



- I 43 Ghosn intelme az autógyártóknak
- I 43 Lancia lesz a Chryslerből, megszűnik a Mercury

- I 44 A drezdai „üvegmanufaktúra” a kínai piacra épít
- I 46 9,2%-kal több új autót értékesítettek az EU-ban – Statisztika

Ghosn intelme az autógyártóknak

Carlos Ghosn, a Renault-Nissan Szövetség elnöke május 25-én a Detroit Economic Clubban tartott előadást. A brazil születésű autóipari szakember szerint az autógyártók túlélésért folytatott harcában a méretnek igenis nagy szerepe van. Az évi 3 milliónál kisebb gyártási volumenű márkák nem életképesek – állítja Ghosn, ezzel alátámasztva, hogy a Renault-Nissan Szövetség miért kötött együttműködési megállapodást a Daimlerrel.

A növekvő költségekkel és a globális iparág egyre nagyobb kiterjedésével szembenező autógyártóknak versenyképesnek kell lenniük minden technológiai területen, az összes piacon és mindegyik járműszegmensben – csak így lehetnek sikeresek. A három közül egy vagy két területen kompetensnek lenni nem elég, és csak a legnagyobb vállalatok tudják teljesíteni egyszerre a három kritériumot.

Áprilisi számunkban számoltunk be a Renault-Nissan és a Daimler stratégiai együttműködéséről, amelynek keretein belül mindkét cégcsoport már rövid távon előnyökhöz juthat, számos közös terv megvalósítása és jól bevált gyakorlataik, eljárásaik megosztása révén. A két vállalkozás kölcsönösen vásárolt egymás részvényeiből, a Renault-Nissan Szövetség 3,1%-nyit a Daimlerből, a Daimler pedig 3,1%-ot a Renault-ból és szintén 3,1%-ot a Nissanból.

Ghosn szerint a technológiák egyre költségesebbek lesznek. Az autógyártóknak párhuzamosan kell fejleszteniük a benzines, dízel, hibrid és villamos technológiákat, mivel nem tudják megjósolni, melyik lesz a nyertes. „Jelen kell lenniük minden piacon – és ez nemcsak Japánt, Európát és az Egyesült

Államokat jelenti ezentúl, hanem Brazíliát, Oroszországot, Kínát, Indiát sőt még Indonéziát is. Rétegmellekkel pedig nem lehetünk életképesek, ezért jelen kell lenniük az alsó, felső és a négykerék-hajtású szegmensben is” – állítja a Renault-Nissan Szövetség első embere.

A francia Renault és a japán Nissan nem konszolidálják pénzügyi eredményeiket, és bizonyos mértékben független vállalatok maradtak, de együttműködnek a közös platformok, erőátviteli rendszerek és a gyártás területén is. A Renault 44%-os részesedéssel rendelkezik a Nissanban, míg a Nissan 15%-ot birtokol a Renault-ból. Az effajta szövetség sokkal rugalmasabb, mint egy hagyományos egyesülés – állítja Ghosn. Az együttműködés pozitív példaként hozta fel a Daimlerrel való megállapodást is, melynek során a két gyártó közösen hoz létre egy új kisautóplatformot a Smart számára. A technológiák költségei, és Ghosn szerint együttműködő partner van szükség, ugyanis egyik gyártó sem engedheti meg magának, hogy egyedül dolgozzon.

Az elnök kitért arra is, hogy a kínai autópiacon rohamosan fejlődik, és a kínai autógyártók



hamarosan jelentős szereplők lesznek az ágazatban. „Jelenleg nincs globális kínai autógyártó. De hamarosan egy kínai vagy esetleg indiai gyártó megvesz valakit, akit senki más nem akar, és világszintű tényezővé válik. Ez gyorsabban bekövetkezhet, mint arra bárki is számítana. Úgy, ahogy a koreaiak tették az elmúlt években. Semmi sem örökké változatlan az autógyártó iparban” – zárta elmélkedését Carlos Ghosn.

ONÓDI GÁBOR

Forrás:
Automotive News Europe

Lancia lesz a Chryslerből, megszűnik a Mercury

Carlos Ghosn és az általa irányított Renault-Nissan Szövetség mellett természetesen a riválisok közül is többen a nagy autógyártó vállalkozásokban hisznek. Tavaly februári számunkban írtunk a Fiat-Chrysler szövetség létrejöttéről. Az együttműködés legújabb napvilágot látott részlete szerint Európából jövőre eltűnik a Chrysler márkanév, helyette a Fiat tulajdonában lévő Lancia fogják használni. Kivételt képez Nagy-Britannia és Írország, ahol a Lancia márka kevésbé ismert. A Jeep-et is értékesítő márkakereskedések független Jeep-kereskedésekké válnak. A Dodge márkanév fennmarad, kínálata azonban főként az USA-ból importált sportautókból áll majd. Mindez azt jelenti,

hogy valószínűleg jelentősen átalakul az érintett márkák kereskedői hálózata is.

A globalizáció egy másik jele, hogy egyes nagy gyártók igyekeznek kínálatukat minél kevesebb márkanévbe összpontosítani. A legjobb példa a Chrysleren kívül a két másik amerikai őriás. A General Motors 2004-ben szüntette meg az Oldsmobile márkát, idén már nem gyártanak Pontiacot, és az év végéig bezár a Saturn és a Hummer is. A legújabb hírek szerint a Ford is megváltik idén egy márkájától, a hetvenéves múltra visszatekintő Mercury-től. A fő okok a kereslet visszaesése és a márka rossz piaci pozicionálása.