyní se tedy postupně bude v nabídce firmy vytrácet označení Kompressor.

Mechanické přeplňování zážehových motorů používala a používá celá řada automobilek – kromě Mercedesu-Benz jej nabízejí také Jaguar, Mini a GM, zatímco dříve se objevilo u značek BMW, Ford, Honda, Mazda, Mitsubishi, Nissan, Opel, Renault, Saab, Volvo a v rámci koncernu VW. Mechanické přeplňování vznětových motorů se ovšem v osobních automobilech neobjevilo.

Moderní motory s přeplňováním turbodmychadly mají bleskovou odezvu na pohyb akcelerátoru. Jejich renesanci vyvolala především skutečnost, že podstatně zlepšují hospodárnost provozu, čímž vytvářejí prostor pro splnění přísných emisních limitů na CO_2, které budou platit od roku 2008. Podle dodavatele turbodmychadel, německé firmy Robert Bosch bude v této době 40 % zážehových motorů vybaveno turbodmychadlem. ←

↓ MOTOR MERCEDES-BENZ A200 TURBO

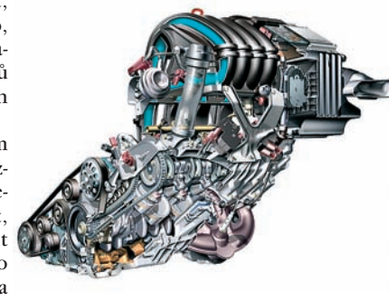


Foto: DaimlerChrysler

Automobilky chtějí integraci podvozkových skupin

EVROPSKÉ AUTOMOBILKY UVAŽUJÍ O INTEGRACI PODVOZKOVÝCH SKUPIN S CÍLEM DOSÁHNOUT VĚTŠÍ BEZPEČNOST

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Mezinárodní konzultační společnost Frost & Sullivan, zaměstnávající 500 konzultantů a expertů v 19 místech po celém světě, už čtyři desetiletí analyzuje různá průmyslová odvětví. Nedávno zpracovala pozoruhodnou analýzu strategie evropských automobilek při integraci systémů podvozkových skupin osobních automobilů a perspektivách trhu v této oblasti. Z rozsáhlé výzkumné zprávy jsme vybrali následující souhrn.

Cílem snahy integrovat podvozkové skupiny je spojit brzdění, řízení a systémy pérování tak, aby vytvořily jednotnou unifikovanou síť koordinující fungování každého ze systémů. Automobilky se přitom soustřeďují na vlastní oddělené programy využití těchto prvků, neboť podvozkové skupiny považují za integrální část charakteru svých vozidel.

Integrace subsystémů podvozků představuje významný krok ke zlepšení bezpečnosti vozidel. Propojením řízení, brzdění a systémů pérování se zlepší prvky aktivní bezpečnosti tím, že přímo spolupracují s jízdní dynamikou vozidla, a proto významným způsobem omezí riziko nehod. Toto síťové propojení systémů rovněž učiní jízdu pohodlnější.

Nedávné analýzy provedené společností Frost & Sullivan odhadují, že celkový evropský trh pro integrované systémy podvozkových skupin poroste do roku 2010 ročně o více než 5 %. Uvádí se zde, že objem výroby vzroste z odhadovaných 358 400 kusů v roce 2007 na zhruba 1 261 600 kusů v roce 2010.

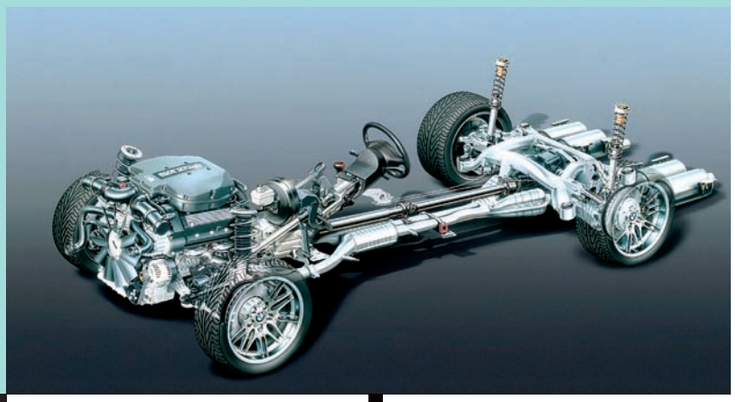
Tři hlavní integrační přístupy zahrnují integrování systémů brzdění a pérování, systémů řízení a brzdění a systémů řízení, brzdění a pérování. Mezi nimi by měl být nejsilnější průnik integrovaných systémů řízení a brzdění, který se do konce tohoto desetiletí zvýší o asi 5,5 %. Integrace podvozkových skupin vyžaduje značné investice do základního strojírenství, neboť tendencí bude spojit jednotlivé systémy s elektronickými, elektrickými a mechatronickými komponentami. Nicméně prvky aktivní bezpečnosti ve vozidle přinášejí zřetelné výhody na trhu a obohacují image značky.

Analytik výzkumu společnosti Frost & Sullivan Rajeev Poduval řekl: „Úsilí o integraci podvozkových skupin ukazuje na horlivost pro pokročilá řešení a pomáhá automobilkám vytvářet si pozici technických inovátorů. Kromě toho, spojení mezi integrací a zvýšenou bezpečností je možné využít při prodeji."

Propojené systémy je možné nabízet také jako prvek nadstandardní výbavy, což automobilkám poskytuje další zdroj příjmů. Z dlouhodobého hlediska sníží centralizace elektronických řídicích jednotek a dalších komponent přes individuální systémy počet dílů a bude znamenat další snížení nákladů. Jelikož každý výrobce postupuje při integraci podvozkových skupin podle vlastních plánů, dodavatelé musejí své systémy podle požadavků přizpůsobit specifickým úkolům a funkcím. To vede k rozmnožování komunikačních protokolů mezi díly systémů podvozkových skupin, což naopak komplikuje úkol síťového propojování jednotlivých systémů. Nicméně už vzniklo konsorcium předních automobilek a jejich dodavatelů, aby tento problém formulovali a vyvinuli jasné elektrické a elektronické rozhraní mezi komponenty podvozkových skupin.

Se vzájemným propojováním dodavatelů budou vzhledem k jejich vedoucí úloze v integračním procesu postupně získávat kontrolu nad systémem dodávek automobilky. V Evropě se očekává, že tomuto trhu integrovaných systémů budou kralovat BMW a DaimlerChrysler. „Automobilky získávají své systémy a komponenty od skupinu dodavatelů a mají užitek z jejich vlastního interního vývoje. To jim umožňuje vyžadovat od dodavatelů systémové moduly s hotovou integrací a tím se celý dodavatelský řetězec stává ještě efektivnějším."

Jediným větším problémem tohoto rychle se rozvíjejícího trhu je nedostatek pravidel nebo strojírenských standardů pro integrování subsystémů podvozkových skupin. To brání rychlejšímu zavádění propojených systémů na trh. Nicméně očekává se, že EU pod tlakem automobilek v blízké budoucnosti prosadí patřičnou legislativu, týkající se prvků aktivní bezpečnosti, a to zrychlí tempo integrace podvozkových skupin. ←



Hyundai chce luxusní značku

KOREJSKÁ AUTOMOBILKA CHCE PŘEDSTAVIT NOVOU ZNAČKU NEJPOZDĚJI V ROCE 2007

PETER CHANG A MARK RECHTIN,
AUTOMOTIVE NEWS

SOUL | Korejská automobilka Hyundai Motor vyvíjí luxusní sedan, který by měl především ve Spojených státech získat stejné postavení, jako mají u Toyoty značka Lexus a u Nissanu Infiniti. „V zásadě máme v plánu představit značku, která bude dostatečně silná, aby mohla soupeřit s BMW, Audi a Lexusem," prohlásil jeden z vrcholných představitelů Hyundaie v Koreji. Dodal, že v USA Hyundai hodlá tuto značku uvést „během tří až čtyř let."

Kvalita vozů Hyundai se zlepšuje, což dokládají stále lepší hodnocení ve studiích spokojenosti zákazníků J. D. Power, a jejich prodej v USA trvale roste. Proto se mnoha vedoucím pracovníkům zdá, že dozrál čas pro vytvoření luxusní značky. „Je to už spíš otázka Kdy a ne Zda," tvrdí jeden ze šéfů Hyundai Motor America. „Nová generace luxusního Hyundaie přijde v roce 2007 a oni už nechtějí čekat s uvedením nové značky na tu následující."

Hyundai v korejském výzkumném a vývojovém středisku Namyang připravuje luxusní sedan s motorem 3,5 l pohánějícím zadní kola. Tento vůz by měl vyplnit mezeru mezi i v Evropě prodávaným sedanem Equus, s motorem V8 pohánějícím zadní kola, a XG350, který zatím představuje vrchol nabídky v USA. Nový model by se měl prodávat jak ve Spojených státech, tak i v Evropě. V roce 2007 by se měl objevit i modernizovaný Equus s motorem 4,5 l. Tento model je zatím pojat příliš v korejském stylu, takže není všude pojímán jako reprezentační automobil. To by se u nové generace mělo změnit.

Nejvyšší šéf společnosti Čung Mong-Koo je ovšem údajně přesvědčen, že značka Hyundai ještě potřebuje další čas k růstu důvěryhodnosti. Podle interních zdrojů ovšem má Hyundai dostatek prostředků pro uvedení nové značky a pokud se chce zařadit mezi pět či šest nejvýznamnějších automobilových producentů světa, pak musí nabízet i luxusní automobily. Jeden z prodejců Hyundaie, Don Hicks z Denveru, ale má na věc jiný názor: „Měli by se soustředit na to, aby dealerům Hyundaie dodávali pickupy. Těch bychom prodali mnohem víc než luxusních Hyundaiů." ←

↓ STUDIE LUXUSNÍHO VOZU HYUNDAI HCD-7

Foto: Newspress

Ještě je prostor pro reklamu

Reklamní pracovníci americké společnosti AdFleet dokázali takřka nemožné – objevili ještě nevyužitý prostor pro umístění reklamy. V rámci programu Wheelvertisingprogram začali umísťovat reklamní nápisy do kol osobních automobilů namísto jejich tradičních ozdobných krytů. Plastový kotouč o průměru 16" je do kola umístěn a připevněn tak, aby se ani za jízdy neotáčel pomocí patentovaného systému. Držák disku využívá jen tři stávající matice kola. Plocha disku neustále propaguje určité zboží nebo službu. ←

Foto: Newspress

Prodej osobních automobilů v ČR v červenci 2004 a za 7 měsíců podle značek a modelů

vůz	7/2004	7/2003	1. 7. 2004	1. 7. 2003
Alfa Romeo 147	17	3	65	50
Alfa Romeo 147 GT	4	-	12	-
Alfa Romeo 156	30	2	155	52
Alfa Romeo 166	0	2	5	8
Alfa Romeo SPIDER	0	1	1	2
Alfa Romeo	**51**	**8**	**238**	**112**
Audi A2	2	2	15	17
Audi A3	37	23	319	148
Audi A4	55	63	347	365
Audi A4 CABRIOLET	2	5	21	20
Audi A6	48	34	228	231
Audi A8	9	26	98	113
Audi ALLROAD QUATTRO	2	28	48	243
Audi TT	1	2	9	11
Audi	**156**	**183**	**1085**	**1148**
BMW 3	30	34	266	225
BMW 3 CABRIO	1	0	7	9
BMW 3 COUPÉ	5	15	25	39
BMW 5	26	19	214	79
BMW 645	7	-	40	-
BMW 7	1	3	17	39
BMW X 3	22	-	135	-
BMW X 5	23	9	46	79
BMW Z 3	-	0	-	1
BMW Z 4	2	4	9	22
BMW	**117**	**84**	**759**	**493**
Citroën BERLINGO	12	63	131	151
Citroën C2	22	-	183	-
Citroën C3	141	78	1248	1203
Citroën C3 PLURIEL	3	16	14	63
Citroën C5	9	14	91	319
Citroën C8	3	1	25	28
Citroën JUMPER	1	1	5	26
Citroën JUMPY	0	0	1	3
Citroën SAXO	-	3	-	196
Citroën XSARA	36	30	355	511
Citroën XSARA PICASSO	28	39	275	421
Citroën	**255**	**245**	**2328**	**2921**
Dacia SOLENZA	45	8	284	8
Dacia SUPERNOVA	-	0	-	8
Dacia	**45**	**8**	**284**	**16**
Daewoo EVANDA	0	5	42	7
Daewoo KALOS	193	217	875	432
Daewoo LANOS	-	0	-	5
Daewoo LEGANZA	-	0	-	3
Daewoo MATIZ	82	64	512	244
Daewoo NUBIRA	13	7	77	14
Daewoo TACUMA	9	1	39	35
Daewoo	**297**	**294**	**1545**	**740**
Ferrari	**2**	**5**	**10**	**12**
Fiat BARCHETTA	0	0	1	2
Fiat DOBLÓ	1	29	71	246
Fiat DUCATO	0	1	1	2
Fiat IDEA	2	-	54	-
Fiat MAREA	-	0	-	7
Fiat MULTIPLA	1	2	10	19
Fiat PALIO	0	9	1	119
Fiat PANDA	56	-	623	-
Fiat PUNTO	54	78	502	698
Fiat SCUDO	0	0	1	1
Fiat SEICENTO	6	38	63	231
Fiat STILO	40	75	392	567
Fiat ULYSSE	1	2	2	9
Fiat	**161**	**234**	**1721**	**1901**
Ford FIESTA	158	64	1443	612
Ford FOCUS	200	211	1208	1428
Ford Focus C MAX	31	-	313	-
Ford FUSION	10	24	163	299
Ford GALAXY	1	5	28	28
Ford KA	2	7	29	33
Ford MONDEO	84	123	665	1025
Ford STREET KA	0	0	13	6
Ford TOURNEO CONNECT	6	7	45	23
Ford TRANSIT	15	27	65	108
Ford	**507**	**468**	**3972**	**3562**
Honda ACCORD	27	74	294	312
Honda CIVIC	66	30	432	378
Honda CR-V	12	33	116	241
Honda HR-V	1	6	6	6
Honda JAZZ	35	7	219	76
Honda S2000	-	0	-	1
Honda STREAM	0	0	3	9
Honda	**141**	**150**	**1070**	**1023**
Hyundai ACCENT	55	84	547	439
Hyundai ATOS	36	-	87	-
Hyundai COUPE	2	5	24	45
Hyundai ELANTRA	25	17	186	252
Hyundai GETZ	189	257	1749	1760
Hyundai H-1	1	0	14	17
Hyundai MATRIX	23	25	141	153
Hyundai SANTA FE	8	18	79	103
Hyundai SONATA	3	10	48	105
Hyundai TERRACAN	1	2	18	11
Hyundai TRAJET	1	5	23	22
Hyundai TUSCON	1	-	1	-
Hyundai XG	0	0	8	10
Hyundai	**345**	**423**	**2925**	**2917**
Chrysler CROSSFIRE	4	-	13	-
Chrysler GRAND VOYAGER	2	14	14	85
Chrysler LR	0	0	3	2
Chrysler LX	7	-	9	-
Chrysler PT	1	1	2	12
Chrysler PT CABRIO	0	-	3	-
Chrysler SEBRING	0	3	4	9
Chrysler VOYAGER	0	4	4	20
Chrysler	**14**	**22**	**52**	**128**
Jaguar S-TYPE	1	1	13	14
Jaguar X-TYPE	1	1	11	12
Jaguar XJ	2	0	8	5
Jaguar XK	1	-	1	-
Jaguar	**5**	**2**	**33**	**31**
Jeep GRAND CHEROKEE	2	10	23	50
Jeep CHEROKEE	1	4	9	29
Jeep WRANGLER	2	0	5	5
Jeep	**5**	**14**	**37**	**84**
Kaipan	2	1	6	18
Kia CARENS	10	23	63	128
Kia CARNIVAL	5	6	58	62
Kia CERATO	16	-	78	-
Kia MAGENTIS	3	1	32	29
Kia OPIRUS	1	0	7	1
Kia PICANTO	68	-	182	-
Kia RIO	26	39	211	282
Kia SHUMA	0	8	38	142
Kia SORENTO	7	21	76	194
Kia SPORTAGE	-	0	-	11
Kia	**136**	**98**	**745**	**849**
Lada 21	6	5	79	83
Lada NIVA 2121	10	11	81	57
Lada	**16**	**16**	**160**	**140**
Land Rover DEFENDER	1	0	9	10
Land Rover DISCOVERY	2	0	11	23
Land Rover FREELANDER	6	8	29	63
Land RoverRANGE ROVER	0	3	2	30
Land Rover	**9**	**11**	**51**	**126**
Lexus GS	0	1	2	6
Lexus IS	-	0	-	3
Lexus LS	0	0	2	1
Lexus RX	5	9	14	27
Lexus SC	1	0	5	3
Lexus	**6**	**10**	**23**	**40**
Maserati GT/SPIDER	1	0	5	5
Maserati QUATTROPORTE	2	-	7	-
Maserati	**3**	**0**	**12**	**5**
Maybach	**-**	**0**	**-**	**1**
Mazda 2	23	32	221	112
Mazda 323	-	28	-	172
Mazda 3	73	-	658	-
Mazda 6	59	121	430	903
Mazda 626	-	0	-	23
Mazda DEMIO	-	0	-	2
Mazda MPV	2	3	22	55
Mazda MX5	2	2	4	11
Mazda PREMACY	2	18	39	121
Mazda RX8	5	-	72	-
Mazda TRIBUTE	1	4	20	32
Mazda XEDOS9	-	1	-	9
Mazda	**167**	**209**	**1466**	**1440**

Mercedes-Benz A	3	11	59	80
Mercedes-Benz C	33	27	158	176
Mercedes-Benz CL	1	8	8	35
Mercedes-Benz CLK	6	11	36	77
Mercedes-Benz E	30	63	213	357
Mercedes-Benz G	0	1	1	12
Mercedes-Benz ML	2	9	20	88
Mercedes-Benz S	4	9	23	69
Mercedes-Benz SL	2	4	21	26
Mercedes-Benz SLK	4	0	40	6
Mercedes-Benz SPRINTER	4	3	13	21
Mercedes-Benz V	0	3	1	19
Mercedes-Benz VANEO	0	3	8	12
Mercedes-Benz VIANO	5	-	43	-
Mercedes-Benz VITO	9	6	82	26
Mercedes-Benz	**103**	**158**	**726**	**1004**
Mini	**3**	**13**	**35**	**95**
Mitsubishi CARISMA	8	25	92	175
Mitsubishi GALANT	0	1	3	13
Mitsubishi GRANDIS	7	-	12	-
Mitsubishi LANCER	3	-	30	-
Mitsubishi OUTLANDER	4	18	46	63
Mitsubishi PAJERO	1	5	20	65
Mitsubishi PAJERO PININ	4	10	34	96
Mitsubishi PAJERO SPORT	1	3	3	35
Mitsubishi SPACE STAR	5	10	37	149
Mitsubishi SPACE WAGON	-	0	-	3
Mitsubishi	**33**	**72**	**277**	**599**
Nissan 350 Z	5	-	40	-
Nissan ALMERA	42	70	435	493
Nissan ALMERA TINO	7	11	116	119
Nissan INTERSTAR	0	0	6	1
Nissan MAXIMA	2	3	14	14
Nissan MICRA	41	53	384	382
Nissan PATROL	0	4	16	48
Nissan PRIMASTAR	0	-	1	-
Nissan PRIMERA	22	21	161	175
Nissan TERRANO	2	5	39	36
Nissan X-TRAIL	6	6	121	98
Nissan	**127**	**173**	**1333**	**1366**
Opel AGILA	19	197	281	812
Opel ASTRA	133	129	681	1455
Opel ASTRA CABRIOLET	0	0	1	2
Opel ASTRA COUPE	1	0	2	4
Opel COMBO	6	3	26	81
Opel CORSA	103	99	524	786
Opel FRONTERA	-	0	-	1
Opel MERIVA	43	39	307	162
Opel MOVANO	0	0	1	3
Opel OMEGA	0	0	3	28
Opel SIGNUM	11	9	53	31
Opel SPEEDSTER	1	1	4	1
Opel VECTRA	26	51	235	493
Opel VIVARO	4	5	38	53
Opel ZAFIRA	18	44	132	211
Opel	**365**	**577**	**2288**	**4123**
Peugeot 206	291	318	2224	2358
Peugeot 206 CABRIO	2	12	13	52
Peugeot 306	-	0	-	5
Peugeot 307	129	235	1010	1994
Peugeot 307 CC	10	-	82	-
Peugeot 406	0	16	43	211
Peugeot 406 COUPÉ	1	1	2	4
Peugeot 407	34	-	143	-
Peugeot 607	19	23	117	132
Peugeot 807	4	8	20	71
Peugeot BOXER	2	3	11	27
Peugeot PARTNER	10	27	85	189
Peugeot	**502**	**643**	**3750**	**5043**
Porsche 911	0	0	7	6
Porsche BOXSTER	1	0	3	3
Porsche CARRERA	0	-	1	-
Porsche CAYENNE	0	3	3	9
Porsche	**1**	**3**	**14**	**18**
Renault AVANTIME	-	0	-	5
Renault CLIO	89	93	730	846
Renault ESPACE	6	11	59	114
Renault KANGOO	23	44	107	326
Renault LAGUNA	24	38	180	427
Renault MASTER	6	2	14	63
Renault MEGANE	136	94	699	1226
Renault MEGANE SPORT	5	-	26	-
Renault SCENIC	46	39	416	400
Renault THALIA	145	250	1119	1428
Renault TRAFIC	11	30	63	158
Renault TWINGO	20	46	117	219
Renault VEL SATIS	2	2	10	20
Renault	**513**	**649**	**3539**	**5228**
Rover	**-**	**0**	**-**	**2**
Saab 9-3	1	1	16	15
Saab 9-5	3	4	10	21
Saab	**4**	**5**	**26**	**36**
Seat ALHAMBRA	1	5	36	88
Seat ALTEA	42		136	
Seat CORDOBA	57	82	503	632
Seat IBIZA	56	86	611	714
Seat INCA	2	1	5	16
Seat LEON	35	43	333	265
Seat TOLEDO	11	28	127	251
Seat	**204**	**245**	**1751**	**1966**
Smart COUPE/ROADSTER	0	0	10	1
Smart FOR FOUR	2	-	2	-
Smart FOR TWO	20	15	59	62
Smart	**22**	**15**	**71**	**63**
Subaru FORESTER	2	11	37	119
Subaru IMPREZA	2	9	17	47
Subaru JUSTY	0	-	4	-
Subaru LEGACY	11	8	78	33
Subaru	**15**	**28**	**136**	**199**
Suzuki GRAND VITARA	17	4	102	58
Suzuki IGNIS	56	2	262	13
Suzuki JIMNY	3	6	17	20
Suzuki LIANA	0	0	5	5
Suzuki SWIFT	0	109	23	976
Suzuki WAGON	17	24	139	156
Suzuki	**93**	**145**	**548**	**1228**
Škoda FABIA	3162	4981	26561	30708
Škoda OCTAVIA	1824	1243	9751	10255
Škoda SUPERB	208	331	1599	2232
Škoda	**5194**	**6555**	**37911**	**43195**
Toyota AVENSIS	28	44	288	224
Toyota AVENSIS VERSO	3	1	9	23
Toyota CAMRY	0	1	2	17
Toyota COROLLA	60	73	620	483
Toyota COROLLA VERSO	7	12	65	65
Toyota HIACE	1	0	4	8
Toyota LAND CRUISER	5	9	55	66
Toyota RAV4	18	45	146	337
Toyota YARIS	176	124	1301	1054
Toyota YARIS VERSO	-	0	-	49
Toyota	**298**	**309**	**2490**	**2326**
Volkswagen BORA	5	15	78	237
Volkswagen CADDY	4	0	24	1
Volkswagen CARAVELLE	-	0	-	53
Volkswagen GOLF	255	147	2205	1210
Volkswagen LT	0	0	4	9
Volkswagen MULTIVAN	96	3	261	8
Volkswagen NEW BEETLE	3	0	5	1
Volkswagen New BEETLE CABRIO	2	-	5	-
Volkswagen PASSAT	290	149	1021	1627
Volkswagen PHAETON	2	1	11	7
Volkswagen POLO	85	106	580	1189
Volkswagen SHARAN	4	8	34	72
Volkswagen SHUTTLE	0	-	1	-
Volkswagen TOUAREG	3	0	21	39
Volkswagen TOURAN	20	8	230	46
Volkswagen TRANSPORTER	36	32	189	183
Volkswagen	**805**	**469**	**4669**	**4682**
Volvo 40	1	17	98	137
Volvo 60	1	10	60	130
Volvo 60	5	-	5	-
Volvo 70	2	12	46	103
Volvo 80	8	11	47	61
Volvo C70	-	0	-	4
Volvo S 40	18	-	77	-
Volvo V 50	7	-	54	-
Volvo XC70	1	2	6	31
Volvo XC90	4	7	63	74
Volvo	**47**	**59**	**456**	**540**
Celkem členové SDA	**5513**	**6020**	**40255**	**46032**
Celkem nečlenové SDA	**5256**	**6583**	**38288**	**43392**
Celkem	**10769**	**12603**	**78543**	**89424**

Zdroj: SDA

Pokles prodeje na Slovensku

Na Slovensku se během července 2004 prodalo 5097 nových automobilů, což je o 22 % méně než před rokem. Při součtu za všech sedm měsíců roku ale prodej vzrostl o 3 %. Mezi nejprodávanějšími značkami si pozoruhodným způsobem vylepšuje své postavení Opel, který v červenci prodal o 29 % vozů více než před rokem a za sedm měsíců jeho prodej vzrostl o 16 %. Statistika Združenia automobilového priemyslu SR spojuje prodej osobních vozů a lehkých užitkových vozidel. ←

Prodej OA a LUV na Slovensku v červenci 2004

	registrace OA+LUV	7/2004	7/2003	1–7/2004	1–7/2003
1.	Škoda	1 629	2 302	11 392	13 922
2.	VW	469	550	2 961	2 828
3.	Opel	419	298	2 347	1 967
4.	Peugeot	376	459	2 929	3 043
5.	Renault	353	468	3 241	2 783
6.	Citroën	309	464	2 318	2 341
7.	Fiat	172	247	1 906	1 557
8.	Seat	149	261	1 292	1 678
9.	Hyundai	139	93	960	673
10.	Mercedes-Benz	137	134	802	856
	celkem	**5 097**	**6 232**	**37 407**	**36 272**

Nejprodávanější modely na Slovensku 7/2004

1.	Škoda Fabia	716
2.	Škoda Octavia	371
3.	Škoda Fabia Combi	346
4.	Peugeot 206	154
5.	VW Polo	146
6.	Opel Corsa	131
7.	Citroën C3	128
8.	VW Golf	120
9.	Renault Mégane	92
10.	Renault Thalia	85

Zdroj: ZAPSR

Polsko je už třetí měsíc v propadu

Prodej nových automobilů v Polsku už třetí měsíc po sobě v červenci vykázal dramatický pokles. Ten začal se vstupem země do EU a zavedením nových daňových zákonů. V červenci se v Polsku prodalo pouze 22 073 nových vozů, což je dosud nejméně od prosince roku 2001, o dalších 5 % méně než v červnu a o plných 24 % méně, než za stejný měsíc před rokem. Před vstupem do EU měli Poláci možnost ve velké míře odepisovat u nových osobních vozů DPH ve výši 22 % pokud je zaregistrovali jako užitkové. Tato možnost skončila a trh navíc zaplavil příval ojetých vozidel dovážených ze zemí EU. Přes všeobecný pokles se Škodě Auto podařilo zvýšit svůj prodej o 11 % a drží si druhou pozici mezi výrobci za tradičně vedoucím Fiatem. ←

Toyota před Chryslerem

MARK CONNELLY,
AUTOMOTIVE NEWS

Parní válec Toyota dohání skupinu Chrysler na místě třetího největšího prodejce osobních automobilů a lehkých užitkových vozidel v USA. V červenci se vozů značek Toyota, Lexus a Scion prodalo o 10 587 kusů více, než trojice značek Chrysleru, tedy Chrysleru, Dodge a Jeepu v poměru 200 206 ku 189 619 vozů. Dosud se tak stalo jen jednou – v srpnu 2003. V celoroční bilanci zatím zůstává Chrysler před Toyotou o 120 675 prodaných vozidel. Ale vývoj zatím mluví ve prospěch Toyoty. V porovnání s loňským červencem vzrostl prodej Chrysleru o 3,2 %, ale Toyoty o plných 12,3 %! A Toyota staví nové výrobní závody v Texasu a Mexiku, aby zvětšila dodávky pickupů. Otázkou do budoucna tedy bude, kdo vlastně bude v USA tvořit Velkou trojku. Nicméně prognostická a konzultační skupina společnosti J. D. Power – LMC Automotive – si nemyslí, že vítězství Toyoty nad Chryslerem je neodvratné. Podle ní se Chrysler může bránit náporu svého japonského rivala přísunem nových modelů. ←

Auto Data & News

Auto Data & News – ekonomický měsíčník o automobilovém průmyslu. Ročník I, srpen 2004. **Adresa redakce:** Pod altánem 103/99, 110 00 Praha 10, tel.: +420 274 771 330, e-mail: adn@autoforum.cz. **Vydává:** Moto Public Antonín Matějka ve vydavatelství MotorCom s.r.o. **Šéfredaktor:** Ing. Vladimír Rybecký. **Redaktoři:** Ing. Antonín Matějka, Jaroslav Vavera. **Grafický design:** Akad. arch. Pavel Škoda, Studio 1. **Tisk:** Tiskárna Unitisk, Kněževes u Prahy. **Vychází:** 26. 8. 2004. ISSN 1214-7753.

Vychází ve spolupráci s vydavatelstvím Crain Communication Automotive News Europe

Je oficiálním partnerem mezinárodní ankety AutoBest AUTOBEST

Prodej osobních automobilů v Evropě v květnu a od začátku roku

značka/model	6/2004	6/2003	1. 6. 2004	1. 6. 2003
Alfa Romeo 147	7825	7526	44757	50390
Alfa Romeo 156	5011	5790	31090	33158
Alfa Romeo GT	1318	-	7389	-
Alfa Romeo	**15143**	**14017**	**89504**	**87934**
Aston Martin	22	77	315	482
Audi A2	2447	2713	12396	15716
Audi A3/S3	14007	10014	79466	57251
Audi A4/S4/RS4	23257	25184	134617	145348
Audi A6/S6/Allroad	8350	7836	45089	49069
Audi A8/S8	999	1041	6124	6227
Audi TT	1546	1878	9655	11092
Audi	**50618**	**48672**	**287461**	**284744**
Bentley	**188**	**54**	**1146**	**229**
BMW 3	26185	30107	146510	178760
BMW 5	13102	8386	70191	41964
BMW 6	1174	-	6288	-
BMW 7	1157	1679	6442	8642
BMW X3	4038	-	17217	-
BMW X5	3908	4053	22735	20686
BMW Z4	2531	3950	12997	13087
BMW	**52280**	**48310**	**283495**	**264564**
Citroën Berlingo	6440	6781	35101	36965
Citroën C2	12119	-	79154	1
Citroën C3	25576	26325	154256	161892
Citroën C3 Pluriel	3073	4767	16256	7482
Citroën C5	8791	9388	46972	60776
Citroën C8	2344	2896	13128	13932
Citroën Xsara	7653	9696	49375	67033
Citroën Xsara Picasso	18360	18405	104335	112807
Citroën	**84816**	**84606**	**502729**	**509443**
Daewoo Kalos	5398	5140	30892	22487
Daewoo Lacetti	1429	-	4761	-
Daewoo Matiz	5602	4637	30130	26238
Daewoo Nubira	1192	759	6197	2064
Daewoo Rezzo/Tacuma	1679	961	6836	4658
Daewoo	**15540**	**12444**	**80187**	**59777**
Daihatsu Cuore/Charade	1070	1293	6930	4820
Daihatsu	**2110**	**2624**	**14687**	**12829**
Ferrari	**84**	**208**	**1236**	**1395**
Fiat Dobló	1830	1715	8692	11990
Fiat Idea	6533	-	35314	-
Fiat Multipla	1752	2301	7366	12260
Fiat Panda	17147	5954	103735	43450
Fiat Punto	28830	32450	179407	202676
Fiat Seicento	1921	7035	32202	58067
Fiat Stilo	12294	14927	70934	87367
Fiat Ulysse	1199	1621	6788	8660
Fiat	**72059**	**67024**	**448728**	**431365**
Ford Fiesta	26697	27836	170572	178564
Ford Focus	35401	41075	217898	250163
Ford Focus C-Max	15544	66	86733	83
Ford Fusion	6711	9485	42390	57717
Ford Galaxy	3171	3937	19032	22527
Ford Ka	7046	7659	44687	53660
Ford Mondeo	18280	18162	98713	108654
Ford StreetKa	1540	2108	9103	7532
Ford	**115646**	**112834**	**699618**	**689781**
GM USA	**223**	**546**	**1377**	**3212**
Honda Accord	3806	3097	21926	14653
Honda Civic	7089	6927	41256	38836
Honda CR-V	2455	2738	16469	17093
Honda Jazz	5443	4799	32679	27561
Honda	**19672**	**18567**	**117952**	**105217**
Hyundai Accent	2953	3135	16343	17843
Hzundai Atos/Prime/Amica	2816	1048	17648	11168
Hyundai Coupé	984	1440	6807	8063
Hyundai Elantra	1064	823	5303	5220
Hyundai Getz/TB	8361	8274	52648	40277
Hyundai Matrix	2860	3033	20324	17245
Hyundai Santa Fé	3611	3348	21272	19534
Hyundai Terracan	1114	893	7239	5081
Hyundai Trajet	1373	1077	6335	5946
Hyundai	**25876**	**23747**	**157525**	**134851**
Chrysler PT Cruiser	1677	2046	9891	11045
Chrysler Voyager/Gr. Voyager	2906	2818	14512	15562

Chrysler	**5650**	**5441**	**29756**	**29757**
Isuzu	**64**	**115**	**871**	**735**
Jaguar S-Type	1262	994	6647	6683
Jaguar X-type	3866	2190	22070	12794
Jaguar	**6145**	**4236**	**33165**	**24248**
Jeep Grand Cherokee	1872	1626	10533	10433
Jeep Cherokee	1568	1563	8826	8921
Jeep	**3640**	**3382**	**20601**	**20459**
Kia Carens	1570	1811	8451	10324
Kia Carnival/Sedona	2725	2482	13171	11073
Kia Picanto	3550	-	8439	-
Kia Rio	3181	3132	17215	18309
Kia Sorento	2598	2237	17048	13291
Kia	**14842**	**10974**	**69015**	**59841**
Lada	**304**	**641**	**2488**	**3130**
Lamborghini	**39**	**12**	**371**	**95**
Lancia Lybra	1253	1394	9192	10126
Lancia Ypsilon	8524	125	52910	168
Lancia	**11695**	**7852**	**66926**	**55922**
Land Rover Discovery	1995	1481	9925	8745
Land Rover Freelander	4088	3821	25131	23000
Land Rover Range Rover	1041	1077	6341	7522
Land Rover	**7690**	**7129**	**45542**	**43576**
Lexus	**1539**	**1793**	**11146**	**8988**
Lotus	**122**	**147**	**741**	**798**
Maserati	**80**	**127**	**1030**	**921**
Maybach	**7**	**14**	**61**	**50**
Mazda2	3684	2635	22208	7692
Mazda3	6256	-	34213	-
Mazda6	7776	7952	45356	50187
Mazda MX-5	1601	2372	8498	11441
Mazda Premacy	1622	2046	10390	11807
Mazda RX-8	1416	-	11003	-
Mazda	**23415**	**18546**	**137903**	**108498**
Mercedes A	9731	11014	66307	69472
Mercedes C	17764	17728	102789	116558
Mercedes E	16101	17011	97137	100264
Mercedes M	2961	3044	17997	19341
Mercedes S	1284	1485	7505	10861
Mercedes SL	1127	1369	6298	8756
Mercedes SLK	3188	1723	16894	9414
Mercedes CLK	5377	5922	29054	28898
Mercedes-Benz	**59453**	**62692**	**363734**	**384062**
MG TF	970	1454	6444	6776
MG ZR	1712	2406	10584	12058
MG	**3724**	**5031**	**23917**	**25927**
Mini	**10592**	**10804**	**62807**	**59016**
Mitsubishi Outlander	1161	1175	6895	2720
Mitsubishi Pajero/Montero/Shogun2404	2447	13219	13069	
Mitsubishi Space Star	3247	4089	18219	20747
Mitsubishi	**10422**	**12564**	**66976**	**67037**
Nissan Almera	6257	7354	36454	41946
Nissan Almera Tino	2735	3234	17249	15635
Nissan Micra	16042	16887	86714	86550
Nissan Primera	5207	6235	24887	33170
Nissan Terrano	1650	1509	8491	9721
Nissan X-Trail	4531	3873	27730	21097
Nissan	**37908**	**39919**	**211372**	**212402**
Opel Agila	4122	5598	27748	36787
Opel Astra	30210	25889	127524	146889
Opel Corsa	24462	23931	135612	155083
Opel Meriva	15231	12824	92349	22586
Opel Signum	2839	3682	11894	8729
Opel Vectra	10869	10234	59784	63972
Opel Zafira	15533	19481	79668	102977
Opel	**104188**	**104966**	**546067**	**558527**
Perodua	**72**	**91**	**415**	**482**
Peugeot 206/206SW	48229	50965	286291	296754
Peugeot 307/307SW	42073	40373	254844	245928
Peugeot 406	2782	8694	26357	46541
Peugeot 407/407SW	13431	-	21725	-
Peugeot 607	1272	1949	8377	10415
Peugeot 807	2595	3295	15233	17330
Peugeot Partner/Ranch	2705	2954	16709	16629
Peugeot	**113441**	**112314**	**632754**	**662023**
Porsche 911	971	1142	7560	7775
Porsche Cayenne	1377	1081	8538	4615
Porsche	**3226**	**2981**	**21027**	**17405**
Proton	**156**	**102**	**962**	**1163**

Renault Clio	39859	47625	220918	254380
Renault Espace/Gr. Espace	7081	6346	37589	29494
Renault Kangoo	7672	7390	35401	35688
Renault Laguna	15672	17828	78534	101914
Renault Mégane	40673	39077	220490	194066
Renault Scénic/Gr. Scénic	32621	23295	165313	117076
Renault Twingo	9653	12664	48880	64326
Renault	**157425**	**157675**	**822867**	**816022**
Rolls-Royce	**8**	**6**	**86**	**18**
Rover 25	1982	3350	10606	19413
Rover 45	1228	1784	7542	11140
Rover 75	2271	3229	13917	15976
Rover	**6226**	**8368**	**41924**	**46558**
Saab 9-3	5063	3980	27621	25053
Saab 9-5	2822	2842	14851	16074
Saab	**7887**	**6824**	**42492**	**41142**
Seat Alhambra	2164	2533	11834	13350
Seat Altea	5862	-	8939	-
Seat Cordoba	4230	4208	19944	23436
Seat Ibiza	17444	15966	88977	94201
Seat Leon	7712	8195	49978	47829
Seat Toledo	3235	3166	15989	17277
Seat	**41125**	**35193**	**201841**	**204536**
Smart	**15492**	**10197**	**64034**	**54172**
SsangYong	**334**	**177**	**2891**	**904**
Subaru Forester	1331	1511	7150	8661
Subaru Impreza	1142	1411	6186	7999
Subaru	**3159**	**3575**	**24066**	**20465**
Suzuki Alto	1753	1864	14297	9935
Suzuki Ignis	3039	3878	25600	14352
Suzuki Jimny	2490	2144	12040	11649
Suzuki Vitara/Gr. Vitara	4680	4549	27199	20436
Suzuki Wagon R+	2953	2968	17433	19028
Suzuki	**15855**	**18528**	**105177**	**99690**
Škoda Fabia	11678	12996	72560	71595
Škoda Octavia	9080	9854	52104	52623
Škoda Superb	1380	1245	6490	7669
Škoda	**22142**	**24100**	**131195**	**131926**
Tata	**93**	**116**	**906**	**942**
Toyota Avensis	11795	12060	73307	42870
Toyota Avensis Verso	1037	1536	6836	8898
Toyota Corolla	13175	14162	87950	81577
Toyota Corolla Verso	6024	3885	23494	25539
Toyota LandCruiser	2776	2887	17846	16810
Toyota RAV4	7777	8197	53141	53193
Toyota Yaris	18675	18812	113185	100666
Toyota Yaris Verso	2094	2239	11675	12209
Toyota	**65530**	**66020**	**403122**	**354750**
Vauxhall Astra	8129	9148	41926	54618
Vauxhall Corsa	9957	9674	58685	56255
Vauxhall Meriva	2770	954	13804	1503
Vauxhall Vectra	5286	5079	27269	26555
Vauxhall Zafira	4933	5289	27308	24910
Vauxhall	**32088**	**32275**	**176137**	**172631**
Volkswagen Bora	3106	4092	15500	26932
Volkswagen Golf	53061	47226	288564	269124
Volkswagen Lupo	3558	4028	15211	24741
Volkswagen New Beetle	3244	4005	19557	17635
Volkswagen Passat	20430	23187	119072	142155
Volkswagen Polo	28392	31173	150145	186628
Volkswagen Sharan	4159	4390	18702	24532
Volkswagen Touareg	3110	1253	19027	7680
Volkswagen Touran	14672	9260	90273	20569
Volkswagen Transporter /Multivan/Caravelle/Shuttle	1020	3936	19068	20563
Volkswagen	**135548**	**133287**	**760583**	**744370**
Volvo S40	3981	2015	20004	11305
Volvo S60	3220	3740	18862	22443
Volvo S80	1081	1968	6777	7886
Volvo V40	1566	4413	21319	24313
Volvo V50	4807	-	12833	-
Volvo V70/XC70	6588	7005	36147	38502
Volvo XC90	2807	1218	16365	9820
Volvo	**24421**	**20812**	**134138**	**116349**
CELKEM	**1412837**	**1363391**	**7963495**	**7738929**

V tabulce nejsou rozepsány modely s měsíčním prodejem trvale menším než 1000 ks.
Do prodejů v Evropě jsou zařazeny následující země: Rakousko, Belgie, Švýcarsko, Německo, Dánsko, Španělsko, Francie, Velká Británie, Řecko, Maďarsko, Itálie, Island, Irská rep., Norsko, Nizozemsko, Portugalsko, Švédsko a Finsko.

Zdroj: JATO Dynamics / Automotive News Europe