Auto Data & News

9 771214 775008 01

Cena 19 Kč

25. 2. 2007 | ročník V. – číslo 1 | www.autodatanews.cz | ve spolupráci s Automotive News Europe

2 str. Jaguar a Land Rover hledají majitele

7 str. Nový šéf designu Škody Auto

8 str. Rekordní prodeje v České republice

16 str. Americké automobilky čelí problémům

Foto: archiv

Nová Škoda Superb

LUXUSNÍ MODEL ZNAČKY MÍŘÍ NA NOVÉ TRHY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Nová Škoda Superb byla vyvinuta v technickém vývoji Škoda Auto v Mladé Boleslavi. Nový Superb se oficiálně představí na autosalonu v Ženevě počátkem března, vyrábět se bude v Kvasinách a do prodeje přijde na konci prvního pololetí.

V reakci na občasnou kritiku první generace se Škoda Auto snažila nový Superb na první pohled odlišit od Octavie, ale i od ostatních automobilů koncernu VW, především VW Passatu a Audi A6.

Strategie Škody vede k rozšíření skromného trhu, na kterém Superb

→ pokračování na **straně 6**

Foto: Škoda Auto

Nano všechno mění

JESSE SNYDER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Ještě se ani nezačal prodávat a už vůz Tata Nano změnil pravidla hry. Jednoduchý dostupný miniautomobil je tak jednoznačně připravený splnit svůj cíl, až to vyráží dech. Tata Motors bude nepochybně zpočátku čelit mnoha problémům. Kombinace radikálně nové koncepce, nového designu, nezkušenosti subdodavatelů, nezaškolené pracovní síly a nové továrny značí, že náběh nebude plynulý.

Jenže Nano všechno změní

Společně s připravovanými konkurenčními minivozy od spojení Renault-Bajaj, Volkswagenu a Toyoty Nano umožní masové využití automobilové dopravy milionům lidí v rozvíjejícím se světě.

Ještě před tím, než Ratan Tata odhalil Nano na autosalonu v Dillí, varovali environmentalisté a advokáti bezpečnosti, že je to počátek klimatické katastrofy a současně to povede k ještě více obětem na silnicích.

Chápu jejich námitky. Pokud nás všech šest miliard obyvatel začne jezdit, tato planeta bude čelit ještě vážnějším problémům se zdroji surovin a znečištěním ovzduší. Samozřejmě že 780 kg těžké Nano není tak bezpečné jako VW Golf. A samozřejmě že indické silnice jsou už nyní strašné. Jenže většina těchto protestujících pochází z rozvinuté části světa a vidí situaci z pohledu makroekonomiky.

Ale představte si, že žijete někde, kde si jen ti bohatí mohou dovolit skútr. Vaše zaměstnání a vzdělání vašich dětí závisí na tom, jak daleko dokážete během dne dojít. Když k vám přijede někdo ve velkém klimatizovaném autě a elektricky si otevře okénko, aby vám řekl, že si v zájmu záchrany planety nemáte kupovat Nano, co mu asi odpovíte? Někdo takový asi těžko pochopí, proč by mělo být správné kritizovat rozvojové země za emise CO_2 z jejich dvouválcového vozítka.

Zbývajících pět šestin světa začne jezdit ať už na to ti, kteří už se vezou, jsou připraveni nebo ne. Jestliže chceme, aby rozvojový svět omezoval emise CO_2, tak musíme začít nejprve u sebe. A rozvíjet zelené technologie.

více o voze Tata Nano na str. 14 →

Čísla měsíce

První registrace osobních a lehkých automobilů v ČR v roce 2007

kategorie	nová	ojetá	celkem
osobní	132 542	212 869	345 411
lehká užitková	62 038	10 619	72 657
celkem OA + LUV	194 580	223 488	418 068
2006 OA + LUV	173 478	197 159	364 637
2005 OA + LUV	166 423	148 085	314 508
2004 OA + LUV	154 703	126 912	281 615

Zdroj: SDA

Jaguar a Land Rover hledají majitele

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO & DATA NEWS

Vedení Ford Motor Company už učinilo veškerá potřebná opatření, aby mohlo co nejdříve dojít k předání automobilek Jaguar a Land Rover novému majiteli. Tím by se měla stát indická automobilka Tata Motors, která je součástí jednoho z největší průmyslových konglomerátů světa Tata.

Uchazeči kromě Tata Motors byli ještě další indická automobilka Mahindra&Mahindra a investiční společnost One Equity Partners.

Tata Motors nabídla za Land Rover a Jaguar Fordu nejvíc - odhaduje se, že to bylo asi 1,36 miliardy eur (2 miliardy USD). Ford v roce 1989 za Jaguar zaplatil 1,6 miliardy liber a za Land Rover roku 2000 1,7 miliardy liber. Spolu s dalšími investicemi, především do modernizace výroby a vývoje nových vozů, přišlo vlastnictví obou značek společnost Ford Motor celkem na 12,1 miliard eur (9 miliard liber).

↑ PŘIPRAVOVANÉ KOMPAKTNÍ SUV LAND ROVER LRX SE UŽ BUDE VYRÁBĚT POD KONTROLOU NOVÝCH MAJITELŮ

↓ TOVÁRNA JAGUARU V HALEWOODU

Land Rover se vloni poprvé stal ziskovým a vedení Fordu tvrdí, že také dosud vysoce ztrátový Jaguar je na nejlepší cestě k černým číslům, i když to určitě nebude ještě ani letos. Tata Motors kromě obou prestižních značek a jejich britských výrobních závodů získá také jejich vývojová střediska v Anglii, což by Indům mělo vydatně pomoci i při vývoji vlastních vozů.

Předběžná dohoda už byla uzavřena, ale jako velmi složité se ukazuje dohadování o podílu, který si Ford Motor chce ponechat, a o tom, jak bude vypadat budoucí spolupráce, protože Ford Motor je významným dodavatelem mnoha komponent pro vozy obou značek.

Američtí prodejci Jaguaru se obávají, že převzetí značky indickou automobilkou může mít u jejich zákazníků velmi negativní ohlas. Přitom do USA směřuje asi čtvrtina produkce Jaguaru. Američané by proto byli raději, kdyby Jaguar získala společnost One Equity Partners, protože v jejím čele stojí bývalý šéf Fordu Jacques „Jack the Knife" Nasser. V jiných zemích než USA je ale indický majitel vnímán jako výhodný. Vzhledem k tradičnímu propojení země s Velkou Británií se všeobecně věří, že Indové dokáží Jaguar a Land Rover řídit, a to v anglickém stylu. Podobně je toto spojení vnímáno dokonce i ve Velké Británii. Současně není zanedbatelné, že Indie je jedním z nejrychleji se rozvíjejících automobilových trhů světa a Jaguar a zejména Land Rover zde mohou mít ještě větší šanci se uplatnit než dosud. ←

De Meo do čela Alfy Romeo

Poté, co dosavadní šéf Alfy Romeo Antonio Baravalle opustil svou funkci na vlastní žádost, byl na jeho místo jmenován Luca de Meo. De Meo i nadále zůstal ve funkci šéfa marketingu skupiny Fiat a výkonným šéfem Fiatem znovuobnovené značky Abarth. Hlavními de Meovými cíli v nejbližší době bude zajistit zlepšení kvality výroby, zdvojnásobení objemu produkce do roku 2010 a především zabezpečit návrat značky na americký trh v roce 2009 (prodej Alfy v USA byl ukončen roku 1995 pro velké problémy s kvalitou výroby).

De Meo (41) vystudoval ekonomiku obchodu na univerzitě Bocconi. V letech 1992 až 1997 vystřídal několik funkcí u Renaultu v Itálii a Francii. Roku 1998 přešel k Toyota Motor Europe, kde mj. pracoval na projektech značky Lexus v Evropě. V roce 2002 jej do svých služeb získal Fiat jako šéfa marketingu značky Lancia. Roku 2004 se stal výkonným šéfem Lancie. V listopadu 2004 přešel do čela Fiatu aby zajistil jeho reorganizaci a zlepšení pozice značky na trhu. V září 2007 dostal na starost marketingové aktivity skupiny Fiat. Tím, že byl postaven do čela Alfy Romeo se stal prvním manažerem v historii, kdo vedl všechny tři značky (s Abarthem v podstatě všechny čtyři) patřící do skupiny Fiat Auto.

Baravalle (42) se stal šéfem knižního vydavatelství Einaudi. V koncernu Fiat pracoval od roku 1999 a kromě Alfy Romeo, v jejímž čele stál od září 2005, vedl krátce také značku Lancia. ←

Žádná speciální pravidla pro Volkswagen

STUTGART | Porsche Automobil Holding SE ze Stuttgartu vyzval německé federální ministerstvo spravedlnosti, aby stáhlo návrh nového zákona o VW. V dopisu ministryni Brigitte Zypriesové prezident a nejvyšší výkonný ředitel Wendelin Wiedeking a zástupce prezidenta a hlavní finanční ředitel Holger P. Härter uvedli, že podle jejich názoru jsou plány ministerstva spravedlnosti neslučitelné s rozsudkem Evropského soudního dvoru v Lucemburku z 23. října 2007. Argumentovali tím, že není jasné, proč by pro společnost Volkswagen měly platit obšírnější pravidla než pro ostatní podniky. Nový zákon o VW by vytvořil horší podmínky pro umístění podniku a značně by poškodil pověst Německa v očích Evropy a světa.

Ve svém dopise Wiedeking a Härter poukazují zejména na rozdílné jednání s německými podniky, které by na základě případného zákonu o VW mohlo vzniknout. Říkají: „Pokud je ministerstvo spravedlnosti opravdu toho názoru, že všeobecně použitelná pravidla daná zákony o akciových společnostech, o společném rozhodování a o ustavení závodní rady nejsou dostatečná, pak by, aby byli důslední, měli připravit mnohem přísnější legislativu, která bude platit obecně pro všechny podniky. Měli by pak nicméně pokračovat v diskusi se všemi zástupci německé ekonomiky. Nedovedeme si představit, že by za to federální vláda získala velkou chválu."

Dopis, který doprovázel právní výklad právnické firmy Freshfields Bruckhaus Deringer, byl zaslán také předsedům parlamentních stran a předsedům parlamentních klubů v německém parlamentu, předsedům vlád německých spolkových zemí, prezidentovi federace německého průmyslu (BDI) a předsedovi správní rady koncernu Volkswagen AG. ←

Směřování Volkswagenu na vrchol je příliš ambiciózní

JASON STEIN, AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Jestliže si přečtete předpovědi této společnosti, vypadá to, že v nejbližší budoucnosti budou téměř všichni jezdit ve vozech značky Volkswagen. Budou zde malé vozy (koncept up!), velké vozy (nové modely Phaeton) a středně velké vozy (zásadně přepracované modely Golf).

Zástup dychtivých zákazníků se potáhne od Varšavy do Wolfsburgu. Lidé se budou hlasitě dožadovat všeho, co ponese značku VW: hybridů, vidlicových desetiválců, vozů SUV, sportovních automobilů.

VW se bude vytrvale, postupně a nevyhnutelně zakusovat do tržního podílu Toyoty. Po rychlém obratu Japonci přiznají porážku.

Dvě slova: Sněte dál

Plán růstu značky VW je cestou na celosvětový vrchol a dohonění Toyoty není přehnaným cílem, je to pouze přehánění.

Nejvyšší výkonný představitel skupiny Volkswagen Martin Winterkorn je přesvědčen, že německý smysl pro detail pomůže největší evropské automobilce předhonit do deseti let Toyotu. Podle vysvětlení těch, kteří ve VW plánují produkty, s lepší výkonností a lépe vypadajícími automobily, může Volkswagen porazit Toyotu v prodeji vozů, produktivitě a ziskovosti.

Je to velkolepý interní cíl. VW si zasluhuje uznání za to, jak je ambiciózní.

Avšak s přehnaným cílem VW souvisí několik základních problémů.

Zaprvé, jeho plán předpokládá, že Toyota zůstane stát na místě. Každý, kdo něco o Toyotě ví, si uvědomuje, že tato společnost zcela určitě v klidu nezůstane. Prezident Katsuaki Watanabe předpovídá, že celosvětový prodej Toyoty v tomto roce stoupne o 5 %, zatímco se očekává, že odvětví jako celek zůstane na stejné úrovni.

Jak je na tom VW? Zdědil stejné typy nákladů jako je výroba a silné odbory, jako jeho tradiční soupeři.

Anebo co skutečnost, že v Americe je Volkswagen v těchto dnech řeší problém především díky příliš velkému nezájmu o jeho výrobky?

Pro VW však existuje největší riziko: Úspěch se buduje na kvalitě, efektivitě, produktivitě a splnění potřeb zákazníků. Pak přichází růst.

Plán VW spočívající v RŮSTU, RŮSTU, RŮSTU musí věnovat pozornost základním věcem. Protože vše závisí na tom, jak se dají do pořádku malé věci.

Historie automobilového průmyslu je vystlána kostmi ambiciózních společností, které si myslely, že dokáží vyrůst až na vrchol, ale nakonec neuspěly kvůli špatné realizaci.

Růst jen pro samotný růst je receptem na katastrofu.

Zeptejte se Fordu. Zeptejte se General Motors.

Ale neobtěžujte se ptát Toyoty. Nebudou vědět, o čem hovoříte. ←

Nový závod nebude

Vedení General Motors zastavilo vyhledávání prostoru pro vybudování nového výrobního závodu ve střední nebo východní Evropě (jak jsme uvedli minule, jednou ze zemí, která přicházela v úvahu byla i Česká republika). Podle šéfa GM Europe Chrise Laceyho je dnes nejperspektivnějším trhem tohoto regionu Rusko, kde se například vozů značky Chevrolet prodává více než v západní Evropě. Proto budoucí investice k rozšiřování výroby mají směřovat tam. Nepůjde ale zatím o budování nového závodu, nýbrž o rozšiřování stávající výroby v Petrohradě, ale také v Uzbekistánu. Rozšiřovat se bude i produkce ve varšavské továrně FSO, která patří ukrajinské společnosti UkrAVTO. Ve spolupráci s ní chce GM ve Varšavě do roku 2011 ročně vyrábět 150 000 Chevroletů. ←

Magna bude dělat Mini SUV

Podle oznámení automobilky BMW se připravované SUV značky Mini, předběžně se mu říká Colorado, bude vyrábět v továrně společnosti Magna Steyr ve Štýrském Hradci v Rakousku. Výroba by podle očekávání měla být zahájena v roce 2009. Továrna společnosti Magna Steyr v současné době vyrábí BMW X3, avšak tato výroba bude v roce 2009 přesunuta do montážního závodu BMW ve Spartanburgu v Jižní Karolíně. Společnost Magna Steyr získala tento projekt na úkor agresivní nabídky německé karosárny Karmann. ←

Změny ve vedení PSA

Od 1. ledna 2008 byl v rámci skupiny PSA Peugeot Citroën jmenován Fréderic Saint-Geours poradcem předsedy představenstva a členem výkonného výboru. Jeho posláním bude řízení úkolů strategického charakteru. Členem představenstva s pověřením řídit značku Peugeot byl jmenován Jean-Philippe Collin. ←

Bajaj Auto Citroën Iveco Hyundai Renault

Bajaj Hamara: S pomocí Renaultu

Ač se zájem točil kolem Taty Nano, na autosalonu v Dillí se představil i další pozoruhodný projekt. Automobilka Bajaj Auto, indický společný podnik výrobce motocyklů a mopedů Bajaj s aliancí Nissan-Renault, odhalil svůj koncept základní verze levného automobilu. Koncept Hamara byl navržen a vyroben v Indii na místní platformě, ale zahrnuje i některé komponenty šasí pocházející od Renaultu. Koncept má velmi blízko k vozu, který se za dva roky začne vyrábět v továrně Chakan u Pune. Dlouhý je 3300 mm. Dvouválec 660 cm³ bude dodávat indický výrobce, ale Bajaj slibuje vynikající hospodárnost využití paliva. V nabídce bude také vznětový motor a umožněna bude také volba pohonu na LPG, CNG a dokonce i hybridního. Cílová cena je kolem 125 000 rupií (tj. 1,25 Lakhu, 2155 eur), což je o trochu více než za Tata Nano (1725 eur), ale Hamara bude mít vyšší základní úroveň výbavy a více komfortních prvků. Zahájení výroby se plánuje do dvou či tří let.

Foto: Bajaj Auto

Citroën C4 Sedan: Připluje z daleka

Prvním autem vyráběným v Argentině na českém trhu se stane Citroën C4 Sedan. Tento vůz se vyrábí v Palomaru u Buenos Aires na platformě PSA PF2 používané pro Citroën C4 i Peugeot 307/308. Sedan ale není jen C4 se zavazadlovým prostorem připojeným k zádi. Karoserie je oproti hatchbacku prodloužená o 49 cm, přičemž se u tohoto vozu prodloužil i rozvor náprav ze 2610 mm na 2710. Prodloužení je v prostoru zadních dveří a také od tohoto místa má karoserie jiný profil. Zavazadlový prostor je majestátní - 513 l, což je nejen o 200 l více než u hatchbaku C4, ale je to i víc než u stávajícího modelu C5. Na českém trhu se kompaktním sedanům moc nedaří, ale Citroën tento vůz nabízí jako vyplnění prostoru mezi C4 a C5 nejen rozměry, ale i bohatou výbavou. Do prodeje tento vůz přijde počátkem dubna.

Foto: Citroën

Iveco Massif: Předzvěst off-roadu Fiat?

Výrobce užitkových a nákladních automobilů představil na podzim v Amsterdamu velký off-road Massif. Iveco, patřící Fiatu, jej uvede na trh od letošního března. Toto vozidlo vzniklo na základě španělského vozu Santana Anibal PS10, což je pro změnu licenčně vyráběný Land Roveru Defender. Santana také bude Iveco Massif vyrábět se tří- a pětidveřovou karoserií, ale i jako pick-up a jako šasi s kabinou. Motor ovšem bude Iveco Diesel HPI 2,8 l/130 kW, známý z modelu Daily. Ještě do konce roku jej doplní i přeplňovaná verze s turbodmychadlem, která bude mít 176 k. Šestistupňová převodovka s redukcí a volbou 4x2 nebo 4x4 je převzata od Santany. K dispozici bude i uzávěrka diferenciálu zadní nápravy. Iveco Massif je především užitkovým automobilem schopným jízdy v těžkém terénu. Podle informací ANE se ale tento vůz má stát rovněž základem pro první skutečný off-road v nabídce Fiatu od ukončení produkce vozu Campagnolo.

Foto: Iveco

Hyundai Genesis: Znovuzrození luxusu

Neobvykle nejprve ve své vývojovém středisku v korejském Namyangu a až poté na autosalonu v Detroitu Hyundai představil svůj nový luxusní sedan Genesis s pohonem zadních kol. Motory (jen zážehové) budou pocházet z nové řady Tau - V8 4,6 l resp. V6 3,8 a 3,3 l a šestistupňová převodovka bude samočinná. Velký sedan je určen především pro Severní Ameriku, nicméně bude v prodeji také v Evropě, i když zatím není k dispozici diesel. Bosch pro tento vůz připravil aktivní systémy kontroly vozidla VDM (Vehicle Dynamic Management) kombinující ESP s dalšími systémy aktivní bezpečnosti a ovládání podvozku. Svou výbavou, a to jak po stránce luxusu, tak i bezpečnosti a jízdní dynamiky, si Genesis v ničem nezadá s vozy Lexus či auty německých exkluzivních značek. Hyundai Genesis se zatím jako studie představil i s karoserií kupé 2+2.

Foto: Hyundai

Renault Koleos: Samsung pro Renault

V Koreji se oficiálně představil crossover QM5 společnosti Samsung Motors. Jeho předznamenáním byl koncept Renault Koleos. Sériový vůz nese všechny stylistické znaky korejské značky, protože jeho design vznikl v jejím studiu v Koreji. Nicméně se jen v detailech liší od studie Koleos, protože na jeho návrhu se podíleli i stylisté Renaultu. Tento vůz totiž brzy rozšíří nabídku Renaultu do této stále populárnější kategorie a stane se odpovědí na Citroën C-Crosser a Peugeot 4007, které vznikly na bázi Mitsubishi Outlanderu. Výroba v Busanu v Koreji začala už v prosinci a plánuje se roční produkce 100 000 vozů. V Evropě bude jako Renault Koleos nabízen s pohonem všech kol převzatým z Nissanu XTrail nebo pohonem předních kol a motory zážehovým 2,5 l/125 kW a vznětovým 2,0 l/110 kW. Délka vozu je 4520 mm.

Foto: Renault

Renault Hyundai Volkswagen

Foto: Renault

Renault Grand Modus: Protahování

Renault v roce 2004 uvedl malé MPV Modus s velkými ambicemi, ale zájem kupujících nezískal. Zákazníci tomuto vozu vytýkali především malý zavazadlový prostor, takže je málo praktický jako rodinné auto. Řešení se našlo v nové verzi Grand Modus, která je o 240 mm delší, přičemž se prodloužil i rozvor. Se 4034 mm už bude moci lépe konkurovat jedničce tohoto segmentu Opelu Meriva. Díky tomu se zavazadlový prostor zvětšil na více než solidních 305 až 410 l, což závisí na poloze zadních posuvných sedadel. O 80 mm byla prodloužena i základní verze, ale ta se s uvedením Grand Modusu přestala na českém trhu prodávat. Grand Modus se, stejně jako Modus, vyrábí ve španělském Valladolidu. Zajímavé je, že Renault Grand Modus na českém trhu nabízí se stejnými motory a se stejnými cenami jako Clio Grandtour.

Hyundai i10: Další i na řadě

V řadě modelů s novým systémem označení s písmenem i představil Hyundai malý model předurčený především pro městský provoz i10. Vznikal s cílem nabídnout potěšení z jízdy stejně jako praktičnost a bohatou výbavu. Hyundai i10 je pětidveřový pětimístný hatchback dlouhý jen 3565 mm, což mu umožňuje dobrou ovladatelnost v ulicích měst. Současně má na svou třídu velmi dlouhý rozvor 2380 mm, což vytváří velký vnitřní prostor. Pohonnými jednotkami budou zážehový 1,1 l/49 kW nebo nový vznětový 1,1 l/55 kW. Do prodeje i10 přijde v březnu.

Foto: Hyundai

Volkswagen Passat CC: Čtyřdveřové kupé

Volkswagen v Detroitu představil očekávanou zcela novou verzi karoserie vozu střední třídy. Na základě modelu Passat vznikl vůz slibující vyšší úroveň komfortu, bezpečnosti i techniky pro lepší dynamiku jízdy. Elegantně tvarovaná karoserie má profil jako kupé, ale je čtyřdveřová a uvnitř jsou čtyři samostatná sedadla. Je logické, že leckomu připomíná styl mnohem většího Mercedesu CLS. Passat CC má rozměrnou panoramatickou střechu. Délka vozu je 4796 mm, tj. o 31 mm více než u sedanu, přičemž se prodloužil i rozvor náprav. Zajímavé je, že se radikálně proměnil i design interiéru včetně uspořádání ovládacích prvků. Přední sedadla mohou být vyhřívaná i klimatizovaná jako u Phaetonu. V nabídce bude i systém DDC (Dynamic Drive Control) umožňující tři nastavení podvozku, a to nejen tlumení, ale i tuhosti řízení. K dispozici budou tři zážehové motory TSI (ten nejvýkonnější V6 3,6 l v kombinaci s převodovkou DSG a pohonem všech kol 4Motion) a dva vznětové se vstřikováním systémem Common Rail. Passat CC bude mít osm airbagů a ESP nové generace. Výroba začne na jaře v Emdenu a prodej by v Evropě měl začít v červnu. ←

Foto: VW

Krátce

Ford Verve: nástupce Fiesty také jako sedan. Na autosalonu v čínském Guangžu a poté v Detroitu představil Ford druhou podobu konceptu Verve, který je předobrazem nástupce malého modelu Fiesta. Čtyřdveřový sedan (resp. „ dynamický notchback, jak mu říká ředitel designu evropského Fordu Martin Smith) snad ještě více než třídveřový hatchback, vystavovaný na podzim ve Frankfurtu, připomíná zmenšené Mondeo. Vystavený koncept Verve Sedan se od hatchbacku liší i poněkud pozměněnou maskou. Je nepravděpodobné, že by se sedan nabízel i na evropských trzích, ale

Foto: Ford

pro USA a Čínu (ale i pro Rusko) je sedan nutností. Do prodeje tam ale přijde až v roce 2010.

Opel oznámil, že nástupce modelu Vectra ponese jméno Insignia. S uvedením na trh v listopadu tohoto roku chce Opel podle marketingového šéfa GM Europe Alaina Vissera nasadit velmi agresivní cenovou politiku. Zájem o vozy střední třídy

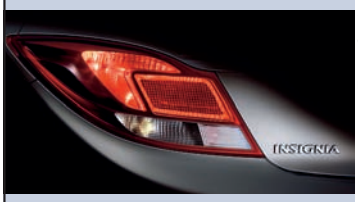


Foto: Opel

v Evropě totiž trvale klesá - vloni to bylo opět o 15 % prodaných vozů méně než roku 2006, přičemž 70 % dodávek je pro firemní sektor. Insignia se bude vyrábět v hlavním závodě v Rüsselsheimu.

Vzkříšení Trabantu? Německý výrobce hraček Herpa má v plánu oživit Trabant ve spolupráci se saskou firmou IndiKar. V roce 2009 na frankfurtském autosalonu chce Herpa odhalit prototyp „moderního násle-

Foto: Herpa

dovníka Trabantu“ a zpočátku počítá s výrobou 5000 vozů ročně. O technické specifikaci a konstrukci nového Trabi se zatím nic neví, ale nedá se předpokládat, že by karoserie byla opět z duraplastu a motor vzduchem chlazený dvoudobý.

Nová Škoda Superb

← pokračování ze **strany 1**

působí, při využití regionálních specifik, ze kterých Škoda Auto těží mimo západní Evropu. Většina zákazníků, kterým jde o cenu, a kterých je ve střední a východní Evropě stále hodně, totiž dá přednost bohatě vybavenému Superbu před vozy renomovanějších značek ale bez patřičné výbavy.

Prosazení Superbu do výroby nebylo pro vedení Škody Auto snadné. První generace se po nepříliš nadšeném přijetí zákazníky etablovala jako solidní automobil se stálou klientelou kupujících a poměrně stabilní úrovní prodeje mírně nad hranicí 20 000 kusů ročně. To sice bylo mnohem méně, než se plánovalo, nicméně to bylo dostatečné množství pro zajištění zisku (a také mnohem více, než u srovnatelných modelů neněmeckých značek). V roce 2006 například prodej modelu Superb přispěl k příjmům automobilky 5 %, ač jeho podíl na objemu produkce byl jen 3,6 %. Přitom vzhledem k využití koncernové platformy a modulů byly náklady na vývoj mnohem nižší než u konkurence.

Nová generace Škody Superb slibuje prostorný interiér na vrcholu vyšší střední třídy díky tomu, že narostla do délky i šířky. Novinka bude delší 4838 mm (první generace měla délku 4810 mm), širší 1783 mm (dosud 1770 mm) a vyšší 1461 mm (dříve 1470 mm). To vše ovšem při kratším rozvoru 2761 mm (u první generace to bylo 2800 mm).

Všechny zážehové motory budou s přímým vstřikováním paliva FSI resp. TSI. Vrchol nabídky bude tvořit verze s novým motorem 3,6 FSI V6/191 kW výhradně v kombinaci se šestistupňovou samočinnou převodovkou DSG a s pohonem všech kol se spojkou Haldex čtvrté generace. Na trhu se objeví nedlouho po zahájení prodeje vozu. Mezi třemi vznětovými motory bude i nový 2,0 TDI CR DPF/125 kW s vysokotlakým vstřikováním Common Rail.

Neobvyklé je, že Superb nebude typickým tříprostorovým sedanem, byť má stupňovitou záď. Významnou novinkou Superbu totiž je systém variabilního otevírání pátých dveří Twindoor, které bylo vyvinuto a patentováno Škoda Auto. To umožňuje otevřít buď pouze víko zavazadlového prostoru nebo je zdvihnout celé i se zadním sklem. Tato kombinace mezi sedanem a liftbackem není vůbec samoúčelná. Připomeňme, že Superb má velké ambice například v Rusku, kde jsou vzhledem ke kruté zimě hatchbacky a liftbacky mnohem hůř prodejné než sedany. U klasického sedanu ale nikdy nelze plně využít sebevětší zavazadlový prostor. Superb při běžném provozu udrží teplo v prostoru pro cestující a současně v případě potřeby umožní obsáhnout celý zavazadlový prostor.

Škoda plánuje zvýšit objem výroby nové generace Superbu také tím, že kromě jeho montáže v zahraničí, především Rusku a Indii, jej bude vyrábět i v Číně. Agentura CSM Worldwide předpovídá, že Čína bude v roce 2009 tvořit třetinu z globálního prodeje Superbu, takže se zde z celkového počtu 30 000 vozů prodá 10 000 kusů. Prodej Superbu v Číně začne v roce 2009. ←

Personální změny ve vedení Škoda Auto

Dosavadní člen představenstva společnosti Škoda Auto Martin Jahn (38) byl jmenován generálním ředitelem Volkswagen Group RUS (Rusko). Jahn bude zodpovědný za prodej vozů společnosti Volkswagen v Rusku. Jahn se zároveň stane členem dozorčí rady Škoda Auto, kde bude i nadále uplatňovat své dosavadní zkušenosti.

Jeho nástupcem v představenstvu společnosti Škoda Auto s odpovědností za Řízení lidských zdrojů byl jmenován a dozorčí radou Škoda Auto schválen Klaus Dierkes (51). Tyto změny nabývají účinnosti dne 1. dubna 2008.

Martin Jahn absolvoval Vysokou školu ekonomickou v Praze, poté začal v roce 1994 pracovat v agentuře CzechInvest. V roce 1996 se stal ředitelem jejího zahraničního zastoupení v USA v Chicagu, kde také vystudoval marketing a komunikaci na DePaul University a získal titul MBA. V roce 1999 byl jmenován generálním ředitelem CzechInvestu. V roce 2004 se stal místopředsedou vlády a ministrem pro ekonomiku a od roku 2006 je členem představenstva Škoda Auto zodpovědným za Řízení lidských zdrojů.

Klaus Dierkes působil v různých funkcích koncernu Volkswagen od roku 1984. Od roku 2006 byl personálním ředitelem Volkswagen Německo a od července 2007 generálním zmocněncem koncernu Volkswagen. ←

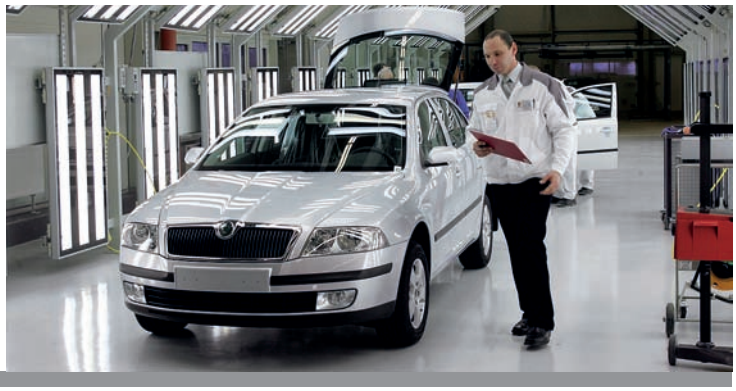
Vozy Škoda už i z Ruska

SPOLEČNOST ŠKODA AUTO ZAHÁJILA MONTÁŽ SVÝCH VOZŮ V RUSKÉ KALUZE. TATO PRODUKCE SE BUDE VÝZNAMNĚ PODÍLET NA ZAHRANIČNÍ VÝROBĚ NEJVĚTŠÍHO ČESKÉHO VÝROBCE AUTOMOBILŮ.

Škoda Auto se na investicích do výstavby nového závodu v Rusku podílí spolu se společností Volkswagen AG. Po roční výstavbě je zde zahájena montáž částečně rozložených vozů. Jedná se o modely Octavia, Octavia Tour a Fabia nové generace. Celková kapacita závodu v ruské Kaluze je 150 tisíc automobilů ročně, 40 % této produkce bude tvořit společnost Škoda Auto. Montážní hala zaměstná na 3000 lidí.

„Otevření našeho prvního výrobního závodu v Rusku je významným krokem v expanzi společnosti Škoda Auto na východní trhy. Ty zažívají dynamický růst a my do nich vkládáme obrovské naděje na pozitivní budoucnost společnosti Škoda Auto," uvedl při této příležitosti předseda představenstva Škoda Auto Reinhard Jung.

Volba místa pro koncernový závod v Rusku byla ovlivněna především faktem, že největší odbyt rostoucího ruského trhu tvoří samotná Moskva, vzdálená necelých 200 km od Kalugy. Důležitým činitelem je dopravní obslužnost, protože Kaluga je s Moskvou spojena železnicí i dálnicí. V Kaluze navíc sídlí technická univerzita, která do budoucna pomůže navýšit řady odborné pracovní síly. Nejprodávanějším vozem značky Škoda je zde Octavia Tour s motory 1,4/55 kW a 1,6/75 kW. ←



Nový šéf designu

Dosavadní vedoucí oddělení designu značky Škoda Auto Jens Manske od 1. února přešel do oddělení koncernového designu vedeného Walterem de` Silvou. Pod jeho vedením byla navržena druhá generace vozu Škoda Superb a další vozy, jejichž sériová výroba se připravuje. Za jeho působení vznikla i řada designových studií.

Jeho nástupcem ve společnosti Škoda Auto se stal Jozef Kaban (35), který byl dosud zodpovědný za design exteriéru značky Audi. Jozef Kaban se narodil v Námestově na Slovensku. Po čtyřletém uměleckém studiu designu zahájil v roce 1991 studium produktového a průmyslového designu na Academy of Fine Arts & Design v Bratislavě. V průběhu tohoto studia se zúčastnil designérské soutěže pro značku Škoda, vypsané koncernem Volkswagen. Umístění na druhém místě mu vyneslo možnost nastoupit přímo ve společnosti Volkswagen, nejprve jako praktikant a poté jako designér exteriéru. K Volkswagenu jej přivedl tehdejší šéf designu Hartmut Warkuss. V roce 1997 získal jako stipendista společnosti Volkswagen na Royal College of Art titul Master of Art v oboru Design vozidel. V této době byl Jozef Kaban prvním slovenským absolventem v historii Royal College of Art. Ještě v témže roce byl Jozef Kaban za studii vozu budoucnosti vyznamenán cenou Giorgio Giugiaro Award for Design Innnovation.

Od roku 1999 byl z pověření koncernu Volkswagen zodpovědný za vývoj designu snového sportovního vozu Bugatti Veyron, a to od prvního náčrtu až po zahájení sériové výroby (jako šéfdesignér se pod něj podepsal Hartmut Warkuss). V roce 2003 Kaban přešel z Wolfsburgu do Ingolstadtu ke značce Audi, kde byl zodpovědný za design různých sériových vozů a studií. Od roku 2006 je Jozef Kaban vedoucím Centra pro design exteriéru společnosti Audi. ←

Stará generace Octavie míří do Ruska

NOVÁ TOVÁRNA VW BUDE VYRÁBĚT STAROU A SOUČASNOU VERZI MODELU NIŽŠÍ STŘEDNÍ TŘÍDY Z DODANÝCH DÍLŮ

LYLE FRINK,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Škoda rozšířila modelovou řadu automobilů, které montuje v Rusku, o první generaci Octavie. Výroba z dodaných dílů (CKD) byla zahájena montáží druhé generace Octavie. „Zahájení výroby verze Tour jsme naplánovali o měsíc později," sdělil Automotive News Europe ředitel výroby a logistiky automobilky Škoda Aut Horst Mühl.

Připojení modelu Octavia Tour poskytlo automobilce Škoda levnější automobil pro horký ruský trh, kde největšího růstu dosahují zahraniční značky. Skupina VW bude Octavii Tour montovat z lakovaných, hotových dílů dodaných z českých závodů Škody Auto. Rusko je pro Octavii Tour nejnovějším místem určení v oblasti trhů citlivých na cenu.

Ten automobil nezemře

Octavii Tour berte jako automobil, který nezemře. Škoda Auto se rozhodla pokračovat ve výrobě verzí sedan a kombi jako levnější výrobní řady paralelně s nových modelem. Důvodem je prosazování značky na východoevropské a další rozvíjející se trhy. V Rumunsku Octavia Tour konkuruje Loganu, který tam vyrábí pobočka Renaultu Dacia.

Škoda má plánu vyrábět tento model alespoň do roku 2010, neboť přibližně v té době by novou Octavii měla nahradit její třetí generace. Avšak na rozdíl od obdobných strategií používaných jinými automobilkami, poptávka po tomto vozu je stálá. Nejmenší ze tří českých montážních závodů Škody, ve Vrchlabí, vyrábí pouze Octavii Tour a nadále posílá kompletní díly z České republiky do továren na Ukrajině, v Indii, Bosně a Kazachstánu. Ve Vrchlabí se pracuje na tři směny.

Únik před dovozním clem

Továrna v Kaluze, vybudovaná za 370 milionů eur, je nezbytná pro plány skupiny VW prodávat v Rusku do roku 2010 300 000 vozů ročně. Rusko je trhem citlivým na cenu a automobily, které se zde vyrobí, unikají 25% clu uvalenému na dovezené zkompletované automobily.

Díky otevření závodu v Kaluze a souhlasu s tím, že do osmi let dojde k podpoření místních dodavatelů, VW podle ruského Dekretu 166 o poskytování daně platí 3% clo za dovezené díly místo 14,5 %, jak to před nedávnem finančním analytikům prezentoval koncern Volkswagen.

Podle původního plánu Volkswagenu pro Kalugu zde měla začít výroba nové generace Octavie a pak se na začátku roku 2009 měl přidal Volkswagen Gol, nízkonákladový automobil, který se prodává v Jižní Americe. Avšak továrna bude z dodaných dílů vyrábět i starý model Octavie a uvažuje se o třetím modelu značky Škoda . „Po finanční stránce to je v pořádku, budeme pokračovat s naší Fabií," řekl Mühl.

Po počátečním objemu výroby kolem 20 000 vozů ročně Volkswagen rozšíří objem výroby v Rusku do roku 2009 na 115 000 vozů. Volkswagen chce, aby továrna mezitím zvládala svařování, lakování a montáž. ←

TPCA už přes 300 000

AUTOMOBILKA TPCA ZVÝŠILA VÝROBU O 5 % A POPRVÉ PŘEKROČILA HRANICI 300 000 AUT VYROBENÝCH V JEDNOM ROCE

Kolínská automobilka TPCA vyrobila v loňském roce celkem 308 478 vozů Toyota Aygo, Peugeot 107 a Citroën C1. Ve srovnání s 293 650 vozy vyrobenými v roce 2006 to znamená meziroční růst produkce o více než 5 %. Výroba byla rozdělena rovnoměrně mezi všechny tři modely. Z výrobních linek tak v loňském roce sjelo 105 276 vozů Toyota Aygo, 104 466 modelů Peugeot 107 a 98 736 aut s označením Citroën C1.

„Naše auta se výborně prodávají. Mají úspěch zejména na trzích západní Evropy, ale postupně se objevují i na českých silnicích, což mě velmi těší," řekl k tomu prezident společnosti TPCA Jasuhiro Takahaši. „Našeho úspěchu bylo možné dosáhnout jen díky skvělé práci našich zaměstnanců. Věřím, že podobných výsledků dosáhneme i v nadcházejícím roce a uspokojíme tak zvyšující se poptávku po našich kvalitních vozech šetrných k životnímu prostředí."

Největšími trhy pro vozy z Kolína zůstávají Francie, Itálie, Německo, Velká Británie a Holandsko. Dvě třetiny aut vyrobených v Kolíně byly v pětidveřové verzi.

Nejoblíbenější barvou roku 2007 byla červená těsně následovaná černou a stříbrnou.

Automobilka TPCA se vedle kvality výroby zaměřuje také na výrobu šetrnou k životnímu prostředí. Vedle používání nejekologičtějších dostupných technologií v roce 2007 její zaměstnanci v areálu továrny vysázeli tisíce stromů. Společnost rovněž pořídila rekuperační jednotku za více než 2,5 milionu Kč, která

využívá odpadní teplo k ohřevu čerstvého vzduchu přiváděného do továrny. Ochraně životního prostředí také významně pomáhá důsledné třídění a následná recyklace odpadů. ←

Rekordní výroba v České republice

PRODUKCE MOTOROVÝCH VOZIDEL V ČESKÉ REPUBLICE SE BLÍŽÍ K MILIONU, PŘIČEMŽ VĚTŠINA VYROBENÝCH VOZIDEL SMĚŘUJE NA EXPORT

V roce 2007 bylo v České republice vyrobeno celkem 940 787 motorových vozidel. Mezi roky 2007 a 2006 tak došlo k nárůstu o 9,93 %. Největší podíl na tom má samozřejmě výroba osobních automobilů, kterých bylo vyrobeno 932 016 kusů (včetně lehkých užitkových vozidel kategorie N1). Dále bylo vyrobeno 3 154 nákladních automobilů, 3 357 ks autobusů a 2 260 ks motocyklů.

K nárůstu výroby došlo u všech tuzemských výrobců. Většina této produkce směřuje na export.

Výroba osobních automobilů (včetně malých užitkových) je dána společnostmi Škoda Auto (výroba 623 529 kusů, což znamená nárůst o 12,11 %) a TPCA Czech (308 478 vozů značek Toyota, Peugeot a Citroën, tj. o 5,05 % více než v roce 2006).

Nákladní automobily reprezentovaly firmy Tatra se 2431 vozy (+ 60,89 %) a Avia Ashok Leyland Motors s produkcí 723 vozů (+ 50,00 %). Výrobu autobusů v ČR představují Iveco Czech Republic (dříve Karosa) se 2873 kusy (+ 15,99 %), SOR Libchavy (418 autobusů, tj. + 1,70 %), Tedom (17 kusů) a KH motor Centrum (49 ks). Motocyklovou výrobu tvoří pouze produkce Jawy Moto se 2260 stroji, tedy o 122,66 % víc.

Prezident Sdružení automobilového průmyslu Martin Jahn k tomu řekl: „I přes stagnující poptávku v zemích západní Evropy a výrazný propad německého automobilového trhu se výrobcům i dodavatelům v České republice podařilo dosáhnout rekordních výsledků. Nakolik je tento vývoj možné udržet i v budoucnu, závisí především na dostatku kvalifikovaných pracovních sil a vývoji kurzu koruny."

Lze předpokládat, že celková výroba motorových vozidel v České republice překročí zřejmě již v tomto roce hranici 1 milionu kusů. Zajímavé je, jak se změnila struktura výroby motorových vozidel. Zatímco v roce 1989 představovala osobní a lehká vozidla 45,37 celkové produkce, motocykly 41,25 % a nákladní vozy 12,59 %. Vloni převládala osobní a lehká užitková vozidla s 99,07 % a mezi ostatními bylo nejvíce autobusů s 0,36 %. ←

Výroba motorových vozidel v České republice v roce 2007

	výroba (ks)	domácí prodej (ks)	vývoz (ks)	podíl exportu (%)
osobní a lehké užitkové automobily	932 016	68 377	870 142	93,36 %
Škoda Auto, Mladá Boleslav	623 529	66 806	563 226	90,33 %
TPCA (Citroën, Peugeot, Toyota), Kolín	308 478	1 562	306 916	99,49 %
Kaipan	8	8	0	0
Gordon Cars	1	1	0	0
nákladní	3154	625	2528	80,15 %
Avia Ashok Leyland Motors, Praha	723	239	461	63,76 %
Tatra, Kopřivnice	2431	386	2067	85,03 %
autobusy	3357	673	2708	80,67 %
Iveco CR (Irisbus), Vysoké Mýto	2873	362	2535	88,24 %
SOR, Libchavy	418	260	158	37,80 %
KH motor Centrum, Opava	49	49	0	0
Tedom	17	2	15	88,24 %
motocykly do 50 cm³/nad 50 cm³	231/2029	52/115	79/1914	34,20/94,33 %
Jawa Moto, Týnec n. S.	231/2029	52/115	179/1914	34,20/94,33 %

Porovnání výroby motorových vozidel s rokem 2006

	výroba	tuzemský prodej	export
osobní a lehká užitková vozidla	+9,66 %	+2,70 %	+12,02 %
nákladní	+58,25 %	-10,20 %	+81,09 %
autobusy	+13,87 %	-5,48 %	+23,88 %
motocykly a mopedy	+122,66 %	-24,09 %	+163,93 %

Zdroj: Sdružení AP

V České republice už narážíme na bariéry

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

PRAHA | Na člena představenstva společnosti Škoda Auto a prezidenta Sdružení automobilového průmyslu Martina Jahna jsme se obrátili s žádostí o zhodnocení loňského roku z hlediska českého automobilového průmyslu i společnosti Škoda Auto.

Co přinesl loňský rok pro český automobilový průmysl?

„Loňský rok znamenal další úspěšný rozvoj automobilového průmyslu a jeho posun k vyšší přidané hodnotě. Škoda Auto i TPCA dosáhly rekordní produkce automobilů, dařilo se i dodavatelům. Na rozdíl od průmyslu jako celku se automobilovým společnostem daří zvyšovat produktivitu práce rychleji než mzdy. Bohužel rok 2007 rovněž přinesl pokračující masový dovoz neekologických a málo bezpečných ojetin. Tuzemský vozový park se tak s průměrným stářím téměř 14 let řadí k nejstarším v Evropě a z České republiky se pomalu stává vrakoviště Evropy."

V čem spočívaly největší problémy, se kterými se v loňském roce musel náš automobilový průmysl potýkat?

„Vedle již zmíněného dovozu ojetin se jednalo převážně o problémy, kterým musí čelit průmysl obecně. Od nepřehledné legislativy a špatné vymahatelnosti práva až po kritický stav dopravní infrastruktury. Naplno se loni projevil nedostatek pracovních sil, a to i těch nekvalifikovaných. Velkým problémem zůstává prudké posilování koruny. Oddalování přijetí eura způsobuje velké ztráty nejen exportérům, ale v důsledku i jejich dodavatelům."

Jak lze na základě předběžných výsledků hodnotit loňský rok z pohledu společnosti Škoda Auto?

„Pro společnost Škoda Auto byl loňský rok mimořádně úspěšný. Prodali jsme přes 630 tisíc vozů a dařilo se nám i na trzích, které jinak z hlediska prodeje osobních vozů procházely recesí, například Německo. Nad očekávání úspěšný byl náš start v Číně, kde jsme prodali přes 27 tisíc vozů. Společně s Volkswagenem jsme otevřeli továrnu v ruské Kaluze a Austrálie se stala stou zemí, kam se automobily Škoda vyváží. Velice dobře se etablovala nová Fabia, velké ohlasy vzbudila i Fabia Combi, která nyní vstoupila do prodeje. Ve Švédsku jsme zahájili prodej Octavií s pohonem na E85 (85procentní podíl bioetanolu) a představili jsme rovněž Fabii Greenline s výrazně nízkou spotřebou i emisemi CO_2. Rovněž hospodářský výsledek bude podle předběžných výsledků rekordní, což se projeví i v bonusu zaměstnanců."

Střednědobým cílem společnosti Škoda Auto je dosáhnout roční produkce 1 milion vozů. Dá se v souvislosti s tím očekávat rozšiřování výroby komponent pro zahraniční montážní závody případně i zvýšení produkce kompletních vozů v České republice?

„V České republice již pomalu začínáme narážet na bariéry. V Mladé Boleslavi se již více vozů vyrábět nedá, kvůli velkému zájmu zákazníků se dokonce musí část Octavií začít vyrábět na Slovensku. V Kvasinách se začne vedle Superbu a Roomsteru vyrábět ještě model Yeti, čímž bude kapacita závodu také naplněna. Poslední možností, jak zvýšit produkci v ČR, proto bude plánovaná modernizace závodu ve Vrchlabí. Zahraniční montážní závody skýtají větší možnost růstu. V Indii letos chceme zdvojnásobit produkci Škodovek a posilovat budeme také v Číně a v Rusku."

Problémem nejen automobilového průmyslu v České republice je nedostatek středoškolsky vzdělaných techniků. Rýsuje se v tomto ohledu nějaká změna k lepšímu a jak se snaží v tomto ohledu společnost Škoda Auto pomáhat?

„Problémem v Česku už je bohužel nedostatek téměř všech druhů pracovníků, kvalifikovaných i těch bez kvalifikace. Přebraný trh práce pociťuje i Škoda Auto, a to i přesto, že máme vlastní učiliště se zhruba 900 žáky a Vysokou školu se 600 studenty. Velice dobrým projektem je IQ Auto, který dává dohromady regionální potřeby firem z automobilového průmyslu s učebními plány místních škol a učilišť a s nabídkou tamních úřadů práce. Vedle toho si dost slibujeme od plánovaného zavedení systému zelených karet, který ulehčí zaměstnávání cizinců v ČR." ←

Děkujeme za rozhovor.

Škoda Auto opět v rekordu

SPOLEČNOST ŠKODA AUTO DODALA BĚHEM ROKU 2007 ZÁKAZNÍKŮM NA VŠECH SVĚTOVÝCH TRZÍCH CELKEM 630 032 VOZŮ. TO JE O 14,5 % VÍC NEŽ V PŘEDCHOZÍM ROCE A ZNAMENÁ TO NEJLEPŠÍ PRODEJNÍ VÝSLEDEK V HISTORII FIRMY

V západní Evropě, tedy regionu s největším odbytem, bylo zákazníkům dodáno 327 222 vozů. I přes velký pokles celkového trhu s osobními vozy v Německu (o 9,2 % oproti uplynulému roku) zde Škoda Auto celkovým počtem 118 692 nově přihlášených vozů překonala svůj loňský rekord a její podíl na trhu tím vzrostl na 3,8 % ze 3,4 % v roce 2006.

Zlepšení dosáhla značka Škoda i na domácím trhu, kde bylo zaregistrováno 64 306 jejích vozů, tedy o 1,0 % více, než v roce 2006. Ve východní Evropě byly s celkovým počtem 95 032 dodaných vozů výsledky společnosti Škoda Auto z předchozího roku překonány o 34 %. Největším trhem tohoto regionu bylo Rusko, kde se proti roku 2006 podařilo počet dodaných vozů bezmála zdvojnásobit na 27 535 vozů. Očekávání překonal čínský trh, kde byl prodej tam vyráběného modelu Octavia zahájen až v červnu. Přesto bylo do konce roku zákazníkům dodáno více než 27 000 vozů.

Nejprodávanějším modelem roku 2007 byla modelová řada Octavia s celkovým počtem 237 422 vozů, což je o 18 % více oproti předchozímu roku. Stálé oblibě se těší Octavia Tour, která s 72 529 dodanými vozy zaznamenala zvýšení poptávky o 4,6 % proti uplynulému roku. Zdrojem růstu byl v roce 2007 model Roomster s počtem 66 661 prodaných vozů. Fabií se dodalo 232 890 kusů, což je méně než o rok dříve. Vysvětlením ze strany automobilky je v obměně modelové řady. Navzdory nadcházejícímu střídání generací se modelu Superb prodalo 20 530 vozů, což je na úrovni předchozího roku. ←

Milion aut ročně? Proč ne!

„NAŠÍM CÍLEM JE VYRÁBĚT MILION VOZŮ ROČNĚ," PROHLÁSIL PŘED SVÝM ODCHODEM NA ODPOČINEK NEJVYŠŠÍ VÝKONNÝ PŘEDSTAVITEL ŠKODY AUTO DETLEF WITTIG A JEHO NÁSTUPCE REINHARD JUNG SE K JEHO ODKAZU HRDĚ HLÁSÍ.

Takové předsevzetí a sebevědomí je hezká věc, ale je to skutečně reálný cíl splnitelný řekněme do roku 2015? Vždyť Škoda Auto teprve v roce 2006 poprvé prolomila hranici půl milionu vyrobených vozů.

Předem je třeba zdůraznit, že toto prohlášení nebylo vyřčeno jen tak. Už o pár týdnů později nejvyšší vedení koncernu Volkswagen prezentovalo své dlouhodobé cíle, zahrnující překročení roční produkce deseti milionů vozů. To znamená zvýšené nároky na jednotlivé značky koncernu. Škoda Auto by se tedy měla objemem výroby posunout zhruba tam, kde je dnes Audi. Navíc je dlouhodobě prezentovaným plánem Škody Auto překonat do roku 2010 hranici 800 000 vyrobených vozů.

Pro splnění tohoto cíle je ale potřeba vytvořit odpovídající předpoklady ve výrobě a také najít pro tyto vozy uplatnění na trhu.

Když Volkswagen v roce 1994 převzal kontrolu nad automobilkou Škoda byla továrna příliš malá na to, aby mohla dlouhodobě přežít. „S 200 000 vyrobenými vozy nemůžete udržet značku a prodejní organizaci," vzpomíná Detlef Wittig, donedávna nejvyšší představitel společnosti, a dodává. „Potřebujete mít nejméně půl milionu automobilů, abyste měli prosperující značku s exkluzivními prodejci. Do roku 2000 jsme Škodu Auto transformovali a během pěti let jsme se z 200 000 vozů dostali na 450 000 vozů. Na konsolidaci jsme potřebovali čas, ale uvědomili jsme si, že když jsme to dokázali předtím, proč to nezkusit znovu."

Dlouhodobá strategie Škody Auto kombinuje zvětšující se českou výrobní kapacitu se zahraniční montážními a výrobními závody ze svých zdrojů nebo v rámci koncernu Volkswagen. Zaměřuje se při tom na specifické trhy, kde hodnoty značky Škoda nacházejí nejlepší uplatnění.

Wittig stanovil pro značku Škoda jasnou vizi role, jakou má hrát v budoucnosti v rámci skupiny VW a jaké jsou její globální možnosti. Ve střední a východní Evropě je Škoda hlavní koncernovou značkou. „Dále na východ jsme průkopníkem v přístupu a působení na trhu," prohlásil Wittig na červnovém Kongresu Automotive News Europe v Praze.

Dále řekl: „Demografický vývoj rozvíjejících se trhů vyžaduje prostorné automobily, které splňují veškeré potřeby rodiny. Kupující vozů značky Škoda potřebují dopravní prostředek pro jízdu po městě i na dlouhou vzdálenost. Klíčovou koncepcí designu a hlavní hodnotou značky Škoda představují poměrně velký vnitřní prostor a důležitý je i zavazadlový prostor. Škoda oslovuje domácnosti s nižší kupní silou."

Pro Volkswagen jsou zkušenosti Škody získané v zemích s nízkými příjmy a se zaváděním pokročilých technologií a výrobních procesů v zemích s rozvíjející se ekonomikou k nezaplacení. Výroba mimo Českou republiku je klíčem pro otevření nových trhů jako je Rusko, Indie a Čína. „Tam můžete prodávat jen tehdy, když tam vyrábíte," řekl Wittig. Škoda Auto zahajovala výrobu skupiny VW v Indii a to samé nyní činí opět v ruské továrně v Kaluze. „Jako značka máme kulturní a jazykové vazby pro obchodování v tomto regionu," sdělil.

Tato dlouhodobá strategie se značce Škoda vyplácí. Je v rámci koncernu VW na třetím místě za VW a Audi co se týče objemu prodeje, ale vykazuje poměrně větší zisk. Předběžně se odhaduje, že produkuje zhruba pětinu provozního zisku koncernu z výroby automobilů při asi 10 % celkové výroby VW.

Wittig už dříve naznačil kroky, které povedou k cílovému množství 800 000 automobilů vyráběných do roku 2010. Škoda Auto nemá v plánu vstoupit na americký, kanadský nebo brazilský trh. Své automobily bude prodávat ve třiceti zemích mimo západní Evropu.

Podle strategického rozhodnutí představenstva společnosti by Škoda Auto do roku 2010 měla mít v České republice tři plnohodnotné závody pro výrobu a montáž vozidel. Bude toho dosaženo modernizací závodu ve Vrchlabí a rozšířením továrny v Kvasinách. Přinese to rovněž navýšení počtu pracovních míst.

Jak vidí perspektivy rozšiřování výroby vozů Škoda v České republice nám řekl člen představenstva Škody Auto odpovědný za personalistiku Martin Jahn: „V České republice již pomalu začínáme narážet na bariéry. V Mladé Boleslavi se již více vozů vyrábět nedá, kvůli velkému zájmu zákazníků se dokonce musí část Octavií začít vyrábět na Slovensku. V Kvasinách se začne vedle Superbu a Roomsteru vyrábět ještě model Yeti, čímž bude kapacita závodu také naplněna. Poslední možností, jak zvýšit produkci v ČR, proto bude plánovaná modernizace závodu ve Vrchlabí. Zahraniční montážní závody skýtají větší možnost růstu. V Indii letos chceme zdvojnásobit produkci škodovek a posilovat budeme také v Číně a v Rusku."

Závod ve Vrchlabí se stane plnohodnotným závodem včetně lakovny. Po vyřešení otázky dopravní obslužnosti a následné investici do modernizace provozu se bude ucházet o zakázku s velkým objemem výroby nových vozů, které vzniknou na bázi studie Volkswagen up!.

Výroba v České republice vzroste na více než 600 000 vozů ročně, rozšíří se výroba v Číně na 100 000 vozů a v Rusku se bude vyrábět ročně 60 000 vozů. Zbývající navýšení zajistí montáže v Indii, na Ukrajině, v Bosně a Kazachstánu.

O výrobu připravovaného SUV Yeti musel závod v Kvasinách podle sdělení Škody Auto bojovat, protože se o ni ucházely i jiné závody VW v Evropě s volnou kapacitou. To naznačuje, že to, co bylo ještě nedávno označováno za vyloučené, se brzy může stát a některý z modelů značky bude vyjíždět jen z výrobního závodu mimo území České republiky.

Na podrobnosti kde chce Škoda Auto dosáhnout další zvýšení produkce a jak se na tom bude podílet Česká republika jsme se Detlefa Wittiga zeptali během autosalonu ve Frankfurtu.

„Zvýšení produkce na uvažovanou hranici 1 milionu vozů ročně bude především záležitostí zahraničních závodů. Hlavními zdroji tohoto růstu se stanou Indie, Čína, kde očekáváme, že nejpozději v roce 2009 se zde bude prodávat vůbec nejvíce aut na světě, a Rusko, tedy regiony, kde budeme i vyrábět. Ale máte pravdu v tom, že tam dodáváme ke konečné kompletaci rozložené části automobilů, proto i tento nárůst povede k dalšímu rozmachu našich tří továren v České republice. Kromě toho chceme navyšovat tržní podíl i tam, kam dodáváme vozy přímo z České republiky, tedy v západní Evropě. Vstupujeme i na nové trhy, například v Austrálii, a i ty budou zásobovány z České republiky."

Pro tyto automobily ale bude potřeba také zajistit zákazníky. Proto jsme se Detlefa Wittiga zeptali i na regiony, na něž se bude zaměřovat další úsilí Škody Auto. „Jsme momentálně přítomni ve 100 zemích světa. Rozhodli jsme se, že z ekonomických důvodů do určitých regionů nebudeme vstupovat. Týká se to jak Severní Ameriky, tak i části Jižní Ameriky. Nejsme ale například stále zastoupeni ve všech asijských zemích, nejsme zatím v některých státech sdružení ASEAN, jako jsou Malajsie nebo Thajsko. Z důvodu složité politické situace nejsme přítomni v Íránu a okolních zemích. Velký potenciál ale je skryt i v Africe, pokud se rozvinou tamní trhy. Tam pro nás vidím velký prostor pro další růst." ←

Cesta k milionu

Současné výrobní závody a jejich odhadovaná maximální výrobní kapacita s možným podílem dodávek komponent z ČR

země	místo	kapacita	dodávky z ČR
ČR	Mladá Boleslav	400 000	100 %
ČR	Kvasiny	100 000	100 %
ČR	Vrchlabí	100 000	100 %
Slovensko	Bratislava	75 000	100 %
Indie	Aurangabád	60 000	80 %
Rusko	Kaluga	60 000	ano 70 %
Čína	Šanghaj	100 000	-
Ukrajina	Solomonovo	40 000	ano 90 %
Bosna a Hercegovina	Sarajevo	10 000	100 %
Kazachstán	Usť Kamenogorsk	5 000	100 %
jinde	?	50 000	?

AutoBest 2008 – vítězi Fiat Linea a Škoda Auto

ŠKODA AUTO ZÍSKALA OCENĚNÍ SPOLEČNOST ROKU (COMPANYBEST)

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Organizace AutoBest je jedinou mezinárodní nezávislou porotou, která vychází ze zemí s rozvíjejícími se trhy a která se zaměřuje na volbu nejlepšího nákupu auta pro hlavní skupinu zákazníků. Porota AutoBest rovněž věnuje pozornost rozvoji automobilového průmyslu v regionu. Prověřuje a hodnotí investice, nabídku nových pracovních příležitostí, věnování finančních prostředků na ekologické iniciativy a podporu rozvíjejících se regionů v Evropě.

Po přistoupení zástupce Řecka porota AutoBest ukončila po osmi letech od svého založení první fázi svého vývoje. S patnácti zastoupenými zeměmi AutoBest pokrývá oblast Evropy s nejrychlejším rozvojem automobilového průmyslu.

Při rozhodování o vítězném voze se používá komplexní matrice třinácti kritérií, přičemž těmi nejdůležitějšími jsou cena (do hodnocení se zařazují jen vozy se základní cenou do 15 000 eur), dostupnost servisů a náhradních dílů, spotřeba, všestranné uplatnění a objem zavazadlového prostoru. Celkově všem těmto kriteriím, specifickým pro zákazníky z regionu, náleží více jak polovina celkového počtu bodů. Teprve na dalších místech jsou kritéria, která jsou pro všechny evropské země společná, jako jsou design, použití nových technologií, ovládání, dynamika, příznivé působení na životní prostředí a špičková technika.

Finalisty ankety AutoBest 2008 byly automobily Fiat Linea, Kia cee`d, Mazda2, Škoda Fabia a Toyota Auris. Ocenění AutoBest 2008 nakonec při hlasování získal vůz Fiat Linea před Kiou cee`d a vozem Mazda2. Vítězství Fiatu Linea potvrdilo oblibu vozů s tříprostorovou karoserií sedan v mnoha zemích tohoto regionu. V roce 2006 Kia Rio získala 24,5 % z celkového počtu dostupných bodů, vloni zvítězil Opel Corsa se ziskem 25,0 % z maximálního počtu dosažitelných bodů. Letos Fiat Linea dosáhl 23,5 % dosažitelného počtu, což svědčí o vyrovnanosti letošní konkurence.

Jako Společnost roku CompanyBest 2007 byla za dlouhodobě vynikající výsledky porotou zvolena společnost Škoda Auto.

Porota AutoBest zvolila Osobností roku, tedy držitele ocenění ManBest 2007, výkonného ředitele společnosti Central & Eastern Europe General Motors Europe Christophera Johna Laceyho. Byl jedním z prvních výkonných představitelů, který uvěřil, že rozvíjející se evropské trhy se stanou budoucností pro růst evropského automobilového průmyslu.

Ocenění EcoBest 2007 za nejlepší ekologické řešení bylo uděleno společnosti Mazda za radikální snižování hmotnosti, které bylo mistrně uplatněno u nové Mazdy2 i u nové Mazdy6.

← CHRISTOPHER JOHN LACEY

AutoBest 2008

1. Fiat Linea	850	8x 1.
2. Kia cee'd	784	4x 1.
3. Mazda2	704	2x 1.
4. Škoda Fabia	679	1x 1.
5. Toyota Auris	583	

Země zapojené do AutoBest

- Bulharsko
- Česká republika
- Chorvatsko
- Kypr
- Maďarsko
- Makedonie
- Polsko
- Rumunsko
- Rusko
- Řecko
- Slovensko
- Slovinsko
- Srbsko
- Turecko
- Ukrajina

Ocenění za bezpečnost Safety Best 2007 získal systém Mercedesu-Benz Pre Safe, který kombinuje pasivní a aktivní bezpečnost a předvídá horší variantu scénáře nehody. Systém Pre Safe ukazuje, kolik toho lze udělat pro zlepšení bezpečnosti v kabině vozu, a den, kdy to bude běžné i u hlavní skupiny automobilů, by neměl být příliš daleko.

Ocenění TechnoBest za nejlepší technický pokrok bylo uděleno Volkswagenu za jeho novou rodinu motorů TSI, u kterých se poprvé kombinuje mechanicky poháněné dmychadlo s turbodmychadlem.

Ocenění DesignBest 2007 se dostalo Patricku Le Quémentovi, hlavnímu designérovi Renaultu. Podařilo se mu vytvořit nové designové vyjádření Renaultu, ale také koordinovat design Loganu. Jak sám říká, opustil styl „esperanta“, aby značkám skupiny Renault Group dodal skutečnou identitu.

Porota AutoBestu zvolila pro titul SportBest 2007 srbského závodníka Miloše Pavloviče.

Sedmý ročník slavnostního udílení cen AutoBest se konal 20. února 2008 v Istanbulu v Turecku. Mezinárodní porota AutoBest již tradičně uděluje svá ocenění každý rok v jiné zemi. Loni se ceny udílely v Budapešti. Kromě vítězů ankety AutoBest byli do Turecka pozváni také významné osobnosti automobilového průmyslu v Evropě. ←

Na návštěvě u Tofase

NEJSTARŠÍ TURECKÁ AUTOMOBILKA TOFAS SE PROMĚŇUJE V MNOHA OHLEDECH

VLADIMÍR RYBECKÝ, AUTO DATA & NEWS

BURSA | Je to velmi neobvyklý pohled. Na jedné montážní lince se střídají sedany a malé dodávky zcela jiného typu. A co více - vyráběné dodávky nesou, na rozdíl od sedanů, tři různé značky. Jsme v turecké automobilce Tofas na asijské straně Marmarského moře, ale zde vyráběné vozy směřují především na vývoz do Evropy.

Tajemství kombinace

Společnost Tofas, neboli Türk Otomobil Fabrikasi, založily v roce 1970 jako společný podnik turecká společnost Koc a italská automobilka Fiat. Tehdy zde společně spustily vůbec první sériovou výrobu automobilů na území Turecka. Dnes je Turecko automobilovou velmocí a Tofas je zde továrnou s největší produkcí. Z původně licenční výroby Fiatů pro domácí trh se v poslední době Tofas proměnil v moderní automobilku, jejíž většina produkce směřuje na export do Evropy.

V loňském roce zde začala výroba klíčového modelu podle projektu D200, tedy Fiatu Linea. Jedná se o velkoobjemově vyráběný sedan, který svou koncepcí vyhoví požadavkům zákazníků v Asii i Evropě. Současně s tím se zde ale rozeběhla produkce vozů označovaných jako MCV či minicargo podle projektu 225. Jedná se o trojici malých dodávkových automobilů Fiat Fiorino, Citroën Nemo a Peugeot Bipper.

Na montážní lince se střídají v pravidelném rytmu dva vozy MCV a jedna Linea. Jak toho bylo dosaženo? Celkem jednoduše. Ač se o tom nikde nemluví, Linea i trio MCV mají totiž zcela shodný podvozek, vycházející koncepčně s poněkud prodloužené platformy Fiatu Grande Punto (a samozřejmě i Opelu Corsa).

Tofas je veřejně obchodovatelnou akciovou společností s akciemi obchodovatelnými na istanbulské burze. V současné době podle neoficiální informace patří po 28 % akcií Fiatu a společnosti Koc, zbytek vlastní soukromí akcionáři.

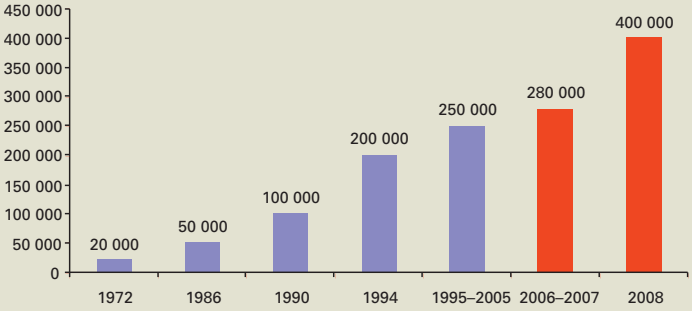
Projekt D200

Fiat Linea je druhým pokusem Fiatu o výrobu modelu určeného pro celý svět. Projekt globálního auta odstartovaný v roce 1996 skončil ekonomickým fiaskem, byť se vozy Albea/Palio/Siena ještě v několika zemích světa (také v Turecku u Tofase) vyrábějí.

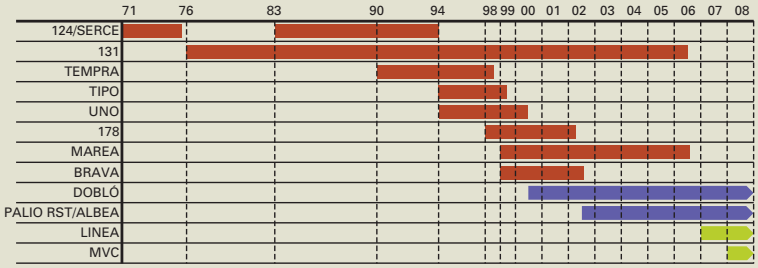
V Turíně se z tohoto nezdaru poučili a D200 začíná úplně jinak. Koncepce vozu vychází z požadavků významné části zákazníků v nejdůležitějších oblastech, kam Linea směřuje. Jedná se o malý sedan, což je segment a typ karoserie, které v Turecku volí 39 % kupujících, v Brazílii 13 %, v Číně 20 % a v Rusku dokonce 50 % kupujících. Důvodů obliby sedanů tohoto typu je několik. Vyjmenoval nám je pracovník marketingu Fiatu Ozgur Ozel:

- *atraktivní design působící reprezentativněji než hatchbacky*
- *velký prostor pro cestující i zavazadla*
- *bezpečná jízda pro početné rodiny*
- *spolehlivost a nízká spotřeba*
- *moderní technika a snadné používání*

Projektovaná výrobní kapacita automobilky Tofas



Vozy Fiat vyráběné automobilkou Tofas od roku 1971



↓ NA MONTÁŽNÍ LINCE SE PRAVIDELNĚ STŘÍDÁ JEDEN FIAT LINEA SE DVĚMA VOZY MINICARGO (FIAT FIORINO, CITROËN NEMO A PEUGEOT BIPPER)

Linea se od roku 2008 začne vyrábět také v Číně, Brazílii a Rusku. Cílem je do roku 2011 dosáhnout celosvětové produkce 240 000 vozů ročně. Z Turecka budou tyto vozy směřovat především do Polska, Španělska a Rumunska, kde je z celé Evropy největší zájem o tříprostorové karoserie.

Fiat ale má s Lineou nepochybně větší ambice. Při návštěvě továrny v Burse jsme mohli vidět i liftback s dlouhou šikmou zádí ve stylu Škody Octavia a bylo by s podivem, kdyby se neobjevilo i kombi, o které by byl zájem i na dalších trzích.

↑ LISOVACÍ LINKA SCHULER PATŘÍ K NEJRYCHLEJŠÍM V EVROPĚ

Moderní výroba

Od roku 1970 do loňska se zastavěný povrch továrny zvětšil ze 62 000 m² na 346 275 m², přičemž vloni v létě nastala během dvou měsíců nejvýznamnější proměna celého areálu.

Na konci roku 2007 měla společnost Tofas 7937 zaměstnanců, přičemž ve výrobě jich pracovalo 5748. Jedná se vesměs o poměrně mladé zaměstnance s průměrným věkem 34 let, ovšem současně velmi zkušené, protože jejich praxe je v průměru devět let.

Chloubou továrny je především výroba lisovacích nástrojů. Ty se zde vyrábějí i na zakázku. Mezi zákazníky patří řada evropských automobilek - kromě Fiatu, Lancie a Alfy Romeo také Renault s Dacií, Land Rover (díly na nové Discovery III), Opel a karosárna Bertone.

Lisovací linka od firmy Schuller je s produkcí 13 výlisků za minutu jednou z nejrychlejších v Evropě (jistě, jsme v Asii, ale všichni se zde hlásí k Evropě).

Při výrobě karoserií pro Lineu a MCV se používá 159 svařovacích robotů a 51 % svarů se dělá zcela automaticky. Pracovní cyklus je zde 76 s, takže plánovaná kapacita výroby při třísměnném provozu je 165 000 kusů MCV (po 52 000 kusech pro Citroën s Peugeotem a 61 000 kusů Fiatu Fiorino) a 60 000 kusů modelu Linea za rok.

Lakovna pracuje s kompletním otáčením karoserií v lázni. Montáž je navržena tak, aby dělníci museli vykonávat minimum pohybů. Proto se karoserie otáčí o 90° aby se neustále udržela ergonomická pozice pro montáž. Zásobování je zajištěno tak, že na jednotlivých pracovištích jsou jen minimální zásoby dílů.

Zajímavostí továrny je, že se zde vyrábějí i komplety zavěšení. Pouze motory se dovážejí z Itálie a Polska, nicméně už se zpracovávají studie i pro výrobu motorů v Burse. Kromě popsané výroby vozů Linea/minicargo se zde na jiné lince montují i Fiaty Albea/Palio a Dobló.

Kvalita nade vše

Tak jako jinde i zde hraje hlavní roli péče o kvalitu. Do hnutí trvalého zlepšování se zde zapojuje 84 % zaměstnanců, což je jedna z nejvyšších hodnot v Evropě, a v rámci hnutí Kaizen už bylo realizováno 111 projektů. Proto, aby se do hnutí zapojilo co nejvíce pracovníků vedení společnosti několikrát pozvalo ke konzultacím profesora Jamašinu.

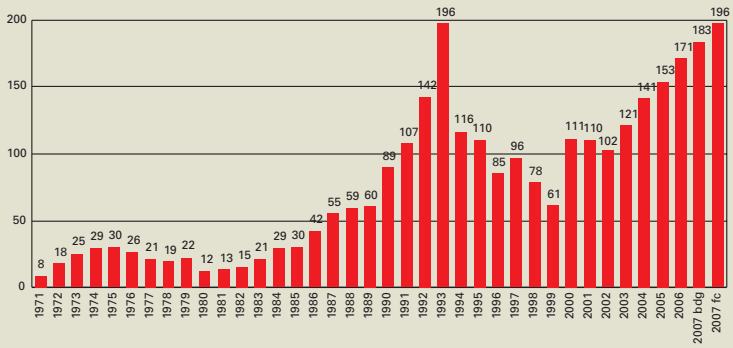
Všechny svary se kontrolují ultrazvukem. Funkce některých systémů (například brzdy a veškeré elektrické systémy) se kontrolují přímo na lince. Rozměry vyrobených vozů se kontrolují pomocí laseru a všechny vyrobené vozy absolvují jízdu po přilehlém testovacím okruhu.

Tofas se postupně proměňuje v soběstačnou automobilku. Vyrábějí se zde už i prototypy – prvních pět v roce 1995, později zde vznikaly různé variace na bázi Fiatu Dobló (v roce 2003 jich bylo 40 a o rok později už 140). Při vývoji dvojice MCV/Linea jejich počet v letech 2005 až 2006 vzrostl na 263 kusů.

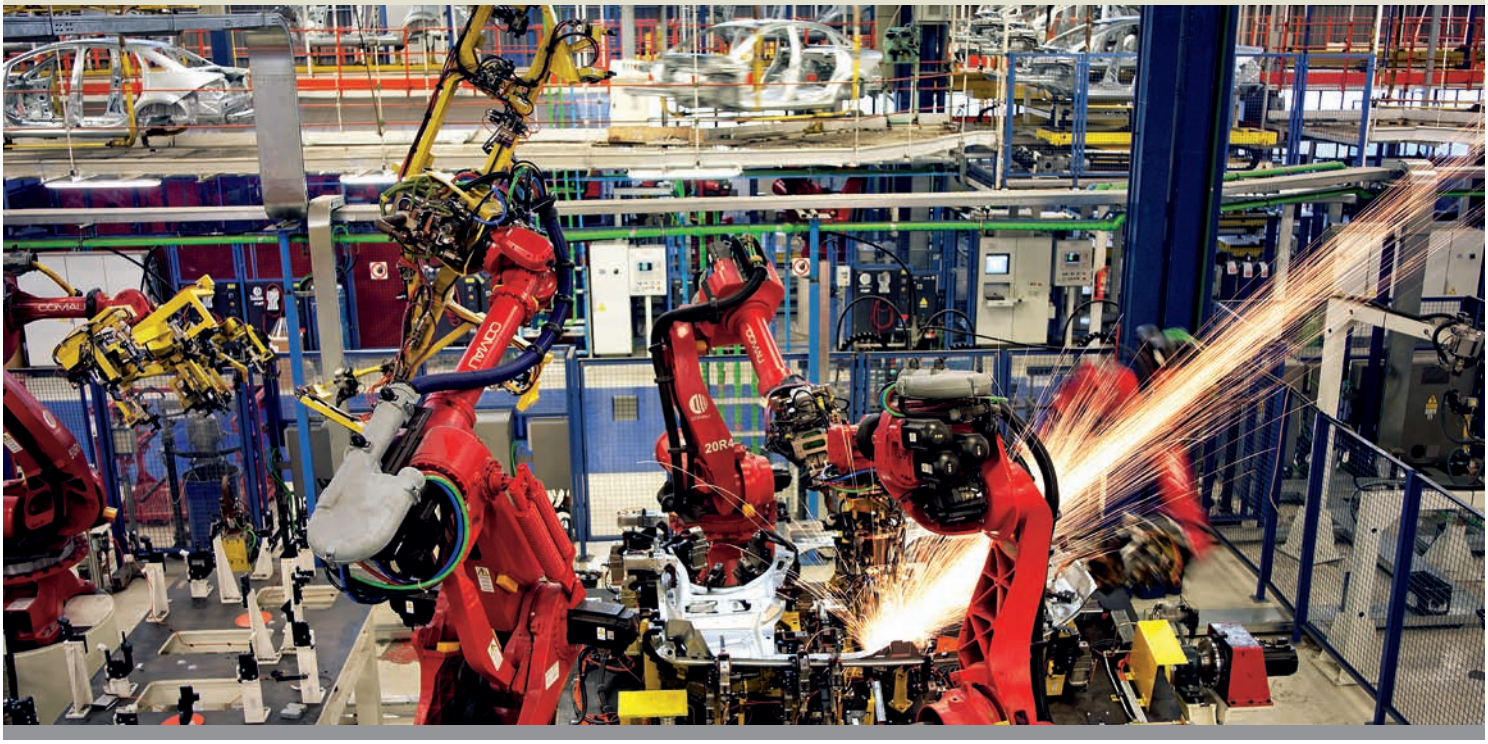
Rozšiřuje se i kapacita vlastního vývojového oddělení. To má v rámci spolupráce s Fiatem vyvíjet vozy speciálně určené pro místní trh a velmi levné automobily. Cílem je zajistit, aby Tofas do roku 2012 byl schopen zcela samostatného vývoje vozů.

V areálu továrny je také vybavení pro přípravu vozů a komponent na expedici do světa vč. Jižní Ameriky. Tofas tak představuje zcela ojedinělé spojení výroby, vývoje, zkušebního okruhu a expedice na jediném místě. ←

Roční produkce automobilky Tofas v tisících kusů



↓ SVAŘOVACÍ LINKA JE NOVĚ OSAZENA 159 ROBOTY



Jak koncern Tata postavil nejlevnější automobil na světě

DODAVATELÉ NAŠLI JEDINEČNÝ ZPŮSOB, JAK STAVĚT LEVNÉ AUTOMOBILY

JESSE SNYDER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

DILLÍ | Oslavovaný miniautomobil za jeden lakh (tj. sto tisíc rupií) koncernu Tata v sobě spojuje jednoduché a úsporné nápady desítek dodavatelů a mohl by se stát návodem na konstrukci levných automobilů na rozvojových trzích.

Nejedná se o motorizovanou rikšu bez dveří s plátěnou střechou, která by poskytovala mimořádně levnou přepravu a kterou podle očekávání některých cyniků hodlal koncern Tata 10. ledna na autosalonu odhalit. Místo toho je Tata Nano čtyřdveřovým vozidlem pro pět cestujících, které je o 440 mm kratší než miniautomobil Fiat Panda.

Předseda představenstva koncernu Tata Ratan Tata říká, že společnost přesně stanovila svůj nyní tak slavný cenový záměr. Jak? Díky koncepci, kterou někteří analytici popisují jako „Gándhíovské strojírenství" pro její nesmírnou skromnost. Indická automobilka poskytla zástupům horlivých dodavatelů volnost při řešení úkolu spočívajícím v použití neobvyklého, ale vysoce soustředěného postupu.

„Každý je neobvykle nadšený," řekl Mohan Narayanan, šéf aplikovaného strojírenství pro Federal-Mogul Goetze (Indie). Po letech utajování se konečně objevily údaje o tomto vozidle. Jak se očekávalo, automobilka Tata omezila vše, co mohla. Model Nano s motorem o výkonu 24 kW (33 k) má například jediný stěrač čelního skla. Základní model nemá rozhlasový přijímač, posilové řízení, elektrická okna ani klimatizaci. Přístrojový panel je primitivní, pouze rychloměr, počítadlo kilometrů a měřidlo stavu paliva. Dvanáctipalcová kola vyžadují jen tři upevňovací matice. Z důvodu snížení nákladů a hmotnosti má dvouválcový zážehový motor o objemu 624 cm³ místo dvou vyvažovacích hřídelů pouze jediný.

Ratan Tata uvedl, že základní cena pro prodejce bude skutečně 100 000 rupií, neboli jeden lakh (tj. zhruba 1725 eur). Řekl ale, že to nezahrnuje daň z přidané hodnoty 12,5 % ani poplatek za dodání. A automobilka Tata očekává, že mnohem více bude prodávat lépe vybavené verze.

Mezinárodní plány společnosti Tata Motors, pokud jde o Nano, zahrnují i Evropu.

Renault a indický výrobce motocyklů Bajaj říkají, že společně vyvinou automobil za 3000 dolarů, které bude modelu Nano konkurovat. Tím se zvýší konkurence v nízkonákladovém sektoru po celém světě a vytvoří se tak příležitosti pro mezinárodní a místní automobilky.

Tata a výrobci, kteří pro ni vyrábějí díly, včetně řady mezinárodních společností, ignorovali spoustu domněnek o tom, jak navrhovat, stavět a dodávat vozidla. Dodavatelé se brzy zapojili a vyvinuli inovační, levná řešení. „Na projektu se podílelo asi 100 dodavatelů, kteří přispěli stejnou měrou jako náš vlastní vývojový tým," řekl Girish Wagh, ředitel pětisetčlenného vývojového týmu automobilky Tata pro model Nano v uplynulých pěti letech.

Bosch: „Uděláme to"

Nejvyšší výkonný ředitel společnosti Tata Ravi Kant řekl, že výběr dodavatelů pro model Nano byl snadný. „Někteří berou cíl jako výzvu a někteří říkají, že je to nemožné," řekl Kant. „Nejvyšší výkonný ředitel společnosti Bosch Automotive Bernd Bohr se chopil výzvy a řekl „ano, my to uděláme."

Bosch získal řadu hlavních kontraktů tím, že osvědčené technologie přepracoval do nových produktů, které jsou menší, lehčí a méně složité, řekl Ninan Philip, zástupce generálního ředitele společnosti Bosch Mico Motor Industries v Bangalore v Indii. Například generátor 35 A značky Bosch pro Nano váží 5,6 kg a je o něco lehčí než obvyklý 6 kg vážící model 40 A.

Včasné zapojení

Bosch pro Nano upravil motocyklový spouštěč, aby se ještě více ušetřilo na hmotnosti, řekl Sanjay Khatri, služebně starší obchodní manažer společnosti Bosch. Dodavatel také odstranil 700 z 1000 funkcí, které zahrnuje ovládací modul motoru dodávaného pro evropský trh. Omezilo se na elektronický čip a jeho kryt. Bosch rovněž nově zkonstruoval snímače, aby omezil jejich velikost a hmotnost. Nově navržený snímač pozice škrticí klapky může být co do velikosti poloviční, protože Bosch v přítlačné desce použil citlivější materiál.

Snížením hmotnosti základní verze modelu Nano na 580 kg je pro provoz automobilu zapotřebí méně zařízení, řekl pan Wagh z automobilky Tata. Motor může mít dva válce místo tří nebo čtyř válců. Tento přístup funguje u všeho. Pro menší, dvanáctipalcové pneumatiky a kola je zapotřebí méně materiálu.

Dodavatelé se zapojili brzy. Indická firma Rico, která odlévá bloky motoru a hlavy válců, společnosti Tata radila dokonce ještě před tím, než se projektový tým rozhodl, jestli základní motor pro Nano bude mít dva nebo tři válce. „Rozsah objemu byl mezi 550 cm³ a 770 cm³," řekl Vikas Saxena, asistent generálního ředitele firmy Rico pro obchodní rozvoj a řízení projektu. „Takže, když odpověď zněla 624 cm³, bylo to velmi jasné rozhodnutí, kolik válců se má použít."

Součástí projektu se staly další nápady na snížení nákladů. Automobilka Tata například možná obejde prodejce a bude automobily prodá-

Jak drobný je nový Nano od automobilky Tata?

Délka: 3,1 m
Šířka: 1,5 m
Výška: 1,6 m
Sedadla: 5
Motor: dva válce, 624 cm³, 24 kW (33 k)
Nejvyšší rychlost: 105 km/h
Spotřeba: 5 l/100 km
Pohotovostní hmotnost: 580 kg

↓ RATAN TATA A JEHO DÍTKO – TATA NANO

vat přímo zákazníkům. To sníží náklady na logistiku.

Místo, aby se hotové automobily dodávaly prodejcům, posílaly by se sady nejčastěji montovaných modulů do satelitních minitováren, které by montáž dokončily. Kupující by si automobily vyzvedávali u brány továrny.

Automobilka Tata si pro postavení továrny na výrobu modelu Nano vybrala nerozvinutý stát ve východní Indii. Regionální vláda Západního Bengálska směřovala stavební práce na pozemek v Singuru a pozemek automobilce Tata pronajala zadarmo.

Nano se v Indii začne prodávat letos. Počáteční výrobní kapacita bude 250 000 vozů ročně, ale Tata uvažuje o vývozu do zemí v Africe, Jihovýchodní Asii, Latinské Americe a Evropě. Dodavatelé modelu Nano říkají, že byli požádáni, aby se připravili na zvýšení výrobní kapacity v Indii v jednotlivých etapách až na 500 000 vozů a o dalších až 500 000 vozů více pro globální trhy.

Při představení modelu Ratan Tata řekl, že občas pochyboval, zda automobilka splní svůj cenový cíl nebo harmonogram. Pro novináře však byl údajný slib automobilky Tata, že cena bude jeden lakh, výzvou. „Nikdy jsem to neslíbil, to učinila média," řekl, když vysvětloval, jak se jeho projekt na levný automobil stal „automobilem za jeden lakh" až poté, kdy jej pisatel v titulku takto nazval.

„Název jsem však vzal za svůj jako něco, co pro nás bude výzvou." ←

Nano mohla získat i Evropa

JESSE SNYDER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

DILLÍ | Automobilka Tata Motors očekává, že svůj mimořádně levný automobil Nano bude prodávat i v Evropě. Nestane se tak okamžitě, ale obchodní plán automobilky Tata na dosažení zisku z tohoto projektu spočívá v tom, že nebude nabízet pouze základní levný automobil v Indii, ale také lépe vybavené verze pro větší počet zákazníků na mezinárodních trzích, sdělil v rozhovoru ANE předseda skupiny Tata Ratan Tata.

„Můžete mít verzi, která se bude prodávat za dvojnásobek nebo trojnásobek ceny základní verze automobilu," řekl. „Myslím, že během času tento vůz nebude o nic méně ziskový než obvyklý automobil."

Automobilka Tata uvádí, že počínaje tímto rokem bude cena základní verze modelu Nano pro indické prodejce stanovena na 100 000 rupií (1725 eur) plus 12,5 % daně z přidané hodnoty a poplatky za přepravu. Druhý, lépe vybavený model Nano s klimatizací, se bude v Indii nabízet brzy po základní verzi, ale cena dosud nebyla stanovena, uvádí Tata.

Automobilka Tata Motors očekává, že po dobu prvních dvou let nebo více bude model Nano prodávat pouze v Indii a teprve pak zahájí vývoz. Hlavními prioritami pro vývoz jsou Afrika, Latinská Amerika a Jihovýchodní Asie. Model Nano však byl vyvíjen také s myšlenkou na Evropu a další rozvinuté trhy.

Větší motory

Automobilka Tata Motors uvádí, že automobil bude vybaven většími motory včetně vznětových a vyspělejšími prvky, jako jsou elektrická okna. Základní motor o výkonu 22 kW, objemu 624 cm^3 a dvou válcích poskytuje modelu Nano největší rychlost 105 km/h.

„Konečná plánovaná kapacita výroby pro Nano je 1 milion vozů ročně," sdělil ANE A. K. Gupta, zástupce generálního ředitele indického dodavatele Shivani Locks. Firma Shivani pro Nano vyrábí dveřní závěsy a spouštěče oken a již zkonstruovala komponenty pro elektrický posun oken, které mají doplnit ruční posun pomocí kliky.

Nano splňuje současné indické crash-testy z hlediska čelní srážky a emisní standardy.

Automobil již splňuje emisní standardy Euro 3. Byl zkonstruován tak, aby vyhovoval „off-setovým a bočním nárazovým testům, které vyžadují mezinárodní trhy," uvedl Ratan Tata.

Po dotazu na tiskové konferenci při představení modelu Nano se Ratan Tata pečlivě vyhnul odpovědi, zda Fiat bude pomáhat zavádět Nano v Evropě, ale řekl, že Tata a Fiat si na několika trzích vzájemně pomáhají.

Jiní představitelé společnosti Tata jsou mnohem přímější pokud jde o mezinárodní ambice pro Nano. Až půjdeme do Evropy, budeme vyhovovat všem existujícím předpisům," řekl na tiskové konferenci Girish Wagh, šéf pětisetčlenného vývojového týmu pro produkt Nano.

Při reakci na otázku dodal, „Ano, řekl jsem, až k tomu dojde." ←

Poučení pro dodavatele

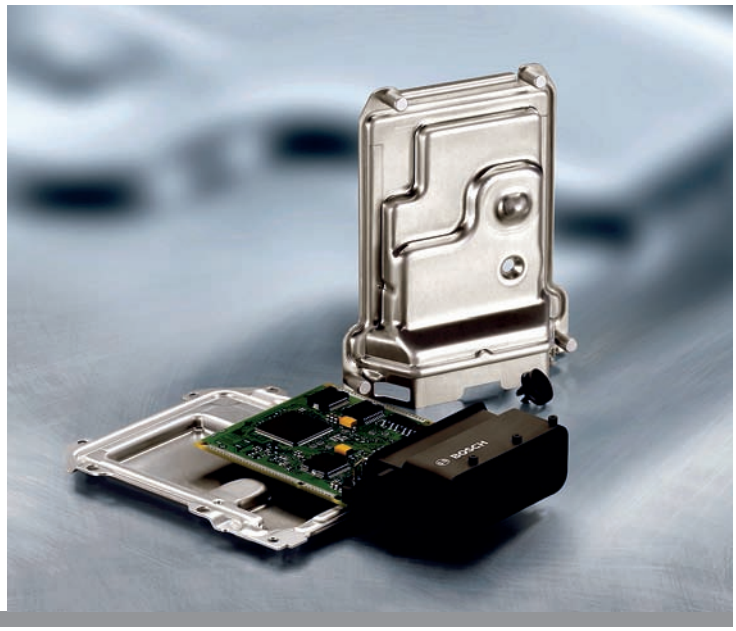
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Koncern Tata Motors ovládal autosalon v Dillí díky svému mimořádně levnému modelu Nano za 1725 eur. Avšak v jistém smyslu je největší událostí autosalonu to, že mnoho inovačních dodavatelů, kteří umožnili vznik modelu Nano, jsou mezinárodní společnosti. A že jsou již usazeni v rámci výroby v Indii, ať už se svými vlastními továrnami a výzkumnými centry nebo prostřednictvím společných podniků s místními dodavateli.

Evropští dodavatelé si mohou z přístupu, jaký zvolila společnost Bosch vůči Indii, vzít ponaučení. Společnost je uznávanou technologickou špičkou, ale obrovskou část kontraktu na model Nano získala proto, že našla způsob, jak zajistit, aby její technologie byla lehčí a dostupnější. Před několika lety se společnost Bosch rozhodla, že se zbaví svého image vysokonákladového výrobce a zaměřila se na nízkonákladové komponenty na rozvíjejících se trzích. Jejím cílem je prodávat do roku 2010 každoročně díly pro nízkonákladové automobily v ceně jedné miliardy eur. Bosch uspěl tím, že neúnavně snižoval hmotnost a náklady na výrobu nových komponent.

Přístup společnosti Bosch nebude fungovat pro každého, protože to může být drahé a spotřebovat spoustu pozornosti v rámci řízení. Z událostí posledního týdne je však zřejmé, že dodavatelé musí strategicky odhadovat svou hodnotu, posilovat své silné stránky a upevňovat vztahy se svými zákazníky. Většina dodavatelů dokáže určitě najít oblast, kde jsou nepostradatelní. ←

↓ NÍZKONÁKLADOVÁ ŘÍDICÍ JEDNOTKA VSTŘIKOVÁNÍ BOSCH VALUE-MOTRONIC



Velká trojka čelí

AUTOSALON V DETROITU SE NESL VE ZNAMENÍ EKOLOGICKÝCH STUDIÍ A ŽÍZNIVÝCH SÉRIOVÝCH AUT, ALE I DALŠÍCH ZTRÁT POZIC „VELKÉ TROJKY“

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Výsledky prodeje osobních a lehkých užitkových automobilů ve Spojených státech ukazují, že došlo k dalšímu průlomu do tradic. Americká „Velká trojka“, jak se říká trojici koncernů General Motors, Ford Motor Company a Chrysler, pokračovala ve vyklízení pozic.

Toyota poprvé před Fordem

Na pozici dvojky severoamerického trhu totiž už byla společnost Ford Motor Company předstižena Toyotou Motor. Japonská automobilka prodala o 61 962 vozů více než Ford a s celkovým výsledkem 2,62 milionu vozů zaujala druhé místo v pořadí před Ford Motor Company, který vykázal 2,56 milionu prodaných aut. Na prvním místě se udržel koncern General Motors s prodejem 3,82 milionu vozů, což znamená podíl na trhu ve výši 23,7 %.

Celkově se ve Spojených státech prodalo 16,15 milionu lehkých vozidel, což je o 2,5 % méně, než v roce 2006, kdy to bylo 16,56 milionu. Americké statistiky spojují osobní automobily a tzv. trucks, což jsou nejen lehká užitková vozidla, tedy především pick-upy, ale také veškeré SUV, off roady a vany.

Američané šetří

Přesto všechno se zdá, že ústředí detroitských gigantů v tom zatím žádný velký problém nevidí. Je pravdou, že je mnohem více trápí neefektivnost výroby, daná i obrovskými sumami, které musejí americké koncerny vyplácet svým zaměstnancům na zdravotním a důchodovém pojištění. Vždyť GM podle údajů CNN platí důchodové pojištění za 339 000 lidí, zatímco Toyota v USA jen za 258. GM to ročně stojí kolem 15 miliard dolarů. A nejen to. Podle CNN vynakládá GM na hodinu práce dělníka 73 dolarů, zatímco Toyota ve svých amerických závodech jen 48 dolarů.

Proto se více než objem prodeje zaměřují na restrukturalizaci výroby. Tu samozřejmě doprovází propouštění a uzavírání továren. A v tomto ohledu se, alespoň podle mínění velkých koncernových šéfů, začíná dařit. Zda je to skutečně pravda, se ale ukáže až za několik let.

Nemenším problémem je skutečnost, že američtí zákazníci ztrácejí důvěru v americké značky a v jejich kvalitu. Také o tomto problému detroitští šéfové tvrdí, že se jej začíná dařit řešit.

Jenže v tomto případě chování kupujících stále svědčí o opaku. Také v loňském roce japonské značky totiž zaznamenaly výrazné posílení pozic, zatímco ty americké znovu vykázaly pokles. Jistě, že to není jen důsledkem ztráty důvěry, ale také schopnosti nabídnout ty správné produkty. Jenže se ukazuje, že největší ztráty Američané utrpěli tam, kde dosud dominovali, tedy především u velkých pick-upů.

Chevroletu pomohly novinky

Postavení GM je z amerických výrobců nejlepší ač prodej všech jeho značek sice poklesl celkem o 6,0 % proti roku 2006 (3,82 milionu vozů oproti 4,06 milionu). Chevrolet si přes pokles o 6,1 % udržel se 2,25 milionu prodaných vozů na pozici nejúspěšnější značky amerického trhu, kterou zaujal v roce 2005, kdy poprvé předstihl značku Ford. Tahounem úspěchu Chevroletu je především druhý nejprodávanější vůz amerického trhu Chevrolet Silverado, držitel titulu Amerického auta roku 2007 mezi trucky. Velkou posilou se stal i nový sedan Chevrolet Malibu, který získal i titul Amerického auta roku 2008 mezi osobními vozy a jeho loňský vstup na trh byl velmi nadějný.

Zlepšení organizace u GM naznačuje i rekordně nízký počet neprodaných vozů u prodejců, který byl vloni nejnižší za 13 let. Méně příznivou zprávou ale je dramatický propad dodávek v rámci fleetových prodejů.

„Naším cílem není být jedničkou v objemu prodeje, ale v kvalitě produkce, a spokojenosti zákazníků i akcionářů. Už se těším na dobu, kdy nebudeme jedničkou. Zatím je totiž miláčkem médií Toyota, takže už se nemohu dočkat doby, kdy se to změní. První krok jsme už učinili, protože naše nové produkty posbíraly v posledním roce celou řadu ocenění,“ říká viceprezident GM a produktový šéf koncernu Bob Lutz.

Jednička na trhu, ale...

Ford Motor Company proti roku 2006 prodal o 11,8 % vozů méně než v roce 2006 (2,56 milionu vozů oproti 2,90 milionu roku 2006). Jeho pick-upy F-series už 26 let bez přerušení kralují žebříčku nejprodávanějších modelů. Dosud se jich prodalo kolem 33 milionů kusů. Jenže prodej F-150 poklesl ze 796 039 kusů v roce 2006 na loňských 690 589. A donedávna největší zdroj příjmů Fordu, obrovitý SUV Explorer (za 18 let se jej prodalo přes 6,5 milionu kusů), se propadl proti roku 2006 o plných 18 %. Také to se podepsalo na tom, že vozů značky Ford se prodalo o plných 13,6 % méně než v roce 2006.

Přesto i u Fordu dostali potěšitelné zprávy. Jeho exkluzivní značka Lincoln po letech ztrát vykázala díky

↑ FORD F-150 PLATINIUM MODEL 2009

problémům

novým modelům, sedanu MKZ a crossoveru MKX, nárůst prodeje. Jenže to je jen ze 120 476 vozů na 131 487.

Chrysler s novými majiteli snížil svou meziroční ztrátu na přijatelných 3,1 % ze 2,14 milionu prodaných vozů na 2,08 milionu. Z jeho značek Dodge vykázal mírný pokles o 3 %, Chrysler propad o 9,9 % a Jeep si polepšil o 4,0 %. Nejdůležitější ale je, že se jeho výsledky ke konci roku znatelně lepšily ve spojení s novou cenovou politikou.

Toyota před Fordem podruhé

Toyota sice nesplnila svůj cíl prodat 200 000 kusů nové generace pick-upu Tundra, nicméně 196 555 dodaných vozů při nárůstu prodeje o 57,9 % je v této nedávné doméně amerických značek slušný výsledek. Ten navíc podpořilo opětovné prvenství sedanu Camry mezi osobními vozy s prodejem 473 108 kusů a rekordních 181 221 prodaných hybridů Prius, což je nárůst o neuvěřitelných 69,4 %. Díky tomu se značka Toyota posunula na druhé místo před značku Ford. Loňský prodej 2,16 milionu prodaných vozů značky Toyota navíc naznačuje možnost, že už v roce 2008 předstihne vedoucí Chevrolet. Ostatně už v roce 2007 se to Toyotě ve čtyřech měsících poprvé v historii podařilo. Toyota Motor Corporation celkově vykázala vzestup z 2,54 milionu prodaných vozů na 2,62 milionu, tedy o 3,1 %, ač kupující náhle přestali kupovat její značku pro mladé Scion.

Výrazná zlepšení pozic dosáhly i další japonské značky. Honda si polepšila o 11,1 %, a to i přes velký pokles zájmu o její exkluzivní značku Acura. Nissan spolu s Infiniti už druhý rok po sobě překročil hranici milionu prodaných vozů. Jenže toho dosáhl jen díky zlepšení postavení osobních vozů, zatímco výnosnější prodej jeho pick-upů a SUV zůstal daleko za očekáváním.

K této elitě amerického trhu se krok za krokem blíží koncern Hyundai/Kia, který si opět polepšil. Pro ostatní značky, především evropské, je sice americký trh významným zdrojem příjmů, ale jejich tržní podíl je malý.

Úspornější? Moc ne

Rostoucí ceny pohonných hmot se projevují i na zájmu amerických zákazníků. Nikoliv ovšem tak, že by přestali kupovat svá oblíbená velká auta, především pick-upy a SUV. Začínají si vybírat hospodárnější motory. Těmi ovšem k zármutku německých značek stále ještě nejsou diesely, ale hybridy. Především ale opouštějí svou tradiční zálibu v motorech V8 a smiřují se i s menšími V6. Ty už například u Cadillacu předčily osmiválce.

Slušný prodej vozů Honda Jazz a Toyota Yaris naznačil, že Američané jsou ochotni při výběru malého vozu sáhnout i jinam, než mezi cenově se podbízející korejské značky. Na to tentokrát docela rychle zareagovali i v Detroitu. GM už před rokem uvedlo do prodeje model Saturn Aura, který získal mezi osobními vozy titul Americké auto roku 2007.

↑ ŠÉFOVÉ VELKÉ TROJKY V DETROITU – ROBERT NARDELLI (CHRYSLER), ALAN MULALLY (FORD MOTOR COMPANY) A RICK WAGONER (GM)

U něho se po celých 13 letech vedení GM rozhodlo nabídnout v USA vůz z evropské provenience Opel Astra pod značkou Saturn. Také díky tomu mohla šéfka značky Saturn Jill Lajdziaková ohlásit zvýšení prodeje v roce 2007 na 221 895 vozů oproti 205 689 vozů o rok dříve.

Ford v tom má ztrátu, protože až nyní na autosalonu v Detroitu vystavil zatím jen jako studii nástupce evropského modelu Fiesta pod jménem Verve s karoserií sedan. Jenže tento vůz se v USA dostane do výroby nejdřív v roce 2010…

Jestliže GM a Ford se byť se zpožděním snaží reagovat na novinky přicházející z Asie a Evropy, třetí z trojice Chrysler zatím jen lapá po dechu. Modernizované verze Chrysleru Pacifica a PT Cruiseru či Dodge Magnum mnoho nadějí na změnu k lepšímu neslibují.

Jedničkou pick-upy

Letos byly v detroitském Cobo Centru kromě mírně upravených vozů modelového roku 2009 (ty se začínají prodávat většinou už v červnu) k vidění i zásadní novinky, které už během několika měsíců osloví zákazníky. Jsou mezi nimi nové generace hned dvou ze tří nejprodávanějších amerických vozů, což jsou samozřejmě pick-upy (nová generace toho třetího, Chevroletu Silverado, slízla smetanu zájmu sama vloni). Právě zde hledejme nejrychleji rostoucí segment amerického trhu.

Z pohledu běžných Američanů bylo událostí výstavy představení nové generace pick-upu Ford F-150 (samozřejmě jen s motory V8, přičemž diesel je v plánu až pro rok 2010), který přijde do prodeje letos na podzim. Ford kromě toho vystavil i koncepty vozů, které se v dohledné době začnou skutečně vyrábět. Vedle už zmíněného sedanu Verve to byl především obrovitý SUV Explorer, u něhož bude tradiční koncepce s rámem nahrazena samonosnou karoserií (podle Američanů se tedy promění z SUV v crossover). Ten se snažil rozptýlit námitky na jeho neekologičnost motorem EcoBoost s přímým vstřikováním (samozřejmě že benzinu) a dvěma turbodmychadly. Vystaven byl se dvoulitrovým čtyřválcem o 275 k, ale počítá se především s prodejem verze V6 3,5 l o 340 k. Ovšem ne dříve, než v roce 2010. Motor V6 EcoBoost se představí už letos v modernizovaném Lincolnu MKS a v zajímavém luxusním crossoveru se čtyřmístnou karoserií sedan Lincoln MKT.

Pro budoucnost Chrysleru bude mít zásadní význam přijetí nového Dodge Ram. Jeho prodej, jak jinak než s motorem V8 Hemi, bude také zahájen na podzim. Připraven pro něj ale je i motor V6 a už v roce 2009 přijde také turbodiesel od firmy Cummins.

Z konceptů GM mají k sériové produkci blízko překvapivě uvedené kupé Cadillac CTS, dvoudveřový „anti-Wrangler“ Hummer HX a Saab 9-4X Biopower, zapomeňte zde na biopalivo E85 – toto je ve skutečnosti předzvěst prvního Saabu s pohonem všech kol, nepočítáme-li neúspěšný experiment s prodejem Subaru Impreza pod hlavičkou Saabu 9-2X, i když… i tady je patrná příbuznost se Subaru Tribeca. ←

Závod o zopakování úspěchu Loganu

NÍZKONÁKLADOVÝ AUTOMOBIL RENAULTU „ZALOMCOVAL ODVĚTVÍM“

DAVE GUILFORD,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

FRANKFURT | Jak automobilky závodí při vstupování na rozvíjející se globální trhy, zjišťují, že se rychle rozrůstá konkurence v oblasti nízkonákladových automobilů. Automobily bez parádiček, které stojí méně než 10 000 dolarů (zhruba 7200 eur), nebo dokonce pouhých 2000 dolarů, jsou považovány za klíčové při oslovování těch, kteří si kupují první automobil na trzích jako je Indie. Některé z těchto automobilů se možná nikdy neobjeví v evropských nebo amerických prodejnách, ale mohly by ovlivnit dlouhodobé zdraví společností jako je General Motors, které ve stále větší míře spoléhají na zámořský růst.

„Nízkonákladové automobily se staly módou,“ řekl výkonný prezident Nissanu pro plánování výrobků Carlos Tavares. V roce 2004 Renault představil Logan, pětimístný rodinný automobil, který se v Německu začal prodávat za 7400 eur. To je zhruba poloviční cena podobně velkých, lépe vybavených automobilů. Vloni se modelů Logan pod značkami Dacia a Renault prodalo více než 300 000 kusů.

Tata, Toyota, VW míří dolů

Indická automobilka Tata Motors v červenci uvede na trh svůj automobil za 1 lakh (1780 eur) model Nano. Tata stanovila svůj cenový cíl tak, aby zaujala ty, kteří si kupují první vozidlo, kteří jezdí na motocyklech a tříkolových vozidlech. Konečným cílem společnosti Tata je prodávat 1 milion vozů ročně.

Zavedené automobilky, které chtějí držet krok s takovým růstem, se budou muset po desetiletích, kdy jen přidávaly drahé prvky výbavy na přání, znovu učit hře o nízké náklady. Vzhledem k ochraně image značky se společnosti musejí rozhodnout, jak hluboko chtějí klesnout.

Michael Robinet, viceprezident CSM Worldwide pro globální prognózy v oblasti automobilového průmyslu, odlišuje nízkonákladové automobily jako je Logan od ultra nízkonákladových automobilů jako je Tata.

Nízkonákladový segment „zaujme v podstatě každou větší společnost na trhu,“ řekl Robinet. Ale dodává: „Pouze hrstka se dostane do ultra nízkonákladové oblasti.“

Koncept Volkswagen up! se má na rozvíjejících se trzích prodávat jako model bez parádiček v cenovém rozmezí 5000 až 7000 eur. Toyota v roce 2010 plánuje uvedení poměrně levného rodinného automobilu pro rozvíjející se trhy jako jsou Indie, Rusko, Čína a Brazílie.

GM, Ford sledují segment

GM, Ford Motor a Fiat rovněž uvažují o nízkonákladových automobilech. „Sledujeme to velmi pečlivě,“ říká prezident Ford of Europe John Fleming. „Doposud jsme se nerozhodli, že to je strategie, kterou chceme přijmout. Ale nemyslím si, že by to bylo něco, co chceme ignorovat.“

Výkonný ředitel Opelu Hans Demant řekl, že GM musí sledovat nízkonákladové a ultra nízkonákladové oblasti trhu. „Nízkonákladové automobily v Indii jsou něco, co bereme velmi vážně,“ řekl. Demant však dodal, že kvůli ceně nesmí být obětována bezpečnost. Řekl, že GM nechce prodávat „uzavřený skútr.“

Glenn Mercer, vyšší poradce u finančních služeb firmy UBS, řekl, že nízkonákladový segment je tam, kde dochází k růstu objemu. „Je otázkou, zda ve výrobku je dostatek peněz,“ řekl Mercer na konferenci společnosti SupplierBusiness. „Většina zisků v odvětví možná bude stále ještě po nějakou dobu v takzvaném vysokonákladovém automobilu na rozvinutých trzích,“ řekl. Mercer řekl, že automobilky budou muset na Logan reagovat, pokud chtějí konkurovat na rozvíjejících se trzích. Logan je podle něho „velkolepým příkladem, který skutečně zalomcoval tímto odvětvím. Logan opravdu stanovil podmínky pro diskusi.“

Význam levných aut poroste

Podle prognostického ústavu B&D Forecast předpovídá, že ze 68 milionů prodaných osobních aut v roce 2015 budou asi 10 milionů představovat levná auta, tj. auta s cenou nižší než 10 tisíc dolarů. Bude to dáno i tím, že kolem 30 milionů nových automobilů bude směřovat do zemí s rozvíjejícími se trhy. A na těchto trzích budou levná vozidla představovat asi třetinu z nově dodaných. Podle respektovaného německého analytika Ferdinanda Dudenhöffera, jenž stojí v čele ústavu, bude největší zájem o střední třídu těchto vozů, tedy o auta s cenou v rozmezí mezi pěti a sedmi tisíci dolarů. ←

Struktura prodávaných osobních vozů v roce 2015

rozvojové země, cena nad 10 000 USD	31 %
rozvojové země, cena do 10 000 USD	13 %
rozvinuté země, cena do 10 000 USD	2 %
rozvinuté země, cena nad 10 000 USD	54 %

Cenová struktura malých aut prodávaných v roce 2015

2000 až 5000 USD	35 %
5000 až 7000 USD	40 %
7000 až 10 000 USD	25 %

Řidiči z EU: Ekologie je dobrá, peníze jsou lepší

PRŮZKUM ANE/MARITZ UKAZUJE, ŽE MOTORISTÉ SE PRAVDĚPODOBNĚ NEBUDOU CHTÍT PODÍLET NA SNIŽOVÁNÍ EMISÍ SDÍLENÍM SVÝCH VOZŮ

JASON STEIN,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

MNICHOV | V zájmu ochrany životního prostředí by evropští motoristé raději jezdili pomaleji a přeladili své motory, než aby sdíleli své vozy při cestách do zaměstnání nebo přišli o dovolenou.

Téměř tři čtvrtiny z 1615 řidičů, kteří se zúčastnili průzkumu organizovaného ANE/Maritz Research, sdělily, že udržují svůj automobil ve stavu, aby se zlepšila účinnost využití paliva a pomohlo se tak životnímu prostředí. A téměř dva ze tří řidičů jezdí pomaleji, aby ušetřili palivo.

Avšak většina Evropanů nejeví ochotu obětovat více.

Téměř 63 % osob dotázaných v rámci průzkumu, který probíhal na největších trzích automobilového odvětví, v Německu, Velké Británii, Francii a Itálii, odmítlo sdílet automobil s jinými lidmi při jízdách do zaměstnání a zpět. Dvě třetiny dotázaných osob řekly, že kvůli životnímu prostředí odmítají změnit zaměstnání nebo přestěhovat se blíže ke své práci. A většina lidí, 68,4 % ve Francii, se kvůli ekologickému chování nevzdá dlouhotrvajících jízd při cestách na dovolenou.

„Debata o globálním oteplování zcela určitě ovlivnila přístup k používání automobilů,“ řekl Jörg Höhner, ředitel průzkumu automobilového odvětví pro firmu Maritz Research v Hamburku. „Avšak ekonomické stránky a osobní pohodlí jsou často důležitější než abstraktní pojetí ochrany životního prostředí.“

Nějaké dobré zprávy

Evropané však říkají, že s automobily jezdí méně. Při dotazu, co je za uplynulých šest měsíců motivovalo k omezování osobních jízd automobilem, byla podle 61 % lidí největším faktorem vysoká cena paliva. Naopak, čistě ekologické důvody uvedlo 45,6 % lidí. Většina však řekla, že se drželi zpátky kvůli zácpám na silnicích nebo proto, že nemohli najít místo k parkování.

Otázka zvýraznila ostré regionální rozdíly mezi řidiči. Pouze 44,9 % Němců a Britů uvedla jako problém parkovací místa. Učinily tak však tři ze čtyř Italů a 58,7 % Italů rovněž uvádělo cenu parkovného.

Co by Evropany přinutilo k méně častým jízdám automobilem? Pro jasnou většinu motoristů to jsou vyšší ceny paliva.

Co by však nejspíše vylákalo Evropany z jejich automobilů? Pět z osmi motoristů říká: Vyšší dotace jízdného v prostředcích hromadné dopravy. ←

Nechte auto doma

Pět hlavních důvodů, proč v posledních šesti měsících lidé jezdili méně autem

1. cena pohonných hmot	61 %
2. nedostatek parkovacích míst	57 %
3. dopravní zácpy	51 %
4. zájem o životní prostředí	46 %
5. náklady za parkování	44 %

Zdroj: ANE/Maritz

Studie: Kupující, kteří mají možnost výběru, dávají přednost zážehovým automobilům

JESSE SNYDER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Evropských prodej nový automobilů je rovnoměrně rozdělen mezi zážehové a vznětové pohonné jednotky, ale lidé, kteří utrácejí své vlastní peníze, obvykle kupují automobily poháněné benzinem.

Podíl se liší v závislosti na zemi, ale na evropském trhu číslo 1 si 72 % německých zákazníků z oblasti podnikových vozových parků vybírá vznětové automobily. Jenže to samé činí pouze jeden ze tří kupujících, pokud jde o soukromé vozy uvádí ve své analýze frankfurtská agentura pro průzkum trhu Dataforce. V Nizozemí je šestkrát pravděpodobnější, že podniky, na rozdíl od soukromých zákazníků, zvolí vznětový pohon, neboť 91 % soukromých osob volí benzin.

Agentura Dataforce analyzovala registrace nových automobilů ve 13 zemích, což reprezentuje 90 % celkového evropského prodeje dosahujícího 15,4 milionů automobilů. Od toho byla odečtena vozidla prodaná vládám, půjčovnám a leasingovým společnostem. Výsledkem jsou pak soukromí kupující a „opravdové vozové parky“, společnosti, které kupují automobily proto, aby je používali jejich zaměstnanci. Skutečné podnikové vozové parky tvoří asi 30 % veškerého prodeje, soukromí kupující kolem 60 %.

„Pokud mají možnost volby, dává více lidí přednost vozům s pohonem na benzin než vznětovým motorům,“ řekl výkonný ředitel Dataforce Marc Odinius. Avšak možnost výběru není nesmyslná, dodává.

Podnikové vozové parky jsou stále větší a tyto vozy jezdí dále než soukromé automobily, takže provozní úspory, plynoucí z úspornějších vznětových motorů, převažují nad vyšší pořizovací cenou vznětových pohonných jednotek. „Nafta má skutečně smysl pouze tehdy, když ujedete určité množství kilometrů. Teprve poté úspory za palivo převáží vyšší nákupní cenu vznětového motoru,“ říká Odinius.

Soukromí řidiči mají tendenci vybírat menší automobily a jezdí na kratší vzdálenosti, takže nižší nákupní cena automobilu se zážehovým motorem převáží nad úsporami paliva, dodává.

Železný zvyk, který není snadné překonat

Dokonce i tehdy, když vznětový motor má finanční smysl, někteří soukromí kupující zvolí zážehový motor. Jejich důvody: zvyk, staré vzpomínky na páchnoucí vozy se vznětovými motory a strach ze zmrznutí paliva, říká Odinius. Před dávným lety nafta někdy při velmi chladném počasí ztuhla, ucpala palivové filtry a odstavila motor.

„Vznětové motory bývaly hlučné a páchnoucí. Nyní jsou lepší. Avšak pro mnoho lidí je nafta stále něco jako jídlo, které nechutná dobře,“ říká Odinius. Vznětové motory jsou méně oblíbené ve skandinávských zemích a nejoblíbenější jsou ve teplejší Francii, Španělsku a Itálii.

Avšak oba typy zákazníků každoročně kupují více automobilů se vznětovým motorem. Prodej těchto osobních vozů se vznětovým pohonem vzrostl podle ACEA od roku 1998 z 24,8 % na 50,8 % v roce 2006. ←

Kdo si kupuje automobily se zážehovým motorem?

Koupě v % podle typu zákazníka

Země	Vozové parky	Soukromí zákazníci
Francie	10,6	34,9
Belgie	11,8	34,5
Španělsko	18,6	33,1
Itálie	19,8	47,3
Rakousko	26,2	49,1
Německo	27,9	66,9
Portugalsko	30,1	41,7
Nizozemí	46,6	91,2
Norsko	49,1	52,8
Velká Británie	54,1	70,1
Dánsko	63,9	75,0
Švédsko	70,0	87,3
Finsko	72,1	81,7

Zdroj: Dataforce

Proti CO_2 se setrvačníkem

TECHNICKÝ POKROK NEMUSÍ NUTNĚ ZNAMENAT DRAHÉ ELEKTRONICKÉ SYSTÉMY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Jako cesta ke snižování emisí CO_2 se bere především hybridní pohon kombinující využití spalovacího motoru s elektromotorem. Jenže hybridní pohon vyžaduje kromě elektromotoru také těžké akumulátory s omezenou životností a vyžadující materiály, jejichž produkce zatěžuje životní prostředí velkými požadavky na energii i produkcí jedovatých škodlivých látek.

Jenže energie, která přichází vniveč při brzdění se dá akumulovat i jednodušším způsobem. S využitím setrvačníků by bylo možné využívat energii uvolňovanou při brzdění mnohem efektivněji a především levněji.

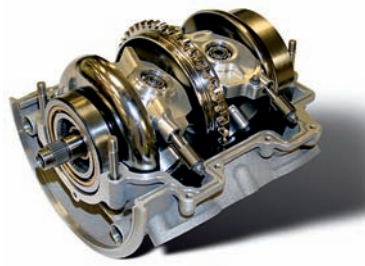
Oživení myšlenky využití setrvačníku pro akumulaci energie vznikající při brzdění přispěly nové předpisy formule 1. Ty pro rok 2009 umožní použití Kinetického systému rekuperace energie KERS a následné využití této energie pro krátkodobé zvýšení výkonu. Na základě analýz několika firem se ukazuje, že mechanické skladování energie pomocí setrvačníku v jednotce přímo spojené s převodovkou má značné výhody proti systémům s akumulátory a elektromotory, používaným u osobních vozů s hybridním pohonem. Tento systém může být levnější, ale to ve F1 nikoho nezajímá, ale především lehčí, což je ve F1 významná přednost, a nezaostává ani účinností na úrovni 80 až 90 %.

Připravovaný systém firmy Flybrid pracuje se setrvačníkem dosahujícím otáček až 60 000/min a je propojen s převodovkou převodným systémem CVT, tedy s plynulou změnou převodného poměru pomocí mechanického variátoru. Společnost Xtrac vsadila na už ověřenou patentovanou technologii toroidního variátoru firmy Torotrak, rovněž umožňující plynulou změnu převodu mezi setrvačníkem a převodovkou. Nyní tyto společnosti Flybrid, Xtrac a Torotrak spojily své síly, což ocenila i Asociace britského průmyslu motoristického sportu udělením významné ceny všem třem.

Odhaduje se, že použití těchto systémů u sériových vozů by mohlo ušetřit až 30 % pohonných hmot. Zatímco elektrický systém hybridních automobilů má v městském provozu jen omezenou schopnost, danou kapacitou akumulátorů, setrvačník má největší výhodu právě při častých rozjezdech a zpomaleních, kdy se při zastavení v koloně vozidel velmi rychle roztočí a vzápětí při rozjezdu vozu zase snadno předá svou energii v režimu, ve kterém pracuje spalovací motor nejméně efektivně.

Podle představitelů firmy Flybrid představuje významnou položku nákladů na vývoj nákup už patentovaných technologií a jejich propojení do jednoho funkčního systému. Do poloviny roku 2008 by se systém měl začít testovat ve F1 a pak by mělo být celé zařízení nabídnout k prodeji i automobilkám pro použití v sériové produkci.

Podle představitelů Flybridu by nemělo být problémem KERS se setrvačníkem sériově vyrábět za asi 500 USD, což je mnohem méně, než o kolik jsou dražší auta s hybridním pohonem s elektromotory. ←



Registrace nových osobních a lehkých užitkových automobilů v České republice roku 2007 a porovnání s rokem 2006

značka/model	OA 2007	LUV 2007	OA+LUV 2007	OA 2006	LUV 2006	OA+LUV 2007
Adria	**6**	**11**	**17**	**6**	**7**	**13**
Alfa Romeo 147	69		69	29		29
Alfa Romeo 159	102	48	150	112	23	135
Alfa Romeo BRERA	8		8	18		18
Alfa Romeo GT	45		45	81		81
Alfa Romeo SPIDER	4		4	1		1
Alfa Romeo	**246**	**49**	**295**	**269**	**23**	**292**
Arca		**2**	**2**		**0**	**0**
Aro		**4**	**4**		**14**	**14**
Aston Martin	**4**		**4**	**4**		**4**
Attack	**1**		**1**	**0**		**0**
Audi A3	263	335	598	402	42	444
Audi A4	365	244	609	344	208	552
Audi A4 CABRIO	12		12	28		28
Audi A5	90		90			0
Audi A6	442	238	680	544	298	842
Audi A8	80		80	110		110
Audi ALLROAD QUATTRO	56	329	385	37	193	230
Audi Q7	85	461	546	78	363	441
Audi R8	19		19			0
Audi TT	70		70	20		20
Audi	**1621**	**1719**	**3340**	**1650**	**1154**	**2804**
Bentley	**28**		**28**	**27**		**27**
BMW 1	121	217	338	137	134	271
BMW 3	455	138	593	347	141	488
BMW 3 CABRIO	44		44			0
BMW 5	332		332	313	114	427
BMW 6	16	126	142	44		44
BMW 7	48		48	51		51
BMW X 3	116	272	388	89	232	321
BMW X 5	95	490	585	24	161	185
BMW Z 4	24		24	29		29
BMW	**1355**	**1323**	**2678**	**1105**	**807**	**1912**
BSI		**3**	**3**		**0**	**0**
Bugatti	**1**		**1**	**0**		**0**
Bürstner	**11**	**3**	**14**	**9**	**4**	**13**
Cadillac	**14**	**14**	**28**	**127**	**7**	**134**
Caravelair		**2**	**2**		**0**	**0**
Caterham	**0**		**0**	**3**		**3**
Citroën BERLINGO	845	2176	3021	699	2020	2719
Citroën C CROSSER	18	32	50			0
Citroën C1	518	10	528	425		425
Citroën C2	74	46	120	115	60	175
Citroën C3	1571		1571	1636		1636
Citroën C4	1701		1701	1357		1357
Citroën C4 PICASSO	380	270	650	30	3	33
Citroën C5	266	142	408	247	143	390
Citroën C6	25		25	20		20
Citroën C8	22	9	31	21	41	62
Citroën JUMPER	38	659	697	37	537	574
Citroën JUMPY	10	214	224		157	157
Citroën XSARA PICASSO	504	256	760	638	350	988
Citroën	**6092**	**3831**	**9923**	**5348**	**3353**	**8701**
Concorde	**1**		**1**	**0**		**0**
Dacia LOGAN	481		481	1534		1534
Dacia LOGAN MCV	1175	254	1429			0
Dacia	**1658**	**254**	**1912**	**1535**	**16**	**1551**
Daihatsu	**18**	**1**	**19**	**6**	**1**	**7**
Dethleffs	**15**	**18**	**33**	**8**	**10**	**18**
Dodge AVENGER	2		2			0
Dodge CALIBER	92		92	58		58
Dodge NITRO	14	40	54			0
Dodge	**114**	**40**	**154**	**60**	**2**	**62**
Elnagh	**4**		**4**	**4**		**4**
Ferrari	**23**		**23**	**16**		**16**
Fiat 500	23		23			0
Fiat BRAVO	164	53	217			0
Fiat CROMA	28	14	42	38	18	56
Fiat DOBLÓ	11	871	882	6	543	549
Fiat DUCATO	12	844	856	10	510	520
Fiat IDEA	1		1	11		11
Fiat LINEA	82		82			0
Fiat MULTIPLA	51	11	62	41	5	46
Fiat PANDA	1296	4	1300	1183	23	1206
Fiat PUNTO	1334	231	1565	1126	87	1213
Fiat SCUDO	13	91	104	1	5	6
Fiat STILO	250	94	344	449	64	513
Fiat STRADA		9	9		16	16
Fiat	**3434**	**2269**	**5703**	**3048**	**1299**	**4347**
Ford FIESTA	1851	48	1899	1386	78	1464
Ford FOCUS	2040	1145	3185	1500	1059	2559
Ford FOCUS C MAX	298	169	467	252	145	397
Ford FOCUS CC	6		6			0
Ford FUSION	2835	538	3373	850	379	1229
Ford GALAXY	41	19	60	35	23	58
Ford KA	30		30	106		106
Ford MAVERICK	3	4	7	5	10	15
Ford MONDEO	594	485	1079	709	540	1249
Ford RANGER		272	272		114	114
Ford S-MAX	179	229	408	112	92	204
Ford TOURNEO	13		13	1		1
Ford TOURNEO CONNECT	32	180	212	15	203	218
Ford TRANSIT	182	3029	3211	160	2889	3049
Ford	**8474**	**6184**	**14658**	**5414**	**5575**	**10989**
Gasolone		**3**	**3**		**13**	**13**
Gaz	**0**	**99**	**99**	**0**	**79**	**79**
Gordon	**1**		**1**	**0**		**0**
Hobby	**7**	**3**	**10**	**0**	**1**	**1**
Honda ACCORD	107		107	161		161
Honda CITY	263		263	316		316
Honda CIVIC	1381		1381	1100		1100
Honda CR-V	404	584	988	160	295	455
Honda FR-V	74		74	74		74
Honda JAZZ	223		223	326		326
Honda LEGEND	60		60	47		47
Honda	**2581**	**628**	**3209**	**2225**	**296**	**2521**
Hummer	**4**	**53**	**57**	**3**	**42**	**45**
Hymermobil	**12**	**5**	**17**	**6**	**1**	**7**
Hyundai ACCENT	1671		1671	1120		1120
Hyundai ATOS	786		786	729		729
Hyundai COUPÉ	55		55	41		41
Hyundai ELANTRA	26		26	366		366
Hyundai GETZ	2238	63	2301	2610	31	2641
Hyundai GRANDEUR	14		14	31		31
Hyundai H-1		138	138		367	367
Hyundai i 30	361	136	497			0
Hyundai MATRIX	203	48	251	137	65	202
Hyundai SANTA FE	511	1157	1668	394	959	1353
Hyundai SONATA	199		199	154		154
Hyundai TERRACAN	19	41	60	26	73	99
Hyundai TRAJET	14	11	25	40	41	81
Hyundai TUCSON	393	424	817	340	350	690
Hyundai	**6528**	**2036**	**8564**	**6028**	**1910**	**7938**
Chevrolet AVEO	935		935	750		750
Chevrolet CAPTIVA	162	345	507	61	99	160
Chevrolet EPICA	48		48	27		27
Chevrolet KALOS	7		7	155		155
Chevrolet LACETTI	243	48	291	270	21	291
Chevrolet SPARK	1327		1327	1030		1030
Chevrolet TACUMA	1		1	10		10
Chevrolet	**2756**	**394**	**3150**	**2334**	**121**	**2455**
Chrysler CROSSFIRE	6		6	8		8
Chrysler GRAND VOYAGER	16	3	19	36	7	43
Chrysler LX	21	12	33	39	3	42
Chrysler PT	7		7	13		13
Chrysler SEBRING	6		6	3		3
Chrysler VOYAGER	23	16	39	17	11	28
Chrysler	**90**	**34**	**124**	**137**	**21**	**158**
Iveco DAILY	1	597	598	1	441	442
Iveco	**1**	**617**	**618**	**1**	**466**	**467**
Jaguar S-TYPE	58		58	33		33
Jaguar XJ	8		8	7		7
Jaguar XK	19		19	10		10
Jaguar X-TYPE	44	5	49	30	13	43
Jaguar	**131**	**5**	**136**	**82**	**13**	**95**
Jeep COMMANDER	15	30	45	16	22	38

Jeep COMPASS	16	5	21	1		1
Jeep GRAND CHEROKEE	22	30	52	18	60	78
Jeep CHEROKEE	4		4	15		15
Jeep PATRIOT	9	4	13			0
Jeep WRANGLER	44	12	56	4	2	6
Jeep	**121**	**112**	**233**	**70**	**99**	**169**
Kaipan	**7**		**7**	**8**		**8**
Karmann		**1**	**1**		**0**	**0**
Kia CARENS	183	95	278	53	32	85
Kia CARNIVAL	80	43	123	52	56	108
Kia CEE_D	1949	718	2667	6		6
Kia CERATO	141		141	361		361
Kia K		80	80		180	180
Kia MAGENTIS	83		83	41		41
Kia OPIRUS	9		9	9		9
Kia PICANTO	1113		1113	1292		1292
Kia RIO	485	118	603			0
Kia SHUMA	1		1	575		575
Kia SORENTO	80	213	293	63	234	297
Kia SPORTAGE	369	400	769	235	327	562
Kia	**4526**	**1680**	**6206**	**2711**	**839**	**3550**
Knaus	**4**	**1**	**5**	**6**	**1**	**7**
Lada 1118	31		31	6		6
Lada 1119	6	32	38			0
Lada VAZ 21	23		23	40		40
Lada VAZ 2121	81		81	72	31	103
Lada	**170**	**32**	**202**	**127**	**31**	**158**
Laika	**2**		**2**	**1**		**1**
Lamborghini	**9**		**9**	**9**		**9**
Lancia Y	12		12			0
Lancia	**21**		**21**	**6**		**6**
Land Rover DEFENDER	3	9	12	3	14	17
Land Rover DISCOVERY	36	159	195	16	95	111
Land Rover FREELANDER	44	128	172	30	111	141
Land Rover RANGE ROVER	8	51	59	3	37	40
Land Rover RANGE ROVER SPORT	28	103	131	23	74	97
Land Rover	**138**	**482**	**620**	**93**	**362**	**455**
Lexus GS	25		25	18		18
Lexus IS	61		61	53		53
Lexus LS	24		24	6		6
Lexus RX	30	32	62	74	26	100
Lexus SC	1		1	2		2
Lexus	**186**	**77**	**263**	**194**	**36**	**230**
LMC		**1**	**1**		**3**	**3**
Lublin		2	2		16	16
Lublin		**4**	**4**		**23**	**23**
Magma		**1**	**1**		**11**	**11**
Maro		**19**	**19**		**18**	**18**
Maserati	**18**		**18**	**10**		**10**
Mazda 2	260		260	226		226
Mazda 3	445		445	467		467
Mazda 5	209	182	391	219	170	389
Mazda 6	443	154	597	419	163	582
Mazda BT		44	44			0
Mazda CX-7	52	105	157			0
Mazda MX5	9		9	9		9
Mazda RX8	9		9	14		14
Mazda TRIBUTE		1	1	3		3
Mazda	**1460**	**498**	**1958**	**1386**	**349**	**1735**
Mercedes-Benz A	180		180	212		212
Mercedes-Benz B	158	111	269	82	97	179
Mercedes-Benz C	374	15	389	147	40	187
Mercedes-Benz CL	36		36	12		12
Mercedes-Benz CLK	18		18	27		27
Mercedes-Benz CLS	71		71	74		74
Mercedes-Benz E	204	17	221	216	22	238
Mercedes-Benz G		2	2	3	1	4
Mercedes-Benz GL	36	113	149	8	22	30
Mercedes-Benz ML	118	365	483	101	503	604
Mercedes-Benz R	47	41	88	67	35	102
Mercedes-Benz S	178		178	167		167
Mercedes-Benz SL	12		12	9		9
Mercedes-Benz SLK	19		19	26		26
Mercedes-Benz SPRINTER	49	1201	1250	54	856	910
Mercedes-Benz VIANO	94	254	348	55	201	256
Mercedes-Benz VITO	97	567	664	92	488	580
Mercedes-Benz	**1789**	**2808**	**4597**	**1415**	**2319**	**3734**

Mini COOPER	79	1	80	54		54
Mini ONE	7		7	7		7
Mini	**91**	**1**	**92**	**68**	**0**	**68**
Mitsubishi COLT	609		609	569		569
Mitsubishi COLT CC	2		2	3		3
Mitsubishi GRANDIS	14	16	30	23	11	34
Mitsubishi L 200		212	212		150	150
Mitsubishi LANCER	35		35	103		103
Mitsubishi OUTLANDER	123	227	350	37	22	59
Mitsubishi PAJERO	37	103	140	17	61	78
Mitsubishi	**875**	**628**	**1503**	**787**	**256**	**1043**
Mitsubishi Fuso CANTER		102	102		50	50
Mitsubishi Fuso		**103**	**103**		**50**	**50**
Mobilvetta	**8**		**8**	**0**		**0**
Multicar		**105**	**105**		**100**	**100**
Niesmann+Bischoff		**1**	**1**		**4**	**4**
Nissan 350 Z	24		24	23		23
Nissan ALMERA	105		105	129		129
Nissan CABSTAR		98	98		69	69
Nissan DOUBLE-CAB		19	19		115	115
Nissan INTERSTAR		47	47		6	6
Nissan KING-CAB		1	1		12	12
Nissan KUBISTAR		21	21		38	38
Nissan MICRA	199	8	207	288	2	290
Nissan MICRA CC	7		7	4		4
Nissan MURANO	17	22	39	31	43	74
Nissan NAVARA		359	359		275	275
Nissan NOTE	453		453	367		367
Nissan PATHFINDER	53	104	157	59	101	160
Nissan PATROL	11	12	23	2	5	7
Nissan PRIMASTAR	8	49	57	2	11	13
Nissan PRIMERA	23	8	31	76	35	111
Nissan QASHQAI	312	152	464			0
Nissan TERRANO	1		1			0
Nissan TIIDA	40		40			0
Nissan X-TRAIL	113	153	266	88	204	292
Nissan	**1416**	**1091**	**2507**	**1170**	**1015**	**2185**
Opel AGILA	262		262	404		404
Opel ANTARA	69	59	128	1267	622	1889
Opel ASTRA	1172	559	1731	8		8
Opel ASTRA CABRIO	9		9	19	181	200
Opel COMBO	15	135	150	649	72	721
Opel CORSA	1860	168	2028	203	53	256
Opel GT	3		3	1	33	34
Opel MERIVA	207	43	250	16		16
Opel MOVANO		42	42	5		5
Opel SIGNUM	16		16	258	134	392
Opel TIGRA	5		5	50	130	180
Opel VECTRA	196	136	332	250	156	406
Opel VIVARO	29	126	155			0
Opel ZAFIRA	216	112	328			0
Opel	**4165**	**1486**	**5651**	**3238**	**1396**	**4634**
Peugeot 1007	52		52	108		108
Peugeot 107	577	44	621	549	14	563
Peugeot 206	1368	121	1489	2187	327	2514
Peugeot 206 CC	5		5	11	407	418
Peugeot 207	2352	92	2444	867		867
Peugeot 207 CC	44		44			0
Peugeot 307	1007	517	1524	1167		1167
Peugeot 307 CC	28		28	39		39
Peugeot 308	87		87			0
Peugeot 4007	4	2	6			0
Peugeot 407	372	309	681	322	238	560
Peugeot 407 COUPÉ	19		19	48		48
Peugeot 607	45		45	103		103
Peugeot 807	42	42	84	22	50	72
Peugeot BOXER	41	787	828	27	665	692
Peugeot EXPERT	22	267	289		117	117
Peugeot PARTNER	264	1165	1429	133	847	980
Peugeot	**6532**	**3393**	**9925**	**5772**	**2681**	**8453**
Piaggio		**7**	**7**		**24**	**24**
Pilote		**1**	**1**		**0**	**0**
Pontiac	**1**		**1**	**0**		**0**
Porsche 911	32		32	39		39
Porsche 911 CABRIO	5		5	7		7
Porsche BOXSTER	5		5	7		7
Porsche CARRERA GT	3		3			0

Zdroj: ANE/ACEA

→ pokračování na **další straně**

Porsche CAYENNE	11	66	77	4	37	41
Porsche CAYMAN	15		15	9		9
Porsche	**89**	**81**	**170**	**78**	**39**	**117**
Praga	**1**		**1**	**0**		**0**
Proton	**0**		**0**	**2**		**2**
RAG		**47**	**47**		**29**	**29**
Renault CLIO	1814	57	1871	2080	35	2115
Renault ESPACE	77	21	98	80	33	113
Renault KANGOO	564	766	1330	478	917	1395
Renault LAGUNA	253	213	466	250	192	442
Renault MASCOTT		4	4	23	15	38
Renault MASTER	15	945	960	37	740	777
Renault MAXITY		39	39			0
Renault MEGANE	1225	1251	2476	1474	1147	2621
Renault MEGANE CC	43		43	28		28
Renault MODUS	41	13	54	133	51	184
Renault SCENIC	426	248	674	328	193	521
Renault THALIA	2321		2321	2714		2714
Renault TRAFIC	410	604	1014	201	439	640
Renault TWINGO	47	1	48	92		92
Renault VEL SATIS	8		8	12		12
Renault	**7484**	**4382**	**11866**	**8179**	**3785**	**11964**
Rimor	**6**	**2**	**8**	**0**	**0**	**0**
Rolls Royce	**1**		**1**	**0**		**0**
Rover	**7**		**7**	**8**		**8**
Saab 9-3	36	23	59	23	7	30
Saab 9-5	8		8	8	4	12
Saab	**55**	**27**	**82**	**41**	**12**	**53**
Santana	10	34	44	4	33	37
Santana	**10**	**36**	**46**	**8**	**63**	**71**
Scam		**0**	**0**		**1**	**1**
Seat ALHAMBRA	63	61	124	55	73	128
Seat ALTEA	310	188	498	193	111	304
Seat CORDOBA	420		420	562		562
Seat IBIZA	842		842	781	1	782
Seat LEON	298	95	393	315	91	406
Seat TOLEDO	37	22	59	127	90	217
Seat	**2009**	**367**	**2376**	**2073**	**366**	**2439**
Smart	86		86	68		68
Smart	**91**		**91**	**112**		**112**
Ssangyong ACTYON	15	15	30	3	1	4
Ssangyong ACTYON SPORTS		6	6			0
Ssangyong KYRON	20	48	68	23	50	73
Ssangyong REXTON	7	43	50	19	54	73
Ssangyong RODIUS	8	1	9	8	1	9
Ssangyong	**54**	**118**	**172**	**62**	**126**	**188**
Subaru B9 TRIBECA	25	55	80	13	12	25
Subaru FORESTER	158	190	348	178	183	361
Subaru IMPREZA	89	37	126	74	8	82
Subaru JUSTY	9		9	9		9
Subaru LEGACY	116	197	313	165	204	369
Subaru	**452**	**492**	**944**	**476**	**417**	**893**
Suzuki GRAND VITARA	395	408	803	405	392	797
Suzuki IGNIS	836	5	841	789	11	800
Suzuki JIMNY	39	31	70	39	14	53
Suzuki SWIFT	1022	3	1025	722		722
Suzuki SX4	1177	2	1179	354		354
Suzuki	**3562**	**458**	**4020**	**2364**	**421**	**2785**
Škoda FABIA	27611	4366	31977	32914	4474	37388
Škoda OCTAVIA	14971	8137	23108	14608	6625	21233
Škoda ROOMSTER	4488	2646	7134	1731	675	2406
Škoda SUPERB	1406		1406	1835		1835
Škoda	**49094**	**15212**	**64306**	**51833**	**11835**	**63668**

Toyota AURIS	674		674			0
Toyota AVENSIS	242	166	408	225	151	376
Toyota AYGO	413		413	407		407
Toyota COROLLA	407		407	936		936
Toyota COROLLA VERSO	104	91	195	126	132	258
Toyota HIACE		1	1	4	7	11
Toyota LAND CRUISER	59	190	249	38	109	147
Toyota PRIUS	44		44	16		16
Toyota RAV4	250	466	716	189	356	545
Toyota YARIS	2558		2558	2392	1	2393
Toyota	**4997**	**1195**	**6192**	**4506**	**934**	**5440**
Trigano	**2**	**2**	**4**	**0**	**0**	**0**
UAZ	**1**	**16**	**17**	**0**	**14**	**14**
Volkswagen CADDY	90	1300	1390	88	1256	1344
Volkswagen CARAVELLE	1		1			0
Volkswagen CRAFTER	11	624	635	1	211	212
Volkswagen EOS	117		117	67		67
Volkswagen FOX	162	6	168	288		288
Volkswagen GOLF	1926	634	2560	1676	472	2148
Volkswagen JETTA	434		434	437		437
Volkswagen LT		1	1	5	208	213
Volkswagen MULTIVAN	149	307	456	134	272	406
Volkswagen NEW BEETLE	1		1	6		6
Volkswagen PASSAT	1549	1235	2784	1727	1313	3040
Volkswagen PHAETON	4		4	10		10
Volkswagen POLO	1532	4	1536	1870		1870
Volkswagen SHARAN	86	80	166	42	45	87
Volkswagen TIGUAN	24		24			0
Volkswagen TOUAREG	72	330	402	43	342	385
Volkswagen TOURAN	223	308	531	144	293	437
Volkswagen TRANSPORTER	445	1739	2184	395	1573	1968
Volkswagen	**7044**	**6640**	**13684**	**7116**	**6018**	**13134**
Volvo 40	1		1			0
Volvo 60	83		83	129		129
Volvo 70	39	68	107	50	68	118
Volvo 80	160		160	102		102
Volvo C30	160	133	293	4		4
Volvo C70	40		40	5		5
Volvo S 40	59		59	68		68
Volvo V 50	54	85	139	70	123	193
Volvo XC70	49	134	183	35	93	128
Volvo XC90	91	346	437	81	266	347
Volvo	**813**	**827**	**1640**	**601**	**567**	**1168**
Celkem	**132542**	**62038**	**194580**	**123987**	**49491**	**173478**

Auto Data & News

Auto Data & News – ekonomický dvouměsíčník o automobilovém průmyslu. Ročník V, leden/únor 2008. **Adresa redakce:** Na Třebešíně 10, 110 00 Praha 10, tel.: +420 274 812 600, e-mail: adn@autoforum.cz. **Vydává:** Moto Public Antonín Matějka. **Šéfredaktor:** Ing. Vladimír Rybecký. **Redaktoři:** Ing. Antonín Matějka. **Překlady:** RNDr. Ivana Rybecká. **Grafický design:** Studio 1. **Tisk:** Tiskárna TISKAP, Na Louži 2a, 101 00 Praha 10. **Vychází:** 25. 2. 2008. ISSN 1214-7753.

Vychází ve spolupráci s vydavatelstvím Crain Communication Automotive News Europe

Je oficiálním partnerem mezinárodní ankety AutoBest AUTOBEST

„Zmenšování se“ se nesmí stát závodem o bankrot

TAKŽE ZMENŠOVÁNÍ SE JE DALŠÍ VELKOU UDÁLOSTÍ, ŽE?

JASON STEIN, AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Renault se chystá postavit automobil, jehož cena bude nižší než u mimořádně levného Loganu. Volkswagen navrhuje automobil, který bude menší a úžasnější než Polo. General Motors zvažují vytvoření protivníka pro Logan. A na začátku července Chrysler ukončil jednání s čínskou automobilkou Cherry o malém automobilu s cenou nepřesahující 10 000 eur.

Ptám se: Co se stane se základní úrovní každého z nich?

Jestliže se oblast růstu u automobilek přesunuje do malých kombinací, jak přesně tyto kombinace zlepší bilanci zisku a ztrát u společností, které již nyní potřebují podpořit své příjmy?

Závod, spočívající v řešení celosvětového problému s CO_2, nebo alespoň zdání, že se ho pokoušíte řešit, přináší obrovské riziko pro bilanční rozvahu. Automobilky jako GM, Renault a Chrysler potřebují pro svůj stagnující prodej více, než pouze malý automobil. Potřebují zajímavější výrobky. Abych parafrázoval politickou průpovídku z doby působení administrativy Billa Clintona v USA: Jedná se o výrobek, hlupáci.

A zákazníci, a to zejména v Německu, kde si uvědomují hodnotu automobilu, se nepostaví do řady na koupi nejskvělejší, nejnovější věci, jestliže se jim dovnitř nevejde vše, co chtějí.

Je typické, že společnosti přicházejí o peníze s každým malým automobilem, který vyrobí. Podpůrný plán znamená dosáhnout rozdílu u prostoru. Avšak kolik prostoru je zde pro výrobek, který je miniaturní verzí něčeho jiného, aniž obsahuje stejné prvky a je stejně lákavý?

A kde jsou takové trhy? Zákazníci ve střední a východní Evropě budou přijímat zmenšené výrobky jen do určité doby. Jakmile jim jejich příjmy vzrostou, také lidé na těchto trzích budou požadovat větší a lepší automobily.

Podívejte se na příklad na Rusko. U prodejce, kterého jsem vloni navštívil, byla čekací doba na hummery šest měsíců. Měl spoustu vozů Opel Corsa a Chevrolet Aveo. Stejným způsobem to probíhá v Polsku a dalších „rozvíjejících se trzích“.

Je zapotřebí, aby automobilky více dbaly o množství vypouštěného CO_2, ale musí být opatrné a uvědomit se, že silnice pro čistší automobily není rájem pro méně zajímavé malé automobily.

Takže, pusťte se do malých věcí. Jen nezapomeňte na velký formát. ←

Rekordní prodeje užitkových vozů VW

S celkovým počtem 488 700 vozů dosáhla společnost Volkswagen Commercial Vehicles v roce 2007 znovu rekordních prodejních čísel. I uplynulý rok tak by dalším rokem růstu (o 10,7 %) ve srovnání s předchozím obdobím (441 500 dodaných vozů). Rekordní rok zaznamenal Volkswagen také také v Česku, kde je s 6640 registrovanými vozy lídrem trhu užitkových vozidel. ←

Evropský trh – registrace nových osobních vozů v roce 2007

země	2007 (ks)	2006 (ks)	rozdíl (%)
Belgie	524 795	526 141	-0,3
Bulharsko	43 521	36 455	19,4
Česká rep.	132 542	123 987	6,9
Dánsko	162 552	156 934	3,6
Estonsko	30 902	25 515	21,1
Finsko	125 608	145 700	-13,8
Francie	2 064 543	2 000 549	3,2
Irská rep.	186 540	178 484	4,5
Itálie	2 490 570	2 326 049	7,1
Litva	21 115	14 234	48,3
Lotyšsko	32 497	25 626	26,8
Lucembursko	52 596	50 837	3,5
Maďarsko	173 025	187 676	-7,8
Německo	3 148 163	3 467 961	-9,2
Nizozemsko	504 195	484 079	4,2
Polsko	293 319	238 683	22,9
Portugalsko	201 868	194 702	3,7
Rakousko	296 414	308 594	-3,9
Rumunsko	312 532	247 518	26,3
Řecko	279 794	267 706	4,5
Slovensko	59 700	59 084	1
Slovinsko	65 511	58 462	12,1
Španělsko	1 614 835	1 634 608	-1,2
Švédsko	306 799	282 766	8,5
Velká Británie	2 404 007	2 344 864	2,5
EU celkem	15 527 943	15 387 214	0,9
Island	16 170	17 129	-5,6
Norsko	129 195	109 164	18,3
Švýcarsko	285 563	269 452	6
CELKEM	**15 958 871**	**15 782 959**	**1,1**

výrobce	2007 (ks)	2006 (ks)	rozdíl (%)
VOLKSWAGEN AG	**3 150 933**	**3 185 448**	**-1,1**
Volkswagen	1 630 638	1 688 808	-3,4
Audi	660 151	640 890	3
Škoda Auto	468 628	462 616	1,3
Seat	386 981	389 111	-0,5
PSA	2 050 708	2 038 146	0,6
Peugeot	1 107 251	1 121 208	-1,2
Citroen	943 457	916 938	2,9
FORD MOTOR	**1 667 915**	**1 640 620**	**1,7**
Ford	1 276 651	1 270 227	0,5
Volvo	265 159	243 715	8,8
GENERAL MOTORS	**1 635 040**	**1 609 472**	**1,6**
Opel/Vauxhall	1 344 402	1 334 201	0,8
Chevrolet/GM DAT	201 173	180 036	11,7
RENAULT	**1 380 952**	**1 445 205**	**-4,4**
Renault	1 208 118	1 306 602	-7,5
Dacia	172 834	138 603	24,7
FIAT GROUP	**1 249 092**	**1 166 067**	**7,1**
Fiat	976 981	899 289	8,6
Alfa Romeo	144 227	145 422	-0,8
Lancia	122 054	116 440	4,8
TOYOTA MOTOR	**929 585**	**906 877**	**2,5**
Toyota	890 126	867 559	2,6
BMW GROUP	**848 080**	**794 734**	**6,7**
BMW	703 201	680 499	3,3
Mini	144 879	114 235	26,8
DAIMLER *)	**826 150**	**828 081**	**-0,2**
Mercedes-Benz	729 950	725 863	0,6
HONDA	**313 898**	**280 276**	**12**
NISSAN	**310 698**	**329 284**	**-5,6**
HYUNDAI	**308 687**	**326 218**	**-5,4**
SUZUKI	**287 793**	**263 364**	**9,3**
KIA MOTOR	**252 590**	**240 505**	**5**
MAZDA	**240 354**	**255 646**	**-6**
MITSUBISHI	**142 504**	**134 126**	**6,2**
CHRYSLER *)	**119 722**	**110 884**	**8**
ostatní	244 170	228 006	7,1
CELKEM	**15 958 871**	**15 782 959**	**1,1**

*) k rozdělení DaimlerChrysleru došlo v srpnu, předchozí registrace byly rozděleny mezi Daimler a Chrysler

Zdroj: ANE/ACEA