

# PSA-GM együttműködés

## Okok és kérdőjelek

A dolog – legalábbis a francia résztvevőket illetően – teljesen áttekinthető, két csoporttal kell számolni, a Renault+Nissan és a Peugeot+Citroën = PSA gyártói csoportokkal. Ezzé lett a hajdani sokszínű francia autóipar, gondoljunk csak a Delage, Facel Vega, Talbot, Panhard, Simca márkákra. Korábban – egészen a '60-as évekig – egy vitális, kreatív ipar volt, sok nagyon jó és főleg karakterisztikus típusal, például a Citroën DS, CV2, Renault R4, R16 –, hogy csak a nevezetesebbeket idézzem meg. Ilyen és hasonló innovatív autóknak nyoma sincs a jelenlegi francia autóiparban.

A jelenlegi francia autóiparban egy autót nem lehet kiemelni, ami valami miatt különleges, érdekes, „kreatív” vagy – pozitív értelemben – más lenne, mint az európai átlag autó. A francia autóipar a globalizációval elvesztette a korábbi különleges, frappáns – mégis megfizethető autót – jellemzőit. Ez nagy veszteség, mert sokan a vevők közül pont ezeket a jellegzetességeket keresték a piacon – pont ezért vettek francia autót.

Sokan odáig mennek, hogy egyenesen a „savoir vivre”, a francia életstílus integrálását vélik felfedezni a korábbi francia autókban. Ebben több igazság van, mint elsőre gondoljuk. Ez azonban mostanra teljesen a múlté. Bár ez csak egy (de fontos) ok a sok közül, így azonban nem csoda, hogy a francia autóiparnak mostanában nem megy jól. Olyannyira, hogy a PSA egy igazán nem franciának nevezhető lépésre szánta magát: kooperáció a GM-mel, aminél amerikaibb céget nehéz elképzelni.

Sietek megemlíteni: ez nem jelent feltétlen rosszat, sőt...

Eltekintve egy tradicionálisan francia averziótól mindennel szemben, ami amerikai – és ami ezáltal egyáltalán nem passzol a már fent is említett „savoir vivre”-hoz, a francia életművészethez, ez a lépés a lehetséges túlélés lépése. Azt, hogy ebből tényleges túlélés lesz-e, azt majd meglátjuk.

Nézzük meg az ehhez kapcsolódó tényeket, így közelebb juthatunk a megoldáshoz.

Maradjunk egyelőre súlypontilag a PSA mellett, melyek tehát a PSA főbb gondjai és az erre adott egyes válaszok/lépések?

- A kassza üres – ezen nincs mit szépíteni. A veszteség 92 millió euró 2011-ben.

- Nem elég attraktív a modellpolitika (utalva a fent leírtakra is), sem az európai piacot, sem az egyéb piacot illetően. Bár lehet, hogy az európai kuncsaft honorálja a kreatív autót, mint pl. egy Citroën DS/CV2 vagy ehhez hasonlókat, de nem biztos, hogy a kínai, az amerikai vagy az indiai is teszi ugyanezt. (Sőt, az eddigiek alapján biztos vagyok benne, hogy inkább nem.)

- Könnyíti a helyzetet, hogy a Faurecia (a PSA-hoz tartozó beszállító) hozott 588 millió eurót, ez azonban nem jelenti a főbb gondok megoldását.

- A PSA 3,2 millió autót adott el 2011-ben, vagyis az összeforgalom 1,5%-kal csökkent. Az európai piac „lezuhant”.

- Emiatt az európai PSA-gyárak nincsenek kihasználva. A lehetséges kapacitáskihasználás kb. 80% körül van, vagy még inkább ez alatt. Beterveztett, hogy 5000 munkást bocsátanak el csak Franciaországban.

- Az év (2012) végéig összesen 1 milliárd eurót akar a PSA (ezáltal is) megspórolni.

- Lokális, súlypontilag Európára koncentrált (60%) konstrukció, produkció és értékesítés.

- Koncentráció az olcsó, kis autók területére. A következmény: minimális haszon és nagy konkurencia.

- Az amerikai piac elhanyagolása. Ezt egyetlen autógyártó sem engedheti meg magának.

- A kínai piacon való minimális részvétel. Ez a mai globalizált világban egyenesen egy „KO-kritérium”.

A jelenlegi GM-PSA megállapodás szerint tehát a GM 7%-os PSA-részesedése összesen 1 milliárd eurót hoz a PSA-nak. A stra-

tegiai együttműködés a következő 5 évben további 1,5 milliárdot hozhat (ez csak tervezett, remélt bevétel).

A GM nemcsak azt szeretné, hogy a PSA-val legyenek közös „platformok” (komplett padlólemezek), futóművek, motoregységek, hanem emellett szeretné használni a PSA „engineering know-how”-t és a PSA szabad európai gyártókapacitását is. Ez a „teljes csomag” az Opel vezetőinek és a szakszervezet körében máris „enyhe nyugtalanságot” kelt.

Ezek csak a főbb aspektusai egy – nyugodtan kimondhatjuk – minden szempontból teljesen különböző kultúrájú üzleti kapcsolatnak. Egy ilyen – különböző üzleti/technikai kultúra miatti bukást és annak okait már ismerjük, lásd a Daimler-Chrysler példáját. Most kell, hogy figyelmeztessék: a jelenlegi Fiat-Chrysler kooperáció alig pár éves, a „sűrűje” még csak ezután fog jönni. Majd kb. 6–10 év múlva látjuk ezt az interkontinentális együttműködést reálisan.

Vajon működhet-e ez a heterogén francia-amerikai konstrukció?

A sokféle véleményből kihallok egy furcsa „zörejt” is. Igen, ez az a hang, amikor az autós „Top-Managerok” és marketingszakemberek a fejüket vakarják.

PONYICZKY LÁSZLÓ

Forrás:

<http://www.wiwo.de/unternehmen/autó/autóindustrie-facelift-fuer-twin-go/6277778-3.html>

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/autó-mobilindustrie-gm-und-peugeot-wollen-gewengewicht-zu-vw-bilden-11674336.html>