9 771214 775008 09

Auto Data & News

Cena 50 Kč

26. září 2004 | ročník I. – číslo 4 | www.autodatanews.cz | ve spolupráci s Automotive News Europe

4 str. Novinky autosalonu v Paříži

14 str. Evropský automobilový gigant PSA

18 str. Tažení proti SUV

9 str. Mazda zvyšuje prodej v Evropě

Foto: Nissan

Koho ohrozí Dacia Logan?

JIŽ V LISTOPADU SE NA ČESKÝCH SILNICÍCH OBJEVÍ NOVÁ DACIA LOGAN, LEVNÝ AUTOMOBIL PRO VÝCHODOEVROPSKÉ TRHY Z PRODUKCE RENAULTU. KOMU BUDE PŘÍMOU KONKURENCÍ? A PODAŘÍ SE RENAULTU RESUSCITOVAT RUMUNSKOU ZNAČKU TAK, JAKO SE TO KDYSI PODAŘILO VOLKSWAGENU SE ŠKODOVKOU?

BOHUSLAV BOHUNĚK, TOPMARKETING

Dacia Logan bude o zákazníky bojovat jednoznačně cenou (v základu 199 900 Kč), což je na středo- a východoevropských trzích nejpřesvědčivější prodejní argument. Navíc jak v České republice, tak v ostatních

→ pokračování na **straně 12**

↙ NEJVYŠŠÍ ŠÉF RENAULTU LOUIS SCHWEITZER PŘEDSTAVUJE NOVÝ LOGAN

Foto: Renault

Automechanika se vrátila ke kořenům

VÝSTAVU AUTOMECHANIKA VE FRANKFURTU NAVŠTÍVILO VÍCE LIDÍ NEŽ KDY DŘÍVE. VÝZNAMNÉ BYLO TAKÉ ČESKÉ ZASTOUPENÍ.

VLADIMÍR RYBECKÝ, AUTO DATA & NEWS

Výstava Automechanika je největší evropskou přehlídkou automobilového aftermarketu. V době liberalizace trhu s náhradními díly logicky vzrostl zájem o tuto výstavu mezi vystavovateli i návštěvníky. Pro vystavující výrobce se v den zahájení výstavy stalo významným impulsem oznámení, že Evropská komise hodlá ještě více liberalizovat trh s automobilovými náhradními díly.

→ pokračování na **straně 2**

Škoda Octavia Combi 4x4 se představila

PAŘÍŽ | Na autosalonu v Paříži Škoda Auto v souladu s očekáváním poprvé současně s výstavní premiérou nové Octavie Combi předvedla i verzi Octavia Combi 4x4. Pohon všech kol je opět zajištěn prostřednictvím elektronicky řízené vícelamelové spojky Haldex. Pohonné jednotky jsou připraveny dvě – vznětový motor 1,9 TDI-PD/77 kW a zážehový 2,0 FSI/110 kW. Oficiální představení Škody Octavia Combi 4x4 bude až v příštím roce. ←

Foto: Škoda Auto

Auta z Kolína budou C1, 107 a Aygo

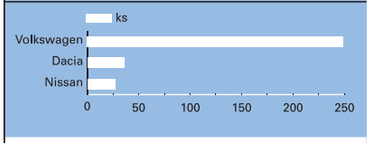
PAŘÍŽ | Při příležitosti autosalonu v Paříži bylo odhaleno i jméno třetího z připravených automobilů, které se budou vyrábět v nově budované továrně TPCA v Kolíně. Nejvyšší představitel koncernu PSA Peugeot Citroën Jean Martin Folz nám potvrdil již známá označení obou francouzských vozů, tedy Citroën C1 (toto označení bylo získáno před rokem po zastavení výroby stejnojmenného skútru BMW) a Peugeot 107 (kvůli kterému nejmenší vůz značky dostal označení s jednou nulou navíc, tedy 1007). Viceprezident Toyota Motor a výkonný šéf evropského marketingu firmy Thierry Dombreval v Paříži oznámil i jméno vozu se značkou Toyota. Bude to Aygo, což je fonetický přepis anglického I go (česky Jedu). První oficiální obrázky všech tří vozů budou uvedeny v lednu 2005 a výstavní premiéru budou mít na ženevském autosalonu 1. března 2005. ←

Čísla měsíce

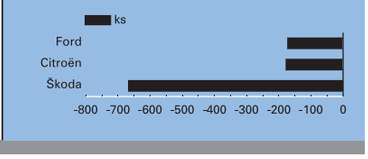
Prodej nových osobních osobních automobilů v ČR – srpen 2004

poř.	značka	prodej 8/2004	prodej 8/2003	poř. 8/2003
1.	Škoda	4619	5286	1.
2.	Volkswagen	647	398	7.
3.	Renault	558	692	2.
4.	Peugeot	505	527	3.
5.	Hyundai	398	401	6.
6.	Opel	337	476	5.
7.	Ford	333	505	4.
8.	Daewoo	260	253	9.
9.	Seat	223	230	11.
10.	Toyota	208	242	10.
	Celkem	**9595**	**10723**	–

Největší růst v 8/2004 proti 8/2003



Největší pokles v 8/2004 proti 8/2003



SAIC koupí SsangYong a zřejmě i MG Rover

ČÍNSKÁ AUTOMOBILKA BUDUJE ZAJÍMAVÉ SPOJENÍ

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Věřitelé korejské automobilky SsangYong Motor v čele s Chohung Bank nedávno dali souhlas k tomu, aby se majoritním vlastníkem společnosti stala čínská automobilka SAIC. Ta podle informace agentury Reuter za svou majoritu, kterou bude představovat 48,9 % podílu, zaplatí 360 milionů USD. Podle dostupných informací byl kromě SAIC uchazečem o majoritu v SsangYongu rovněž jeden z amerických penzijních fondů.

SsangYong se vrací

Korejská automobilka SsangYong byla od konce roku 1999, kdy ohlásil bankrot jeho majitel koncern Daewoo, pod kontrolou věřitelů. V poslední době se jí daří pozvolna zvyšovat produkci. V souvislosti s tím ohlásila snahu vrátit se na evropské trhy s cílem prodat zde v roce 2006 12 000 vozů (vloni to bylo 1845 aut) a dosáhnout 4 % podílu na evropském trhu vozů SUV. V současné době nabízí kromě i u nás známých terénních vozů Musso a Korando také terénní model Rexton a 11místný velký van Rodius. Na stejné platformě jako Rodius se vyrábí i nová generace luxusního sedanu Chairman, která vznikla původně na bázi licenční výroby Mercedesu-Benz třídy E a u nás se prodávala pod značkou Daewoo. U Mercedesu-Benz mají základ také vyráběné motory, včetně vznětového 2,7 l se vstřikováním common rail.

Korejský koncern SsangYong byl založen roku 1954 a terénní automobily vyrábí od roku 1986. Zprvu se jednalo o repliky jeepů pro armádu, později se na jejich vývoji se podílel i Daimler-Benz, který byl také vlastníkem menšinového podílu ve firmě SsangYong Motors.

Spása pro MG Rover

Nedávno vedení SAIC uzavřelo rovněž dohodu s britským holdingem Phoenix Venture o vytvoření aliance s jeho automobilkou MG Rover. Podle posledních informací ale chtějí Číňané mnohem více - získat úplnou kontrolu nad britskou automobilkou. Obě strany proto usilovně vyjednávají a připravují dohodu, podle které se SAIC stane majoritním vlastníkem MG Roveru, tedy získá více než 50 % akcií. Naopak pro Brity by investice z Číny znamenaly spásu. Čínská delegace nedávno už navštívila sídlo firmy v Longbridge. Číňané chtějí po vzoru korejských automobilek posílit své postavení spoluprací se zahraničními výrobci. Podle nich by byl Rover pro Čínské majetné vrstvy vhodnou značkou, ovšem pro MG se mnoho nadějí nedává. Definitivní rozhodnutí ale bude nakonec záviset na souhlasu čínské vlády.

Co je SAIC

Čínská společnost SAIC (Shanghai Automotive Industry Corp.) je ve 100% vlastnictví města Šanghaje. Vznikla v roce 1984 z výrobce traktorů. V současné době produkuje ve společných podnicích s Volkswagenem a General Motors 625 000 osobních vozů ročně. V roce 2007 by měla překročit roční produkce ve společnost SAIC-VW 1 milion vozů, u Shanghai-GM 300 000 vozů a u SAIC GM Wuling 336 000 vozů. ←

↓ SSANGYONG REXTON

Foto: Newspress

Automechanika se vrátila ke kořenům

← pokračování ze **strany 1**

To pro mnoho vystavovatelů dodává více optimismu do budoucna, protože v současné době německé firmy čelí přetrvávající hospodářské recesi.

Nechyběly zde samozřejmě nejvýznamnější výrobci dílů, včetně velkých firem, jako jsou Robert Bosch, Delphi, Valeo, Teneco, Visteon, Behr, Eberspächer, Hella, TRW atd. V Německu tyto firmy dodávají 55 % své produkce přímo automobilkám, zbytek je určen pro aftermarket.

V reakci na vývoj na trhu s náhradními díly se se svými expozicemi po čase na Automechaniku vrátily také některé automobilky (koncerny Volkswagen, Daimler Chrysler, BMW, Fiat a Renault).

Mezi 4505 vystavovateli ze 72 zemí byly také české firmy. Pro ty připravilo expozici Ministerstvo průmyslu ČR. Prezentovalo se zde 16 českých firem, z toho osm v rámci prezentace Sdružení automobilového průmyslu (Brano Group, Brisk Tábor, Buzuluk Komárov, Magneton, Marbo CZ, Motorpal, Rubena a ZPV Rožnov). Zájem o výrobky českých firem projevovali nákupčí dílů jak pro výrobu, tak pro aftermarket. Podle zástupce Sdružení SAP pro zahraniční vztahy Svatopluka Doležala bylo zajímavé, že kromě evropských firem značně vzrostl zájem o výrobky českých firem ze strany asijských společností, především z Indie, ale také z Číny a Singapuru.

Sdružení SAP v průběhu Automechaniky rovněž projednávalo možnosti rozšíření spolupráce s obdobnými organizacemi ze zahraničí, konkrétně s britskou SMMT, španělskou SERNAUTO, kanadskou AMETUS z Quebecku, maďarskou MATOSZ, polskou PIM, bosenskou Cluster a srbskou Chamber. ←

Foto: AUTOMECHANIKA

Chevrolet přichází

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Přejmenování korejské značky Daewoo na Chevrolet na všech evropských trzích má podle prezidenta společnosti GM Daewoo Nicka Reillyho pomoci růstu prodeje malých vozů vyráběných touto automobilkou. Proto také budou modely GM Daewoo tvořit základ modelové nabídky značky Chevrolet v Evropě. Postupně se ale pod značkou Chevrolet objeví i další modely z ostatních výrobních závodů koncernu General Motors po celém světě.

General Motors chce tímto krokem posílit pozici Chevroletu jako základní značky v koncernové nabídce. Chevrolet má hrát roli velkoobjemového dodavatele především na nových, rychle se rozvíjejících trzích. S touto marketingovou strategií už GM uspělo na trzích Jižní Ameriky, kde se pod jménem Chevrolet prodávají především malé vozy, které u nás známe pod značkou Opel.

General Motors hodlá do obnovy jihokorejské automobilky investovat 1,5 miliardy dolarů. GM vlastní 42,1 % akcií společnosti GM Daewoo Auto & Technology (GM DAT).

Nová prodejní síť společnosti Chevrolet Europe vznikne ze současné prodejní sítě GM Daewoo. Současní majitelé vozů Daewoo mohou proto i nadále počítat se stejnými záručními podmínkami a o jejich vozy se budou starat stejní prodejci a servisy jako v případě vozů Chevrolet.

Současný prodej amerických modelů Chevrolet bude i nadále pokračovat prostřednictvím smluvního partnera GM pro Evropu, kterým je nizozemská společnost Kroyman.

Nový styl, připravovaný pro vozy Chevrolet uváděné na evropské trhy předvedl koncern General Motors na autosalonu v Paříži v podobě hned tří vozů – konceptů terénního automobilu S3X, minivozu M3X, což je předobraz připravované nové generace modelů Matiz a Kalos.

Změna označení Daewoo na Chevrolet se bude týkat 16 západo- a středoevropských zemí, včetně České republiky, protože na 11 trzích už k této proměně došlo dříve. Podle šéfa GM Daewoo Europe Hardyho Sprangera, ve všech zemích, kde ke změně jména už došlo, trh zareagoval zvýšení prodeje. ←

↓ CHEVROLET KALOS

Foto: GM

Fiat hledá novou cestu

AUTOMOBILKA PLÁNUJE NEJVĚTŠÍ REORGANIZACI VEDENÍ ZA 105 LET

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

PRAHA, TURÍN | Před rokem jsem měl příležitost setkat se v Turíně s několika pracovníky Fiatu. Překvapila mě otevřenost, s jakou mluvili o nově připravovaných projektech. Nedalo se přehlédnout ani zaujetí nad tím, že se v Turíně konečně věci začínají hýbat. Vedoucí výroby vozů segmentu B Tito Schiaffino mi nadšeně líčil podrobnosti týkající se připravovaného miniautomobilu, zatím jen přezdívaného Topollino. Neskrýval přitom radost ze znovuobnovené spolupráce s věhlasnými italskými designéry. „Konečně začínáme zase dělat to, co umíme nejlépe," říkal. Pozoruhodná byla i jeho bezmezná důvěra ve schopnosti tehdy nově nastoupivšího nejvyššího šéfa automobilky Herberta Demela.

Následující měsíce ale ukázaly, že ke světlým zítřkům bude pro Fiat mnohem těžší cesta, než se tehdy zdálo. Výkonný šéf skupiny Fiat Sergio Marchinne a výkonný šéf Fiatu Auto Herbert Demel byli nedávno nuceni opět odložit cílový termín, kdy se podle nich Fiat Auto opět stane ziskovým. Nyní byl stanoven rok 2007, což je o rok později, než vloni v červnu stanovil bývalý výkonný šéf Fiatu Giuseppe Morchio. Marchionne převzal řízení skupiny Fiat v června poté, co Morchio odstoupil.

Opět restrukturalizace

Na schůzi investorů a analytiků Marchionne a Demel oznámili další velkou reorganizaci ve vedení Fiatu Auto, už druhou za 30 měsíců. V únoru 2002 společnost Fiat Auto přijala organizační model obchodní jednotky. Značky Fiat, Alfa Romeo a Lancia a rovněž služby, zajišťující náhradní díly a finanční servis, se staly společnostmi v rámci Fiat Auto a spravovaly si samostatně své účty. Tato struktura se nyní odstraňuje, neboť „vedla k neefektivní výrobě a k investicím založeným na nerealistických očekáváních o průniku na trh a promeškaným investičním příležitostem," řekl Marchionne. Organizace byla „nefunkční a neodpovědná," řekl a dodal, že se společnost zatížila „sebepoškozující průmyslovou komplikovaností."

Nejvyšší vedení Fiatu pracovalo po celé léto na tom, aby připravilo prostor pro nový tým, který povede reorganizovanou automobilovou jednotku společnosti. Podle nového plánu se společnost Fiat Auto v podstatě vrátí ke struktuře, kterou měla před několika lety. Značky Fiatu a jeho lehké užitkové automobily a poprodejní divize budou mít své vlastní šéfy, stejně tak jako pět automobilových společností.

Automobilové značky si budou plánovat své vlastní výrobky a budou zodpovídat za marketing, prodej, směřování značky a rozvoj. Jedinou důležitou změnou bude, že ústředí Fiatu Auto opětovně získá kontrolu nad designem. Při předchozích dvou reorganizacích byla různá stylingová centra vždy zodpovědná přímo určité značce nebo obchodní jednotce. „Nová organizace je navržena tak, aby vytvářela a podporovala odpovědnost," řekl Demel a dodal, že chce ve Fiatu Auto zrychlit proces rozhodování. „Jestliže něco postrádáme, pak je to rychlost realizace," řekl.

Ke zvýšení rychlosti Fiatu Auto Marchionne a Demel připravili i největší reorganizaci nejvyššího vedení společnosti v její 105leté historii. Marchionne, který záležitosti vedení označil za největší problém společnosti Fiat Auto, řekl, že na vrcholných pozicích společnosti chce „mladé manažery s mezinárodními zkušenostmi".

Sázka na 4 x 4

Během následujících 24 měsíců zavede Fiat Auto u deseti modelů verze s pohonem všech kol. Jedná se pokus, jak společnost vymanit ze stagnujícího prodeje. Pokud bude zaznamenán kladný ohlas zákazníků na trvalou nabídku pohonu všech kol u vozů Fiat a Alfa Romeo, bude se uvažovat o rozšíření nabídky pohonu všech kol na dalších pět modelů do roku 2008, včetně jednoho se značkou Lancia.

„Objevili jsme způsob, jak automobil s pohonem všech kol nabídnout zákazníkovi za velmi konkurenční cenu," tvrdí jeden z vysoce postavených představitelů Fiatu Auto. Odmítl však odhalit mechanické detaily trvalého systému pohonu čtyř kol nebo v jakém objemu se bude vyrábět.

Plán však zahrnuje dva vozy SUV a nabídku pohonu všech kol pro osm automobilů a minivanů, takže plánovaný objem výroby vozů s pohonem čtyř kol by do roku 2006 mohl být nejméně 100 000 vozů ročně. Plán zahrnuje tři modely značky Fiat a sedm modelů se značkou Alfa Romeo s možností rozšíření na další tři modely Fiat, jeden Alfa Romeo a jeden Lancia. V uplynulém desetiletí nabídly značky Fiatu pouze jediný model s pohonem čtyř kol. Jednalo se o předchozí generaci Fiatu Panda a jeho výroba byla ukončena v červenci 2003.

↗ HERBERT DEMEL

Jen málo rivalů Fiatu má pohon všech kol. V současnosti jej nenabízí žádný jihokorejský výrobce a z devíti japonských značek prodávaných v Evropě pouze Suzuki a Subaru. Z evropských masových producentů jen Renault nabízí pohon všech kol pouze u modelu Kangoo. Pouze Volkswagen Group nabízí vozy s pohonem čtyř kol pro všechny své velkoobjemové značky, tedy Seat, Škoda a VW.

První vozidla s pohonem čtyř kol od skupiny Fiat se začnou prodávat v říjnu, kdy Alfa Romeo uvede variantu modelu 156 Sportwagon Q4 a Crosswagon Q4. Alfa plánuje výrobu 15 000 kusů těchto vozů, což je asi 20 % celkové výroby modelu 156. V říjnu se začne prodávat také Panda 4x4, první ze dvou verzí tohoto modelu s pohonem všech kol. Výroba této varianty by měla tvořit 15 % z celkové výroby modelu Panda. Fiat původně plánovat roční výrobu Pandy ve výši 200 000 kusů, ale automobil se stal hitem a současný výhled je tedy 240 000 kusů ročně. Druhá varianta, označovaná jako Panda SUV, přijde do prodeje v roce 2005. V roce 2006 by se měl představit i první skutečný vůz SUV se značkou, vyvíjený ve spolupráci se Suzuki.

Nejvyšší výkonný ředitel Fiatu Auto Herbert Demel je mocným podporovatelem nového zrodu osobních automobilů s pohonem všech kol ve své společnosti. Za jeho působení v čele Audi tato značka rozšířila pohon všech kol na celou svou modelovou nabídku.

Také lepší využití továren

Fiat Auto má v úmyslu lépe využívat svou rozsáhlou síť továren a vytěžit tak ze svého majetku větší efektivitu. „Naším problémem není kapacita a její využití. Vyrábět dva milióny automobilů se 46 000 zaměstnanci je v pořádku. Musíme však provést strukturální úpravy, jakými je například omezení výrobní plochy o třetinu. Využívání kapacity v případě Alfy Romeo by se mělo ze současných 81 % zvýšit na 90 % v roce 2006," tvrdí Demel.

K efektivnějšímu využívání budov Fiatu by mohlo dojít třeba tak, že by je využívali i jiní uživatelé. V historické továrně Mirafiori v Turíně kdysi pracovalo 60 000 zaměstnanců. Nyní jich je zde pouze 14 000. Nadbytečný prostor by proto měl být využit ke snížení nákladů. ←

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

Ford Mazda Hyundai Suzuki

Ford Focus: Poprvé se představila celá rodina

Na autosalonu v Paříži se představila nová generace stěžejního modelu evropského Fordu (tato modelová řada představuje 35 % prodeje značky).

Foto: Ford

Nový Focus byl předveden rovnou ve všech karosářských variantách, tedy kromě tří- a pětidveřových hatchbacků a kombi, které přijdou do prodeje ještě letos, byly k vidění i připravované verze sedan (plánovaná na jaro 2005) a coupé-cabrio. Doplňují už prodávaný Focus C-MAX, který vznikl na stejné platformě. Nová generace přináší odklon od radikálního designu, označovaného jako styl New Edge, k mnohem konzervativnějšímu pojetí. Třídveřová verze je v souladu se současným trendem stylisticky pojata zcela odlišně od rodinné pětidveřové varianty, takže se blíží sportovnímu kupé.

Namísto provokujícího vzhledu Ford sází na nové technologie a větší prostor uvnitř. I nadále mají být silnou stránkou focusu nadprůměrné jízdní vlastnosti, což má zaručit mimořádně tuhá nosná struktura vozu, v detailech vylepšené zadní závěsy kol a nový pomocný rám vpředu. Zárukou vysoké bezpečnosti vozu je skutečnost, že byla navržena s využitím nejvýkonnějších počítačů světa a prošla náročným ověřovacím procesem ve středisku pro bezpečnost automobilky Volvo ve Švédsku. V nabídce osmi (!) pohonných jednotek je také unikátní zážehový motor s proměnlivým časováním ventilového rozvodu Duratec 1,6 Ti-VCT (Twin Independent Variable Camshaft Timing) a řada vznětových motorů Duratorq TDCi, známých už z Focusu C-MAX a vybavených filtry zachycujícími pevné částice. Mezi převodnými ústrojími budou na výběr také šestistupňová přímo řazená převodovka a nová převodovka s plynulou změnou převodového poměru Duratshift CVT.

Nový Focus se s využitím koncernového technologického programu C1, společného i pro vozy Mazda a Volvo, začíná vyrábět v německém Saarlouis. Jeho produkce ve Valencii začne počátkem roku 2005. Ve španělském závodě zatím bude pokračovat i výroba první generace focusu.

Mazda5: S posuvnými dveřmi

Mazda v Paříži představila v rámci firemního hesla Zoom-zoom další svěže vyhlížející model. Tentokrát se jedná o sériovou verzi kompaktního minivanu, který vystřídá Mazdu Premacy. V předpremiéře se tento automobil představil už na jaře v Ženevě jako studie Mazda MX-Flexa.

Jedná se o další z vozů této kategorie nabízející až sedmimístné uspořádání díky flexibilnímu konceptu označovanému jako 6+1. Tím se liší od sesterského modelu Ford Focus C-MAX, který vznikl na stejné platformě.

Zajímavostí Mazdy5 jsou široké posuvné dveře vzadu na obou stranách, což je u kompaktního vozu, na rozdíl od velkých MPV, unikátní uspořádání. Mazda5 se bude vyrábět s využitím společného technologického programu koncernu Ford Motor s označením C1 stejně, jako Ford Focus II. generace (a tedy i Focus C-MAX) resp. Mazda3.

Foto: Mazda

Hyundai Sonata: Hlavní cíl je Amerika

V reakci na představení nových generací amerických verzí vozů Honda Accord a Toyota Camry, což jsou zdaleka nejprodávanější osobní automobily v USA, připravil Hyundai novou verzi sedanu Sonata. Současně vznikla i jeho varianta určená pro evropské trhy. Ta dostala do nabídky dva zcela nové zážehové motory. Čtyřválec Theta 2,4 l/121 kW je produktem společného vývoje s DaimlerChryslerem a Mitsubishi, zatímco šestiválec Lambda V6 3,3 l/168 kW je nejnovější generací vlastního vývojového programu. Turbodiesel 2,2 l bude připraven až na rok 2006.

Foto: Hyundai

Pro zvýšení stability při jízdě velkou rychlostí byl prodloužen rozvor, což také umožnilo ještě více zvětšit prostor v interiéru. Vylepšení podvozkových skupin přineslo i snížení hluku a vibrací. Nová Sonata se bude pro Evropu vyrábět v Koreji a do prodeje přijde počátkem roku, zatímco americká z výrobního závodu v Alabamě se k zákazníkům dostane až v polovině příštího roku.

Na platformě nové sonaty se koncem příštího roku představí i nová verze reprezentačního modelu XG. Prodej stávající generace XG zůstal daleko za očekáváním, takže ta nová bude muset přijít s mnohem atraktivnějším designem.

Suzuki Swift: Maďarský Japonec pro Evropu

Nástupce oblíbeného modelu Suzuki navazuje na studii Concept-S, poprvé vystavenou už před dvěma lety na autosalonu v Paříži. Tří- nebo pětidveřový kompaktní hatchback byl od počátku vyvíjen se zaměřením na evropské trhy. Má zcela nový podvozek, který byl vyladěn při dlouhodobých intenzivních testech na evropských silnicích. Pohonné jednotky budou k dispozici zážehové 1,3 l a 1,5 l s proměnlivým časováním ventilového rozvodu a vznětový 1,3 l.

Foto: Suzuki

Nový Swift zaujme agresivním designem ve stylu Mini či Citroënu C2, který z něj učiní atraktivní vozidlo pro městský provoz. Vyrábět se bude samozřejmě opět v závodě Magyar Suzuki v Ostřihomi. Do prodeje má nová generace Suzuki Swift přijít na jaře 2005.

Bezstarostná správa autoparku

Outsourcing - zdroj Vaší pohody

Dobrý manažer nemusí umět všechno. Ale musí vědět, kdo co umí. LeasePlan se umí profesionálně starat o firemní vozy. Šetří čas a energii svých zákazníků – manažerů, kteří pro změnu vědí, jak se získaným časem správně naložit.

Přenechte své starosti o firemní vozovou flotilu profesionálům z LeasePlanu a věnujte se tomu, co je pro vás opravdu užitečné. LeasePlan je světovým i českým lídrem na trhu externí správy firemních autoparků. Jeho zákazníci odcházejí z práce včas. Mají na to čas. A klid. Protože vědí, kdo co umí…

LeasePlan

Fleet Management in Motion

LeasePlan ČR • Pekařská 14 • 155 00 Praha 5 • Tel: +420 222 829 210, 211 • www.leaseplan.cz

Volkswagen Mercedes Audi Nissan

Volkswagen Golf GTI: Ve zcela novém stylu

Volkswagen připravil nové pokračování úspěšné řady sportovních verzí svého nejprodávanějšího modelu Golf. První Golf GTI se představil v roce 1976. Jeho nejnovější varianta se od běžného golfu V. generace liší nejen změněným interiérem (má např. speciálně vyvinutá sedadla) a novou pohonnou jednotkou 2,0 FSI turbo/147 kW v kombinaci se šestistupňovou přímo řazenou převodovkou nebo inovativní převodovkou DSG.

Foto: VW

Pozoruhodná u Golfu GTI je zásadní změna vnějšího vzhledu tohoto vozu. Tentokrát nejde jen o úpravy ve stylu umírněného tuningu jako dosud, ale o zcela nový design přídě. Ten je při stejném základu podstatně atraktivnější a modernější než u základní verze. Ukazuje se, že příchod Murata Günaka a Waltera d`Silvy do čela koncernového designu bude mít na dosud často kritizovaný konzervativní vzhled vozů z Wolfsburgu skutečně pozitivní vliv. Do prodeje se Volkswagen Golf GTI dostane na přelomu letošního a příštího roku.

Mercedes-Benz Vision B a Vision R: Dva koncepty nové třídy

Mercedes-Benz představil další dva koncepty vozů označovaných jako Sport Tourer. Myšlenka této zcela nové kategorie, kombinující přednosti rodinného automobilu se sportovním vozem, kombi, vanem a SUV, byla poprvé uvedena roku 2002. Zatímco původní verze Grand Sport Toureru Vision R už byla k vidění počátkem roku v Detroitu, pětimístný kompaktní Vision B je naprostou novinkou. Oba naznačují postupné rozšiřování modelové nabídky značky o připravované třídy B a R.

Evropská verze Vision R má rozvor náprav 2980 mm a je koncipována jako 4+2místná s vnitřním prostorem, který předčí většinu luxusních sedanů. Tento vůz má pohon všech kol, vznětový motor V6 a sedmistupňovou samočinnou převodovku 7G-tronic. S představením sériové podoby se počítá nejdříve za rok a vyrábět se bude v americké Alabamě.

Vision B je studie vzniklá na o 43 cm prodloužené platformě třídy A, využívající samozřejmě i stejnou sendvičovou koncepci podvozku. Třída B by se měla představit už na jaře příštího roku v Ženevě a také jejím cílem bude především americký trh, pro který je třída A příliš malá. Vision B charakterizují ostře řezané dynamické rysy, z čehož je patrné zaměření především na mladší skupiny zákazníků.

Foto: DaimlerChrysler

Na obou vozech vystavených na pařížském autosalonu bylo zajímavé také první použití zcela nového typu metalického laku s mimořádným leskem nanášeného novou technologií, která je už připravena pro použití v sériové výrobě.

Audi A4: Více než modernizace

Co do objemu produkce nejvýznamnější model Audi (jeho prodej představuje více než polovinu prodeje celé značky) doznal pro rok 2005 zásadní změny v konstrukci podvozku, dostal nově tvarované karoserie sedan i kombi Avant a v nabídce pohonných jednotek se objevují zcela nové motory.

Foto: Audi

Zásadně modernizované Audi A4 dostalo novou masku chladiče předvedenou poprvé roku 2003 u studie Nuvolari quattro. Od té doby se tato charakteristická maska objevila už u vozů Audi A6, A3 Sportback a A8 W12. Také na zádi A4 nalezneme inspirace vycházející z tvarů studie Nuvolari. Obě karoserie A4 jsou delší než dosud a v interiéru stojí za zmínku použití nové generace volantu Audi.

Zcela nové zážehové motory s přímým vstřikováním paliva jsou 3,2 FSI V6/188 kW a přeplňovaný čtyřválec 2,0 T FSI/147 kW.

Nissan Tone: Nový život pro Sunderland

Nissan připravuje v anglickém Sunderlandu rozšíření výroby o čtvrtou modelovou řadu. Vzhledem k poklesu zájmu kupujících o novou primeru se zde vedle ní, micry a almery bude pro lepší využití výrobní kapacity produkovat také malý minivan Tone.

Nissan Tone je sesterským modelem Renaultu Modus a vznikl i na stejné alianční platformě, známé už z micry a právě modusu. Prvním náznakem vzhledu novinky byl vůz Nissan Note, určený jen pro japonský trh (prodávat se tam bude od ledna 2005). V Paříži se pak představila evropská verze s názvem Tone.

Foto: Nissan

Chevrolet Porsche

Chevrolet S3X: Nový styl

Současně s anoncí přejmenování vozů GM Daewoo na Chevrolet byla v Paříži představena i studie sportovně-terénního vozu. Chevrolet S3X naznačuje nový designérský styl značky. Tento vůz byl vyvinut v korejském vývojo-

Foto: Chevrolet

vém středisku Daewoo a jeho základem je koncernová platforma GM označovaná jako Theta. Vyrábět se bude v korejském závodě Bupyong. V Evropě se bude od roku 2006 prodávat pod značkou Chevrolet, zatímco v Koreji a dalších asijských státech i nadále s označením Daewoo. Současně s ním se budou v Bupyongu vyrábět i sesterské modely nesoucí značky Opel, určený pro evropské trhy a prodávaný rovněž od roku 2006, a Saturn, který bude od roku 2008 směřovat jen do USA.

Chevrolet Matiz M3X: Atraktivní mini

V Paříži poprvé vystavená studie je přímým předobrazem automobilu, který se stane od jara 2005 v Evropě nástupcem úspěšného minivozu Daewoo Matiz. Nový model přes patrné předchůdce přichází se zcela osobitým stylem využívajícím krátké převisy vpředu i vzadu. Sportovní vzhled tomuto vozítku dodává střešní spoiler a na konceptu je pozoruhodné použití světlometů se svítícími diodami (LED). Mnohé z těchto atraktivních doplňků, stejně jako litá 16" kola či zdvojené koncovky výfuku, sice sériová verze mít nebude, nicméně celkový styl vozu naznačuje, že i bez nich půjde o atraktivní miniautomobil s překvapivě prostornou kabinou. Vystavovaný koncept měl jako pohonnou jednotku čtyřválec nové generace o objemu 1,0 l a výkonu 47 kW. Prodej nového matizu by měl začít v červnu 2005.

Porsche Boxster: Pokračování ofenzívy

Jen nedlouho po předvedení nové generace základního modelu 911 Carrera přichází Porsche se zcela novou generací své nyní už nejstarší modelové řady Boxster. Nový boxster přichází s vyšším výkonem v základní verzi (2,7/176 kW) i ve verzi S (3,2 l/206 kW). Má ještě lepší jízdní vlastnosti a je bezpečnější než dosud (mj. je prvním roadsterem vybaveným hlavovými airbagy a v hlavové opěře má airbag chránící krční páteř). Změny vnějšího vzhledu nové generace boxsteru jsou ovšem spíše kosmetického rázu. K zásadní změně proto dojde až za rok, kdy se na autosalonu ve Frankfurtu poprvé představí i verze kupé. ←

Foto: Porsche

Foto: Chevrolet

Krátce

Ferrari představilo v Paříži zcela novou generaci svých osmiválců. F430 je pozoruhodnou ukázkou vyu-

Foto: Ferrari

žití hliníku v automobilové konstrukci a ukazuje na možnosti přenosu technických inovací ze stavby monopostů formule 1 (např. elektronicky řízené polosamočinné řazení, elektronický diferenciál, na volantu umístěné ovládání jízdní dynamiky, uhlíko-keramické brzdy či aerodynamické řešení s difuzorem pod podlahou na zádi).

Proton GEN-2 je zatím ve výrobě jen ve verzi s pravostranným řízením. Je to škoda, protože jde o automobil vyvinutý ve spolupráci s techniky Lotusu, anglické firmy, která je v majetku malajské automobilky. Jeho studio navrhlo design, v Hethelu byl vyvinut motor 1,6 l CAMPRO, inženýři Lotusu se podíleli i na vývoji podvozkových skupin, takže Proton GEN-2 by měl být automobilem se zcela mimořádnými jízdními vlastnostmi.

Automobilka **AvtoVAZ/Lada** na 6. Mezinárodním moskevském autosalonu představila koncept luxusního modelu Lada Priora, dříve uváděného

Foto: Lada

jako VAZ 2170, u něhož bylo podle šéfdesignéra Jevgenije Lobanova poprvé u ruské automobilky využito počítačového designu CAD. Výroba tohoto vozu, poháněného motorem 1,8 l, by měla začít v roce 2007. Mnohem později se do výroby dostane vůz vystavovaný jako studie Lada Siluet a navazující na dříve vystavovaný koncept VAZ 2116. Ten je připravován až na rok 2010.

Connaught Type-D je revoluční koncept sportovního vozu se slavným jménem (nesly jej v 50. letech úspěšné britské závodní vozy). Toto kupé 2+2 bude pohánět unikátní hybridní systém využívající poprvé motor V10. Cílem tvůrců vozu Tima Bishopa a Tonyho Martindaleho je vytvořit supersport plnící ultranízké emisní limity, plánované až na rok 2010, a současně dosáhnout pětihvězdičkové hodnocení při crash-testu Euro-NCAP. Výroba má začít v roce 2006. ←

Ohlédnutí za úspěchy i výhled vpřed

SPOLEČNOST BARUM CONTINENTAL JE NEJEN UKÁZKOU, JAKÝ VÝZNAM MĚLA SPRÁVNÁ VOLBA STRATEGICKÉHO PARTNERA, ALE I TOHO, ŽE JEN SAMOTNÉ INVESTICE BY K ÚSPĚCHU NESTAČILY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

OTROKOVICE | V září měli v Otrokovicích hned dvakrát důvod k oslavám. Ta první oslava, tedy výroba jubilejní stomiliontě pneumatiky, připomínala úspěchy nedávné minulosti, zatímco ta druhá, zahájení výroby v novém výrobním závodě HTC2, přináší naději na ještě úspěšnější budoucnost.

Chtějí být největší

Společnost Barum Continental je dnes nejen největším výrobcem pneumatik v České republice, ale od roku 1999 také největším v celé Evropě.

„Dnes už jsou na světě jen dva větší výrobní závody, oba v USA. Ale až dokončíme už schválené nové projekty, budeme vyrábět nejvíce pneumatik na světě," říká s hrdostí Pavel Pravec, předseda výkonného výboru společnosti Barum Continental.

V Otrokovicích nejen zvyšují objem produkce (za deset let vzrostla roční výroba z necelých 3,1 milionu kusů v roce 1993 na loňských téměř 16,3 milionu), ale především produktivitu (počet zaměstnanců se současně zvýšil jen z 3666 na 4622!).

Neméně významné je i to, že se zde vyrábějí stále kvalitnější a náročnější pláště. Od roku 2002 například v Otrokovicích vyrábějí i pneumatiky pro rychlosti až do 240 km/h. „Namísto masové výroby levných plášťů vyrábíme také hi-tech pneumatiky té nejvyšší kvality," říká Pavel Pravec. „Rozšiřuje se také sortiment vyráběných pneumatik. Ty jsou stále složitější, dražší a technologicky náročnější." Jeho slova potvrzuje i ona jubilejní pneumatika, kterou se stal letní plášť Continental ContiSportContact 2. „To by mělo být zárukou i do budoucna, že se od nás výroba za čas nebude stěhovat dále na východ za levnější pracovní silou," říká Pravec.

Rovněž nově otevíraný závod HTC2 je určen pro výrobu speciálních vysokorychlostních pneumatik. Vybudován byl díky investici koncernu Continental ve výši 2,3 miliardy korun. Jeho veškerá produkce v plánovaném objemu 3 milionů pneumatik ročně bude určena na vývoz. „Závod je vybaven nejmodernější strojní technologií a zároveň aplikuje nejnovější poznatky v oblasti organizace výroby. Realizace projektu přináší kromě nových hi-tech výrobních postupů i nový druh podnikové kultury a zvýšenou efektivitu práce," říká Pavel Pravec.

Deset let s Continentalem

Společnost Barum Continental patří mezi nejdynamičtěji se rozvíjející podniky v České republice. Pro Barum znamenal přelom rok 1993, kdy byl vytvořen první společný podnik s německým koncernem Continental, který vyhrál v boji o získání Barumu s italským Pirelli. Continental je sice německou společností, nicméně jeho nejvýznamnějšími akcionáři jsou americké investiční a penzijní fondy. Na rozdíl od jiných pneumatikářských koncernů, zabývajících se především výrobou pneumatik a příbuznými odvětvími, Continental je jedním z nejvýznamnějších dodavatelů automobilového průmyslu i v dalších oblastech, jako jsou např. kapalinové, vzduchové a elektronické systémy.

Výroba pneumatik má ve zlínském kraji už 70letou tradici. V Otrokovicích se pneumatiky vyrábějí od roku 1972. Do spojení s koncernem Continental, tedy 1. března 1993 se jich zde vyrobilo 45 milionů kusů. Značka Barum sice v rámci koncernu zaujímá až třetí stupínek v koncernové hierarchii za špičkovou Continental a středními Uniroyal a Semperit. Jenže v Otrokovicích se vyrábějí i pláště dalších koncernových značek včetně Continentalu. Vzhledem ke společnému podniku s Michelinem dokonce 15 % otrokovické produkce nese tuto z hlediska trhu konkurenční značku.

Nové myšlení

„Každý má před očima jen investice, ale ty samotné nestačí. Neméně důležité je i využívání výrobního zařízení, toho stávajícího i nového. To je v Barumu Continental dáno způsobem řízení vycházejícím ze systémů přicházejících z Japonska a Spojených států, jako jsou Kandan či Kaizen" říká Pavel Pravec. „Jedná se ale o podobné metody, jaké zde už ve 30. letech zaváděl Baťa. Dodnes nikdo nevymyslel žádný motivační systém, který by byl lepší než ten jeho," neopomene dodat.

„Důležité je zapojit všechny zaměstnance do výrobního procesu tak, aby z vlastní iniciativy pomáhali tam, kde je to zapotřebí. S tím přišel právě Baťa. Jeho zákaznický systém s heslem „Náš zákazník, náš pán" funguje i uvnitř podniku. Jako zákazník zde vystupuje především prodejní sekce a marketing. Výroba jim musí sloužit a splnit jejich přání, i když zde samozřejmě musejí být hranice, kdy už vyhovění jejich požadavkům je neekonomické. Dalším zákazníkem pak je

výrobní dělník. Jemu musí sloužit všichni včetně vedení aby se mu vyrábělo co nejlépe," vysvětluje Pavel Pravec.

„Podobně využíváme i systém nikdy nekončícího zlepšování, zavedený před půl stoletím u Toyoty. Jeho základem je týmová práce, do které se zapojují všichni, včetně dělníků. Jsem nesmírně hrdý na to, když na schůzkách dělnicí prezentují výsledky úkolů, které si sami zadali," říká Pavel Pravec. „Přinutit zaměstnance spolupracovat znamenalo změnu jejich myšlení, návrat k tomu, co tu bylo před válkou. Přemýšlet o tom, co bych mohl udělat lépe, aby si mě všimli, nebo abych v případě snižování stavu nebyl ten, koho se to bude týkat. To je mnohem větší přínos, než investice do nových technologií."

Na kvalitu výroby mají vliv i další věci. Daří se například snižovat počet pracovních úrazů. „To je dáno korelací mezi úrovní disciplíny a úrazovostí," vysvětluje Pavel Pravec. „Důsledná disciplína při práci vyústí v kvalitu."

Stále pod dohledem

Na kvalitu produkce přijíždějí do Otrokovic dohlížet i zástupci automobilek, které odtud odebírají pláště pro první montáž. Jedná se o značky koncernů Volkswagen, DaimlerChrysler, Ford, GM, BMW či PSA. Největším odběratelem v současné době přitom kupodivu není Škoda Auto, ale Renault.

Barum Continental je také obchodní organizací, která je zodpovědná za prodej koncernových pneumatik ve východní Evropě a následnických zemích bývalého Sovětského svazu.

„To, že se investice k nám společnosti Continental vyplácejí, dokazuje jejich rostoucí objem směřující do Otrokovic," říká s hrdostí Pavel Pravec. „Do budoucna ale nesmíme udělat stejnou chybu jako ty země, ze kterých se dnes výroba stěhuje k nám. Mzdy u nás nesmějí růst v závislosti na inflaci jako tomu do značné míry bylo dosud, ale musejí se zvyšovat jen s rostoucí produktivitou." ←

Deset let partnerství Barum-Continental

rok	počet zaměstnanců	tržby (mil. Kč)	export (mil. Kč)
1993	3666	3617	1427
1994	3840	5668	2917
1995	3845	7521	3648
1996	3756	8151	4256
1997	3806	9635	5767
1998	3702	12058	8122
1999	3868	14784	11030
2000	3991	16085	12546
2001	4171	18130	14235
2002	4432	20783	17307
2003	4622	21606	18084

Zdroj: Barum Continental

Mazda a Ford se skvěle doplňují

S ING. JINDŘICHEM NEVRLOU – GENERÁLNÍM ŘEDITELEM SPOLEČNOSTI AUTO PALACE PRAHA HOVOŘÍME O PROBLEMATICE PRODEJE VOZŮ DVOU ROZDÍLNÝCH ZNAČEK A O SOUČASNÉM VÝVOJI NA ČESKÉM AUTOMOBILOVÉM TRHU

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA & NEWS

Společnost Auto Palace Praha je u nás známá především jako importér japonských automobilů Mazda. Před několika lety jste se rozhodli, že začnete prodávat i vozy značky Ford. Co vás k tomu vedlo?

Především to, že jsme měli v našem centru v Praze na Spořilově volnou prodejní a servisní kapacitu. Objekt byl v době vzniku dimenzován

s výhledem na několik let, či desítek let dopředu, a to nám vlastně umožnilo tuto volbu, která je pro nás pochopitelně velmi zajímavá i z hlediska celkového byznysu. O druhé značce, jež by doplnila Mazdu, jsme uvažovali několik let, a to, že jsme se nakonec rozhodli pro Ford, není nikterak náhodné. Jedná se totiž o předního světového výrobce automobilů s obrovským prodejním potenciálem a atraktivní modelovou nabídkou. Navíc značky Ford a Mazda patří do jednoho koncernu, který pro oba výrobce vytváří výhodné synergické efekty ve vývoji nových modelů.

Bylo těžké přesvědčit zákazníky, aby si k vám chodili kupovat i vozy značky Ford?

Musím říci, že první rok byl opravdu velmi těžký. Museli jsme se nejen přizpůsobit jiné prodejní a marketingové strategii, ale také se identifikovat před zákazníky jako nové prodejní místo značky Ford. To nebylo vůbec jednoduché, zvláště tady v Praze, kde je velká konkurence mezi prodejci nových automobilů, a vyžádalo si to nemalé úsilí ze strany našich zaměstnanců. Navíc jsme museli investovat nemalé finanční prostředky do intenzivní propagace a reklamy.

Dnes ovšem patříte mezi největší a nejúspěšnější dealery značky Ford v České republice.

Ano, v současné době jsme druhým největším prodejcem značky Ford na našem trhu. Letos v našem centru v Praze na Spořilově prodáme 800 až 900 nových fordů a k tomu navíc skoro stejný počet automobilů značky Mazda. Přestože obě značky mají rozdílnou, jasně vyhraněnou klientelu, navzájem se nekanibalizují, ale spíš vhodně doplňují. Ford je na rozdíl od Mazdy více fleetovou značkou a navíc má v portfoliu i dobře prodejné užitkové vozy Transit.

Jakým způsobem probíhá prodej a servis vozů Mazda a Ford pod jednou střechou?

Pro každou značku máme separátní firmu, výhradní prodejce a přijímací techniky. Obě značky mají pochopitelně i svoje specializované, dle firemních standardů proškolené odborníky, běžné univerzální servisní úkony ovšem děláme společně jak pro vozy Mazda, tak i Ford.

Líbila by se vám některá další koncernová značka? Například Land Rover či Jaguar.

Do naší prodejní filozofie by zapadala především značka Jaguar, neboť v současné době nemáme v nabídce luxusní vozy, které by k nám přilákaly nejen novou klientelu, ale také zvýšily prestiž naší společnosti na zdejším trhu. Do budoucna budeme ovšem o třetí značce vážně uvažovat.

> Do budoucna budeme vážně uvažovat o třetí značce

V letošním roce došlo ke stagnaci českého automobilového trhu. Jaké jsou, dle vašeho soudu, hlavní příčiny poklesu prodeje nových osobních a užitkových vozů?

V první polovině roku prodej nových vozů negativně ovlivnilo hned několik faktorů. Jedním z nich byla změna zákona o dani z přidané hodnoty, která se nejen promítla do vyšší sazby DPH pro finanční leasing, ale která na několik měsíců zásadně ovlivnila administrativu většiny firem v České republice. K většímu odbytu automobilů samozřejmě nepřispěly ani médii podporované optimistické prognózy, které v potenciálních zákaznících vzbuzovaly dojem, že po vstupu naší země do Evropské unie a zavedení takzvané blokové výjimky dojde k dramatickému poklesu cen dovážených vozů.

Osobně si myslím, že v současné době, kdy stoupají reálné mzdy obyvatelstva, není žádný logický důvod k tomu, aby prodej nových automobilů u nás nadále stagnoval. Věřím, že již v posledních měsících tohoto roku dojde k výraznému oživení trhu.

Na to, aby se v České republice začalo snižovat průměrné stáří vozového parku, by se ovšem muselo u nás prodávat ročně okolo 250 000 nových vozů. To asi není v blízké budoucnosti reálné?

Podle deset let starých prognóz jsme skutečně měli prodávat v současné době na českém trhu okolo čtvrt milionu nových vozů. V Maďarsku, které má přibližně stejný počet obyvatel jako ČR, se to podařilo. K omlazení vozového parku bychom potřebovali dokonce prodávat více než 250 000 nových vozů ročně, při stávající vládní politice, která příliš nepodporuje podnikání zejména středně velkých firem, to však skutečně není ve střednědobém horizontu reálné. V Holandsku, které má 16 milionů obyvatel, se například ročně prodává 550 000 nových automobilů!

Jaké novinky chystáte na začátek příštího roku?

Především novou Mazdu5, která se nedávno představila na autosalonu v Paříži a která v naší nabídce nahradí model Premacy. Neméně atraktivní bude rovněž sportovní verze Mazda6 MPS. Příznivce značky Ford pravděpodobně nejvíce potěší nová generace modelové řady Focus. ←

Evropské prodeje Mazdy rostou

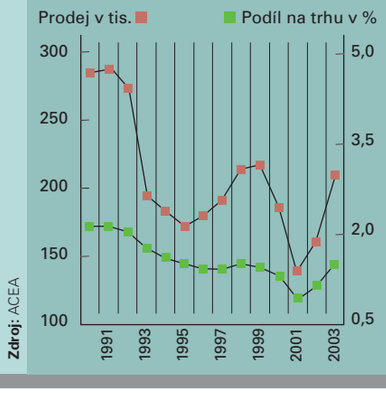
HIROŠIMSKÁ AUTOMOBILKA SE S NOVÝMI MODELY OPĚT VRACÍ NA PŘEDNÍ MÍSTA EVROPSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO TRHU.

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA & NEWS

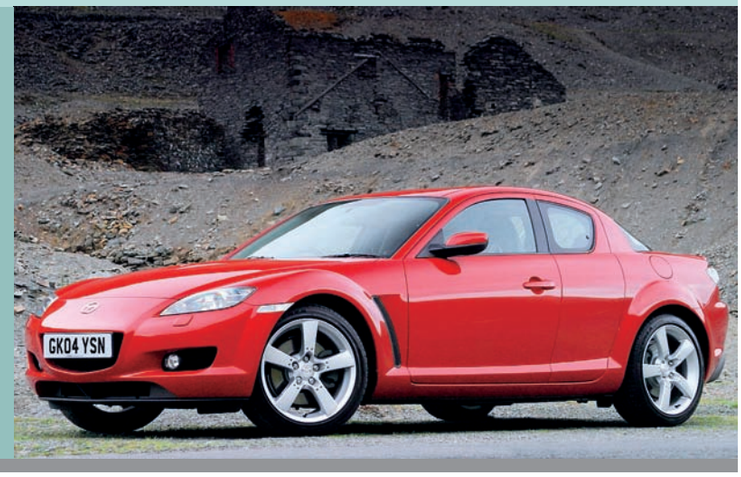
Ještě před třemi lety to s automobilkou Mazda nevypadalo na evropském trhu nikterak růžově. Roční prodej japonské firmy se propadl na rekordní minimum 139 388 vozů a podíl na celkovém trhu poprvé za deset let výrazně poklesl pod jedno procento. Z jasné japonské trojky na evropském trhu z počátku devadesátých let minulého století (285 011 prodaných vozů v roce 1991) zůstal jen mihotavý odlesk dávné slávy, který nekompromisně uhasínal v obrovském boomu konkurenční značky Toyota.

Nový ozdravný modelový program Millenium ovšem přinesl zásadní změnu ve vnímání značky Mazda na evropském trhu. Modelové řady Mazda6, Mazda3, Mazda2 a RX-8 přinesly loni kýžený obrat v prodejních statistikách firmy, na čemž měla největší zásluhu modelová řada Mazda6 s více než 100 000 prodanými vozy. Rovněž letošní rok potvrzuje stále se lepšící pozici Mazdy na evropském trhu. Za prvních osm měsíců vykazují prodeje hirošimské firmy 200 000 automobilů a obrovskou dynamiku dalšího růstu, ke které by měly v následujících měsících přispět nové modely Mazda5 a rostoucí produkce vozů Mazda2 ve španělském závodě ve Valencii. V nejbližších letech by Mazda chtěla v Evropě prodávat 350 000 vozů ročně při 2% podílu na trhu. ←

Vývoj Mazdy na evropských trzích



Zdroj: ACEA

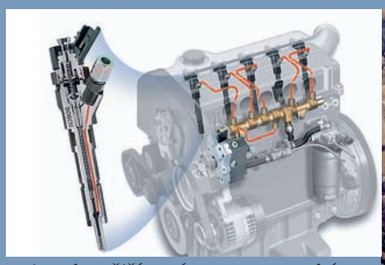


Perspektivní Bosch

SPOLEČNOST ROBERT BOSCH GMBH ZAMĚSTNÁVÁ VE SVÝCH FIRMÁCH V ČESKÉ REPUBLICE TÉMĚŘ 7000 OSOB A JEJÍ CELKOVÝ OBJEM VÝROBY A OBCHODU ČINIL V LOŇSKÉM ROCE 760 MILIONŮ EUR

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA & NEWS

V České republice sídlí několik na sobě nezávislých dceřiných firem společnosti Robert Bosch GmbH Stuttgart – kromě obchodních společností se na našem úžemí nacházejí i dva velmi významné výrobní závody zajišťující produkci komponentů pro světový automobilový průmysl. První z nich, Bosch Diesel, s.r.o. Jihlava, se specializuje na výrobu vysokotlakých čerpadel a vstřikovacích systémů typu common rail. V současné době se jedná o největší závod tohoto druhu na světě (téměř 5000 zaměstnanců), a tak není divu, že mezi jeho hlavní odběratale patří většina automobilových firem vyrábějích vznětové přeplňované motory. Nově vybudovaný závod III v Jihlavě-Pávově navíc patří mezi technologicky nejmodernější továrny na evropském kontinentu.



Druhou výrobní základnou firmy je závod Robert Bosch spol.s r.o. v Českých Budějovicích, který se orientuje na produkci pro koncernovou divizi K3 – systém řízení spalovacích motorů. Z konkrétních produktů jmenujme alespoň sací moduly, nádržové čerpadlové moduly, víka hlavy válců, elektrická palivová čerpadla či elektronické plynové pedály. Podnik v Českých Budějovicích disponuje vlastním vývojovým oddělením, které se specializuje na další vývoj již zmíněného nádržového čerpacího modulu, který továrna dodává mimo jiné automobilkám Fiat, PSA, DaimlerChrysler, Toyota, Nissan a Volvo. Vývojoví pracovníci se v blízké budoucnosti dočkají nového technologického a vývojového centra, které firma začíná budovat s celkovou investicí ve výši 4 milionů eur. ←

Změna ve vedení společnosti Citroën Česká republika

Novým generálním ředitelem společnosti Citroën Česká republika s.r.o. byl jmenován od 1.9. 2004 pan Marc Gueudin. Od září 1998 až do současnosti řídil M. Gueudin pobočku Citroënu v Polsku. Za jeho působení se rozrostla tamější síť autorizovaných prodejců značky Citroën o 70% a dnes tam působí 57 prodejců na 64 prodejních místech. Marc Gueudin pracuje u Citroënu již 27 let a ve funkci vystřídal pana Phillippa Vincenta, který ke stejnému datu přebírá funkci generálního ředitele firmy Citroën Slovenská republika. ←

Nový šéf Renaultu Česká republika

Rovněž ve společnosti Renault Česká republika došlo k témuž datu ke změně na postu generálního ředitele. Pana Philippa Corneta vystřídal ve funkci Jean-Pierre Ripoll (56), který předtím působil jako generální ředitel Renaultu ve Slovinsku. Jean-Pierre Ripoll je absolventem vysoké školy obchodní v Marseille a u firmy Renault je zaměstnán od roku 1973. ←

↓ INZERCE

POZOR! CONSTRUCT!

- JE NEDOBYTNÝ!
- ZÍSKÁTE SLEVU NA POJIŠTĚNÍ AŽ 20 %!
- JEDNODUŠE SE OBSLUHUJE!
- JE ELEGANTNÍ V INTERIÉRU!
- DOSTANETE 5 LET ZÁRUKY!
- JE TO JEDINÝ ORIGINÁL!

CONSTRUCT®

Šok pro britské tradicionalisty

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Anglie ustrnula podruhé v šoku. Jen nedlouho poté, kdy se majitelem londýnského fotbalového klubu Chelsea stal Rus Roman Abramovič, jiný ruský milionář koupil jednoho z posledních britských výrobců sportovních automobilů, firmu TVR. Mezi asi tuctem nezávislých britských výrobců je TVR zdaleka největší, protože jeho výroba představuje polovinu jejich celkové produkce. Její dosavadní majitel Peter Wheeler prodal 100 % svých akcií Nikolaji Smolenskému údajně za 27 milionů dolarů.

Firmu založil v roce 1947 Trevor Wilkinson. Před 23 lety ji koupil a před krachem zachránil právě Peter Wheeler. Jeho činnost, neustávající příliv nových modelů a dokonce zavedení výroby vlastních motorů uváděla odborníky v úžas. Dokázal překonat i období poklesu zájmu o sportovní vozy, postupně firmu stabilizoval, rozšířil výrobu a nalezl prodejce i v Japonsku a Jižní Africe. Plánoval montáž vozů v Malajsii a Jižní Americe a připravoval zahájení prodeje také v USA. Letos už představil dva nové modely - Sagaris a Tuscan 2.

V polovině 90. let TVR vyrábělo dokonce kolem 2000 vozů ročně. Jenže prodej vozů TVR v posledních letech trvale klesal pod hranicí rentability, za kterou se pro firmu této velikosti pokládá 1000 vozů ročně. Přesto TVR ještě v roce 2002 vykázalo zisk 400 000 liber. V současné době firma v továrně v Blackpoolu zaměstnává asi 400 lidí.

Wheeler má údajně i do budoucna dohlížet na činnost firmy a vývoj nových vozů. S finanční investicí od nového majitele bude mít TVR šanci rozšířit nabídku vozů i o další verze s levostranným řízením, protože to z bohaté škály modelů firmy mají jen dva - Tuscan a Tuscan S. Zatím je kromě Velké Británie významnějším trhem pro TRV jen Japonsko rovněž s pravostranným řízením.

Nikolaj Smolenskij (24) se jako syn jednoho z nejmocnějších moskevských oligarchů Alexeje Smolenského vystudoval v Londýně a v roce 2001 se stal nejmladším ruským šéfem banky v Pjervoje OVK. Jeho velkorysé projekty, které zde odstartoval, vesměs skončily fiaskem. Jeho otec se po kolapsu jedné ze svých bank SBS-Agro dlouhodobě zdržuje ve Vídni a stejně jako jiní bývalí podporovatelé prezidenta Jelcina se Rusku vyhýbá. ←

PRODUKCE VOZŮ TVR

rok	2000	2001	2002	2003
výroba	1321	936	810	750

Foto: Newspress

Česká republika přilákala další továrnu

Česká investiční agentura CzechInvest sdělila, že americký výrobce automobilových dílů Stant Manufacturing postaví na východě České republiky továrnu za 6 milionů eur. Budou se zde vyrábět automobilové díly. Agentura uvedla, že továrna zaměstná nejméně 100 lidí a bude postavena ve východní části Karviné, 380 km od Prahy.

Společnost Stant je součástí britské společnosti Tomkins Plc. Nová továrna bude vyrábět víčka nádrží a ventily pro nádrže paliva. Její výrobky se budou dodávat pro různé evropské automobilové továrny včetně Jaguaru a Land Roveru, které patří Fordu. Společnost Stant uvedla, že v České republice možná založí i výzkumné a vývojové středisko.

„V současnosti uvažujeme o tom, že v Karviné umístíme nejen výrobní činnost, ale také návrhářskou činnost," sdělil zástupce společnost. „Nové návrhářské centrum by zaměstnalo až 25 inženýrů." Agentura Reuters zaznamenala, že Česká republika je mezi novými členy Evropské unie na vedoucím místě pokud jde o výši zahraničních investic na jednoho obyvatele. ←

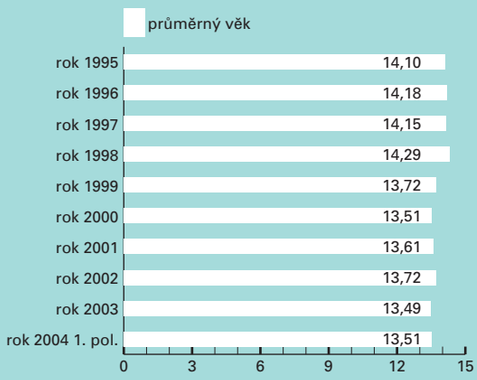
Auta u nás opět stárnou

PRŮMĚRNÝ VĚK OSOBNÍCH AUTOMOBILŮ V ČESKÉ REPUBLICE SE ZA 1. POLOLETÍ 2004 MÍRNĚ ZVÝŠIL

PRAHA | Ke 30. červnu bylo podle Centrálního registru vozidel MV v České republice evidováno 5 144 664 kusů motorových vozidel, což znamená nárůst oproti konci roku 2003 o 87 173 kusů. Průměrný věk motorových vozidel činil 16,29 roku, zatímco průměrný věk na konci roku 2003 byl 16,28 roku.

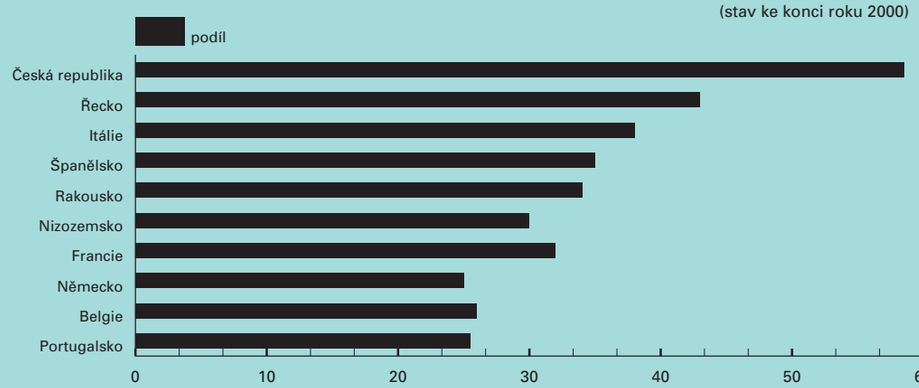
Osobních automobilů bylo v České republice ke 30. červnu 2004 registrováno celkem 3 763 129 kusů v průměrném věku 13,51 roku. Je to o 57 117 vozidel více než ke konci roku 2003, kdy jejich průměrný věk činil 13,49 roku. Průměrný věk osobních automobilů je tedy stále na úrovni konce minulého století, kdy ke 31. 12. 2000 činil průměrný věk vozového parku osobních automobilů v ČR 13,51 roku. ←

Průměrný věk osobních automobilů v České republice



Zdroj: SAP

Stáří osobních vozidel v některých zemích EU vyjádřené podílem vozidel starších deseti let



Zdroj: SAP podle BIL a CRV

Koho ohrozí

← pokračování ze **strany 1**

zemích, kde se bude logan prodávat, chybí levný, ale „značkový“ vůz s vysokou užitnou hodnotou. Značkový v tomto smyslu znamená s garancí některé ze světových automobilek resp. vyrobený z osvědčených komponentů takové značky.

Dacia v segmentu osobních automobilů (nepočítaje v to užitkové úpravy) dosáhla v tomto roce obrovského nárůstu a to prakticky z nulových prodejů v loňském prvním pololetí na 239 vozů v letošním prvním pololetí. Za úspěchem stojí jednak začlenění distribuční sítě do prodejů Renaultu a jednak představení modelu Solenza. Přitom do reklamy firma prakticky vůbec neinvestovala. (Imageově srovnatelné značky Lada se letos prodalo jen 144 ks). Již v příštím roce by chtěl Renault na českém trhu prodat 2 tisíce loganů. Na úkor koho půjdou tyto prodeje?

Ojetý nebo nový?

První skupinu zákazníků budou určitě tvořit lidé, kteří si chtějí koupit solidní ojetinu např. Škodu Felicii, ale i vyspělejší fabii. V tomto směru jim logan určitě za stejnou cenu nebo za ještě akceptovatelný příplatek několika desítek tisíc korun nabídne v mnoha směrech více. O tom, že levné vozy jsou konkurencí ojetinám svědčí např. i letošní kampaň leasingové společnosti ŠkoFIN, který se nese pod sloganem Nové je lepší.

Druhou silnou konkurenční skupinu lze spatřovat v nové produkci domácí značky, včetně jejich akčních nabídek od spřízněné leasingové společnosti ŠkoFIN. Součástí marketingové strategie ŠkoFINu je vysvětlit, že nový vůz si může pořídit opravdu každý. A o to jde v cenově orientovaném segmentu možná nejvíc: přesvědčit spotřebitele ne že vůz je nejlevnější, ale nejdostupnější.

Při pohledu na modelové složení značky Škoda je přitom zřejmé, že lidé vyhledávají cenově nejdostupnější modely, neboť 7 z 10 prodaných škodovek připadá na nejmenší fabii a zároveň jednoznačně vede nejlevnější varianta „hatchback“, která je v prodejích zastoupena skoro 40 %.

Třetí konkurenční skupinu představují vozy operující v nejlevnějším segmentu. S novou dacií je pojí především často spartánské vybavení, avšak na rozdíl od relativně velké dacie nabízejí celkově málo užitného prostoru. I tak stojí v průměru o několik desítek tisíc více, než rumunská novinka. Otázkou ovšem je, jaké strategie chystají zástupci těchto modelů jako odezvu na její uvedení na trh. Obecně nemají příliš prostoru pro snižování ceny, neboť ty jsou v segmentech nejmenších a nejlevnějších vozů často stlačeny až na samu hranici rentability, nicméně jenom pro příklad: Fiat nabízí svůj model Panda v základu za shodnou cenu jako je novinka logan 199 900 Kč a za dalších 18 tisíc lze již pořídit model Punto.

Samotný Renault resp. Dacia srovnává svou konkurenci ani ne tak podle ceny, jako podle rozměrů a za své hlavní soupeře tak oficiálně označuje Daewoo Kalos, Hyundai Accent, Kiu Rio a Škodu Fabii.

Samostatnou kapitolu tvoří skupina fleetových zákazníků, kdy novinka jistě osloví mnoho živnostníků a malých podnikatelů.

„Logan je první vůz, na který nepoužíváme k dolaďování kladivo, jako to děláme u jiných modelů.“ (výrok Steliana Serbana, výrobního ředitele závodu Dacia)

Kdo kupuje malé a levné vozy?

Kdo tvoří jádro cenově orientovaných zákazníků, tedy těch, kteří nyní kupují nejlevnější potažmo nejmenší avšak nové automobily. „Širokou skupinu potenciálních zákazníků segmentu vozů A a B rozdělujeme pro interní potřeby do tří hlavních skupin: 1. muž (rodina) 30+, praktický, moderní, 2. žena 25–35, samostatná, případně druhé auto v rodině, 3. starší pár, senioři, extrémně cenově sensitivní. V největší míře se zákazníky v tomto segmentu stávají lidé s průměrnými či nižšími příjmy,“ říká Veronika Jakubcová ze společnosti Hyundai Motor CZ. Podle posledních statistik přitom téměř 70 % obyvatel ČR vydělává méně než je republikový průměr.

V obou zmíněných segmentech se přitom prodá více než polovina všech nových automobilů, drtivá většina prodejů však připadá na Škodu Fabii. „Typickými zákazníky v segmentu malých vozů jsou lidé ve věkové skupině mezi 30-60 lety, přičemž převládá podíl mužů (až 80%). Protože na českém trhu slouží fabia většinou jako jediný vůz, využívají jej jak rodiny s dětmi, tak i starší lidé a mladé páry. Příjmy domácností, které jezdí fabií se pohybují okolo 24 tisíc korun,“ popisuje cílovou skupinu fabie Evžen Krauskopf, tiskový mluvčí Škody Auto. Zároveň dodává, že zákazníci tohoto segmentu vyhledávají kombinaci kvality, výhodného poměru ceny a výkonu a pozitivně reagují na akční nabídky či výhodný leasing. (Značka Škoda však navíc těží s patriotismu). Nemalé prodeje realizuje fabie pochopitelně na poli fleetových zákazníků.

Automobilka navíc zaznamenává ještě jeden trend: vozy nižší třídy jsou pořizovány jako druhý, nebo třetí vůz do rodiny. Stejný trend v segmentu nejlevnějších vozů potvrzuje i Pavel Jirsa, marketingový manažer pro značku Fiat. Jedná se o zákazníky spíše z větších měst, mnohdy ženy, mladší věková skupina. Speciální podskupinu tvoří naopak senioři,“ říká Pavel Jirsa. „Druhá skupina jsou rodiny s dětmi z nižších socio-ekonomických skupin, vyhledávajících co nejlevnější nové automobily pokud možno větších rozměrů jako 1. auto do rodiny. Obě dvě skupiny mají odlišné požadavky, kupují koncepčně odlišné vozy,“ dodává Jirsa.

„Do budoucna lze předpokládat, že segment levných vozů bude mít i nadále rostoucí trend, zejména pak nově se rodící podsegment velmi levných vozů z nižší střední třídy, kupovaných jako 1. vůz do rodiny,“ hodnotí budoucí vývoj automobilového segmentu, kde bude operovat i logan Pavel Jirsa.

Podaří se nové Dacii Logan to, co svého času na západních trzích dokázala Škoda, tedy přesvědčit zákazníky, že si namísto obvyklého posměchu zaslouží respekt? Dost možná že ano. První recenze českých motoristických novinářů jsou vesměs vstřícné. Ostatně kdoví, jestli by se dnes podobné vozy od Renaultu nevyráběly i u nás. Vždyť francouzská automobilka byla před lety spolu s Volkswagenem hlavním zájemcem o privatizaci Škodovky. ←

Dacia Logan?

15 let po revoluci

Jak si stojí „východní“ automobilové značky u našich motoristů? Asi nepřekvapí, že tradiční socialistické značky postupně mizí z registru vozidel. Značka VAZ zaznamenala v loňském roce úbytek 13 284 vozidel a např. Trabant 6 948 vozidel. Značku Dacia, která v minulosti platila za „lepší“, vlastnilo ještě v roce 1997 přes 30 tisíc motoristů a stejný počet lidí pak vlastnil licenční model Oltcit. Dnes počet každé ze skupin klesl na zhruba 10 tisíc lidí. „Žigulíků“ je tak v evidenci stále asi desetinásobné množství (cca 110 tisíc vozů). ←

↑ VÝROBNÍ ZÁVOD DACIA V PITESTI, RUMUNSKO

Projekt Dacia Logan

V roce 1998 oznámil Renault, že chce vyrobit automobil, jehož základní cena nepřekročí 5000 eur. Vůz dostal pracovní název X90, a když v roce 1999 vstoupil Renault do rumunské automobilky Dacia začal projekt nabírat reálnou podobu. Základní požadavky kromě ceny požadovaly vyrobit moderní rodinný vůz s dostatkem prostoru. Výsledný model Dacia Logan se papírově řadí mezi nižší střední třídu, ve srovnání s konkurencí však nabízí výrazně více prostoru. Renault zdůrazňuje, že se jedná o „100% renault“ (fakticky se jedná o automobil poskládaný z různých modelů Renault a Nissan), s čímž souvisí i fakt, že na vybraných trzích (Rusko, Irán, Kolumbie) bude novinka prodávána pod touto značkou, zatímco pro ostatních trhy střední a východní Evropy je určen název Dacia Logan. Na západní trhy se Logan nedostane. Vyrábět se bude též v Rusku, Maroku, Kolumbii a Iránu, přičemž v roce 2010 se počítá s produkcí 700 tisíc vozů ročně, což bude 20 % produkce Renaultu. ←

Evropská dvojka

SKUPINA PSA PEUGEOT CITROËN JE DRUHÝM NEJVĚTŠÍM VÝROBCEM OSOBNÍCH A UŽITKOVÝCH AUTOMOBILŮ NA EVROPSKÉM KONTINENTU. V ROCE 2006 HODLÁ NA SVĚTOVÝCH TRZÍCH PRODAT 4 MILIONY VOZŮ.

ANTONÍN MATĚJKA,
AUTO DATA A NEWS

Zda je tento cíl reálný, či nikoli, nelze v současné době zcela objektivně posoudit. Situace na světovém automobilovém trhu se totiž neustále vyvíjí a konkurenční prostředí se zvyšuje i na tak perspektivních trzích, jakým je například Čína. Optimistický výhled skupiny PSA do roku 2006 ovšem silně podporuje prodejní boom za posledních šest let, kdy odbyt vozů Peugeot a Citroën vzrostl o více než milion kusů, a velmi dynamický růst výrobních kapacit v Evropě i zámoří. V příštím roce začne PSA vyrábět nové modely v Kolíně (roční kapacita 200 000 vozů) a o rok později i v Trnavě (300 000 vozů), navíc se velmi uspokojivě rozvíjí spolupráce na vývoji nových automobilů a komponentů se značkami Fiat, Toyota, Renault, Ford a BMW. Skupina PSA se rovněž může pochlubit velmi silným portfoliem jednotlivých modelů, v němž kromě malých kompaktů pro městský provoz nalezneme i luxusní sedany vyšší třídy, velkoprostorové MPV či praktické dodávky až do celkové hmotnosti 3,5 tuny.

> Podíl PSA na evropském trhu dosáhl v loňském roce 15,4 %

Podíl PSA na evropském trhu dosáhl v loňském roce 15,4 %. Tři čtvrtiny celkového prodeje realizuje koncern mimo Francii a téměř čtvrtinu mimo západní Evropu, přičemž ve střední a východní Evropě navýšil vloni podíl na 13 % (2. pozice na trhu). Dlouhodobě se PSA věnuje Latinské Americe, kde má vlastní výrobní závody v Argentině a Brazílii, a Číně, v níž společně s firmou Dongfeng Motor vyrábí přes 100 000 vozů ročně. Na českém trhu obě značky skupiny PSA tvoří velmi úspěšný tandem, který výrazně promlouvá do prodejních statistik osobních i užitkových vozů. Úspěšnější značka Peugeot se již několik let drží v první pětce největších importérů. ←

Foto: Peugeot

Prodej PSA Peugeot Citroën ve světě

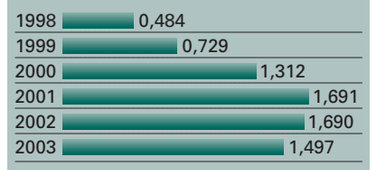
(v milionech)

Obchodní obrat PSA

(v miliardách eur)

Čistý zisk PSA

(v miliardách eur)



Prodej vozů Peugeot a Citroën v roce 2003

	Peugeot	Citroën
Západní Evropa	1 352 100	1 116 800
Mimo západní Evropu	561 500	255 700
Celkem	1 913 600	1 372 500

Prodej vozů Peugeot a Citroën v 1. pololetí 2004-09-10

	Peugeot	Citroën
Evropa	690 000	585 000
Mimo Evropu	331 000	137 000
Celkem	1 021 000	722 000

Výrobní střediska PSA

Modely vyráběné k 1. 4. 2004 a produkce modelů skupiny v roce 2003

(smontované vozy a jednotlivé díly)

Francie		
Aulnay	Citroën C2,C3	**412 900**
Mulhouse	Peugeot 206, 206 CC, 307	**410 800**
Poissy	Peugeot 206	**329 400**
Rennes	Citroën Xsara, Xsara break, C5, C5 break, Peugeot 407	**215 100**
Sochaux	Peugeot 307, 307 CC, 307 SW, 406, 406 break, 607	**432 300**
Evropa		
Ryton (Velká Británie)	Peugeot 206, 206 SW, 206 RC	**209 600**
Vigo (Španělsko)	Citroën Xsara Picasso, Berlingo, Partner, C15	**484 900**
Madrid (Španělsko)	Citroën C3, C3 Pluriel, Xsara	**159 700**
Mangualde (Portugalsko)	Peugeot Partner, Citroën Berlingo	**2 600**
Zámoří		
Buenos Aires (Argentina)	Peugeot 206, 307, Partner, Citroën Berlingo	**24 600**
Porto Real (Brazílie)	Peugeot 206, Citroën C3, Xsara Picasso	**44 900**
Ve spolupráci		
Sevelnord (Francie) s firmou Fiat	Peugeot 807, Citroën C8, Expert, Jumpy	**121 100**
Sevelsud (Itálie) S firmou Fiat	Peugeot Boxer, Citroën Jumper	**81 000**
Joint-venture		
Wuhan (Čína) s firmou Dongfeng Motor	Fukang, Fukang 988, Elysée, Citroën Xsara Picasso, Xsara, 307	**105 500**

BMW, Mercedes-Benz důkladně zatřesou klíčovým segmentem

ANALYTICI PŘEDVÍDAJÍ TĚŽKÉ ČASY PRO AUTOMOBILKY ZAMĚŘUJÍCÍ SE NA MASOVOU PRODUKCI

BRADFORD WERNLE,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

LONDÝN | Masoví producenti automobilů budou v segmentu kompaktních automobilů nižší střední třídy čelit zvýšené konkurenci ze strany prestižních německých značek. Výrobci luxusních vozů BMW a Mercedes-Benz uvádějí na trh modely, které budou na horním konci nejprodávanějšího segmentu evropského trhu tvrdou konkurencí pro Ford, Volkswagen a PSA/Peugeot-Citroën.

Analytici jsou přesvědčeni, že důsledky tohoto kroku by mohly tvrdě zasáhnout automobilky vyrábějící ve velkém. „Mohli by přijít o polovinu vrcholné části tohoto trhu," domnívá se analytik společnosti Global Insight Automotive Nigel Griffiths. „To, že ztratí vrchol tohoto trhu, by se mohlo projevit změnou celé ekonomiky v této kategorii. To by mohlo narušit ziskovost celého segmentu."

Prodej špičkových verzí modelů vyráběných ve velkém, jako jsou vysocevýkonné VW Golf GTi či Ford Focus ST 170, by mohl být ohrožen, jakmile na trh vstoupí prestižní značky s vozy jako jsou BMW řady 1 či Mercedes-Benz nové třídy A a plánované třídy B, a získají si s nimi přízeň zákazníků v tomto segmentu.

BMW plánuje, že velká část prodeje jeho automobilů řady 1 získá svou pozici na úkor jiných značek. Aby tyto kupující přesvědčili, oceňují prestižní výrobci své nové produkty tak, aby získali podíl na horním konci trhu s masově vyráběnými automobily. Ve Velké Británii se například nový Golf 2,0 GT TDI prodává za 18 530 liber, zatímco standardní verze BMW řady 1, model 120d, stojí 18 850 liber a verze SE a Sport stojí 20 700 liber.

Ředitel BMW pro správu značky Torsten Mueller-Oetvoes tvrdí, že řada 1 je milníkem expanze skupiny BMW do nových segmentů trhu a má přilákat nové, především mladší zákazníky. „Je to první a jediný prestižní automobil v rozvíjejícím se trhu kompaktních automobilů," říká. BMW používá termín třída kompaktních automobilů k popisu nižší střední třídy.

Avšak Ford je přesvědčen, že pro nově příchozí je v nižší střední třídě dostatek prostoru. „Nevnímáme BMW jako hlavní hrozbu pro tento segment," říká mluvčí Fordu Ian Slater. „Nový Focus jsme opatrně umístili tak, aby nebyl v této části trhu."

Údaje z přehledu Global Insight Automotive ukazují, že podíl elitních značek v nižší střední třídě vzrostl ze 3,5 % v roce 1994 na 13,3 % v loňském roce. Podle předpovědí vzroste do roku 2008 podíl těchto značek až na 18 %. Čísla zahrnují pouze tradiční podíly v nižší střední třídě, zahrnující třídveřové a pětidveřové hatchbacky, sedany a vozy kombi. Nezahrnují kompaktní minivany, jako jsou Opel Zafira či Renault Scénic, které tento segment dále rozdělují.

John Lawson, analytik pracující pro firmu Smith Barney v Londýně, říká, že prestižní výrobci, jako jsou Mercedes-Benz a Audi pracují na široké škále variant, které nabídnou u druhé generace těchto modelů, aby tak zvýšili svůj prodej na úkor firem vyrábějících ve velkém. Lawson říká: „V tomto segmentu je docela velká poptávka po prestiži."

Úbytek prodeje na úkor prestižních značek je ale pouze jedním z problémů, na který se Volkswagen, Opel a Renault musejí připravit. Tím druhým je rostoucí konkurenceschopnost v nižší střední třídě. Nabídku modelů zde nyní rozšiřují Citroën se zcela novým modelem C4 a Ford s novou generací Focusu, které se tak přiřazují k nejnovějším verzím bestsellerů VW Golf, Opel Astra a Renault Mégane.

„Když jsem ještě pracoval u BMW, tak jsem vždy prosazoval, aby firma dala ruce pryč od řady 1," říká dnešní nejvyšší šéf Volkswagenu Bernd Pischetsrieder. „Jsem totiž přesvědčen, že když to bude špatné auto, tak to velmi uškodí reputaci firmy. A když to bude dobré auto, tak to uškodí prodeji třídy 3."

U Volkswagenu věří, že s novou generací Golfu GTI nezůstanou ani v rostoucí konkurenci bez šancí a navážou na úspěšnou tradici, kterou má vůz jako průkopník tohoto subsegmentu. ←

Foto: DaimlerChrysler

Foto: BMW

Hvězdy lákají zákazníky

Mercedes-Benz i BMW se snaží s novými modely oslovit především mladé zákazníky. Věkový průměr kupujících vozů Mercedes-Benz třídy A předchozí generace totiž byl 48 let. Proto pro třídu A i řadu 1 připravily velká zábavná turné. Zatímco BMW při propagaci řadu 1 používá také na počítačové hry, Mercedes u kampaně pro třídu A využívá idoly mládeže, jako je zpěvačka Christina Aguilera.

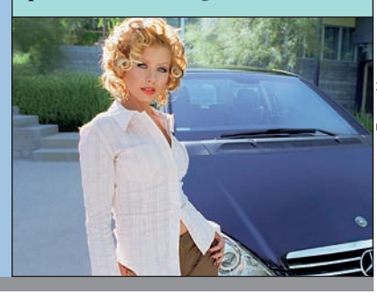


Foto: Newspress

VW změní své nejmenší modely, aby zvýšil prodej

JAK BUDE VOLKSWAGEN REAGOVAT NA KLESAJÍCÍ PRODEJ MODELŮ POLO A LUPO

WIM OUDE WEERNINK & PAULO SOARES DE OLIVEIRA

Volkswagen údajně hodlá o 12 měsíců urychlit představení zcela nového malého automobilu Polo. Na trh by měl být uveden už v roce 2007. Nový model by také mohl mít více variant, včetně menší a lehčí alternativy k roadsteru Concept R a minivanu s vysokou střechou, podobnému Renaultu Modus.

Volkswagen také změní svou strategii v segmentu minivozů. Začne prodávat nový model Fox, který nahradí málo prodejný miniautomobil Lupo. Nový model se bude vyrábět pouze v dvoudveřové verzi, aby nekonkuroval modelu Polo. Fox má být až o 2000 eur levnější, než kolik stojí o 310 mm delší model Lupo. Ten se v současnosti prodává za 10 150 eur.

Uvedením modelu Fox na evropský trh počínaje příštím rokem jako vozu v cenové relaci do 10 000 eur tak Volkswagen reaguje na požadavky své závodní rady a německých prodejců. Ti chtějí levný automobil, který by dokázal konkurovat dovozu z Asie a čelit nejvíce prodávaným automobilům v tomto segmentu Fiatu Panda a Citroënu C2.

Christoph Stürmer, analytik u Global Insight ve Frankfurtu, řekl, že Fox bude odpovědí na nové malé automobily, které budou v České republice společně vyrábět automobilky Toyota a PSA/Peugeot-Citroën a na Slovensku Kia. „Volkswagen potřebuje automobil, který bude při výrobě ve velkém objemu levnější než Lupo," řekl Stürmer. „Společnost se pokusí vytvořit významný cenový rozdíl mezi modely Fox a Polo."

Kritici si stěžují, že Lupo bylo ve srovnání se svými konkurenty příliš drahé. Fiat Panda se prodává od 8590 eur. Lupo se vyrábí v továrně VW v Bruselu v Belgii. Model Fox se vyrábí v brazilské továrně VW Sao Jose dos Pinhais ve státě Paraná. V Brazílii se prodává ve dvou- a čtyřdveřových verzích.

„Takový model jako je Fox, pro kupující svého prvního automobilu hrozně moc potřebujeme," řekl francouzský prodejce VW. „Potřeby zákazníků se změnily," říká Eckart Schmidt, manažer pro prodej prodejce VW v Neckarsulmu v Německu. „Dnešní lidé chtějí dostupnou dopravu, aby se dostali z místa A do B."

Automobilka Volkswagen prodala v loňském roce v západní Evropě pouze 43 188 vozů Lupo. V roce 1999 byl objem prodeje modelu Lupo podle údajů JATO 109 062 vozů. Loni prodal Volkswagen v západní Evropě 350 750 vozů Polo. Prodej modelu Polo v západní Evropě se stabilizoval po zavedení nového modelu na konci roku 2001 a uvedení nových variant včetně verze Polo Fun v loňském roce. V první polovině tohoto roku se však prodej v západní Evropě a na domovském trhu VW v Německu výrazně snížil. V Německu prodej vozů Polo za prvních šest měsíců podle údajů JATO poklesl na 43 956 kusů v porovnání s 59 630 kusy za stejnou dobu v loňském roce. V západní Evropě se prodej vozů Polo za první polovinu roku zmenšil na odhadovaných 149 634 kusů ze 186 628 kusů prodaných za první polovinu loňského roku.

↓ STANE SE BRAZILSKÝ VOLKSWAGEN FOX NEJMENŠÍM MODELEM ZNAČKY ŠKODA?

Foto: VW BRAZIL

Prodejci si stěžují, že nejnovější Polo, uvedené na trh koncem roku 2001, vzrostlo příliš mnoho jak pokud jde o velikost, tak i o cenu.

Prodejci a analytici v Německu kritizují politiku Volkswagenu, spočívající v zatěžování modelů, jako jsou Golf a Polo, vysokými cenami. Prodejci tvrdí, že kupující nových automobilů si vybírají levnější automobily kvůli churavějící německé ekonomice. Volkswagen byl přinucen nabízet u svého modelu Golf zdarma klimatizaci hned po jeho uvedení na trh loni v listopadu. Prodejci si pak stěžovali, že cena nového Golfu byla stanovena příliš vysoko. „Příjmy a zaměstnání lidí jsou pod tlakem Podívají se na naše automobily a vidí, že nejsou nejlevnější," stěžuje si Stefan Fröhlich, prodejce VW u Autohausu Jacob Fleischhauer v Kolíně nad Rýnem. „Ostatní evropské automobilky a asijští výrobci nabízejí mnohem bohatší stimuly než VW u Pola," řekl italský prodejce.

Očekává se, že kosmeticky upravený model Polo se objeví na ženevském autosalonu příští rok v březnu. Někteří analytici jsou ovšem přesvědčeni, že prodej modelu Fox pod značkou Volkswagen bude chybou. Jochen Siebert, evropský viceprezident odborníků na předpovědi v oblasti automobilového průmyslu CSM řekl: „Lepší by bylo včlenit Fox pod značku Škoda, která je levnější značkou skupiny VW." ←

Prodejci vítají novou komisařku EU

WIM OUDE WEERNINK & ARJEN BONGARD,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

HAAG | Nová evropská komisařka pro hospodářskou soutěž by měla být dobře připravena na řešení záležitostí spojených s maloobchodním prodejem automobilů. Neelie Kroesová je bývalou nizozemskou ministryní dopravy se silnými vazbami v Bruselu a v evropském obchodním společenství. Je také předsedkyní dozorčí rady švédského výrobce nákladních automobilů AB Volvo.

Po schválení jejího jmenování Evropským parlamentem převezme Kroesová (63) 1. listopadu svůj úřad od současného komisaře Maria Montiho. „Třebaže nemá žádné zkušenosti s typickými záležitostmi týkajícími se hospodářské soutěže, měla by být na tuto funkci správnou osobou," tvrdí Arnold Koopmans, viceprezident Evropské asociace prodejců automobilů CECRA sídlící v Bruselu. „Vyrostla v obchodním prostředí a měla by rozumět potřebám prodejců," říká Koopmans.

Hlavní problém v agendě paní Kroesové v souvislosti s automobilovým průmyslem se bude týkat pravidel nové blokové výjimky, jejíž cílem je liberalizace evropského maloobchodu s automobily. Tato pravidla vstoupila v platnost v loňském roce a jejich uvádění do praxe stále provází řada problémů. Podle nových pravidel mají automobilky uvolnit kontrolu nad prodejci a servisy. Mnozí z prodejců však tvrdí, že ve svých vztazích k automobilkám jsou i nadále v nevýhodě.

Koopmans z asociace CECRA chce při setkání prodejců s paní Kroesovou začátkem listopadu předložit k posouzení problémy, jako jsou přímý prodej, uskutečňovaný automobilkami, vysoké standardy prodeje, které musejí prodejci na žádost výrobců splňovat, a úloha automobilek při zřizování prodejních míst.

Paní Kroesová se v poslední době k záležitostem hospodářské soutěže nebo problémům s prodejem automobilů nevyjadřovala. Ti, kteří ji znají, tvrdí, že je pravděpodobné, že jako dlouholetá konzervativní politička zůstane u své silné víry ve svobodný trh. V rozhovoru pro nizozemské noviny NRC Handelsblad na začátku července řekla: „Do politiky jsem vstoupila proto, že jsem usoudila, že Nizozemí by to bez volného trhu mělo velmi těžké."

„Život v obchodním prostředí zná velmi dobře a já vím, že paní Kroesová bude při vykonávání své mise velmi přímá a neústupná," řekl Karel van Miert, který jí vystřídal na postu prezidenta obchodní školy Nijenrode. Van Miert byl komisařem EU pro hospodářskou soutěž v letech 1994 až 1999. ←

↓ NEELIE KROESOVÁ

Foto: VOLVO AB

Audi bude v Maďarsku vyrábět další TT

JENS MEINERS,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

MNICHOV | Audi bude v Maďarsku pokračovat ve výrobě prestižního kupé Audi TT a jeho verze roadster i poté, co bude koncem roku 2007 uvedena na trh příští generace tohoto modelu. Rozhodnutí je dobrou zprávou pro 5000 pracovníků v továrně Audi v Györu, která se nachází na západě Maďarska, ale je nepříjemnou pro továrnu Audi v Neckarsulmu v Německu. V německé továrně doufali v získání kontraktu pro sebe, aby si tak vynahradili ztrátu prestižního modelu A2, jehož výroba bude ukončena v roce 2006 bez nástupce.

Automobilka Audi začala vyrábět v Györu roku 2000 model A3, protože její závod v Ingolstadtu měl plnou kapacitu. Výroba vozu A3 v Györu byla zastavena v loňském roce, když došlo k ukončení výroby první generace modelu A3. V německém tisku se hodně spekulovalo o tom, že výroba modelu TT by měla poté, co skončí výroba A2, připadnout závodu v Neckarsulmu.

Inovační A2, které je celé vyrobené z hliníku a na trh přišlo v roce 2000, bude odstraněno poté, co nedokázalo dosáhnout cílového ročního objemu prodeje stanoveného Audi, tj. 50 000 vozů ročně. Za první polovinu tohoto roku Audi prodalo pouze 12 396 vozů A2 ve srovnání s 15 716 vozů za stejné období v loňském roce.

Zdroj z Audi sdělil, že výrobu modelu TT v Maďarsku provázely problémy s kvalitou, ale ty již byly vyřešeny. Audi zahájilo výrobu modelu TT v Györu v roce 1998. V loňském roce tam vyrobilo 32 337 kusů vozu TT. Továrna vyrábí také asi 1,3 milionů motorů pro Audi a další modely skupiny Volkswagen. ←

↓ VÝROBA AUDI TT V MAĎARSKÉM GYÖRU BUDE POKRAČOVAT

Foto: AUDI

Tažení proti SUV

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Skutečnost, že ve Francii vzrostl počet výskytu rakoviny za posledních deset let o 35 %, připisují vědecké výzkumy zhoršující se kvalitě ovzduší. Jedním z opatření, které francouzská vláda plánuje pro zlepšení tohoto stavu, je nekompromisní útok na automobily s velkou spotřebou pohonných hmot. Ty by měly být při prodeji zatíženy zvláštní daní. Toto patření je směřováno především na sportovně-terénní automobily SUV, které by měly být ve Francii navíc zdaněny částkou ve výši 3000 eur. Naopak malé automobily s pohonnými jednotkami s mimořádně nízkou produkcí emisí, zejména s malými vznětovými motory vybavenými filtry pro zachytávání pevných částic, mají být dotovány zvláštní prémií ve výši 800 eur. Podle Eurotax Auto-Information už francouzské ministerstvo životního prostředí zpracovává detaily pro toto opatření, nicméně jeho přijetí zatím není zcela jisté. Zajímavé je, že zatímco vozy SUV nevyrábí ani jedna z francouzských značek (ale jejich produkci připravují), v použití filtrů pevných částic jsou naopak průkopníky.

S obdobnou iniciativou jako ve Francii přišla i německá organizace DUH, která už oslovila ministra životního prostředí Jürgena Trittina. DUH požaduje, aby i v Německu červenozelená vládní koalice zatížila automobily, jako jsou Mercedes-Benz třídy M, BMW X5, VW Touareg či Porsche Cayenne, zvláštní daní ve výši 3000 eur. Ve Velké Británii zase chtějí vybírat poměrně vysoké poplatky za vjezd vozů SUV do městských aglomerací.

O něčem podobném uvažují i některé švýcarské kantony a velká města, především Ženeva a Bern, kde je koncentrace terénních vozidel největší. V Bernu dokonce vznikla organizace mládeže JA! (Junge Alternative) razící heslo: „Vyžeňte off-roady z měst!“. Ta upozorňuje na to, že velká terénní vozidla zabírají více místa při parkování a jsou nebezpečná pro cyklisty. Tato kampaň je natolik silná, že se jí už začínají ujímat i někteří komunální politici. ←

„Vyžeňte off-roady z měst!“

↓ ZÁKONODÁRCI CHTĚJÍ VYHNAT OFF-ROADY DO PŘÍRODY

Foto: Ford

Nejen čisté ovzduší

STUDIE PROKAZUJÍ, ŽE POUŽITÍ FILTRŮ ZACHYCUJÍCÍCH PEVNÉ ČÁSTICE JE TAKÉ SKVĚLÝM BYZNYSEM

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Pokud chtějí uspět, stává se použití filtrů zachycujících pevné částice z výfukových plynů vznětových motorů pro automobilky dnes stále více nutností. V některých zemích se dokonce připravuje zavedení jejich povinného použití. Jako první s nimi v roce 1999 přišel francouzský koncern PSA/Peugeot Citroën ve spolupráci s dodavatelskou společností Faurencia. Zavádění těchto filtrů, vyžadujících nezbytnou průběžnou údržbu a doplnění aditiva, které se průběžně přidává do nafty, se stalo snesitelnou komplikací v porovnání s přínosem, který mají tyto filtry pro životní prostředí. Proto se začaly rychle rozšiřovat. Společnost Faurencia jich už prostřednictvím značek Citroën a Peugeot dodala asi 700 000 kusů.

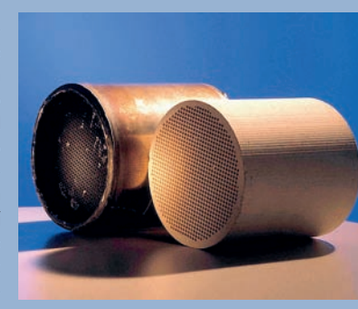
Němci zaspali

Pouze německé automobilky se postavily proti jejich použití. Šéf Volkswagenu Bernd Pischetsrieder neustále protestuje proti jejich povinnému zavádění, i když tak činí i ve jménu všech evropských automobilek z titulu funkce předsedy jejich asociace ACEA. Tvrdí, že vznětové motory jsou schopny splnit i připravované emisní limity bez jejich použití. Přesto byly i německé značky postupně pod tlakem ekologických hnutí a veřejnosti přinuceny tyto filtry také používat. Za snahu prosadit u německé vlády odklad v povinném používání filtrů si Pischetsrieder vysloužil ostrou kritiku spolkového šéfa organizace německých ochranářů přírody DUH Jürgena Resche: „Investují miliardy do vývoje žíznivé fosílie, jakou je off-road Touareg, či do monstra, které je výkonnější a rychlejší než formule 1 (Bugatti Veyron), ale na vybavení svých motorů filtry zachytávajícími pevné částice prý nemají peníze.“ Podle DUH nabízí koncern Volkswagen nejméně modelů vybavených tímto filtrem a má v tomto ohledu nejvíce co dohánět, a to nejen za Francouzi, ale např. i za Opelem a Toyotou. Podle tvrzení jiné německé ekologické organizace BUND ročně v této zemi umírá 18 000 lidí kvůli nemocím vyvolaným částicemi ze vznětových motorů.

Také velký obchod

Jenže celá záležitost má i svou druhou stránku. Filtry zachycující pevné částice v emisích vznětových motorů totiž představují i skvělý obchod pro jejich dodavatele. Prof. Ferdinand Dudenhöffer, ředitel Střediska pro výzkum automobilů (CAR) v Gelsenkirchenu, ve své studii odhaduje, že jen v příštím roce jejich dodavatelé získají 295 milionů eur a v roce 2008 už bude jejich zisk z tohoto obchodu činit kolem 1,1 miliardy eur. „Dlouhá ignorance německého autoprůmyslu byla omylem,“ řekl prof. Dudenhöffer. Podle něho bude jen v Německu trh s filtry v roce 2006 představovat 300 000 milionů eur pro jejich dodavatele.

Není divu, že náskok francouzské Faurencie nedal spát konkurenci a dnes již i němečtí dodavatelé, především Robert Bosch, tyto filtry také vyrábějí. Dudenhöfferova studie předpokládá, že i bez přijetí zákona o povinném používání filtrů bude už v příštím roce v Německu vybaven zachytáváním pevných částic každý druhý prodaný nový vůz se vznětovým motorem. ←



Automobilka budoucnosti nebude prodávat automobily

DOUGLAS A. BOLDUC,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

LONDÝN | Je zapotřebí, aby automobilky skončily s prodejem automobilů a přestaly si dávat za cíl být „nejlepší ve své třídě“. Namísto toho by měly pronajímat své modely po dobu jejich životnosti automobilu a snažit se být „dostatečně dobrými“. Takovéto poselství přednesl na Kongresu Automotive News Europe Steve Young, viceprezident globální společnosti AT Kearney se sídlem v Londýně, která působí v automobilovém průmyslu.

Konzultační firma pro management k tomuto závěru došla při vytváření modelu IndeGo, který je modelem automobilové společnosti nové generace. Podle tohoto konceptu bude mít automobilová společnost budoucnosti čtyři montážní závody, které budou vyrábět kombinované celkové množství 250 000 vozů ročně. Panely karoserie se budou vyrábět z barevných plastů, takže továrny nebudou potřebovat drahé lakovny. Dodavatelé obstarají vývoj pohonného ústrojí, prodej bude probíhat přes internet a dodávky budou směřovat přímo k zákazníkům.

Young řekl, že o IndeGo projevila zájem řada automobilek. Věří, že některé z klíčových myšlenek konceptu se v příštích pěti nebo šesti letech stanou skutečností. „Nechci tím naznačit, že Volkswagen nebo Ford změní svůj profil,“ řekl Young, „ale existují značky, které jsou přehlíženy a trhy, které jsou zanedbávány a kde by tento koncept fungoval.“

Společnost AT Kearney vyvinula koncept IndeGo s pomocí nového výkonného šéfa Maserati Martina Leache. ←

Foto: Ilustrační foto Newspress

Strategická dohoda mezi Fiatem a Microsoftem

CÍLEM SPOLUPRÁCE FIATU AUTO A MICROSOFT AUTOMOTIVE JE VÝVOJ NOVÉ FORMY AUTOMOBILOVÉ TELEMATIKY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Společnost Fiat Auto a obchodní oddělení pro automobilový průmysl společnosti Microsoft uzavřely strategickou dohodu o spolupráci při vývoji nových systémů telematiky pro automobily. Cílem spolupráce je vytvoření takového informačního systému pro řidiče, který by mu umožnil mnohem efektivněji komunikovat s vnějším světem než je to dosud možné. Tento komunikační systém musí být pružný a při ovládání jednoduchý. Proto má uživateli umožnit integrovat do vozu i jeho vlastní zařízení, tedy mobilní telefony či počítače pracující se systémem Windows.

V rámci spolupráce se zužitkují zkušenosti Fiatu Auto s vývojem telematických systémů pro automobily a expertízy Microsoftu při budování standardizovaných platforem, jejich servisu a aplikací.

Zařízení bude mít kvůli zajištění bezpečnosti jízdy hlasové ovládání. Motoristé mají z něho dostat standardní informační servis, mít k dispozici přístup na internet a samozřejmě i handsfree telefon. Dostupnost osobních adres řidiče zaručí systém Bluetooth. Prostřednictvím spojení USB zase bude umožněn přístup k digitální hudbě. K tomu navíc bude možnost přímého připojení na zdravotní služby a vnější navigační systémy. Dopravní informační servis v reálném čase bude zajištěn pomocí osvědčeného systému bCONNECT, který Fiat Auto od roku 2001 dodává i pro vozy Alfa Romeo, Lancia a Maserati, ale také pro Peugeot. Na vývoji tohoto systému, který poskytuje dopravní informace prostřednictvím telematiky ve voze, mobilních telefonů nebo internetu, se spolu s Fiatem podílely společnosti Vodafone, Tim, Wind, Sony, Ericsson, Motorola a Bosch.

Společný systém Fiat Auto-Microsoft bude samozřejmě využívat standardní hardware a software Windows Automobile a má být schopen spolupracovat i s diagnostickým systémem CAN (Controller Area Network) vozidla. Proto se do spolupráce zapojí také společnost Magneti Marelli. Ta patří do skupiny Fiat, pro kterou vyvíjí a dodává elektronické systémy. Ta zajistí integraci společného systému Fiat Auto-Microsoft do svého vlastního.

„Kombinací znalostí Fiatu o automobilovém průmyslu s našimi poznatky o software budeme schopni splnit požadavky řidičů i cestujících k jejich plné spokojenosti a zajištění jejich bezpečnosti," řekl při uzavření kontraktu viceprezident Microsoftu Pieter Knook. ←

Foto: Fiat

Výška nárazníků u vozů SUV je problém

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Rozdílná výška nárazníků u osobních vozů a vozů SUV vede v případě kolizí k nákladným opravám. Ukázal to průzkum zadaný americkými pojišťovnami. Z tohoto průzkumu vyplývá, že tyto náklady jsou vysoké dokonce i při nárazech při malé rychlosti 16 km/h. Nejvíce kompatibilní nárazníky mají automobily značky Ford, takže po kolizích s nimi jsou nejnižší náklady na opravu. Naopak vozy značky Volvo a výrobky koncernu DaimlerChrysler měly náklady na opravu nejvyšší.

Instituce chtěla zjistit, co se stane, když vůz SUV narazí zezadu do osobního automobilu a když osobní automobil narazí zezadu do vozu SUV. Testem prošlo pět párů automobilů vždy od stejného výrobce. Byly to Ford Taurus s Explorerem, Chevrolet Malibu a TrailerBlazerem, Dodge Stratus a Jeepem Grand Cherokee od DaimlerChrysleru, Nissan Altima s Muranem a Volvo S40 s XC90.

Představitel instituce, která test uskutečnila, řekl, že očekával, že přinejmenším u stejné značky budou konstruktéři věnovat pozornost kompatibilitě nárazníků ve svém vlastním vozovém parku. Přesto se u některých vozidel, např. Dodge Stratus a Jeep Grand Cherokee, nárazníky úplně míjely. Výsledná škoda nebyla vůbec malá - od 1256 USD u vozů Ford až po 6129 dolarů po srážce Jeepu Grand Cherokee a Dodge Stratus. Kromě Fordu ve všech případech náklady pro oba typy srážky přesáhly 4000 dolarů.

Asi jen málokdo by čekal, že i při rychlosti 16 km/h může náraz způsobit tak rozsáhlé škody, včetně proražení chladiče a úniku kapalin, takže vozidla musela být po kolizi odtažena. Zarážející také bylo, do jak velké míry mohou osobní automobily poškodit vozy SUV. ←

↓ ANI MASIVNÍ ROZMĚRY NEJSOU OCHRANOU PŘED NÁKLADNÝMI OPRAVAMI

Foto: DAIMLERCHRYSLER

Výrobci automobilů stojí tváří v tvář krizi identity společností

ÚČASTNÍCI DISKUSE TVRDÍ, ŽE NOVÁ PRAVIDLA PRO MALOOBCHODNÍ PRODEJ BUDOU MÍT DOPAD NA HODNOTU ZNAČKY

JENS MEINERS,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

LONDÝN | Rozmach prodejců, prodávajících více značek, by mohl být příčinou „noční můry pro identitu společností" mnoha automobilek. Vzhledem k rostoucímu počtu autosalonů prodávajících pod jednou střechou modely od různých výrobců, dojde ke ztrátě loajality zákazníka a hodnoty značky. Růst počtu prodejců prodávajících více značek automobilů je výsledkem nových pravidel pro maloobchodní prodej automobilů zavedených v rámci blokové výjimky. Tato nová pravidla se stala předmětem diskuse i na Kongresu Automotive News Europe.

Nicholas J. Dunning, výkonný šéf největšího prodejce značky Ford v Evropě, firmy Schwabengarage, předpověděl, že současný prodej více značek automobilů u jednoho prodejce způsobí pokles loajality zákazníků ke značkám automobilů. „Pracovat pro jednu automobilku je skvělé po tu dobu, kdy slepice snáší ta správná vejce," řekl Dunning. Firma Schwabengarage ještě před čtyřmi lety prodávala pouze automobily značky Ford. Když jejich prodej poklesl, přibrala ostatní značky ze skupiny Ford: Aston Martin, Volvo, Mazdu a Jaguar. Dunning sdělil, že firma Schwabengarage, která je součástí švýcarské skupiny Emil Frey, rovněž posiluje svou vlastní obchodní identitu, takže je méně závislá na značce automobilu.

V průběhu následujících šesti let by počet nezávislých prodejců v západní Evropě mohl poklesnou na polovinu, neboť malí prodejci si nemohou dovolit velké investice nebo budou pohlceni velkými prodejními místy nabízejícími více značek.

Ředitel Institutu pro výzkum v oblasti automobilového průmyslu na německé univerzitě v Nürtingenu Willi Diez řekl, že společnosti jako je Schwabengarage budou prosperovat na úkor menších prodejců, neboť mají větší zdroje.

Automobilky stále častěji požadují, aby prodejci před přidělením nových kontraktů mohutně investovali do výbavy autosalónů. To nutí některé menší nezávislé prodejce ukončit obchod. Firma Schwabengarage za poslední tři roky zvýšila počet svých prodejních míst ze 130 na 230. „Prodejci jednotlivých značek mají ztráty," řekl Dunning.

Jim Blades, evropský oblastní finanční ředitel u konzultační firmy Urban Science, řekl, že automobilový průmysl by se měl zaměřit na služby poskytované zákazníkovi spíše, než aby se tolik spoléhal na hodnotu své značky. Diez souhlasil: „V budoucnosti nebude otázkou co je nejlepší pro značku, ale co je nejlepší pro zákazníka." ←

Prodej osobních automobilů v ČR v srpnu 2004 a od začátku roku

vůz	8/2004	8/2003	1.–8./2004	1.–8./2003
Alfa Romeo 147	5	7	70	57
Alfa Romeo 147 GT	3	-	15	-
Alfa Romeo 156	1	10	156	62
Alfa Romeo 166	0	0	5	8
Alfa Romeo SPIDER	0	0	1	2
Alfa Romeo	**9**	**17**	**247**	**129**
Audi A2	0	0	15	17
Audi A3	38	24	357	172
Audi A4	25	56	372	421
Audi A4 CABRIOLET	0	1	21	21
Audi A6	58	22	286	253
Audi A8	8	16	106	129
Audi ALLROAD QUATTRO	7	21	55	264
Audi TT	2	1	11	12
Audi	**138**	**141**	**1223**	**1289**
BMW 3	21	24	287	249
BMW 3 CABRIO	2	1	9	10
BMW 3 COUPÉ	1	5	26	44
BMW 5	23	24	237	103
BMW 645	6	-	46	-
BMW 7	3	7	20	46
BMW X 3	0		135	
BMW X 5	5	6	51	85
BMW Z 3	-	0	-	1
BMW Z 4	3	2	12	24
BMW	**64**	**69**	**823**	**562**
Citroën BERLINGO	20	22	151	173
Citroën C2	8	-	191	-
Citroën C3	37	120	1285	1323
Citroën C3 PLURIEL	2	3	16	66
Citroën C5	6	25	97	344
Citroën C8	1	1	26	29
Citroën JUMPER	0	1	5	27
Citroën JUMPY	0	0	1	3
Citroën SAXO	-	17	-	213
Citroën XSARA	26	51	381	562
Citroën XSARA PICASSO	23	60	298	481
Citroën	**123**	**300**	**2451**	**3221**
Dacia Solenza	44	8	328	16
Dacia Supernova	-	0	-	8
Dacia	**44**	**8**	**328**	**24**
Daewoo EVANDA	1	10	43	17
Daewoo KALOS	161	133	1036	565
Daewoo LANOS	-	0	-	5
Daewoo LEGANZA	-	0	-	3
Daewoo MATIZ	81	70	593	314
Daewoo NUBIRA	12	26	89	40
Daewoo TACUMA	5	14	44	49
Daewoo	**260**	**253**	**1805**	**993**
Ferrari	**2**	**0**	**12**	**12**
Fiat BARCHETTA	0	0	1	2
Fiat DOBLÓ	2	16	73	262
Fiat DUCATO	1	0	2	2
Fiat MAREA	-	0	-	7
Fiat MULTIPLA	30	0	40	19
Fiat PALIO	0	21	1	140
Fiat PANDA	63	21	686	21
Fiat PUNTO	60	61	562	759
Fiat SCUDO	0	0	1	1
Fiat SEICENTO	1	17	64	248
Fiat STILO	39	56	431	623
Fiat ULYSSE	0	0	2	9
Fiat IDEA	5	-	59	-
Fiat	**201**	**192**	**1922**	**2093**
Ford FIESTA	148	99	1591	711
Ford FOCUS	92	186	1300	1614
Ford Focus C MAX	16	-	329	-
Ford FUSION	9	11	172	310
Ford GALAXY	3	0	31	28
Ford KA	3	8	32	41
Ford MONDEO	54	184	719	1209
Ford STREETKA	0	1	13	7
Ford TOURNEO CONNECT	4	9	49	32
Ford TRANSIT	4	7	69	115
Ford	**333**	**505**	**4305**	**4067**
Honda ACCORD	36	39	330	351
Honda CIVIC	14	18	446	396
Honda CR-V	12	17	128	258
Honda HR-V	2	0	8	6
Honda JAZZ	42	26	261	102
Honda S2000	-	0	-	1
Honda STREAM	0	1	3	10
Honda	**106**	**101**	**1176**	**1124**
Hyundai ACCENT	43	59	590	498
Hyundai ATOS	25	-	112	-
Hyundai COUPE	1	5	25	50
Hyundai ELANTRA	15	17	201	269
Hyundai GETZ	261	245	2010	2005
Hyundai H-1	1	0	15	17
Hyundai MATRIX	33	23	174	176
Hyundai SANTA FE	8	30	87	133
Hyundai SONATA	3	12	51	117
Hyundai TERRACAN	1	4	19	15
Hyundai TRAJET	1	6	24	28
Hyundai TUSCON	3	-	4	-
Hyundai XG	3	0	11	10
Hyundai	**398**	**401**	**3323**	**3318**
Chrysler CROSSFIRE	0	-	13	-
Chrysler GRAND VOYAGER	1	0	15	85
Chrysler LR	0	0	3	2
Chrysler LX	1	-	10	-
Chrysler PT	0	0	3	12
Chrysler PT CABRIO	2	-	4	-
Chrysler SEBRING	0	0	4	9
Chrysler VOYAGER	2	1	6	21
Chrysler	**6**	**1**	**58**	**129**
Jaguar S-TYPE	2	2	15	16
Jaguar X-TYPE	2	1	13	13
Jaguar XJ	1	1	9	6
Jaguar XK	0	-	1	-
Jaguar	**5**	**4**	**38**	**35**
Jeep GRAND CHEROKEE	3	7	26	57
Jeep CHEROKEE	0	2	9	31
Jeep WRANGLER	2	0	7	5
Jeep	**5**	**9**	**42**	**93**
Kaipan	**1**	**0**	**7**	**18**
Kia CARENS	3	29	66	157
Kia CARNIVAL	10	3	68	65
Kia CERATO	9	-	87	-
Kia MAGENTIS	1	5	33	34
Kia OPIRUS	0	0	7	1
Kia PICANTO	38	-	220	-
Kia RIO	35	25	246	307
Kia SHUMA	0	12	38	154
Kia SORENTO	16	23	92	217
Kia SPORTAGE	-	0	-	11
Kia	**112**	**97**	**857**	**946**
Lada 21	7	4	86	87
Lada 2121 NIVA	6	2	87	59
Lada	**13**	**6**	**173**	**146**
Land Rover DEFENDER	0	5	9	15
Land Rover DISCOVERY	0	0	11	23
Land Rover FREELANDER	3	1	32	64
Land Rover RANGE ROVER	1	0	3	30
Land Rover	**4**	**6**	**55**	**132**
Lexus GS	0	0	2	6
Lexus IS	-	0	-	3
Lexus LS	1	0	3	1
Lexus RX	1	8	15	35
Lexus SC	0	0	5	3
Lexus	**2**	**8**	**25**	**48**
Maserati GT/SPIDER	0	1	5	6
Maserati QUATTROPORTE	0	-	7	-
Maserati	**0**	**1**	**12**	**6**
Maybach	**0**	**0**	**0**	**1**
Mazda 2	48	37	269	149
Mazda 323	-	5	-	177
Mazda 3	71	-	729	-
Mazda 6	39	106	469	1009
Mazda 626	-	0	-	23
Mazda DEMIO	-	0	-	2
Mazda MPV	2	5	24	60
Mazda MX5	1	0	5	11
Mazda PREMACY	5	12	44	133
Mazda RX8	4	-	76	-
Mazda TRIBUTE	7	5	27	37
Mazda XEDOS9	-	1	-	10
Mazda	**177**	**171**	**1643**	**1611**
Mercedes-Benz A	5	11	64	91
Mercedes-Benz C	45	20	203	196

Mercedes-Benz CL	2	6	10	41
Mercedes-Benz CLK	5	13	41	90
Mercedes-Benz E	28	46	241	403
Mercedes-Benz G	0	1	1	13
Mercedes-Benz ML	1	7	21	95
Mercedes-Benz S	4	8	27	77
Mercedes-Benz SL	3	3	24	29
Mercedes-Benz SLK	6	0	46	6
Mercedes-Benz SPRINTER	1	3	14	24
Mercedes-Benz V	0	2	1	21
Mercedes-Benz VANEO	1	1	9	13
Mercedes-Benz VIANO	5	-	48	-
Mercedes-Benz VITO	4	3	86	29
Mercedes-Benz	**110**	**124**	**836**	**1128**
Mini COOPER	2	4	37	99
Mini ONE	2	-	2	-
Mini	**4**	**4**	**39**	**99**
Mitsubishi CARISMA	4	18	96	193
Mitsubishi COLT	6	-	6	-
Mitsubishi GALANT	0	0	3	13
Mitsubishi GRANDIS	0	-	12	-
Mitsubishi LANCER	5	2	35	2
Mitsubishi OUTLANDER	2	12	48	75
Mitsubishi PAJERO	4	4	24	69
Mitsubishi PAJERO PININ	3	14	37	110
Mitsubishi PAJERO SPORT	0	3	3	38
Mitsubishi SPACE STAR	2	18	39	167
Mitsubishi SPACE WAGON	-	0	-	3
Mitsubishi	**26**	**71**	**303**	**670**
Nissan 350 Z	7	-	47	-
Nissan ALMERA	70	65	505	558
Nissan ALMERA TINO	8	16	124	135
Nissan INTERSTAR	0	0	6	1
Nissan MAXIMA	0	1	14	15
Nissan MICRA	78	54	462	436
Nissan PATROL	1	7	17	55
Nissan PRIMASTAR	3	-	4	-
Nissan PRIMERA	21	24	182	199
Nissan TERRANO	2	1	41	37
Nissan X-TRAIL	16	11	137	109
Nissan	**206**	**179**	**1539**	**1545**
Opel AGILA	16	125	297	937
Opel ASTRA	172	108	853	1563
Opel ASTRA CABRIOLET	0	0	1	2
Opel ASTRA COUPÉ	0	2	2	6
Opel COMBO	3	10	29	91
Opel CORSA	77	93	601	879
Opel FRONTERA	-	0	-	1
Opel MERIVA	36	50	343	212
Opel MOVANO	0	0	1	3
Opel OMEGA	0	1	3	29
Opel SIGNUM	6	8	59	39
Opel SPEEDSTER	1	0	5	1
Opel VECTRA	14	35	249	528
Opel VIVARO	3	5	41	58
Opel ZAFIRA	9	39	141	250
Opel	**337**	**476**	**2625**	**4599**
Peugeot 206	300	250	2524	2608
Peugeot 206 CABRIO	1	5	14	57
Peugeot 306	-	0	-	5
Peugeot 307	147	217	1157	2211
Peugeot 307 CC	5	-	87	-
Peugeot 406	0	9	43	220
Peugeot 406 COUPÉ	0	0	2	4
Peugeot 407	30	-	173	-
Peugeot 607	9	15	126	147
Peugeot 807	5	5	25	76
Peugeot BOXER	0	4	11	31
Peugeot PARTNER	8	22	93	211
Peugeot	**505**	**527**	**4255**	**5570**
Porsche 911	1	2	8	8
Porsche BOXSTER	0	0	3	3
Porsche CARRERA GT	0	-	1	-
Porsche CAYENNE	0	0	3	9
Porsche	**1**	**2**	**15**	**20**
Renault AVANTIME	-	0	-	5
Renault CLIO	61	75	791	921
Renault ESPACE	3	9	62	123
Renault KANGOO	25	15	132	341
Renault LAGUNA	15	49	195	476
Renault MASTER	4	1	18	64
Renault MEGANE	87	66	786	1292
Renault MEGANE SCENIC	42	23	458	423
Renault MEGANE SPORT	3	-	29	-
Renault THALIA	285	390	1404	1818
Renault TRAFIC	10	25	73	183
Renault TWINGO	23	39	140	258
Renault VEL SATIS	0	0	10	20
Renault	**558**	**692**	**4097**	**5920**
Rover	**-**	**-**	**0**	**2**
Saab 9-3	0	2	16	17
Saab 9-5	2	3	12	24
Saab	**2**	**5**	**28**	**41**
Seat ALHAMBRA	6	5	42	93
Seat ALTEA	53	-	189	-
Seat CORDOBA	49	62	552	694
Seat IBIZA	75	83	686	797
Seat INCA	0	2	5	18
Seat LEON	29	57	362	322
Seat TOLEDO	11	21	138	272
Seat	**223**	**230**	**1974**	**2196**
Smart COUPÉ/ROADSTER	1	3	11	4
Smart FOR TWO	6	9	65	71
Smart FORFOUR	6	-	8	-
Smart	**13**	**12**	**84**	**75**
Subaru FORESTER	7	8	44	127
Subaru IMPREZA	4	6	21	53
Subaru JUSTY	0	-	4	-
Subaru LEGACY	4	7	82	40
Subaru	**15**	**21**	**151**	**220**
Suzuki GRAND VITARA	8	16	110	74
Suzuki IGNIS	44	0	306	13
Suzuki JIMNY	0	0	17	20
Suzuki LIANA	0	2	5	7
Suzuki SWIFT	0	84	23	1060
Suzuki WAGON	19	21	158	177
Suzuki	**71**	**123**	**619**	**1351**
Škoda FABIA	3329	3583	29890	34291
Škoda OCTAVIA	1111	1426	10862	11681
Škoda SUPERB	179	277	1778	2509
Škoda	**4619**	**5286**	**42530**	**48481**
Toyota AVENSIS	28	36	316	260
Toyota AVENSIS VERSO	1	3	10	26
Toyota CAMRY	1	6	3	23
Toyota COROLLA	40	50	660	533
Toyota COROLLA VERSO	9	8	74	73
Toyota HIACE	0	1	4	9
Toyota LAND CRUISER	18	9	73	75
Toyota RAV4	18	31	164	368
Toyota YARIS	93	97	1394	1151
Toyota YARIS VERSO	-	1	-	50
Toyota	**208**	**242**	**2698**	**2568**
Volkswagen BORA	8	11	86	248
Volkswagen CADDY	4	2	28	3
Volkswagen CARAVELLE	-	1	-	54
Volkswagen GOLF	166	79	2371	1289
Volkswagen LT	0	0	4	9
Volkswagen MULTIVAN	57	1	318	9
Volkswagen NEW BEETLE	4	0	9	1
Volkswagen New BEETLE CABRIO	1	1	6	1
Volkswagen PASSAT	91	137	1112	1764
Volkswagen PHAETON	0	1	11	8
Volkswagen POLO	246	109	826	1298
Volkswagen SHARAN	7	3	41	75
Volkswagen SHUTTLE	1	-	2	-
Volkswagen TOUAREG	4	4	25	43
Volkswagen TOURAN	18	16	248	62
Volkswagen TRANSPORTER	40	33	229	216
Volkswagen	**647**	**398**	**5316**	**5080**
Volvo 40	0	9	98	146
Volvo 60	17	8	22	138
Volvo 70	3	6	49	109
Volvo 80	4	7	51	68
Volvo C60	1	-	61	-
Volvo C70	-	0	-	4
Volvo S 40	7	-	84	-
Volvo V 50	13	-	67	-
Volvo XC70	1	5	7	36
Volvo XC90	1	6	64	80
Volvo	**47**	**41**	**503**	**581**
Celkem členové SDA	**4924**	**5420**	**45179**	**51452**
Celkem nečlenové SDA	**4671**	**5303**	**42959**	**48695**
Celkem	**9595**	**10723**	**88138**	**100147**

Zdroj: SDA

Opět pokles v západní Evropě

MÍRNÝ NÁRŮST I POKLES PRODEJE V SRPNU VYKÁZALY JAK JEDNOTLIVÉ ZEMĚ EU, TAK I ZNAČKY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

V srpnu už druhý měsíc po sobě poklesl počet nově zaregistrovaných osobních automobilů v západních zemích EU o 0,8 %, což je způsobeno především poklesem prodeje v Německu, Itálii a Velké Británii. Zvýšení prodeje se projevilo ve Francii a především Španělsku. Podle rozboru ACEA z 15 původních zemí EU jich v červenci vykázalo růst počtu registrací pět, zatímco v srpnu už deset. Celkově se zde ale za osm měsíců prodalo o 1,8 % nových vozů více než před rokem.

Mimořádně špatný měsíc měly značky Mercedes-Benz (v meziročním srovnání s poklesem o 16,6 %), především kvůli poklesu prodeje třídy E, a Volkswagen (-13,4 %). Naopak v posilování pozic pokračovaly korejské automobilky (+22,4 %), především Kia (+ 53,5 %). Dobrý měsíc měl Renault (+5,0 %), zatímco jeho rival PSA dopadl trochu hůř (-2,3 %). Zlepšení zaznamenaly i General Motors (+2,6 %) a BMW (+4,0 %), zatímco poklesl Fiat (-3,0 %) a Ford (-2,4 %).

V nových zemích EU se v srpnu prodalo o 7,2 % nových vozů méně, protože pokles vykázaly všechny tři hlavní trhy – Polsko o 14,4 %, Maďarsko o 3,8 % a Česká republika o 10,5 %. Především v Polsku rostou obavy z pokračujícího dramatického růstu dovozu ojetých vozidel. ←

Prodejní bilance v zemích střední Evropy
Nejúspěšnější značky v prvním pololetí

značka	1.-6./2004	1.-6./2003	rozdíl
1. Škoda	87 634	88 858	-1224
2. Renault	61 288	55 562	+5726
3. Opel	51 089	50 782	+307
4. Fiat	49 442	42 183	+7259
5. Toyota	42 376	32 679	+9697
6. Peugeot	42 196	40 513	+1683
7. Ford	40 182	27 612	+12 570
8. Volkswagen	38 355	35 634	+2721
9. Suzuki	37 780	45 333	-7553
10. Daewoo/Chevrolet	35 131	26 095	+9036
11. Dacia	24 646	18 832	+5814
12. Citroën	24 071	26 923	-2852
13. Seat	12 871	16 417	-3546
14. Nissan	11 231	11 594	-363
15. Honda	11 025	8 242	+2783
16. Hyundai	10 102	7 312	+2790
celkem	**620 809**	**572 683**	**+48 126**

Nejprodávanější modely v prvním pololetí

poř. vůz	1.-6./2004	1.-6./2003	rozdíl
1. Škoda Fabia	61 265	63 533	-2268
2. Škoda Octavia	23 254	22 119	+1135
3. Fiat Panda	22 060	22	+22 038
4. Suzuki Ignis	21 736	7850	+13 886
5. Peugeot 206/206SW	21 128	19 753	+1375
6. Dacia Solenza	18 503	7 845	+10 658
7. Renault Mégane	17 614	16 270	+1344
8. Daewoo/Chevrolet Matiz	16 756	14 589	+2167
9. Opel Corsa	16 447	16 788	-341
10. Toyota Yaris	15 891	12 818	+3073
11. Renault Thalia/Symbol	15 879	14 404	+1475
12. Opel Astra	15 670	20 107	-4437
13. Ford Focus	15 598	13692	+1 906
14. Peugeot 307/307SW	15 073	14 784	+289
15. Volkswagen Golf	15 061	10 931	+4130
16. Toyota Corolla	13 940	12 561	+1379
17. Fiat Punto	12 879	15 404	-2525
18. Renault Clio	12 105	10 069	+2036
19. Volkswagen Polo	10 601	12 292	-1691
20. Daewoo/Chevrolet Kalos	10 401	6 847	+3554

Do přehledu jsou zařazeny následující země: Česká republika, Estonsko, Litva, Lotyšsko, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Slovensko a Slovinsko.

Zdroj: Automotive News Europe/JATO Dynamics

Prodej osobních automobilů v Evropě v červenci a od začátku roku

značka/model	7/2004	7/2003	1. 7. 2004	1. 7. 2003
Alfa Romeo 147	7173	9293	50782	59683
Alfa Romeo 156	5028	6213	35718	39371
Alfa Romeo GT	1303	-	9455	-
Alfa Romeo	**14511**	**16262**	**103130**	**104196**
Aston Martin	**39**	**61**	**366**	**543**
Audi A2	1935	2644	989	18360
Audi A3/S3	14508	12805	91188	70056
Audi A4/S4/RS4	21703	23821	156807	169169
Audi A6/S6/Allroad	8948	8088	55066	57157
Audi A8/S8	1107	1222	7294	7449
Audi TT	1295	1771	10923	12863
Audi	**49508**	**50359**	**335399**	**335103**
Bentley	**360**	**26**	**1547**	**255**
BMW 1	1344	-	2376	-
BMW 3	21981	24274	168937	203034
BMW 5	11652	9771	82010	51735
BMW 6	919	-	7083	-
BMW 7	994	1326	7417	9968
BMW X3	3723	61	21303	61
BMW X5	3650	3780	27536	24466
BMW Z4	2093	2811	14578	15898
BMW	**46397**	**42142**	**332097**	**306706**
Cadillac	**59**	**98**	**417**	**515**
Citroën Berlingo	5264	6203	40197	43168
Citroën C2	11780	62	91900	63
Citroën C3	24160	28648	178968	190540
Citroën C3 Pluriel	2743	4996	19527	12478
Citroën C5	7643	9701	54007	70477
Citroën C8	1997	2360	15190	16292
Citroën Xsara	7796	10852	57060	77885
Citroën Xsara Picasso	17706	20670	122791	133477
Citroën	**79544**	**88929**	**584399**	**598372**
Daewoo Kalos	4892	4910	35726	27397
Daewoo Lacetti	1102	-	6169	-
Daewoo Matiz	4614	4617	34621	30855
Daewoo Nubira	1073	1241	7166	3312
Daewoo Rezzo/Tacuma	997	897	7775	5555
Daewoo	**12802**	**12211**	**93093**	**71988**
Daihatsu Cuore/Charade	1036	1280	7818	6100
Daihatsu	**1939**	**2525**	**16634**	**15354**
Ferrari	**93**	**231**	**1461**	**1626**
Fiat Dobló	1833	1970	10740	13960
Fiat Idea	6179	-	41402	-
Fiat Multipla	1791	2119	8666	14379
Fiat Panda	18034	11609	119828	55059
Fiat Punto	27743	31060	205611	233736
Fiat Seicento	1966	11185	37452	69252
Fiat Stilo	11363	14425	81372	101792
Fiat Ulysse	1399	1433	8161	10093
Fiat	**70808**	**75009**	**518392**	**506374**
Ford Fiesta	24637	28028	197358	206592
Ford Focus	31740	43936	252972	294099
Ford Focus C-Max	14708	129	129621	212
Ford Fusion	6410	8711	49195	66428
Ford Galaxy	2398	3552	21875	26079
Ford Ka	6213	6771	50930	60431
Ford Mondeo	14431	17317	111891	125971
Ford StreetKa	1345	1520	10381	9052
Ford	**103003**	**112111**	**810252**	**801892**
Honda Accord	4141	3165	26150	17818
Honda Civic	5856	6835	47529	45671
Honda CR-V	2279	2826	18760	19919
Honda Jazz	4572	4260	37966	31821
Honda	**17589**	**18208**	**136713**	**123425**
Hyundai Accent	2920	3327	18970	21170
Hzundai Atos/Prime/Amica	2761	912	20801	12080
Hyundai Coupé	998	1387	7965	9450
Hyundai Elantra	993	756	6123	5976
Hyundai Getz/TB	7679	7950	60824	48227
Hyundai Matrix	2793	3166	23679	20411
Hyundai Santa Fé	3354	3481	24716	23015
Hyundai Terracan	995	1083	8365	6164
Hyundai Trajet	1128	1224	7521	7170
Hyundai	**24483**	**24154**	**183510**	**159005**
Chevrolet	**193**	**379**	**1376**	**3174**
Chrysler PT Cruiser	1692	2327	11644	13372

Auto Data & News

Auto Data & News – ekonomický měsíčník o automobilovém průmyslu. Ročník I, září 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. 9. 2004. ISSN 1214-7753.

Vychází ve spolupráci s vydavatelstvím Crain Communication Automotive News Europe

Je oficiálním partnerem mezinárodní ankety AutoBest AUTOBEST

Chrysler Voyager/Gr. Voyager	2831	3220	17018	18782
Chrysler	**5839**	**6108**	**35747**	**35865**
Isuzu	**70**	**131**	**1052**	**866**
Jaguar S-Type	1410	1105	7955	7788
Jaguar X-type	3123	1834	25411	14628
Jaguar	**5388**	**4039**	**38473**	**28287**
Jeep Cherokee	1372	1877	10012	10798
Jeep Grand Cherokee	1692	2150	11821	12583
Jeep	**3169**	**4294**	**23293**	**24753**
Kia Carens	1557	2066	9866	12390
Kia Carnival/Sedona	1625	2627	14783	13700
Kia Cerato	1054	-	1529	-
Kia Picanto	2984	-	13758	-
Kia Rio	2442	3239	19437	21548
Kia Sorento	2703	2562	19945	15853
Kia	**12918**	**11628**	**83784**	**71469**
Lada	**328**	**789**	**2977**	**4249**
Lamborghini	**24**	**21**	**428**	**116**
Lancia Lybra	1266	1937	7263	12063
Lancia Musa	1546	-	1546	-
Lancia Ypsilon	8554	220	60287	388
Lancia	**12575**	**9352**	**77243**	**65274**
Land Rover Discovery	1281	1312	11082	10057
Land Rover Freelander	3088	3432	28345	26432
Land Rover Range Rover	854	1020	7106	8542
Land Rover	**5790**	**6535**	**51342**	**50111**
Lexus	**1535**	**1870**	**12875**	**10858**
Lotus	**143**	**125**	**884**	**923**
Maserati	**101**	**156**	**1341**	**1077**
Maybach	**2**	**9**	**69**	**59**
Mazda2	3087	3293	25901	10985
Mazda3	4602	-	38857	-
Mazda6	6725	8371	52393	58558
Mazda MX-5	1090	2000	9829	13441
Mazda Premacy	1456	1861	11979	13668
Mazda RX-8	987	22	12371	22
Mazda	**18873**	**17996**	**158271**	**126494**
Mercedes A	7476	11304	71492	80776
Mercedes C	21092	20413	125734	136971
Mercedes CLK	4994	5923	33349	34821
Mercedes E	17414	18512	113250	118783
Mercedes M	3318	3617	21446	22958
Mercedes S	1381	1527	8726	12381
Mercedes SL	1029	1149	7128	9905
Mercedes SLK	3491	1377	22325	10791
Mercedes-Benz	**962502**	**67515**	**427909**	**451577**
MG ZR	1341	2132	12064	14190
MG	**2814**	**4757**	**27212**	**30684**
Mini	**10900**	**12220**	**73646**	**71236**
Mitsubishi Colt	1081	563	4507	4907
Mitsubishi Outlander	950	986	7545	3706
Mitsubishi Pajero/Montero/Shogun	1999	2254	14875	15323
Mitsubishi Space Star	2643	3329	20474	24076
Mitsubishi	**9192**	**11170**	**78010**	**78207**
Nissan Almera	5993	6366	42118	48312
Nissan Almera Tino	3066	2933	20895	18568
Nissan Micra	13476	15436	100386	101986
Nissan Primera	3741	4325	27177	37495
Nissan Terrano	1560	1907	10061	11628
Nissan X-Trail	4016	4305	32584	25402
Nissan	**335517**	**36090**	**244988**	**248492**
Opel Agila	4356	5941	33016	42728
Opel Astra	29604	22869	158513	169169758
Opel Corsa	18861	20111	153079	175194
Opel Meriva	11939	13220	108376	35806
Opel Signum	2468	3443	13350	12172
Opel Vectra	11286	9330	68941	73302
Opel Zafira	12588	16218	91932	119195
Opel	**92454**	**94561**	**642037**	**653088**
Perodua	**68**	**56**	**483**	**538**
Peugeot 206/206SW	39933	53708	327639	350462
Peugeot 307/307SW	36738	39801	295245	285729
Peugeot 406	1866	8192	27860	54733
Peugeot 407/407SW	13392	-	33454	-
Peugeot 607	1222	1627	9511	12042
Peugeot 807	2447	2949	17718	20279
Peugeot Partner/Ranch	2877	3270	19517	19899
Peugeot	**98849**	**113117**	**734643**	**775140**
Porsche 911	1336	1531	9206	9318
Porsche Cayenne	1321	1782	9976	6407
Porsche	**3346**	**4476**	**24833**	**21903**
Proton	**100**	**104**	**1062**	**1267**
Renault Clio	29290	38969	251052	293349
Renault Espace/Gr. Espace	5607	6272	43486	35766
Renault Kangoo	5007	5665	40075	41353
Renault Laguna	12690	19001	90293	120915
Renault Mégane	33675	26391	256303	218563
Renault Scénic/Gr. Scénic	25506	18088	190726	137058
Renault Twingo	6314	9767	54744	74093
Renault	**123062**	**127531**	**945993**	**943553**
Rolls-Royce	**3**	**10**	**90**	**28**
Rover 25	1521	2764	11832	22177
Rover 45	1227	1434	8766	12574
Rover 75	1807	2808	15670	18784
Rover	**5366**	**7013**	**46997**	**53571**
Saab 9-3	4024	2882	31755	27935
Saab 9-5	1637	1939	16574	18013
Saab	**5661**	**4824**	**48352**	**45966**
Seat Alhambra	1808	2386	13777	15736
Seat Altea	5346	-	14078	-
Seat Cordoba	3753	4611	23260	28047
Seat Ibiza	16558	19287	105679	113488
Seat Leon	8010	9008	57691	56837
Seat Toledo	2535	3287	18149	20564
Seat	**38508**	**39743**	**239972**	**244279**
Smart	**14361**	**11887**	**77151**	**666059**
SsangYong	**379**	**181**	**3663**	**1085**
Subaru	**2300**	**2455**	**27537**	**22920**
Suzuki Alto	1628	2044	17186	11979
Suzuki Ignis	3053	3333	30172	17685
Suzuki Jimny	1853	1857	14235	13506
Suzuki Vitara/Gr. Vitara	3986	4205	31356	24641
Suzuki Wagon R+	2543	3065	19769	22093
Suzuki	**13832**	**16877**	**123109**	**116567**
Škoda Fabia	10553	12349	85167	83944
Škoda Octavia	8557	8978	61605	61601
Škoda Superb	1197	1081	7593	8750
Škoda	**20308**	**22418**	**154418**	**154344**
Tata	**78**	**175**	**1050**	**1117**
Toyota Avensis	10104	12248	83793	55118
Toyota Avensis Verso	906	1288	7751	10186
Toyota Corolla	12117	13132	99308	94709
Toyota Corolla Verso	5902	3933	29677	29472
Toyota LandCruiser	2948	3398	20732	20208
Toyota RAV4	7707	8580	60644	61773
Toyota Yaris	18497	20166	130335	120832
Toyota Yaris Verso	1677	1888	13310	14097
Toyota	**31889**	**66603**	**463957**	**421353**
Vauxhall Astra	6057	6684	47983	61302
Vauxhall Corsa	6307	7285	64992	63540
Vauxhall Meriva	2121	429	15925	1932
Vauxhall Vectra	4326	3999	31595	30554
Vauxhall Zafira	4103	3665	31411	28575
Vauxhall	**23735**	**23403**	**199873**	**196034**
Volkswagen Bora	3088	4163	17639	31095
Volkswagen Golf	48114	46128	334163	315252
Volkswagen Lupo	3107	2966	17400	27707
Volkswagen New Beetle	2674	4238	23135	21873
Volkswagen Passat	18782	23778	135645	165933
Volkswagen Polo	26031	32347	175939	218975
Volkswagen Sharan	3402	3621	22496	28153
Volkswagen Touareg	3021	1592	22535	9272
Volkswagen Touran	14779	11326	110317	31895
Volkswagen Transporter/ Multivan/Caravelle/Shuttle	742	3172	23537	23735
Volkswagen	**124807**	**133866**	**890638**	**878236**
Volvo S40	3777	1866	22781	13171
Volvo S60	2101	3042	21052	25485
Volvo V40	1042	4053	23302	28366
Volvo V50	4623	-	17562	-
Volvo V70/XC70	3981	4755	40890	43257
Volvo XC90	1833	1034	18369	10854
Volvo	**18233**	**16721**	**153463**	**133070**
CELKEM	**1265435**	**1324218**	**9253437**	**9063499**

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

Opel bude v novém GM Europe silnější

WOLFGANG ESCHMENT,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

RÜSSELSHEIM | Hans Demant před měsícem vystřídal Carla-Petera Fostera na místě ředitele německé pobočky General Motors společnosti Adam Opel. Zůstal i ve funkci viceprezidenta GM Europe pro techniku.

Demantovým úkolem je dovést činnost GME v Německu opět k ziskovosti. O konkurenceschopnosti německých závodů Opelu a plánovaných nových modelech s ním hovořil šéfredaktor Automobilwoche, sesterského časopisu Automotive News Europe.

Co se stalo s Trixxem?

Otázka zní: Můžete dělat něco ještě menšího než je malý minivan Agila? Zabývali jsme se náklady všech možných komponent Trixxu a já věřím, že se něco v tomto segmentu dělat dá. Stále více a více lidí chce opravdu chytrý miniautomobil. Samozřejmě také vidíme, že Smart se svým konceptem, respektive svým objemem prodeje, není ziskový. Zabýváme se Trixxem, ale zatím ohledně něho nepadlo definitivní rozhodnutí.

Co je vaším nejtíživějším úkolem a cílem?

Úkol je jasný: učinit GM Europe a Opel konkurenceschopnými a ziskovými. U Opelu máme jednu obrovskou výhodu, a to jsou naše výrobky. Přivedli jsme na trh celou škálu skvělých nových modelů a tyto vozy jsou extrémně dobře přijímány.

Jste plně odpovědný za marketing GM Europe v Německu?

Hrajeme nejdůležitější roli u General Motors v Evropě. Máme ústřední postavení v technice a máme nesmírně moderní závody v Rüsselsheimu a Eisenachu. Nebojte se. Naše značka s bohatou tradicí bude v rámci skupiny GM silnější než kdy dříve.

Ale rozhodnutí o výrobě Opelu v Německu nyní přichází z ústředí GM Europe v Curychu.

Základním principem je, že žádný závod není schopen vyrábět všechny modely. S novými vozy otázka zní: Který závod dokáže připravit nejlepší nabídku. Pokud jsme konkurenceschopní v Německu, pak výroba půjde do závodů zde.

Rüsselsheim je vaším nejmodernějším závodem, ale využívá jen 60 % své kapacity.

Situace v Rüsselsheimu je výsledkem současného poklesu prodeje vozů střední třídy v Evropě. Ten nezasáhl jen Opel. Má vliv na celý průmysl. Ale zvýšíme využití kapacity závodu s modelem Vectra GTS, jejihož výrobu sem přesuneme z Anglie. To by mělo zvýšit využití kapacity na více než 80 %.

Mohly by se v Rüsselsheimu na základě platformy Epsilon, používané u vectry, vyrábět i vozy Saab?

Dovedu si to představit. Teoreticky by se na stejném základě daly v Rüsselsheimu vyrábět i modely Fiatu, ale to v této chvíli nemáme v plánu. ←

↓ OPEL TRIXX

↓ HANS DEMANT

Foto: Opel

↓ INZERCE