

Búcsút vesznek a családi cirkálóktól Amerikában

Az amerikai gazdaság növekedési ütemének mérséklődése nem hagyja érintetlenül az ország autópárát és autópiaát sem. Tavaly a világ első számú autópiaán rekordmennyiségű, 17,4 millió darab új gépkocsi talált vevőre, de a kedvezőtlen gazdasági kilátások miatt a következő három esztendőben az értékesítés akár húsz százalékkal is visszaeshet az előrejelzések szerint. Ebben a helyzetben az amerikai autógyárak (is) igyekeznek jócskán szélesíteni modellválasztékukat.

Gonda György

Az amerikai autóeladási statisztikák tanúsága szerint tavaly csaknem annyi – 8,3 millió darab – úgynevezett könnyű teherautót (light truck) értékesítettek, mint hagyományos személykocsit. Az USA-ban a light truck kategóriába tartoznak a kis platós teher-

autók, a sportkocsik, a dzsipek és az egyéb „autómutánsok”.

Az autógyárak a piaci részesedés megtartása, esetleges növelése érdekében ontják az egyterűket, a kisbuszokat, a városi törpeautókat, a négykerék-meghajításos monstrumokat, a sportkocsikat stb. különböző kivitelezésben és választékban. Ezen járművek

iránt az elmúlt évtizedben igen csak megnövekedett a fizetőképes kereslet, miközben számottevően visszaesett a hagyományos személykocsik, valamint a nemrégiben még oly népszerű családi autócirkálók iránti érdeklődés. Autóipari szakértők egybehangzó véleménye szerint ma már nem tudnának megélni, a piacon maradni azok a gyártók, amelyek kizárólag hagyományos személykocsikat állítanak elő. Az amerikai családok ugyanis a hagyományos kocsikból néhány év alatt „átültek” a light truck kategória széles választékának típusaiba.

Az előzetes adatok szerint a General Motors, a Ford és a Chrysler tavalyi nyereségének döntő többsége a light truck üzletágból származott. A light truck kategóriába tartozó kocsik többsége nyereségtartalma meglehetősen magas. A Chrysler esetében a light truck kocsik külföldi értékesítésének megugrása segített a hatalmas hazai veszteségek ellensúlyozásában.

A könnyű teherkocsik kategóriába tartozó autók bővülő piaca ellenére a detroiti „három nagy” az Egyesült Államokban kénytelen volt piaci részesedése csökkenését elszenvedni. Ugyanis az

európai, a japán és a dél-koreai gyártók mind az USA-ban, mind pedig a világ legtöbb autópiaán növelték részesedésüket ebben a kategóriában. Ráadásul a külföldi gyártók ezeket a kocsikat nemcsak az USA-ba exportálják, hanem ottani gyáraikból az amerikai és a külföldi piacokat is ellátják.

Visszatérve a konjunktúra várható alakulására: az amerikai autóipari elemzők termelési és értékesítési előrejelzéseiket szinte havonta módosítják lefelé, s abban is egyetértenek, hogy a legkedvezőtlenebb kilátásokkal a Chrysler rendelkezik.

A korábbi gazdasági visszaesés-

sek, recessziók idején a leggyengébb autógyárak igencsak hamar bajba kerültek. A '70-es évek közepéig idején Detroit például kénytelen volt számottevően csökkenteni kocsijainak méretét, üzemenyag-fogyasztását. Elsődleges szempont volt az üzemenyag-fogyasztás gazdaságossága, mert ezen a területen kellett elsősorban versenyezniük az amerikai gyártóknak a korábban „ébredő” európai és japán autóipari cégekkel.

Most pedig a rugalmas, gyorsan alkalmazkodó gyártási technikák, technológiák mielőbbi alkalmazása biztosíthatja a túlélést és a profitot a leggyorsabbaknak. Igencsak sebezhetővé lettek azok a gyárak, amelyek ma már csak hagyományos kocsikat képesek előállítani, s nem rendelkeznek úgynevezett flexibilis gyártósorokkal. Nagy-Britanniában például a Ford bezárja dagenhami gyárát, a General Motors pedig lutoni üzemében szünteti be a termelést. Mindkét gyár kizárólag középkategóriás személykocsik előállítására rendezkedett be. Az elmúlt öt esztendőben viszont ebben a kategóriában Európában húsz százalékkal csökkent a fizetőképes kereslet.

A vezető autóipari cégek számára a talpon maradás érdekében nem maradt más választás, mint a széles modellválasztékot viszonylag kis szériában előállítani, s nem egy vagy két nagy értékesítési volument jelentő modellt. De az új helyzethez kénytelenek alkalmazkodni a gyárak, s megújítva sorra dolgozzák ki és vezetik be a költségsökkentő stratégiákat és módszereket.

Ezek közül a leginkább elterjedtek az úgynevezett platformstratégiák. Arról van szó, hogy egy-egy gyár igyekszik mind több azonos alkatrészt, részegységet felhasználni különböző modelljeiben. Például az igencsak eltérő külső ellenére a Ford-családdhoz tartozó Jaguar-S, a Lincoln LS és a Thunderbird nagyszámú azonos komponenset tartalmaz.

A platformstratégia egy másik irányzatát jelenti, hogy egy-egy gyártósorról több modell is lekerül, vagyis rugalmas a termelés, az összeszerelést gyorsan át lehet állítani egyik modelltől a másikra. Ennek a módszernek az a nagy előnye – és egyben gazdaságossága –, hogy amikor valamelyik modell kereslete csökkenőben van, a népszerű, bővülő keresletű kocsik gyártását szinte azonnal lehet fokozni ugyanazon a szerelősoron. (Az autóiparban a Toyotát tartják a legrugalmasabb cégnek a gyártás és a piaci igények összehangolásának tekintetében.)

Az előrejelzések szerint a következő években a nem hagyományos gépkocsik választéka, kínálata továbbra is gyors ütemben bővül majd. Elemzők arra számítanak, hogy csak a sportkocsik piacán hamarosan 70-re növekszik a modellek száma. Túlás volna viszont az állítani, hogy beakonyult a hagyományos autóké. A gyártók most azon fáradoznak, hogy ezeket a modelleket érdekesebbé, kihívóbbá, amerikai kifejezéssel szexisebbé tegyék.

Több cég szándékozik megkezdeni az úgynevezett retrogyártást: a mai technikát és technológiát az ötvenes évek formáiba „csomagolják”. A Ford új Thunderbirdje, valamint a Chrysler PT Cruisere, amely az USA-ban az év autója, például már az ötvenes évek formáit hozza vissza.

Csodák természetesen az autóiparban sincsenek, de a gyártók mindent elkövetnek, hogy alkalmazkodjanak az új keresleti szokásokhoz, kínálatukat még vonzóbbá tegyék. S miközben a modellválaszték számottevő szélesítésével kénytelenek korábbi viszonylag „kényelmes” profitjuk egy részéről lemondani, olyan új termelési módszereket és technikákat vetnek be, amelyek egyrészt „visszacsempészik” a nyereséget, másrészt gyors ütemben megújítják az ipart. S természetesen mind kevesebb a gyilkos versenyben azon autógyárak száma, amelyek képesek önállóságukat megőrizni...

REVOLVOLÚCIÓ

Érdeklí egy forradalmian új világ, amelyben mindent megtesznek Önért? Ahol kérésére felkeresik, és igényeivel személyesen foglalkoznak? Mi megteremtettük.

Budapesten közvetlenül a Volvo Autó Hungáriától rendelheti meg autóját, ahol felkészült személyes tanácsadóink igényeit maximálisan figyelembe véve segítik Önt a választásban. Szakértelmünket a továbbiakban Volvo tulajdonosként is élvezheti, hiszen a vásárlás után felmerülő kérdésekben is folyamatosan rendelkezésére állunk.

Látogasson el az újonnan megnyílt Volvo Galériába és modelljeinken kívül megismerheti a Volvo forradalmian új világát is!

SZEMÉLYESEN A VOLVÓTÓL

Volvo Galéria – WestEnd City Center

1062 Budapest, Váci út 1-3/c.

Info-vonal: 238-8150

www.volvocars.hu

VOLVO
for life

A Renault fúzió nyomán újjáéled a Nissan

Mind több jel utal arra, hogy kezd magához térni a Nissan, s jól működik a döntően a Renault által kidolgozott újjáélesztési terv. A 36,8 százalékban Renault-tulajdonban lévő Nissan – amelynek vezérigazgatója az igen energikus francia Carlos Ghosn – az elmúlt hónapokban egyre több pozitív hírt hallatt magáról, egyre több a kedvező történet a cég körül, s kibontakozóban van egy világméretű offenzíva is.

Gonda György

Autóipari szakértők véleménye szerint a Nissan–Renault szövetség a gyakorlatban is működik, s mind több kézzelfogható eredménye van az átszervezési, a költségsökkentési, a közös gyártásszervezési és modellfejlesztési stb. programoknak, projektek-

nek. A kibontakozó sikerben nem kis szerepe van a szakértők szerint a Renault kemény kezű és határozott vezetésének valamint stratégiai elképzelései megvalósításának.

A Nissan-újjáéledés, az új stratégia megvalósítása, valamint a kitűzött nyereségcélok elérésének egyik központi és

meghatározó piaca az észak-amerikai. Carlos Ghosn szerint a nem igazán kedvező amerikai autóipari konjunktúra ellenére a Nissannak nem rosszak a kilátásai az óceán túlsó partján, ugyanis olyan kínálat-csomaggal lép a színpadra a következő hónapokban, amelynek „elemeire” – nagy méretű pick up kocsik, sportjárművek, valamint az újjávarázsolt „Z” sportautó – minden piacutatás szerint jelentős fizetőképes kereslet mutatkozik. A tervek szerint az egyes, várhatóan jó keresletnek örvendő típusokat és modelleket egymást

követően dobják piacra, mint egy többlepcsős rakéta egy-egy elemét.

Ghosn szerint a Japánból az USA-ba tartó autóexport árfolyam-kockázati vesztesége minimalizálható, illetve gyakorlatilag kiküszöbölhető azzal, hogy a pick up kisteherautókat, valamint a sportkocsikat behozatal helyett helyben állítsák elő, nevezetesen a nemrégiben 930 millió dolláros beruházással elkészült gyárban, Mississippi államban. (A nagyságrendeket jól érzékeltetik az alábbi összehasonlítások: az USA-ban évente 2,2

millió darab kisteherautót vásárolnak, ez a mennyiség a teljes éves japán autóipari kereslet felével egyenlő. Ugyancsak sokatmondó, hogy az Egyesült Államokban és Kanadában évente annyi sportkocsi talál gazdára, mint ahány kocsit az összes kategóriában egy év alatt értékesítenek a Közép-Keleten. (Ráadásul a Nissan igyekszik minél több alkatrészt és részegységet az amerikai gyárai számára helyi beszállítóktól beszerezni, ezzel is csökkentendő az importban a dollár/jen árfolyam ingadozásának veszélyeit.

A Nissan vezérigazgatója szerint némi kockázattal jár az amerikai piacra történő esetleges túlzott összpontosítás, de megítélése szerint cége számára ott van igazi lehetőség a nyereséges működésre. Ugyanakkor azt is hangsúlyozza, hogy a Nissan igyekszik elkerülni a nagyobb mértékű függést az amerikai piactól. Ennek egyik biztató jele, hogy az előrejelzések szerint a Nissan 27 éve óta először növeli majd jövőre piaci részesedését Japánban.

Az újjáélesztési terv keretében Japánban és más országokban bezárnak néhány üzemet, ésszerűen csökkentik a beszállítók számát és drámai mértékben szeretnék mérsékelni az adósságokat. Ghosn szerint a Nissan átszervezésének, talpra állításának minden sikeres lépése azt „üzeni” a piacnak és a versenytársaknak, hogy a céggel ismét számolni kell, visszatért.

Ezt a célt is szolgálja az a nemrégiben tett bejelentés, amely szerint a Renault és a Nissan évi 2 millió darab olyan autót gyárt majd, amelyek padlólemeze (platformja) közös. Jelenleg a két autógyár összesen több mint 30 féle platformra épít kocsikat, s 2010-re ezek számát tízre szándékoznak csökkenteni. A jelenleg fejlesztés alatt álló kiskocsi platformot a Clio és a Micra gyártásánál használják majd először. Érdemes megjegyezni, hogy a két cég összesen 300 millió dollárt fordít kis és közepes méretű kocsik közös platformjainak kifejlesztésére. Számítások szerint néhány éven belül mind a Renault, mind pedig a Nissan által gyártott kocsik 50 százaléka közös platformra épül majd. Hírek szerint a közepes méretű gépkocsi kategória számára kifejlesztendő platformot a Nissan az Almerák, a Renault pedig a Mégane-ok következő generációja gyártásánál használja majd először.

A rövid távú tervek között szerepel – ezek egy részének gyakorlati megvalósítása már folyamatban van – egyes alkatrészek és részegységek egységesítése a két cég modelljeinél, a minél szélesebb körű közös beszerzés (amelytől jelentős költségsökkentést is várnak), valamint az európai marketing és értékesítési politika összehangolása és összevonása. Időközben eldőlt, hogy a Nissan Nagy-Britanniában fogja gyártani a Micra új modelljeit. (A Micra gyártásáért a Renault egyik franciaországi gyára is versenybe szállt, de a sok tényezőt felölelő elemzés a szigetország mellett foglalt állást.)

A tervek szerint az új Micrák gyártása 2003-ban indul a Nissan sunderlandi gyárában. Ennek a brit gyárnak jelenleg évi 330 ezer darab kocsi kapacitása, s a Nissan 335 millió dolláros beruházása nyomán az üzem évi félmillió kocsi előállítására lesz képes. (Ezzel a kapacitással a Nissan-üzem Nagy-Britannia legnagyobb autógyára lesz.) A Nissan láthatóan folyamatosan fejleszti és bővíti sunderlandi gyárát, amely 10 esztendő alatt több mint 1,3 milliárd dollár befektetésben részesül. Sunderlandban a Nissan ötezer munkást foglalkoztat gyárban és a környéken jelentős számú beszállítónak biztosít folyamatos megrendelést és ezen keresztül mintegy tízezer dolgozónak munkalehetőséget.

A sunderlandi gyár kibővítése nem lesz fájdalommentes a menedzsment számára: Carlos Ghosn elvárása, hogy még hatékonyabbá kell tenni a folyamatban lévő költségsökkentési programokat, vagyis a következő 3 évben összesen 30 százalékkal kell mérsékelni a költségeket. A beruházási döntés meghozatalával a Nissan és természetesen a Renault vezetés egyértelművé tette, hogy a Nissan számára Nagy-Britannia a legfontosabb európai hídfőállás, s a cég üzletpolitikájában távolról sem írta le földrészünket, hanem a világméretű offenzíva keretében Európában is növelni kívánja piaci részesedését.

A mellékletet szerkeszti:
Tar András

REVOLVOLÚCIÓ



Érdeklí egy forradalmian új világ, amelyben mindent megtesznek Önért? Ahol kérésére felkeresik, és igényeivel személyesen foglalkoznak? Mi megteremtettük.

Budapestten közvetlenül a Volvo Autó Hungáriától rendelheti meg autóját, ahol felkészült személyes tanácsadóink igényeit maximálisan figyelembe véve segítik Önt a választásban. Szakértelmünket a továbbiakban Volvo tulajdonosként is élvezheti, hiszen a vásárlás után felmerülő kérdésekben is folyamatosan rendelkezésére állunk.

Látogasson el az újonnan megnyílt Volvo Galériába és modelljeinken kívül megismerheti a Volvo forradalmian új világát is!

SZEMÉLYESEN A VOLVÓTÓL

Volvo Galéria – WestEnd City Center

1062 Budapest, Váci út 1-3/c.

Info-vonal: 238-8150

www.volvocars.hu

VOLVO
for life

Hullámvölgy után ismét csúcson van a Porsche

A stuttgarti székhelyű Porschének nem lehet panasz az üzletmenetre, hosszas hullámvölgy után a patinás cég ismét dinamikusan növekszik, és igencsak nagy ívű tervek megvalósításán munkálkodik.

Gonda György

A nyolcvanas évek első felében a Porsche megkésztette értékesítését, s 1985-ben már mintegy 53 ezer sportkocsit adott el. Az 1987-es tőzsdeválás, valamint a kilencvenes évek elején bekövetkezett világméretű gazdasági

visszaesés nem hagyta érintetlenül a Porsché-t sem: 1992-ben a cég mindössze 14 ezer autót értékesített, s 240 millió márka veszteséget halmozott fel. Sokan joggal tartottak attól, hogy a vállalat nem tud többé megállni a saját lábán, s felvásárolja valamelyik nagyobb autógyár.

Ez nem következett be, s napjainkban a Porsche nemcsak független, hanem kivívta a világ vezető autógyárainak megbecsülését és elismerését is. Tavaly az értékesítés megközelítette az 50 ezer kocsit, s a cég profitrátája elérte a 12 százalékot. Hat esztendő

alatt részvényeinek árfolyama a tőzszeresésre emelkedett, s ma megközelíti a 3100 dollárt. Az üzlet virágzik, amelynek egyik jele, hogy a cég februárban bemutatótermet nyitott Pekingben.

Minek, illetve kinek köszönhető a Porsche legújabb sikertörténete? A szakértők válasza egybehangzó: a sikerek mögött Wendelin Wiedeking vezérigazgató áll. Wiedeking hosszú időn át a cégnél dolgozott mérnökként, s a vezérigazgatói széket a mélypontra, vagyis 1992-ben foglalta el. Hamarosan áramvonalasította a termelést, és jócs-

kán lefaragta a költségeket. A klasszikus 911-es sportkocsi gyártási ideje ma 60 százalékkal rövidebb, mint 1992-ben volt, s a stuttgarti egyetlen szerelőszor ma már képes a cég két alapmodelljének bármilyen variációját előállítani. A vezérigazgató újtársa bocsátotta a Boxter modellt, s ugyanebben az időben újjászülött a 911-es is. Mindkét kocsi hatalmas üzleti sikert hozott és hoz a cég számára.

Ami a cég jövőjét illeti, nem hagyható figyelmen kívül az amerikai gazdaság teljesítményének alakulása, ugyanis a Porsche jócs-



Foto: Európa Mobil

kán élvezte az erős dollárt, valamint az USA gazdaságának hosszan tartó magas növekedését. A cég az elmúlt négy-öt évben kocsijainak 40 százalékát az amerikai piacon értékesítette.

Ismeretes, hogy az amerikai gazdaság növekedése idén számottevően lelassult, s a dollár is meggyengült. Egyelőre ebből a stuttgarti cég nem érez semmit, az USA-ban meglehetősen sokan várnak előjegyzett Porschéjukra. Amennyiben az USA-ban és más piacokon a kereslet visszaesik, a Porsche azonnal csökkenteni tudja termelését és működési költségeit, tehát gyors választ tud adni a piaci kihívásra, és ma már nem jelent gondot a talpon maradás sem egy esetleges vészhelyzetben.

Tavaly 16800 Boxtert – a vállalat teljes termelésének mintegy egyharmadát – a finn Valmet cég szerelte össze, amely a Porsché-tól minden kocsi után kap fizetséget. Szükség esetén a finnországi gyártás azonnal leállítható, s ez nem kerül 10 millió márkába sem. A stuttgarti munkások jelentős része nem alkalmazott, hanem vállalkozói szerződés alapján dolgozik, s ez a rendszer a költségek szempontjából is igencsak rugalmasabbá teszi a termelést. A Porsche tehát több oldalról is felkészült egy nem kizárható kedvezőtlen üzletmenet „átvészelésére”.

Wiedeking vezérigazgató számára központi kérdés a cég termelésének mértéke. Jövőre kezdik el értékesíteni a Cayenne, úgynevezett sporthasznármű kocsit (sport-utility vehicle, SUV), amelyet az új lipcei üzemben gyártanak majd. Az autópiacon belül a SUV-ok piaca igen dinamikusan bővül, egyes statisztikák szerint ez a leggyorsabban növekvő terület a fizetőképes autók keresletnek.

A felmérések szerint a Porsche-tulajdonosoknak még van két másik kocsijuk is, amelyek közül az egyik általában SUV. A vezérigazgató igen optimista a cég jövőjét illetően, véleménye szerint a Cayenne értékesítése nyomán a cég bevételei legkevesebb 50 százalékkal növekednek majd.

Némi kockázatot jelent, hogy a Cayenne-nek a hasonló kategóriájú BMW X5-tel és a Mercedes M osztállyal kell versenyeznie. Való igaz, hogy a Cayenne-t a Porsche alkalmazottain kívül állítólag senki nem látta, viszont Wiedeking szerint ismét egy „igazi” Porschéról van szó, hiszen a név kötelez.

S ma már nem titok, hogy a vezérigazgató 2003-ban egy valódi „csemegével” kívánja meglepni a sportkocsik tehetséges szerelmeit. A csodakocsit a tavaly őszi Párizsi Autószalonon már láthatta a közönség, a szaksajtó pedig nem kisebb személyiség, mint a volt ralivilágbajnok Walter Röhrl közreműködésével ismerkedhetett meg a valaha is készült legerősebb és legkülönlegesebb német sportkocsival. A tervek szerint a Carrera GT végeleges, sorozatgyártású változata négy másodperc alatt gyorsul majd fel 100 kilométeres sebességre, s végsebessége 330 kilométer lesz. A superkocsi ára egyelőre nem ismert, de annyi bizonyos, hogy Wiedeking üzleti filozófiája és gyakorlata alapján nem termel majd veszteséget a Porsche számára.

JELKÉP, MEGGYŐZŐ ÁRON

Egy szimbólum, amely a biztonságról, a kényeletről és a stílusról szól. Egy szimbólum, amelynek az ára valóban meggyőző.

VOLVO S40 4 990 000 FORINT*

VOLVO

for life

info-vonal: 238 8150

www.volvocars.hu

A Volvo S40 és V40 modellek dízel változatban is megrendelhetők. Az S40 1.9 D ára 5 990 000 Ft.*

A Volvo S40 és V40 modellek kivételesen gazdag alapfelszereltsége: légkondicionáló (AC), vezető- és utasoldali légzsák, függőnylégzsák, SIPS oldalütközés-védelmi rendszer oldallégzsákokkal, WHIPS orostorcsapás-nyaksérülés elleni védelem, ABS EBD-vel és első elektromos ablakemelők.

*260 HUF/Euro árfolyamon.

Várjuk a Volvo Galériában a WestEnd City Centerben: 1062 Budapest, Váci út 1-3/C. • Márkakereskedőink is készséggel állnak rendelkezésére: **Budapest:** Ivanics Kft. 1221 Kártya u. 1-3. Tel.: 226 2232 • **Békéscsaba:** Metcar Kft. Tel.: 66 323 394 • **Debrecen:** Belme Autó Kft. Tel.: 52 424 805 • **Győr:** Blaskovics Autószalon Kft. Tel.: 96 413 007 • **Kecskemét:** Jansik Autóház Kft. Tel.: 76 498 555 • **Miskolc:** Belme Autó Kft. Tel.: 46 530 060 • **Nyíregyháza:** Belme Autó Kft. Tel.: 42 506 166 • **Pécs:** Autokont Kft. Tel.: 72 538 555 • **Szeged:** Metcar Kft. Tel.: 62 425 481 • **Székesfehérvár:** Ivanics Kft. Tel.: 22 319 990 • **Zalaegerszeg:** Autó Mihók Kft. Tel.: 92 316 945 • **Budapest:** Duna Interservice (csak szerviz) 1037 Zay u. 24. Tel.: 250 4522

A heti rovatot szerkeszti:
Tar András

Új arculatot kap három Fiat-márka

Palotaforradalom a konszernél amerikai nyomásra

A közeljövőben jelentősen megváltozik a Fiat-konzern mindhárom márkájának arculata. Ez valószínűleg elsősorban a General Motors tulajdonszerzésének tudható be, hiszen az amerikaiak mindig is élen jártak a piackutatásban és a marketingben. Az új évezredben a járművek fejlett műszaki színvonalra alapkövetelmény, jelentős értékesítési sikert leginkább különleges formaterpvel, a vásárlói szokások tanulmányozásával és kielégítésével lehet elérni. A Fiatnál pontosan ezt tervezik.

Tóth Milán

Úgy tűnik hamarosan valóra válik az a néhány évvel ezelőtt még képtelennek tűnő jóslat, miszerint a XXI. század elejének autógyártása néhány világméretű konszern kezében összpontosul. A fúziók és együttműködések sokasága, a közös gyártás előnyeinek kihasználása mind azt a tényt erősítik, hogy az autózás hőskora véget ért. Ma már a fejlett műszaki színvonal olyan alapkövetelmény, amelynek teljesítése nélkül egyetlen gyártó sem képes még rövid ideig sem életben maradni. Márpedig az elmúlt száz évben alapvetően ez különböztette meg egymástól a járműveket. Ma viszont a hatalmas cégek a felvetett, vagy éppen kipuhított igényekhez szabják járműveiket. Meg kell barátkozni azzal a gondolattal is, hogy minden vásárló része egy bizonyos célcsoportnak kell megfelelni, amit megfelelő designnal; belső kialakítással és átfogó reklámkampánnyal igyekeznek elérni.

Ez Amerikában már régóta így működik, s mivel Európa élet-színvonalra lassan kezd megközelíteni a tengerentúliét, így nem csoda, hogy az ottani metodusok is elterjedőben vannak. A General Motors tavaly részvényesere formájában jutott jelentős tulajdonhoz a Fiat-konzernben (a GM részvényeinek öt százalé-

kért cserébe megkapta az olasz vállalat részvényeinek egyötödét). Nem sokkal később a nemzetközi hírv szakember, José Diaz Ruiz (korábban a legnagyobb német cégeknél is szolgált) került a Fiat fejlesztésének élére. S lássunk csodát a napokban nagyszabású nemzetközi sajtótájékoztatón ismerkedhetünk meg az olasz konszern teljesen átalakított jövőjével.

A Fiat márkáinál elsősorban a minőségi kifogások okoztak, s okoznak problémát ma is. A pillanatok alatt nemzetközivé alakított (németekkel, franciákkal és angolokkal kiegészített) fejlesztőgárda erről tudomást sem vesz, a műszaki színvonal emelése és állandósítása magától értetődő, így nem is igen vesztegettek túl sok szót rá.

Ennél sokkal fontosabb, hogy a konszern három márkája egymástól jól elkülöníthető, a korábbi jóval markánsabb és pozitívabb arculatot kapjon. A Lancia-nál például egyértelműen a Thesis lesz az új éra legelső darabja. Az új modell már érezhetően átértékeli a márkáról eddig fennálló elképzeléseket, ráadásul ennek a kategóriának az eladásai Európában az elmúlt négy évben közel 50 százalékkal nőttek. A Thesis joggal követel helyet a piacon: különleges formája, szokatlanul igényes belső tere a luxusautók egy új generációjának

közeledtét ígéri. De a termék nem minden, a kiszolgálás minőségének nagyságrendekkel történő növelése is cél, amit az átalakított márkakereskedésekkel, illetve újrarendelt vevőkommunikációval igyekeznek majd elérni. Ennek a tervnek a részletessége elképesztő, olyan apróságokkal is foglalkozik, mint a hosszabb távú próbaut (hosszabb idő alatt a vásárló jobban megismerkedhet a márka értékeivel, vagyis beleszerethet az autóból), vagy kereskedésekben elhelyezendő információs pult és recepció.

Másik fontos szempont az eladás utáni kapcsolattartás, vagyis a szerviz. Erre mindeddig nem fordítottak megfelelő figyelmet, ám az új elv szerint a vásárlók márkahűsége egyértelműen az értékesítés után sem hanyagolható figyelemmel kell kezelni.

Ez az alapelv érvényes az Alfa Romeóra is, bár a konszern márkái közül talán az Alfa rendelkezik a legjobb arculattal. A sportos és dinamikus jellemzők mellé a közeljövőben felzárkózik a divat is, mert a kocsis vásárlói között túlnyomó többségben vannak a jómódú fiatalok.

A márka exkluzivitását olyan modellekkel igyekeznek tovább növelni, mint a GTA-sorozat. A hamarosan bemutatkozó sportmodellek az 1965-ben debütált (s akkor valamennyi versenyen diadalmaskodó) Giulia Sprint GTA által elért sikereire emlékeztetnek. A kombi és négyajtós karosszériában is megjelenő különleges változatot 3,2 literes V6-os benzines erőforrás hajtja majd, az alap-típusokhoz képest komolyan megváltoztatják a futóművet, a fékrendszert, sőt a Selespeed-váltót is

továbbfejlesztik a Forma-1-es technológia alapján.

Márkaidentitás szempontjából talán a Fiat változik majd a legkevésbé, itt elsősorban a termékek minőségi színvonalának emelése a lényeg. Az olasz filozófia, az élet szerete, a mindennapok élvezete még nagyobb hangsúlyt kap majd a közeljövőben. Mindezt olyan jó minőségű és jól átgondolt modellpalettával váltják majd valóra, mint a hamarosan bemutatkozó Stilo. A Fiat legújabb járműve a Bravo/Brava párost váltja le. Ennek megfelelően kétféle karosszériával készül, ám a két modell még a korábbihoz is eltérőbb karakter. Az ötajtós változat belső kialakítása a kompakt buszlimuzinokat idézi, ráadásul a kocsis magasabb háromajtós testvérénél, s övönala is jóval alacsonyabb. A családi autónak kinevezett változat elsősorban a kényelemre és az utasok minél komfortosabb szállítására helyezi a hangsúlyt. Nem így a háromajtós. A szűk oldalablakok, s a jóval robusztusabb kialakítás a sportos vezetők igényei szerint készült, s gyakorlatilag ennek rendelték alá a jármű többi részletének kialakítását is.

Az új éra eljövételéről persze nem csak az újságírókat tájékoztatták, korábban 25 ország 2180 márkakereskedésének tulajdonosai, mintegy 6000 fő vett részt egy hasonló konferencián. Kérdés csak az, hogy ezek a kereskedők, akik az elmúlt években az olasz temperamentumú ügyvitelhez voltak hozzászokva, hogyan képesek átváltni az új követelményrendszerre. José Diaz Ruiz szerint ez nem kérdés. Követelmény.



Lancia Thesis



Alfa Romeo 156 GTA



Fiat Stilo

VISSZAPILLANTÓ TÜKÖR

Őrizetlenül

Egyszer volt, hol nem volt, de az biztos, hogy az idősebbek még emlékeznek rá, hogy Magyarországon is volt valaha, tán még a '90-es évek elején is autópálya-rendőrség. Azután szakemberek addig hányták vetették az okos gondolatokat, hogy arra bizony nincs szükség, meg drága is. Majd a megyei kapitányságok a hozzájuk tartozó autópályaszakaszokon járőröznek. Szép, jeles eszmék voltak ezek, még akkor is, ha az a rút valóság be is bizonyította, hogy az elmélet sajna olykor eltér a papíron megálmodott egyszerű ötletektől. Az autópálya-rendőrség visszaállítását az utóbbi időben ismét javasolják és nem véletlenül. Persze most sem kapott zöld utat az elképzelés, mert Montecuccolinak igaza volt, hogy három dolog kell a hálóruhoz, pénz, pénz és nem utolsó sorban pénz, és ez a törvényesítés az élet minden területére igaz. A megyei kapitányságok ma sem dúskálnak a hazai fizetőeszközben és vélhetően a devizaliberalizáció sem segít rajtuk, mert momentán, ha a benzinkutak immár el is fogadhatják dollárt, márkát, egyebet, félt, hogy egyenruhásainknak abból sincs több, mint forintból. A járőrözéshez pedig kellene belőle jócskán. Az autópályákon ugyanis baj van. Méghozzá nagy. A baj főleg a gyanútlan külföldi turistákat fenyegeti, de magyarokat is érint, és akár ezért, akár azért a mi hírünk lesz rosszabb. Külföldi bandák garázdálkodnak ugyanis az autópályákon. A gépkocsizó tolvajok-rablók a kiszemelt áldozat mellé hajtának, mutogatják, defektes a kerék. Nem hazudnak, hiszen ők szúrták ki a gumit a pihenőhelyen. Amikor a delikvens félreáll, előzékenyen segítene, s eközben egyik társuk legföljebb a nagymamát hagyja a kocsiban, minden más értéket gondosan összegyűjt. A másik trükk, hogy a parkolóban „véletlenül” kicsit nekijátsanak az áldozat kocsijának. Kipattannak az autójukból és sajnálkoznak, no meg persze „segítenek”, lásd, mint fent. Tehetik, rendőrral ugyanis ritkán találkoznak. Igaz, most ígérték az illetékesek, erőteljesebb lesz a jelenlét az autópályákon, de azért talán mégis más lenne, ha állandóan mozogna néhány motoros rendőr, legalább a fenyegetettebb szakaszokon.

VSZGY

Veszteségek a Mitsubishi-nél és a Mazdánál

Nem hivatalos, de gyakorlatilag véglegesnek tekinthető adatok szerint a március 1-én lezárult üzleti évet a Mitsubishi minden időki legnagyobb veszteségével fejezte be. A tokiói cég bejelentette, hogy az elmúlt üzleti évben az óriásvállalat 3,3 ezer milliárd jen (27 milliárd dollár) forgalom mellett 270 milliárd jen (2,2 milliárd dollár) veszteséget halmozott fel.

Gonda György

A rekord deficit több okra vezethető vissza. Gyakorlatilag az összes japán autógyártat igencsak rosszul érintette, hogy az ázsiai szigetország gépkocsiiparán a mélyrepülés több éve tart, s talán idén lehet több nehéz esztendő után némi növekedésre számítani az értékesítés területén.

Számottevően hozzájárult a deficit kialakulásához, hogy az elmúlt üzleti évben a Mitsubishi 1,3 millió autót volt kénytelen felülvizsgálatra visszarendelni. (A visszahívások magas számában az is szerepet játszott, hogy a

korábban visszarendelt 800 ezer gépkocsit másodsor is át kellett vizsgálni.)

Jelentős összegeket emésztett és emészt fel a Mitsubishi-nél folyó cégátalakítás is. Ismeretes, hogy a vállalatban a Daimler-Chrysler 34 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik, s a német-amerikai cég is fontos szerepet vállalt az átalakítási terv kidolgozásában.

A veszteségek felszámolására irányuló terv többek között kiterjed a gyártókapacitások csökkentésére, gyárbezárásokra, munkahelyek felszámolására, a felhasználásra kerülő anyagok csökkentésére, valamint a minőségi munkaerő létszámának növelésére. A terv szerint a cég létszáma 2003-ig 14 százalékkal, vagyis csaknem 10 ezer fővel csökken. Szerény számítások szerint az átalakítási terv végrehajtása mintegy 100 milliárd jenbe (820 millió dollár) kerül. Érdemes megemlíteni, hogy a folyó üzleti évben a DaimlerChryslertől átvett értékesítési technológiától a

költségek mintegy 60 milliárd jenes csökkenését várják.

A korábban előrejelzethez képest háromszorosára növekedett a Mazda vesztesége a tavalyi üzleti évben, s a deficit megközelítette a 157 milliárd jent (1,25 milliárd dollár). A hirosimai székhelyű cégnél a veszteség „megugrást” nem a vállalat helyzetének súlyos romlása, hanem egy pénzügyi döntés okozta. Arról van szó, hogy a korábbi döntésekkel ellentétben a kordkezdésnyes nyugdíjazáshoz, valamint a „rendes” nyugdíjfizetéshez szükséges 158 milliárd jen plusz kiadást nem 15 év alatt írják le. Ezek az összegek deficitet alhelyet, hogy ezek a költségek még 15 esztendőn át terheljék a vállalat eredményeit. (Március végéig a Mazda az anyavállalat alkalmazotti létszámát csaknem 10 százalékkal csökkentette, s a több mint 2200 dolgozó önkéntes távozását elsősorban annak volt köszönhető, hogy a Mazda igencsak nagyvonalú volt a

végkielégítések és a nyugdíjak megállapításában.)

A Mazda a márciusban befejeződött üzleti évben mintegy 2030 milliárd jent árbevételt ért el, ugyancsak kevesebbet a vártnál. Ennek fő oka a lanyha hazai kereslet volt, aminek következtében a tervezettnél 42 ezerrel kevesebb, összesen 967 ezer gépkocsit értékesített a cég. Az autógyár üzemi vesztesége a tavalyi üzleti évben 16 milliárd jent volt.

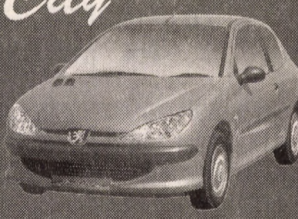
Ismeretes, hogy a Ford 33,4 százalékos tulajdoni hányaddal rendelkezik a Mazdában. Ennek is köszönhető, hogy a japán autógyártó cég a Ford spanyolországi üzemét választotta az európai piacra szánt kocsija gyártásának helyszínéül. A terv szerint a Demio utódját 2003-ban kezdik majd el gyártani. A valenciai üzemben kezdetben évi 40 ezer Mazda gépkocsi készül. A cég a spanyolországi gyártástól a valutaárfolyamok ingadozásai okozta nehézségek megszűnését és a szállítási költségek megtakarítását várja.

Napi autópiaci ajánlat



MH 1970

PEUGEOT City



Kamat? 0%!

Egyes Peugeot 206 modellek akár 0%-os kamatra

PEUGEOT CITY
Bp. XIII., Dózsa Gy. út 61.
☎ 452-0390

NYÁRI AKCIÓ!

Az új Hyundai Accent



egy igazi, elegáns családi autó egy kisautó árértékű, 3, 4 és 5 ajtós változatokban, erős és takarékos 1.3-as és 1.5-ös motorokkal extra felszerelésekkel.

A lendületes Atos



Kényelmes, ösztéményes kompakt egyterű, gazdag opcionális felszereltséggel. Automata váltóval is!

már 1 799 000 Ft-tól

HYUNDAI
A család barát.

HYUNDAI AUTO HUNGARY, Budapest
IX. Soroksári út 138. ☎ 347-6166,
X. Mátyás tér 5. ☎ 260-1995
Hyundai márkakereskedések országsszerte!

Napi autópiaci ajánlat



MH 1970

MINDENT EGY KLIKKRE

www.magyarhirlap.hu

**FÓRUM
JUNIOR
GALÉRIA
SZOLGÁLTATÁS
ÉRDEKES
MELLÉKLETEK
ARCHÍVUM
MAGUNKRÓL**



**BELFÖLD ■ KÜLFÖLD
■ GAZDASÁG ■ KRÓNKA
■ KULTÚRA ■ SPORT
■ VÉLEMÉNY ■ INTERNET
■ TUDOMÁNY ■ MH-ÜGYEK**

MH 1064

Autók és piacok

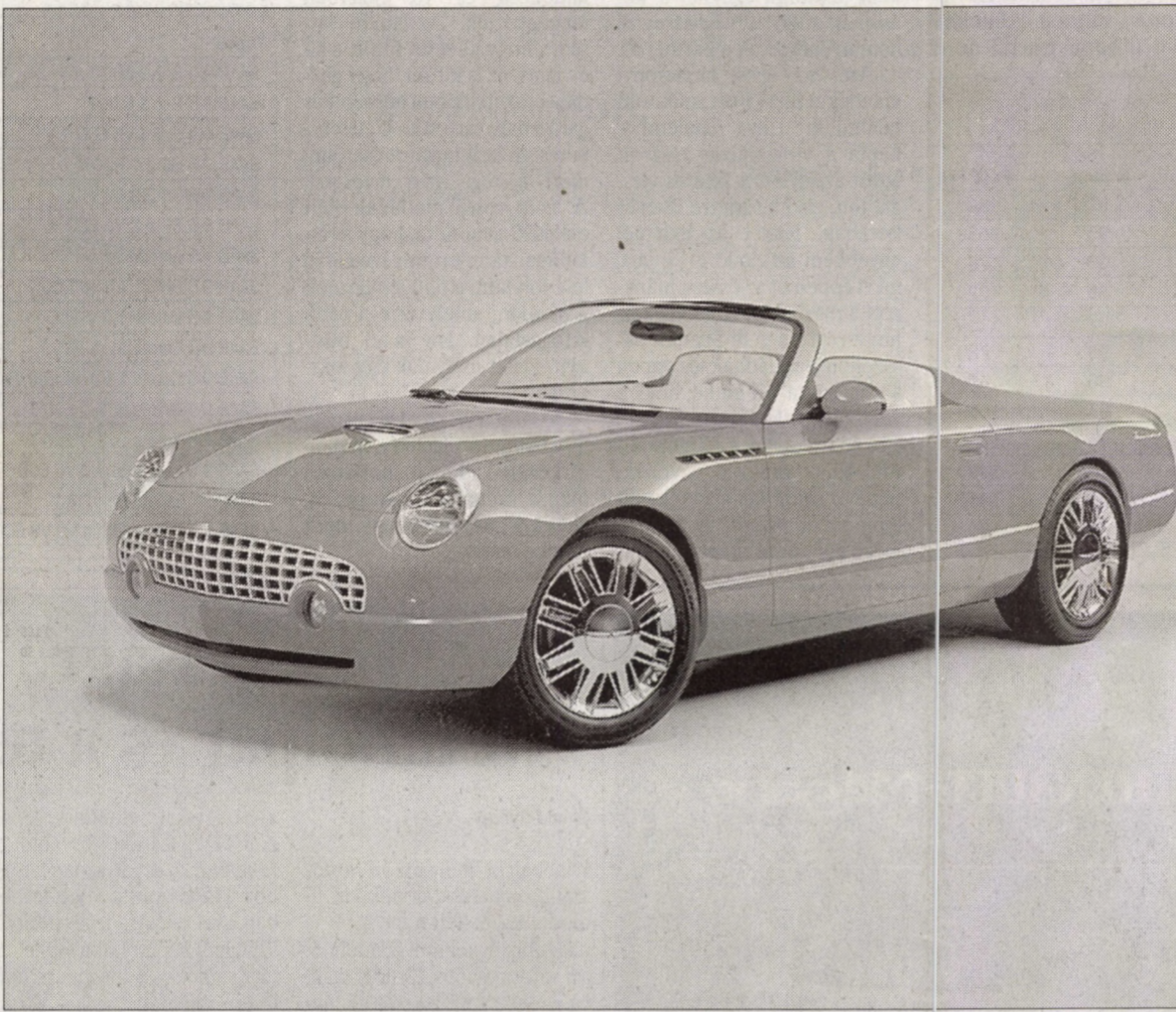
Szerkeszti: Tar András

2001. január 11., csütörtök

Mától a közönség a detroiti autókiallítás

Látványosan előznek az európai modellek

Úgy tűnik az ezredforduló még a kőbe vésett esemény-naptárakat is képes felborítani. A több mint százéves múltra visszatekintő detroiti nemzetközi autókiallítás például szintén a jeles dátum miatt késik jó néhány napot, így a Cobo Centerben megrendezett 2001-es show-t csak mátlól látogathatja a közönség. A felhozatal ettől függetlenül gazdag, a most futó amerikai modellek és importkocsik mellett 10 világhírnévű új modellt is mutatnak. A kiállított 21 „álom” közül mindössze hetet jegyez az autókiallítás szervezője, a többi európai vagy japán. Az arány egyébként a sorozatgyártású modellek esetében is hasonló, a Volkswagen konszern például egymaga több új pre-



Régi név új tartalommal és formával, az ezredfordulós Thunderbird

Tar András

Az a büszke amerikai, aki azért látogat el a 2001-es detroiti autókiallításra, hogy lássa mit is ígér a most kezdődő új évezred, némileg csalódottan kénytelen távozni, hiszen a jövőt szimbolizáló koncepcióautók többségét nem a járműipari nagyhatalomnak számító USA-ban fabrikálták. A kiállított 21 „álom” közül mindössze hetet jegyez az autókiallítás szervezője, a többi európai vagy japán. Az arány egyébként a sorozatgyártású modellek esetében is hasonló, a Volkswagen konszern például egymaga több új pre-

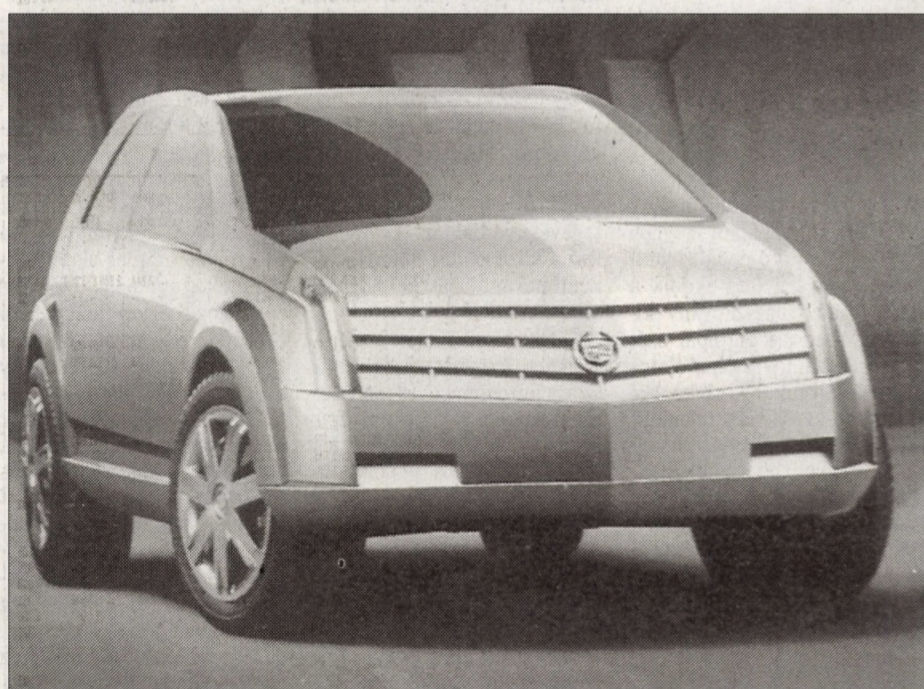
gondoskodnak, amelyek az európai csúcsmoделlekkel már ismertek. Míg az említett két kocsi néhány évig valószínűleg még várni kell, a részben amerikai márkának számító Lexus (Toyota érdekeltség) Sport Coupe máris megvásárolható. A Mercedes ellenében kihozott felső szintű nyitott luxusocsi tavaly a Tokyo Motor Show-n debütált, Detroitba most már 2002 SC 430 jelzéssel mint sorozatban gyártott jármű érkezett meg. A 4,3 literes V8-as erőforrással meghajtott sportkocsi 300 lóerős teljesítményével az összes amerikai konkurenst képes kiszorítani. Szintén azonnali megvásárolható újdonságnak számít Amerikában a Mercedes C-jelzésű sportkocsi, ami (milyen furcsa az élet) Budapesten korábban volt látható, mint Detroitban. Az USA-ban alig 30 ezer dollárba kerülő sport-Mercedit itt 2,3 literes motorral kínálják, rengeteg érrefelé is luxusnak számító különleges felszereléssel. Szintén amerikai Mercedes-újdonság a C-osztály kombi változata is. És hogy ne maradjon konkurens nélkül a patinás európai márkák, természetesen dobogóra tettek a BMW M3-as nyitott kivetítél, a Porsche Carrera GT modelljét és persze ott csillog a Cobo Centerben az Amerikában tervezett és Mexikóban gyártott VW Beetle Sport-jelzésű különlegessége is. A japán autógyártók közül a Nissan rukkolt ki egy ezekhez hasonló sportkocsival, s ez nem más, mint a legendás Nissan Z-modell legújabb változata. A helyi autógyártók közül a sportautók mezőnyébe egyedül a Ford váltott belépet, méghozzá a 2002-jelzésű új Thunderbirddel. A legendás nevet továbbvivő sportkocsira nyilván nem kell várásokat toborozni, a nosztalgia ugyanis Ame-



Érdekes technikai megoldások egész sorát vonultatja fel a Ford koncepcióautója, a Prodigy



Amerikai álomautó sokadik kiadásban, a 2001-es Mustang



A Cadillac Vison modellje a sokoldalúan alkalmazható sportautó ötletét valósítja meg

miermodellt vonultat fel, mint a meghatározó USA-autógyártók többsége. Az európai márkák látványos előzése persze az átlag amerikaiakat vajmi keveset érdekli, ők ugyanis többségükben vagy nem tudják, vagy nem is akarják megfizetni az öreg kontinensről származó drága négykerekeket. A belső piacot ma is a helyi cégek vagy az ide telepített japán gyártók uralják, ismerjük el egyre jobb minőségű és egyre józanabb modellekkel. Az amerikai „autóbiznisz” már jó néhány éve magára talált, nyomuk sincs a hajdani benzinpumpázó batároknak, helyüket normális méretű és viszonylag olcsó üzemű kocsik foglalják el. Közülük nem kevés a rohamosan terjedő globalizáció miatt közös platformon épül, így a közönség sok olyan autót láthat, aminek a hasonmása Európából vagy éppen Japánból ismerős. A közös gyártás egyébként más módon mőkákra is képes. Akadnak olyan európai járművek, amelyeket Amerikában terveztek és itt is gyártanak, így aztán a jámbor jenkinek is érteni, hogy miért csillog Mercedes vagy BMW-jelzés a szóban forgó autó orrán. A két hatalmas, egymásba nyíló kiállítási csarnok standjain csillogó újdonságok között persze „eredetvizsgálat” nélkül is érdemes szemügyre venni. Legtöbbször valószínűleg a General Motors dobogójánál időznek, ahol a Buick és a Cadillac két érdekes tanulmányautóval példázta, hogy mi-

lyennek is képzeli el a jövőt. A Buick Bengal névre keresztelt nyitott sportkocsi például végtelenig leegyszerűsített műszerfalával és utasterével hívja fel magára a figyelmet, míg a Cadillac Vison a terepjáróba oltott sokoldalú szabadidőautó ötletét fejleszti tovább. A korábbi Evoq és Imaj koncepciókocsik bázisára épített gépkocsi – az amerikai hagyományokat követve – 4,2 literes V8-as Northstar motor mozgatja, a biztonságos haladásról pedig mindazok az elektronikus stabilizációs csodák

EGYSOROS

AUTOINFO HUNGARY

kereskedelmi információs adatbank
Több ezer eladó jármű adatai elérhetőek:
INTERNET: <http://www.autoinfo.hu>
M1 INTERAKTÍV TELEFEX: 748-749-750-751-752. OLDAL
WESTEL 900 WAP SERVER
FAXBANK: (62) 423-614. ON-LINE BBS: (62) 421-084
ROVATUNKBAN A HIRDETÉS DÍJA 400 Ft/év
EGY JÁRMŰ HIRDETÉSE AZ AUTOINFOBAN SZÖVEGÉSEN 500 Ft, KÉPELLEN 1000 Ft.

HASZNÁLT AUTÓK

MB AUTO MAGYARORSZÁG
BUDAPEST, Képzelt u. 21., Pf. 791
Tel.: (1) 451-2200, Fax: (1) 451-2201, Mobil: (06-20) 943-6922

FORD TRANSIT 9 SZEM MIKROBUSZ, FEHÉR	94	1 750
MERCEDES 1317/42 ALVÁZ, FEHÉR	96	7 375
MERCEDES 1838 PLATOS, PONYVÁS, ZÖLD	96	10 500
MERCEDES 1844 LS NYERGESVONATÓ, KÉK	96	8 750
MERCEDES 1844 LS NYERGESVONATÓ, KÉK	96	8 750
MERCEDES 612D/37 VARIO ZART, FEHÉR	97	7 241
MERCEDES 817/42 HÜTŐ KOFFER, FEHÉR	97	6 875
MERCEDES 817/42 KOFFER, KÉK	97	6 375
MERCEDES C180, FEKETE	99	6 700
MERCEDES C220 CDI KOMBI, KÉK	00	10 500
MERCEDES E200, FEHÉR	04	3 200
MERCEDES E250 D, KÉK	95	4 200
MERCEDES E320, SZÜRKE	96	8 200
MERCEDES S430, KÉK	00	20 900

PORSCHE – INTER AUTÓ BUDA
BUDAPEST, Prielle Kornélia u. 45. Tel.: (1) 382-8650. Fax: (1) 204-4071

AUDI 1.6, FEHÉR	96	2 950
AUDI A3 1.8 AUT. SZATÉNZÜST	00	5 150
AUDI A3 1.8, NAPSAARGA	99	4 200
AUDI A3 COMFORT, S. ZÖLD	99	4 100
AUDI A4 AVANT 2.5TDI V6 QUATTRO, S. KÉK	00	9 490
AUDI A4 QUATTRO, VÖRÖSESBARNA	96	3 650
AUDI A6 AVANT 2.0B. VIL. SZÜRKE	96	3 550
DAEWOO LANOS 1.6, BORDÓ	99	1 890
OPEL ASTRA 1.4, KIRÁLYKÉK	97	1 925
SUZUKI SWIFT 1.3, FEHÉR	98	1 450
VW BORA 1.4, TOBB SZÍNEN	00	3 480
VW GOLF IV. 1.4 16V, TOBB SZÍNEN	00	3 200
VW GOLF VARIANT, TOBB SZÍNEN	00	3 450
VW PASSAT COMFORTLINE 1.6, KÉK	98	4 199
VW PASSAT VARIANT 1.8B TOBB SZÍNEN	00	4 800
VW POLO 50 1.0, TOBB SZÍNEN	00	2 020

HIRDESSZEN ÖN IS AZ AUTOINFOBAN!
6720 SZEGED, Kazinczy u. 12. Tel.: (62) 423-000; fax: (62) 423-615

Az UNIVERZUM AUTÓ Rt. igazgatósága tisztelettel meghívja 2001. február 13-án 10 órára a társaság hivatalos helyiségében (1142 Budapest, Miskolci u. 157.) tartandó rendkívüli közgyűlésére.

A rendkívüli közgyűlés napirendi pontjai:

- Tájékoztató a társaság gazdasági helyzetéről, a 2000. évi gazdálkodásról.
- Alapszabály-módosítás – tevékenységi kör változása – székhely – részvények átalakítása
- Tisztségviselői választása.
- Egyebek.

A részvényesek szavazati jogukat az alapszabályi összhangban a társaság székhelyén, a közgyűlés megkezdéséig átadott részvényük vagy az azok meglétét igazoló letéti igazolás alapján gyakorolhatják. A közgyűlés esetleges határozatkép-telensége miatt megismételt rendkívüli közgyűlés helye és időpontja: 2001. február 13-án 15 óra, a fenti címmel azonos napirenddel.

Az UNIVERZUM AUTÓ Rt. igazgatósága

Jelentős fejlődés előtt álló iparvidéken, OROSZLÁNY városközpontjában ELADÓ

50 m²-es üzlethelyiség exkluzív tetőtéri iroda-lakás beépítéssel.

Az ingatlan összközműves, tehermentes saját tulajdon, amely kiválóan alkalmas kereskedelmi célra, valamint irodának, orvosi rendelőnek is.

(06-20) 971-4239

E-mail: representpress@freemail.hu

Térségünkben továbbra is a VW-konzern autói a listavezetők

Gonda György

A legújabb statisztikai adatok szerint a tavalyi esztendő első felében a Volkswagen megerősítette az 1996 óta fennálló piacvezető helyét az új, a 3,5 tonnánál kisebb gépkocsik piacán térségünk 11 országában. Az első félévben az új kocsik iránti fizetőképes kereslet az egy évvel korábbihoz képest 11 százalékkal csökkent, és nem haladta meg a 624 ezer darabot. A brit RJT Information Service összesítő és részletezett adatai Bulgáriára, Csehországra, Észtországra, Horvátországra, Lengyelországra, Lettországra, Litvániára, Magyarországra, Romániára, Szlovákiára és Szlovéniára vonatkoznak.

A Volkswagen az említett országokban 2000 első hat hónapjában csaknem 137 ezer autót értékesített, 5,4 százalékkal kevesebbet, mint egy évvel korábban. (Érdeemes megjegyezni, hogy az első félévben a nyugat-európai autópiacon is a csökkenés jellemezte, s így a VW-k iránti fizetőképes kereslet kontinensünk nyugati felén is visszaesett.) A csökkenés ellenére is növelni tudta a német óriás cég piaci részesedését:

1999 első félévében a 11 országban a VW a piac 20,8 százalékát tudhatta a magáénak, egy évvel később ez az arány 21,9 százalék volt. A VW értékesítése számára jól jött a cseh piac „feltámadása”. Egyébként a térségben értékesített VW-kocsik több mint 60 százaléka Skoda volt 2000 első félévében.

Az értékesítési toplista második helyén a Fiat végzett, amely 1993-95-ben még listavezető volt. Az olasz cég egyébként a több éven át tartott második helyet a Daewoo-tól hódította vissza. A Fiat az első félévben a térségben 101 ezer autót értékesített, 10,4 százalékkal elmaradva az egy évvel korábbi eladásaitól. Ezzel együtt nem változott a Fiat tavalyi 16,4 százalékos piaci részesedése, hiszen az értékesítés visszaesésének mértéke azonos volt a 11 ország piaci keresletének csökkenésével. A térségben tapasztalható keresletcsökkenés nagy veszteséget okozhat a Daewoo, amely az első félévben kevesebb mint 91 ezer autót értékesített, 26,9 százalékkal elmaradva egy évvel korábbi eredményétől. Az elmúlt hét évben a Daewoo értékesítése folyamatosan növekedett,

s ebben az is szerepet játszott, hogy a térségben 7 autógyárral rendelkezik. A visszaesés okaként a piac elemzői többek között arra is rámutatnak, hogy a cég jövőjével kapcsolatos kérdőjelek kikézdtek a vásárlói bizalmat. Egy év alatt a régióban értékesített Renault-kocsik száma 19,4 százalékkal mintegy 70 ezerre esett vissza. Ezt a szakértők azzal is magyarázzák, hogy a vevők, elsősorban a románok egy része, elhalasztotta vásárlását, ugyanis a Renault-tulajdonba került Dacia csak 2002-től jelenik meg új modelljeivel.

A térségben jegyzett húsz jelentősebb autógyár közül a legjobb eredményt az első félévben a Peugeot–Citroën érte el: értékesítése mintegy 50 ezer kocsit volt, 29,7 százalékkal több, mint egy évvel korábban. A kimagasló eredményt a cég elsősorban a Peugeot 206-os modell sikerének köszönheti.

Az idei év első félévében a Nissan, a Toyota és a DaimlerChrysler 9-11 százalékkal tudta növelni értékesítését a térségben. Érdeemes megjegyezni, hogy csak a VW, a Fiat és a Daewoo értékesített egyenként 70 ezernél több ko-

csit, s így a három cég összesített piaci részaránya megközelíti az 53 százalékot.

A Suzuki a térségben a statisztikák szerint a tavalyi első félévben mintegy 16 ezer autót adott el, 18,7 százalékkal kevesebbet, mint egy éve. A márkai piaci részesedése 2,8-ról 2,6 százalékra csökkent.

Ami az egyes fontosabb piacokat illeti a térségben: továbbra is a lengyel piac a meghatározó az értékesített új kocsik számát tekintve. Noha az első félévben a fizetőképes kereslet visszaesése 12,5 százalékos volt, Lengyelországban 300 ezer új kocsit talált gazdára.

Magyarországon a tavalyi esztendő volt a legerősebb az új autók értékesítésében a rendszerváltás óta. A tavalyi csúshoz képest idén az első félévben még tovább javult az eredmény: csaknem 79 ezer új autót talált vevőre, 8,8 százalékkal több, mint 1999 első hat hónapjában. A regionális értékesítés bővülésének listáján 2000 első felében Magyarországra a negyedik helyet foglalta el, s csak olyan viszonylag kis piacok előzték meg a növekedési ütemben, mint Észtország, Litvánia és Bulgária.

Utasváró

Hirdetésfelvétel: telefon/fax: 470-1178

utazási irodák napi ajánlatai

VIVAT TOURS
VELENCI KARNÉVAL
nonstop autóbusszal február 16-18. és 23-25.
10 000 Ft
autóbusszal 3 nap, 1 éjszaka szállásbónusszal reggelivel február 23-25.
19 500 Ft

SIELES AUSZTRIÁBAN
az AMADE seregében egyén utazással
7 nap, 6 éjszaka félpanzióval
46 800 Ft

SIELES OLASZORSZÁGBAN
(Aprica) egyén utazással 8 nap, 7 éjszaka apartmanban
18 750 Ft-félfel

SIELES SZLOVAKIÁBAN
(Tatranska Matliara, Tatranska Striba, Zdiar, Vysna Boca, Coorba-6) ebehez tartozó függően 1 het ellátás nélkül
21 900 Ft-félfel

AKCIÓS AJÁNLATAINK:
Tunézia, Egyiptom, Thaiföld, Dominika...

1074 Budapest, Dohány u. 30/A (bejárat a Kazinczy utca felől)
Tel.: 484-0771; 269-0198

FOCUS TRAVEL
Egyiptomból a legjobb

Nílus luxushajóút,
8 nap, febr. 9., 23.
199 900 Ft-tól

Nílus luxushajóút,
15 nap, febr. 16.
318 900 Ft-tól

Hurghadai nyaralás kairói városnézéssel,
8 nap, minden kedd és péntek
163 900 Ft-tól

Kairó,
5 nap, febr. 9., 23.
135 900 Ft-tól

További ajánlataink az ml-telaxten!
Kérje katalógusunkat, mely sok más itti célt is tartalmaz!

H-1022 Budapest, Bibó út 32/A
Tel.: 438-3040, 438-3041. Fax: 438-3045, valamint viszonteladóinknál
<http://www.focustravel.com>

Chemol Travel
Thaiföld
Bangkoki városlátogatás üdüléssel
Pattayán vagy Phuketen
Kis Számú 9 nap
jan. 20-28., febr. 10-18.,
224 900 Ft
Arany Buddha 10 nap
márc. 8-17. 228 900 Ft
Smaragd Buddha 14 nap
márc. 4-17., márc. 25-ápr. 7.
253 900 Ft
Üdülés Pattayán 7 éj
219 900 Ft

Az árak a repülőjegy díját is tartalmazzák.
Várjuk szíves érdeklődését:
Bp. V. József nádor tér 8.
Tel.: 266-2261
és országoszerre viszonteladóinknál.
www.chemoltravel.hu • fax: 439

TUNÉZIA
Szuper akció 2001
2001. január 23., 30.
7 ÉJSZAKA
Üdülés
Közvetlen
+ adókat

Hotel Rissana****	49 900 Ft/éj	94 900 Ft/éj
Hotel Marhaba****	59 900 Ft/éj	96 900 Ft/éj
Hotel Circus El Hava****	68 000 Ft/éj	99 900 Ft/éj
Hotel Marhaba Beach****	69 900 Ft/éj	107 900 Ft/éj
Hotel Amr Palace****	79 900 Ft/éj	119 900 Ft/éj

All inclusive
Hotel Haha****
84 900 Ft/éj 124 900 Ft/éj

A 7 éjszakai üdülésnél nincs egyéves felár a Hotel Marhabában, a Hotel Marhabában és a Club Hotel Haha-ban.

MEDINA TOURS
1061 Bp., Andrássy út 3. Tel.: 266-0832, 266-0833

BEST REISEN
EGYIPTOM
– a Nílus ajándéka

Nílus luxushajóút
(Hurghadán hosszabbított) 189 900 Ft/félfel

Kairó–Alexandria–Hurghada
(körutazás idővel) 119 900 Ft/félfel

Hosszú hétvége Kairóban
(Hosszú hétvége) 109 900 Ft/félfel

Kairó + Hurghada üdülés
(Kairó + Hurghada üdülés) 134 900 Ft/félfel

Kairó + Hurghada üdülés
(Kairó + Hurghada üdülés) 153 900 Ft/félfel

LAST MINUTE: Tunézia
(Marokkó (több városból) 49 900 Ft/félfel)

Marokkó (több városból) 249 900 Ft/félfel

Thaiföld (körutazás idővel) 269 900 Ft/félfel

Best Reisen (a Madach téri) 1075 Bp., Madach Imre u. 1.
Tel.: 268-1255, 268-1256, 322-3049,
valamint az összes BUSZ-irodában!

Piacról piacra

Kinek volt ajándék a karácsonyi autó?

Zelman Ferenc

Legutóbbi piaci körképünkben az Opelek szerepeltek a legjobban, ezúttal nem, mert bár az utolsó hónap elején a virágpiacon egy kis Opel Corsa került új tulajdonoshoz, de nem biztos, hogy karácsonyi ajándéknak szánták – legálábbis nem derült ki – pedig kétszer is megkérdeztük. Ugyanazon a vasárnapon kelt el egy 12 éves Peugeot 205-ös. Erről azt állította vevője, hogy a kis autót kizárólag munkába járáshoz vette.

Mást nem gondolhattunk mint azt, hogy a karácsonyi autót majd később keressük a piacokon. Nyilván a jó időnek köszönhetően, hogy a nagy ünnep előtt ugyancsak tele voltak jobbnál jobb használt autókkal a piacok. A Nagykőrösi úton háromezer autóból lehetett karácsonyi ajándékot választani, a virágpiacon ezer kocsit állt a rendelkezésünkre.

Vevők is voltak, ha nem is mind karácsonyfa alá vásárolt, a céljuk megfelelően mégis elcsíptük a legmegfelelőbbet.

Elkelt a két nagy budapesti piacon több tucat autó. A Volvo 240-es már a 17. évét futotta, mégis elnyerte a vevő tetszését, és adott érte 450 ezer forintot. A kis Trabant is új tu-

ladonosokra talált, mert 95 ezer forintot igazán megért a jó karban tartott kétütemű, amelyet minden bizonnyal elkenyvertnek majd az új garázsban. A Toyota Carina 1,6-os motorral öt év alatt 140 ezer kilométert futott, de alig látszott rajta a kor. Új tulajdonosa meg is jegyezte, hogy

ezután csak családi szolgálatot kell teljesítenie, abban a reményben, hogy a japán motornem hagyja cserben második tulajdonosát sem. Még egy típust kell megemlíteni a eladottak közül, az pedig az Opel Vectra. A kétliteres injektoros változat külföldről került a hazai piacra, de e-

z után csak családi szolgálatot kell teljesítenie, abban a reményben, hogy a japán motornem hagyja cserben második tulajdonosát sem. Még egy típust kell megemlíteni a eladottak közül, az pedig az Opel Vectra. A kétliteres injektoros változat külföldről került a hazai piacra, de e-

z után csak családi szolgálatot kell teljesítenie, abban a reményben, hogy a japán motornem hagyja cserben második tulajdonosát sem. Még egy típust kell megemlíteni a eladottak közül, az pedig az Opel Vectra. A kétliteres injektoros változat külföldről került a hazai piacra, de e-

z után csak családi szolgálatot kell teljesítenie, abban a reményben, hogy a japán motornem hagyja cserben második tulajdonosát sem. Még egy típust kell megemlíteni a eladottak közül, az pedig az Opel Vectra. A kétliteres injektoros változat külföldről került a hazai piacra, de e-

z után csak családi szolgálatot kell teljesítenie, abban a reményben, hogy a japán motornem hagyja cserben második tulajdonosát sem. Még egy típust kell megemlíteni a eladottak közül, az pedig az Opel Vectra. A kétliteres injektoros változat külföldről került a hazai piacra, de e-

ÖSSZEHASONLÍTÓ TÁBLÁZAT

Típus	Évjárat	Ár (E Ft)
Toyota Carina 1,6 GLXi	97	2890
Honda Civic 1,4 i	90	1100
VW Vento 1,6 i	94	1580
Opel Corsa 1,2	94	1250
Mercedes 450 SE V8	75	190
Suzuki Wagon R+ 1,0	98	1650
Audi 80 automata 1,8	89	
Seat Ibiza 1,4	89	1950
Skoda Felicia 1,3	99	1650
Daewoo 1 Lanos 1,5 SE	97	1650
Renault 19 Cabriolet	92	1850
VW Passat 1,6	97	3680

Típus	Évjárat	Ár (E Ft)
Toyota Corolla XLI	97	1800
Renault Clio	95	2550
Fiat Brava 1,4i	95	1750
Skoda S120	89	220
Seat Toledo 1,6	92	1150
Daihatsu 1,0	93	780
Ford Fiesta 1,0	86	400
Ford Fiesta Flair	97	1550
Citroën Xantia 2,0	94	1850
Suzuki Swift S 1,3	95	1090
Mitsubishi Colt GLI	97	1950
Peugeot 205	85	300

Ami az igazi karácsonyi ajándékot illeti, illet is sikerült találnunk. Egy fiatalember kapta a virágpiacon vásárolt autót azért, mert sikeres vizsgát tett, első kísérletre 18 éves korában. Ennél az üzletnél egyébként az eladó is jól járt, mert éppen ez az összeg hiányzott a már meglévő előlegez, hogy végre egy új Suzukit vásároljon a családnak, és éppen karácsonyra. Ki hinné, hogy a véletlenek így összefutnak. Ebben az esetben jól gondoltuk, hogy mind a vevőknek, mind az eladónak ajándék volt kimenni a piacra. A szóban forgó autót egyébként nem kü-

lönleges. Egy piros Skoda 120-as, az 1989-es sorozatból. Szombaton még 220 ezer forint szerepelt az árúkulán, majd vasárnap, amikor komolyan tűnt az érdeklődés, engedett az irányárból első tulajdonosa és 185 ezerben megegyeztek. Az autót látott, hogy keveset futott a 12 év alatt, az is kitűnt, hogy gazdája csak jó időben autózott és garázsban tartotta. Utasterében sem kell huzatot cserélni, mert a régi még megteszi. A nem rossz módúknak ítélt családfő elmondta, hogy az iskolában tanult rutinvezetést jó lesz folytatni a fiatalembernek a Skodán, amely erre a célra kifogástalan. Ha majd bizonyít, vehet magának egy márkásabb járgányt.

Viszátérve a karácsonyi használtautó-piacokra, itt nem a közelgő ünnep határozta meg a hangulatot. Adtak is, vettek is, nagyjából úgy, mint mindig máskor.

Típus	Teljesítmény	Ár (Ft)
SAAB 9-5 S 2.0 ECO T	150 LE	9 620 000
SAAB 9-5 S 2.3 ECO T	185 LE	10 760 000
SAAB 9-5 S 3.0 V6 ECO T	200 LE	11 980 000
SAAB 9-5 SE 2.0 ECO T	150 LE	11 150 000
SAAB 9-5 SE 2.3 ECO T	185 LE	11 720 000
SAAB 9-5 SE 3.0 V6 ECO T	200 LE	12 900 000
SAAB 9-5 Aero 2.3 T	230 LE	13 390 000 Ft
SAAB 9-5 Griffin 3.0 V6 ECO T	200 LE	13 990 000 Ft
SAAB 9-5 Estate S 2.0 ECO T	150 LE	9 920 000 Ft
SAAB 9-5 Estate S2.3 ECO T	185 LE	11 060 000 Ft
SAAB 9-5 Estate S3.0 V6 ECO T	200 LE	12 280 000 Ft
SAAB 9-5 Estate SE2.0 ECO T	150 LE	11 450 000 Ft
SAAB 9-5 Estate SE2.3 ECO T	185 LE	12 020 000 Ft
SAAB 9-5 Estate SE3.0 V6 ECO Turbo	200 LE	13 200 000 Ft
SAAB 9-5 Estate Aero2.3 T	230 LE	13 690 000 Ft
SAAB 9-5 Estate Griffin3.0 V6 ECO T	200 LE	14 290 000 Ft

Házasságra lép az autópiacon és a telematika

Gonda György

Újabb a nemzetközi autókiallítások és szalonok az új modellek mellett mind több és nagyobb figyelmet szentelnek az információtechnológiának, valamint a vezeték nélküli távközlésnek. Ma már nem tartozik a tudományos-fantasztikus irodalom világába, hogy a kesztyűtartóból noteszszámítógép jön elő gombnyomásra, az autövetető személyét a kormányon található ujjlenyomat-érzékelő azonosítja, a fényeket, az ablaktisztítót, a zárakat emberi hang aktivizálja, s a példákat még hosszasan lehetne folytatni.

Mind több technológiai, elektronikai világcég – IBM, Siemens, Microsoft, Nokia, Dassault Sistemst stb. – jelenik meg az autókiallításokon, miközben sorra lépnek szövetségre a nagy gépkocsigyártókkal annak érdekében, hogy a hagyományos autók fokozatosan mobilportálokká alakuljanak át.

Ennek a folyamatnak több fontos állomása volt az elmúlt hónapokban. A PSA Peugeot-Citroën a Vivendivel lépett szövetségre a szükséges technológiák kifejlesztésére, a Ford pedig hasonló céllal hozott létre vegyes vállalatot az amerikai Qualcomm céggel. A PSA és a Ford pedig elhatározta, hogy együttműködik a telematikai világszabvány kialakításában az autópiacon számára. (Az autóval kapcsolatos új elektronikai, távközlési rendszereket hívják telematikai rendszereknek.) A PSA elnöke úgy véli, hogy a telematika jelentős szerepet játszik majd a holnap autójában, ezért minden érdekelt céget szívesen látnak a szabványok kidolgozásának folyamatában.

A telematikai rendszerek többek között a gépkocsin belülről biztosítják a vezeték nélküli hang- és adatkommunikációt. A jelenlegi navigációs rendszerek például a gépkocsivezetőt képernyőn megjelenő térkép segítségével „vezetik el” a megjelölt célállomáshoz. A telematikai rendszerek viszont hangaktivizált hozzáférést biztosítanak az internethez, az elektronikus levelekhez, a közlekedési információkhoz, a legfrissebb hírekhez, a részvényárfolyamokhoz stb. Baleset esetén, illetve ami-

kor a légszák felfújódik, azonnali vészjelzéseket továbbít a rendszer a segélyszolgálatokhoz. Ha viszont a kocsi lerobban, a szerelő a fedélzeti számítógéppel kapcsolatba léphet és távdiagnózissal megállapíthatja a problémát.

A Ford 24,7 fantázianévű koncepciókocsijába olyan rendszert épített be, amely minden vezetőjének lehetővé teszi a fedélzeti számítógép és a szórakoztató berendezések egyéni izlés szerinti programozását. Jac Nasser, a Ford elnöke egyébként lelkes híve a telematikának, s ez a „műfaj” véleménye szerint fontos szerepet játszik majd az intellektuális értékek további terjesztésében.

Az autó- és a telematikai ipar számára a következő években hatalmas üzleti lehetőségek kínálkoznak a két ágazat „házasságából”. A Frost and Sullivan tanácsadó cég számításai szerint míg 1996-ban a telematikai bevételek nem haladták meg a 168 millió dollárt, tavaly ez az összeg már 4,74 milliárd dollár volt, s 2005-ben elérni a 7,2 milliárdot. Az előrejelzés szerint telematikai berendezésekkel mintegy 10 millió autó rendelkezik majd 2005-ben. A tanácsadó szerint a telematikai rendszerek segítségével várhatóan kevesebb lesz a közlekedési dugó, csökkenthető az utazási idő és a légszennyezés.

A telematika már ma sincsen fényévi távolságra, hiszen a Ford már egyes rendszereket alapfelszerelésként épít be az USA-ban néhány Lincoln modellbe, Európában pedig a Focusba.

Rick Wagoner, a General Motors vezérigazgatója szerint a cég számára prioritás jelent az e-biznisz. Ennek egyik fontos jele és állomása, hogy tavaly már elérte az előzetes számát a GM ügynevezett OnStar rendszerében. Az OnStar többek között kiterjed a hangaktivizálta gépkocsitelefon- és elektronikus levél-rendszerre. Hírek szerint az OnStar-szolgáltatás belátható időn belül Európában is elérhető lesz.

A vezető autógyárak szerint a telematika új, meglehetősen számottevő bevételi forrást jelenthet számukra, s egyben elengyelíthatja mind az egyes piacokon rájuk nehezedő ár-

nyomást és ezen keresztül élenkítheti majd a gépkocsierőtesítést. Egyes elemzők viszont úgy látják, hogy a telematikából mindenképpen a rendszerek gyártói (Siemens, Motorola, stb.) profitálnak majd, s az autópiacon viszonylag kevés saját bevétele származik majd ebből az új ágazatból.

A General Motors OnStar rendszere egyesíti a telematika hardverjét és szoftverjét, s az állandó szolgáltatást előfizetéssel biztosítja. A rendszer a jövőben is igencsak népszerű és elterjedt lesz valószínűleg az USA-ban, ahol az emberek meglehetősen sok időt töltenek el kocsiban. Európában az amerikaiaknál jóval kevesebbet az utakon töltő autósok ezeket a szolgáltatásokat inkább a mobiltelefonról várják el, s távolról sem ragaszkodnak ahhoz, hogy a telematikai rendszereket „mozdíthatatlannal” beépítsék a kocsiába – állítja a Schroder iparág elemzője.

Üzleti szempontból veszeljethet, hogy az autósok egy ideig még esetleg nem hajlandók a kocsikban elismerni a telematika „áldásait”, magyarul a berendezések nélkül hajlandók csak megvásárolni az autót. Egy évtizede a klímaberendezés és a légszák még árnövelő tényező volt, ma pedig gyakorlatilag alapfelszerelésnek számítanak. Nem kizárt, hogy egyes telematikai berendezések a technológiai költségek zuhanásával néhány éven belül ugyancsak az alapfelszerelés részét képezik majd. Arra is lehet számítani, hogy egyes berendezések és rendszerek még hosszú időn át luxusnak számítanak, s valóban csak külön kérésre, megrendelésre kerülnek beépítésre a kocsikba, valószínűleg még jó ideig borsos áron.

A telematikából ma még nagy bevételekre számító autópiacon a telematika a legnagyobb anyagi veszélyt az jeleníti, hogy a műholdas pozicionálás, az autóból történő elektronikus levelezés és adatátvitel stb. viszonylag rövid időn belül olyan megszokott és főleg olyan olcsó lesz, mint amilyené lett a mobiltelefon. Mindez persze a legkevésbé sem zavarná az autópiacon és a telematika stratégiai szövetségének célpontjait, az autótulajdonosokat.

Érik a „Renault-gyümölcs”

Már nem kétséges, hogy a Nissan gyakorlatilag teljes mértékben francia vezetés alatt áll. Ezt az is bizonyítja, hogy Carlos Ghosn, a japán cég Renault által kinevezett elnöke a közelmúltban önmaga ismertette a Nissan terveit az új évtizedre. A Credit Suisse First Boston autópiacon elemzője szerint ugyancsak egyértelmű, hogy a Nissant három francia vezeti, sők, a „Renault-emberek” hoznak meg minden fontosabb döntést, s gondoskodnak azok végrehajtásáról.

A Renault-irányítás első jelei igencsak látványosak: az üzleti év egészére megkezdte az autópiacon a megkezdésére vonatkozó korábbi előrejelzés összegét, növekszik az egy kocsi értékesítésére jutó haszon, csökkennek a termelési költségek. Minden jel arra mutat, hogy jó irányba halad a Nissan újjaállítására meghirdetett terv. Persze az sem kétséges, hogy a Nissan alapvetően ja-


pán cég maradt. Az 1933-ban alapított vállalat 140 ezer főt foglalkoztat, döntően japánokat. S az ázsiai szigetország saját autópiacon meghatározó szerepe van a Nissan globális újjaállításában. Ghosn elnök szerint a Nissan világméretű talpra állása nem képzelhető el a hazai megerősödés nélkül.

S ez nem lesz könnyű feladat: a tavalyi év első 9 hónapjában a Nissan értékesítése Japánban 9,4 százalékkal csökkent. A Nissan hazai piaci részesedése 26 éve folyamatosan zsugorodik, s ma már nem haladja meg a 17,4 százalékot. (A Nissan-kocsik 30 százaléka az USA-ban, 25 százaléka pedig odahaza talál vevőre.) Miközben a Toyota és a Honda mind Japánban, mind pedig a világpiacon agresszíven nyomul és piaci részesedést hódít el a Nissantól...


A következő három esztendőben a Nissan 22 új modellel szándékozik megie-

lenni a piacon, ebből 15 modellel döntően Japánban akar értékesíteni. Ghosn elnök szerint Japánban meg kell erősíteni a márka erejét és hírnevét. Szerinte ez nem lesz könnyű feladat, bár „a jelenlegi helyzetnél már csak igen nehezen kerülhetnek mélyebbre”.

Miközben Japánban igen nagy kihívás vár a következő években a Nissanra, az USA-ban tavaly az értékesítés 15 százalékkal körülbelül értékkel bővült. A Nissan számára a jelenlegi pénzügyi év 2000 áprilisában kezdődött. A pénzügyi év első felét a cég 136,6 milliárd jen (1,25 milliárd dollár) működési nyereséggel zárta, az egész évre pedig 220 milliárd jenes nyereséget várnak. Látnivaló tehát, hogy a pénzügyi év második felében a működési nyereség összege elmarad az első felétől. GGY






RENAULT Mégane



A Renault Mégane, mely kategóriája legbiztonságosabb autója, az évtől a hozzáadott ingyenes szolgáltatásoknak köszönhetően állandó mobilitást biztosít Önnek. Ezentúl, Renault Mégane vásárlása esetén „Zavartalan biztonság” csomagot kap, mely tartalmaz egy év ingyenes CASCO-t, 10 év ingyenes Assistance+ szolgáltatást. Így nem csak Ön, hanem Renault Mégane-je is biztonságban van, otthon és külföldön egyaránt. Emellett igénybe veheti többek között a 0%-os, amortmentes finanszírozási konstrukciót is. Az ajánlat csak bizonyos feltételekkel érvényesíthető. A részletekről, kérjük érdeklődjön a Renault márkakereskedéseknél! www.renault.hu

Renault Mégane
biztosan vezet.



Renault Mégane

Crash Scores

Front	77%
Side	100%
Total	89%

Date Assessed: January 1999