Auto Data & News

9 771214 775008 02

Cena 19 Kč

28. 4. 2008 | ročník V. – číslo 2 | www.autodatanews.cz | ve spolupráci s Automotive News Europe

8 str. Rozhovor s vice-prezidentem TPCA

12 str. Rekordní rok pro značku Audi

16 str. Kia v Žilině zvyšuje tempo

18 str. Debata o emisích CO_2

Foto: smart

Škoda Auto je na správné cestě

Foto: Škoda Auto

ZNAČKA ŠKODA V ROCE 2007 POKRAČOVALA V DOBÝVÁNÍ ZAHRANIČNÍCH TRHŮ A ROZŠIŘOVÁNÍ VÝROBY SVÝCH VOZŮ DO NOVÝCH REGIONŮ

VLADIMÍR RYBECKÝ, AUTO DATA & NEWS

ŽENEVA, PRAHA | Díky své expanzivní strategii Škoda Auto i přes stagnaci západoevropského trhu vloni zvýšila objem prodeje a dosáhla rekordních prodejních výsledků i rekordu v objemu výroby. To se samozřejmě projevilo i na hospodářských výsledcích.

O tom i o nejbližší budoucnosti jsme měli možnost několikrát hovořit s předsedou představenstva spo-

→ pokračování na **straně 6**

Pragmatická koalice

V POLSKU SE V TOVÁRNĚ PATŘÍCÍ UKRAJINCŮM VYRÁBÍ AUTOMOBIL VYTVOŘENÝ V KOREJI A NESOUCÍ AMERICKOU ZNAČKU

VLADIMÍR RYBECKÝ, AUTO DATA & NEWS

VARŠAVA | Nová generace modelu Aveo, což je ve skutečnosti jen rozsáhlejší modernizace předchozího vozu, který vznikl ještě jako Daewoo Kalos, je pro značku Chevrolet velmi důležitá. Jedná se o masově prodávaný model (jeho dosavadní generace se od roku 2002 v Evropě prodalo 440 000 ks), který by se měl stát prvním Chevroletem novodobé historie vyráběným v Evropě.

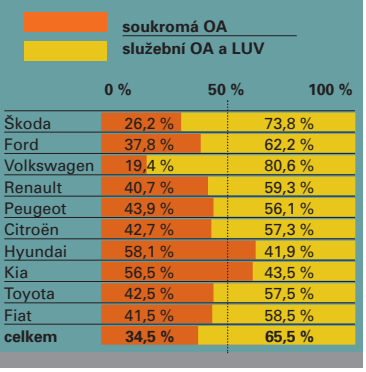
Poláci zazlívali koncernu GM, že při přebírání zkrachovalého Daewoo Motor odmítl jeho varšavskou pobočku v továrně FSO (podobně ale v Detroitu neměli zájem ani o letňanskou Avii, či závody v Rumunsku, na Ukrajině a další). Dluhy zatížená automobilka s příliš mnoha zaměstnanci a minimální produkcí se ocitla před krachem. Nakonec ji koupila ukrajinská společnost UkrAvto. Ta pro ni zajistila možnost pokračovat ve výrobě vozů Daewoo Lanos pro ukrajinský trh. Kromě toho uzavřela dohodu s GM, že bude ve Varšavě vyrábět novou generaci Chevroletu Aveo. Cílem

→ pokračování na **straně 14**

Čísla měsíce

Registrace nových osobních a lehkých užitkových automobilů v roce 2007 podle vlastníka

	značka	OA soukromé	OA služební	LUVcelkem	OA+LUV	podíl soukromých OA
		ks	ks	ks	ks	%
1.	Škoda	16 877	31 624	15 212	64 306	26,2 %
2.	Ford	5 540	2 921	6 184	14 658	37,8 %
3.	Volkswagen	2 649	2 649	6 640	13 684	19,4 %
4.	Renault	4 834	2 625	4 382	11 866	40,7 %
5.	Peugeot	4 359	2 154	3 393	9 925	43,9 %
6.	Citroën	4 239	1 836	3 831	9 923	42,7 %
7.	Hyundai	4 974	1 524	2 036	8 564	58,1 %
8.	Kia	3 506	1 004	1 680	6 206	56,5 %
9.	Toyota	2 634	2 309	1 195	6 192	42,5 %
10.	Fiat	2 368	1 022	2 269	5 703	41,5 %
	celkem	**67 171**	**64 278**	**62 038**	**194 580**	**34,5 %**



Zdroj: SDA

Jaguar a Land Rover byly prodány koncernu Tata

SPOLEČNOST FORD MOTOR COMPANY PODLE OČEKÁVÁNÍ PRODALA BRITSKÉ ZNAČKY JAGUAR A LAND ROVER INDICKÉMU KONCERNU TATA ZA 1,2 MILIARDY LIBER.

Předseda představenstva koncernu Ratan Tata sdělil, že nebude přesunovat výrobu a bude stavět na odkazu těchto značek, ke kterým má velkou úctu. Zachová rovněž jejich historickou identitu.

Tata Motors bude pokračovat v pětiletém investičním plánu, který pro britské továrny zahájil Ford. Ford naopak přispěje 300 miliony liber na penzijní systém společnosti a bude nadále výrobu značek Jaguar a Land Rover podporovat dodávkami komponent a technologií a také v oblasti výzkumu a vývoje.

U značky Jaguar se od jejího prodeje automobilce Ford v roce 1989 nepodařilo obnovit zisk. Land Rover koupila automobilka Ford v roce 2000 a tato značka od té doby zaznamenala mnoho úspěchů. ←

Majitelé Jaguaru

1922	založena Swallow Sidecar Co. Williamem Lyonsem
1945	Swallow Sidecar (SS) se přejmenovala na Jaguar
1966	Jaguar se stal součástí holdingu BMH
1968	fúzí BMH s Leyland Motors se Jaguar stal součástí British Leyland
1984	Jaguar se oddělil od British Leyland
1989	For Motor Company koupila Jaguar
2008	Tata koupila Land Rover a Jaguar od Fordu za 2,1 milionu GBP

Majitelé Land Roveru

1948	automobilka Rover Car vyrobila první Land Rover
1967	Land Rover se stal součástí koncernu Leyland Motors
1968	fúzí Leyland Motors s holdingem BMH vznikl koncern British Leyland, později přejmenovaný na Austin Rover Group
1988	British Aerospace odkoupilo skupinu Rover
1994	BMW koupilo Rover Group
2000	Ford koupil Land Rover od BMW za 1,8 milionu GBP
2008	Tata koupila Land Rover a Jaguar od Fordu za 2,1 milionu GBP

Nová éra britských značek

PRODEJCI JAGUARU A LAND ROVERU JSOU ŠŤASTNI Z TRANSAKCE USKUTEČNĚNÉ TATOU. BRITSKÝ CHARAKTER ZNAČEK MUSÍ NOVÝ INDICKÝ MAJITEL UDRŽET, ABY TAK NAPOMOHL PRODEJI AUTOMOBILŮ V BUDOUCNOSTI.

JOHN REVILL,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Většina prodejců v celé Evropě je nadšena budoucností, jaká čeká Jaguar a Land Rover po prodeji těchto dvou značek koncernu Tata Motors. „Indové mají styl a kvalitu života, a to je to, co pro Jaguar opět potřebujeme," řekl Manfred Hauswirth, předseda německé asociace prodejců Jaguaru a majitel prodejny v Cáchách.

Počáteční reakce zákazníků je také pozitivní, sdělil ANE prodejní manažer značky Jaguar v Belgii Luc Spiessens. „Po vstupu do autosalonu mají tendenci si dělat legraci (o obchodu), ale během dalšího rozhovoru poznají, že se jedná o pozitivní a citlivý krok."

Minulý měsíc Ford Motor souhlasil s prodejem britských značek indické automobilce za 2,3 miliard dolarů (kolem 1,5 miliard eur). Evropská unie nyní činí předepsané prověření transakce. Zpráva EU by měla být hotova do 30. dubna. Prodej by měl být podle všeho dokončen v červnu.

Neměnit

Všichni prodejci oslovení Automotive News Europe souhlasili s tím, že zachování britského charakteru obou značek bude klíčem k jejich úspěchu. Řekli, že převzetí bude považováno za dobrou věc dokud Tata ponechá výrobu ve Velké Británii, která je největším trhem pro obě značky.

Manažer firmy Avalon Premium Cars v Mnichově Christoph Grün řekl: „Mnoho lidí si myslí, že Indie je zemí třetího světa. Proto by Tata neměla převést výrobu Jaguaru nebo Land Roveru pryč z Británie."

Jeden z britských prodejců Jaguaru, který si nepřál být jmenován, se domnívá, že Tata by dokonce mohla urychlit proces rozhodování, kdyby jej ponechala na vedení firmy působící ve Velké Británii.

Okolnost, že je ve vlastnictví Tata, by mohlo přispět k větší popularitě Jaguaru mezi rozsáhlou indickou komunitou ve Velké Británii, dodal prodejce. Podle statistiky britské vlády ve Velké Británii žije více než 1 milion lidí indického původu.

V Německu prodejci věří, že Jaguar a Land Rover mohou těžit z nových investic od Taty do výroby takových automobilů, jaké jejich zákazníci chtějí. Takové modely by mohly zahrnovat kabriolet, který by konku-

roval Mercedesu-Benz třídy SLK a Porsche Boxster.

Manažer z Autosalonu Dünnes v Regensburku Christian Dünnes řekl: „Naši zákazníci, kteří si kupují Jaguar, po celá léta žádají malý kabriolet za méně než 60 000 eur, ale nic se neděje."

Váhavé pochybnosti

Ne všichni prodejci jsou z prodeje společnosti Tata naprosto nadšeni.

Thomas Wagner, manažer značky ve firmě Jaguar House v Brémách, řekl: „Dal bych přednost vklouznutí pod křídla evropské automobilky. Tata je slavné jméno v Asii, ale ne v Německu." Wagner se obává přesunu výroby do Indie, což by podle něj ovlivnilo kvalitu dílů.

Ostatní prodejci říkají, že k tomu, aby Tata uspěla, je nutné aby:

- vyráběla správný počet vozů, na rozdíl od Fordu, který se podle nich provinil nadvýrobou
- rozšířila modelovou řadu Jaguaru a urychlila životní cyklus těchto automobilů
- zrychlila životní cyklus u modelů Land Rover
- odmítla výrobu Land Roveru s pohonem dvou kol

„Nechceme Land Rover s pohonem dvou kol," řekl William Rees, manažer prodeje u Harwoods of Edenbridge v jižní Anglii. „Pohon všech kol je naše DNA, musíme jej udržet." ←

Co lze očekávat od Jaguaru a Land Roveru během následujících osmi let

Americký časopis AutoWeek, což je sesterský magazín Automotive News, sestavil podle dostupných informací přehled pravděpodobně připravované produkce Jaguaru a Land Roveru v prvních letech po jejich převzetí indickou společností Tata.

2009

Nové modely Jaguar XFR a XKR, vysocevýkonné varianty sedanu XF a kupé XK využívající zcela nový pětilitrový V8 s přímým vstřikováním benzinu, alternativně vybavený turbodmychadlem. V obou případech kombinovaný se sedmistupňovou převodovkou ZF.

Modernizace modelů Range Rover, Range Rover Sport. Měly by dostat nový motor V8 5,0 l a budou mít nově navržené interiéry.

2010

Jaguar XJ (Project X351) se stane reprezentativním sedanem značky s rozměry jako XF ale mnohem distinguovanějším designem a větším vnitřním prostorem. Neoblíbený model Jaguar X-Type zmizí a udělá na lince v továrně v Halewoodu místo modelu LRX.

Land Rover LR3 bude stejně jako předchozí modely modernizován a získá nový vzhled interiéru. Důraz bude kladen na vyšší kvalitu interiéru, zejména přístrojové desky a středové konzole. Objeví se motor V8 5,0 l o výkonu 380 k.

2011

Land Rover LRX (Projekt L513) bude nejdůležitějším novým modelem v počátečním období ve vlastnictví Taty v rámci rozšíření řady Land Roveru na šest modelů. Land Rover usiluje o získání co nejvíce rysů z konceptu LRX, aby zaujal roli elegantního městského automobilu a konkuroval Mini. Plánuje se model s hybridním pohonem.

2012

Jaguar F-Type (Project X700), možná pod jménem XK-E: Jaguar potřebuje dvoumístný sportovní vůz v ceně okolo 30 000 eur už od představení studie F-Type v roce 2000. Nyní chce Ratan Tata tento vůz vrátit do přípravné fáze s možností využít jako základ platformu XF nebo XK.

Sedmimístný Land Rover LRX (Projekt L486): Land Rover plánuje nový model pravděpodobně se sedmi sedadly jako případný vedlejší produkt LRX. Vozidlo bude pokračovat ve směřování modelu Mini Clubman a zaměří se na eleganci a jedinečnost.

2013

Mělo by se objevit kupé Jaguar XF (Project X252) jako další logické rozšíření nabídky, ale tento koncept zatím nedostal od Taty zelenou. Design by měl vycházet ze studie C-XF.

Zcela nový Range Rover (Projekt L405). Třináct let poté, co Ford koupil Land Rover, bude nahrazena vlajková loď společnosti. Jeho velikost se zvětší, ale pokud jde o stylizaci, bude sportovnější a méně užitkový. Plánuje se vysoká úroveň luxusu a Range Rover za 200 000 dolarů nebude přechodnou zálibou. Hliníková karoserie a hybridní pohonné jednotky sníží hmotnost a emise a zlepší hospodárnost využití paliva.

2014

Zcela nový Jaguar XF (Project X260), model střední třídy připravovaný kdysi už Fordem, který by měl s následujícím XJ zajistit ziskovost značky.

Jako varianta nového Range Roveru bude vytvořen zcela nový Range Rover Sport (Projekt L494), který bude mít také hliníkovou karoserii.

Zcela nový Land Rover Defender: Nejedná se o ověřenou informaci, ale Tata má v úmyslu vytvořit pro rozvojové země vůz 4x4 s jednoduchou, robustní konstrukcí, připomínající minulé modely Toyoty Land Cruiser. Prodej by mohl dosáhnout stovek tisíc kusů. Část výroby by se mohla přesunout do zámoří.

2015–2016

Jaguar připravuje už zmíněný nový XJ.

Nastane doba k výměně sedmimístného modelu LR3, ale o platformě není nic známo. Mohla by to snad být varianta nového Defenderu? ←

Kia | Seat | Alfa Romeo | VW | Audi | Opel

Kia Rio Sedan: Nový nástup

Kia Rio znamenala před třemi lety významný krok v proměně korejské značky po stránce technické úrovně i designu. To tomuto modelu vyneslo i ocenění AutoBest. Jenže v rámci restrukturalizace prodejní sítě a očekávání příchodu modelu cee'd zůstalo Rio trochu stranou pozornosti zákazníků, ale tak trochu i firmy samotné. Jeho prodejní výsledky proto nikdy nenaplnily očekávání. Nyní k němu chce Kia znovu přilákat pozornost mimo jiné i tím, že uvádí do prodeje jeho novou karosářskou podobu – sedan. Představuje tak zajímavou alternativu pro zájemce o rodinný vůz vedle rozměrově poměrně blízkého hatchbacku a cee'du. Rio sedan je dlouhé 4240 mm při rozvoru 2500 mm a má zavazadlový prostor o objemu 390 l.

Foto: Kia

Seat Ibiza: Zásadní změna

Seat představil novou konečně moderní podobu svého nejdůležitějšího modelu Ibiza. Jeho design je prvním dílem bývalého designéra Lamborghini Luka Donckerwolkeho. Nový pětidveřový hatchback Ibiza je se 4050 mm o 80 mm delší než stávající model. Díky tomu má větší prostor v interiéru a větší zavazadlový prostor (292 l). Nová Ibiza vychází z platformy PQ25 nového VW Polo (to se představí v příštím roce). Ta je odvozena z platformy PQ24, používané například u Škody Fabia. U Ibizy je tento základ kombinován s tzv. agilním šasi Seatu, které vozu zajistí sportovnější charakter. Pro novou Ibizu budou k dispozici zážehový tříválec 1,2 l a čtyřválce 1,4 a 1,6 l. Vznětové motory TDI se údajně objeví o něco později. Ibiza se má stát prvním modelem Seatu, s nímž španělská značka chce odstartovat svůj nový vzestup. Do roku 2018 chce zdvojnásobit svou současnou produkci a překročit hranici 800 000 vyrobených vozů. Prezident Seatu Erich Schmitt vidí největší prostor pro rozšiřování prodeje ve východní Evropě a Latinské Americe.

Foto: Seat

Alfa Romeo Mi.To: Návrat mezi malé

Alfa Romeo připravila malý model na platformě Fiatu Grande Punto, se kterým se po mnoha letech vrací do segmentu malých vozů. Nová malá Alfa je dlouhá 4060 mm a má sportovní třídveřovou karoserii. Alfa sice vychází ze základu Grande Punta, ale jak motory, tak i podvozek, brzdy, tlumení ale i převody budou odladěny sportovněji se snahou o minimální pohyby karoserie. Moderní design se, na rozdíl od jiných vozů, snaží nepřipomínat nic z minulosti, protože předchůdcem tohoto vozu byl kdysi neoblíbený Alfasud pověstný špatnou kvalitou výroby. A to je dědictví, které se Alfa ze sebe ne vždy úspěšně snaží setřást. Namísto toho se Mi.To hlásí k příbuzenství s nádherným supersportem Alfou 8C Competizione. Neobvyklé pojmenování Mi.To, ve stylu nových jmen značky Kia, vzniklo z počátečních písmen měst Milána, což je tradiční sídlo Alfy Romeo (byť se zde její vozy už nevyrábějí) a Turína (it. Torino), kde se bude novinka v továrně Fiatu vyrábět. Do prodeje by nová a nesmírně elegantní Alfa Romeo Mi.To měla přijít v červenci.

Foto: Alfa Romeo

Volkswagen Scirocco: Zcela nová tvář

Dlouho očekávané kupé Volkswagen Scirocco překvapilo úplně novým designem přídě, který se nepodobá žádnému jinému modelu značky. To je hodně neobvyklé. Svědčí to o definitivním rozchodu s elegantním stylem Murata Günaka, vytvořeného na popud bývalého šéfa Bernda Pischetsriedera. Jeho nástupce Martin Winterkorn Günaka nahradil Walterem de'Silvou a chce zcela změnit tvář vozů značky. Stejné řešení s úzkou horizontální linií, na kterou navazují světlomety, a s logem VW přemístěným na přední kapotu by měla mít i zcela nová generace modelu Golf (Typ A6), která se představí letos v říjnu. Scirocco je stejně dlouhé jako Golf (4260 mm) a do prodeje se má dostat v srpnu. Vyrábět se bude v portugalském závodě v Setúbalu. Název Scirocco používal Volkswagen už v roce 1974. Jeho pokračovatel pod jménem Corrado už ale úspěšný nebyl, a Volkswagen proto v roce 1995 s výrobou sportovních kupé skončil.

Foto: VW

Audi A4 Avant: Ještě sportovnější

Foto: Audi

Po loňském představení nové generace sedanu A4 představuje značka Audi také kombi A4 Avant. Podobně jako sedan se i Avant vydal cestou mnohem sportovnějšího pojetí než dříve. Audi uvede A4 Avant na trh se dvěma zážehovými a třemi vznětovými motory, všechny s vyššími výkony a současně nižší spotřebou pohonných hmot. Nové Audi A4 Avant měří 4710 mm, tedy téměř o 12 cm více než dosud. Jeho karoserie má větší tuhost a přitom je asi o 10 % lehčí. V základním uspořádání je objem zavazadlového prostoru 490 l a po sklopení zadních sedadel je k dispozici 1430 l.

Opel Insignia: Mění styl značky

Opel pozvolna poodhaluje podrobnosti týkající se nového modelu střední třídy, který zanedlouho vystřídá model Vectra. Nová Insignia byla vyvinuta Technickým a vývojovým centrem ITDC společnosti GM Europe v Rüsselsheimu. Tam se bude nový model s karoseriemi sedan a hatchback také vyrábět. Insignia se představí v červenci na autosalonu v Londýně. Hned od uvedení budou zákazníci moci volit verze s pohonem předních nebo všech čtyř kol. Verze s pohonem Adaptive 4X4 budou mít aktivní podvozek FlexRide (ten bude na přání i pro varianty s pohonem předních kol). Insignia vznikla na zcela nové platformě, která bude

Subaru Mitsubishi Renault Ford

Foto: Opel

použita i pro nový Saab 9-5. Design nového pětisedadlového vozu dlouhého 4830 mm je veden snahou o omlazení stylu. Jenže totéž Opel o svých nových modelech tvrdí vždycky a přes jejich nepopiratelnou vysokou technickou úroveň se zatím nedaří o tom přesvědčit i zákazníky. Uvidíme, zda bude Insignia v tomto ohledu úspěšnější.

Subaru Forester: Nová podoba a turbodiesel

Subaru představilo oblíbené SUV Forester v nové podobě s větším vnitřním prostorem, získaným pro-

Foto: Subaru

dloužením rozvoru náprav o 90 mm na 2615 mm. Pozměnil se i design vozu, který nyní nese nové stylistické prvky charakteristické i pro ostatní modely značky. Jestliže ale dosud byl styl Foresteru poměrně usedlý, nyní se musejí příznivci značky připravit na ještě větší krok zpět, nepochybně inspirovaný představami amerických marketingových pracovníků značky. Od listopadu se bude Forester dodávat i s novým plochým turbodieselem 2,0D – prvním sériově vyráběným vznětovým motorem s protiběžnými písty. Toto uspořádání v kombinaci se symetrickým pohonem všech kol umožňuje udržet všechny přednosti koncepce vozů Subaru. K nim navíc přidává bezkonkurenčně tichý chod prostý vibrací. Turbodiesel Subaru 2,0D se už začal dodávat pro modely Legacy a Outlander.

Mitsubishi Lancer Evolution: Pokračování i nový směr

Pod označením Mitsubishi Lancer Evo I až IX se skrývaly úspěšné soutěžní automobily a kultovní vozy pro automobilové nadšence. Tato verze ale nikdy nebyla spojována se základním modelem Lancer. To se nyní mění, protože Mitsubishi zvolilo zcela novou marketingovou strategii. Nový Lancer Sport Sedan je větší a sportovnější. Z něho odvozená varianta Evolution (už bez pořadového čísla) je samozřejmě výkonnější, ale zdaleka ne tak brutální jako dosavadní „Legal Street Racer“. Lancer Evolution je zcela mimořádný automobil s mimořádnými parametry, ale nyní už také bez problémů použitelný v běžném provozu, což by mělo rozšířit okruh zájemců o něj. Stejně jako základní verze byl kompletně navržen v Evropě. Má tužší nosnou strukturu, nový design, vysokou míru bez-

Foto: Mitsubishi

pečnosti (až sedm airbagů), nový turbomotor se 217 kW, vycházející ze standardního základu, dvojspojkovou převodovku TC-SST se třemi režimy řazení a nový systém pohonu všech kol S-AWC, kombinující řadu dalších aktivních elektronických systémů.

Renault Laguna GT: S řízením všech kol

Renault připravil novou variantu svého nového modelu střední třídy Laguna. Pod označením GT se skrývají drobné úpravy vzhledu, pozměněné výbavy a dva výkonnější motory (zážehový 2,0 l turbo se 150 kW a vznětový 2,0 dCi/131 kW), ale především zcela nově koncipovaný podvozek Action Drive, vyvinutý ve spolupráci mezi automobilkou, jejím sportovním oddělením Renault Sport Technologies a japonskou společností Aisin. Hlavní změnou je použití systému řízení všech čtyř kol 4RD. U tohoto systému se v rychlosti do 60 km/h natá-

Foto: Renault

čejí zadní kola do maximálního úhlu 3,5° do opačného směru než přední kola, při rychlosti větší než 50 km/h se natáčejí ve stejném směru. Tím se zlepšuje obratnost vozu při manévrování malou rychlostí (průměr zatáčení se zmenšil na 10,8 m) a současně se zvyšuje stabilita a ovladatelnost vozu ve větší rychlosti. Laguna GT se stejně jako základní model nabízí s karoserií liftback a kombi Grandtour.

Ford Fiesta: Z Verve nová podoba

Koncept Ford Verve se podle očekávání proměnil z 90 % v šestou generaci malého modelu Fiesta. Ta vznikla na společné platformě s novou Mazdou2, kterou vyvinuli technici v Hirošimě. Také proto Fiesta nejde cestou konkurence. Se 3930 mm není delší než předchozí verze a navíc je až o 100 kg lehčí. Přitom je uvnitř prostornější. Zážehový motor 1,2 l se bude dodávat ve dvou výkonových verzích 44 a 59 kW, dále jsou v nabídce motory 1,4 l/67 kW a 1,6 l/85 kW, vznětový motor, vzniklý ve spolupráci s PSA, je 1,6 l/66 kW. Fiesta se chlubí zcela novým přesným elektrickým posilovým řízením. Především je ale dalším příspěvkem Fordu do jeho koncepce tzv. kinetického designu, hlásaného šéfem jeho evropského studia Martinem Smithem. ←

Foto: Ford

Krátce

Mitsubishi Motors se dohodlo s koncernem PSA na převedení výroby vozů Peugeot 4007 a Citroën

Foto: Citroën

C-Crosser od začátku roku 2009 do nizozemského závodu NedCar. Tam už se vyrábí i Mitsubishi Outlander, které je základem obou francouzských SUV. Umožní to vytvořit pracovní příležitosti pro 400 lidí.

Nissan k úspěšnému kompaktnímu crossoveru přidává prodlouženou verzi Qashqai +2 s větším prostorem pro zavazadla nebo dvěma

Foto: Nissan

sedadly navíc. Oficiálně se představí v červenci na autosalonu v Londýně a vyrábět se bude v anglickém Sunderlandu.

Volkswagen se podle koncernového šéfa Martina Winterkorna zaměří na zvyšování prodeje SUV jako je Tiguan či Audi Q5. Na konci roku 2009 nabídne i velký pick-up s karoserií na rámu.

Mercedes-Benz v roce 2009 uvede na americký trh hybridní verzi sedanu třídy S a o rok později i podobnou variantu odvozenou z SUV třídy ML. Hybridní pohon bude používat lithio-ionové akumulátory od společnosti Johnson Controls.

Kia Picanto přichází v modernizované podobě s novým interiérem a prodloužením o 40 mm na 3535 mm (při nezměněném rozvoru 2370 mm).

Foto: Kia

Picanto se vyrábí v nové továrně Sushan.

Škoda Auto je na správné cestě

← pokračování ze **strany 1**

lečnosti Škoda Auto Reinhardem Jungem. Setkali jsme se s ním na ženevském autosalonu a poté v Praze při předvedení nového modelu Škoda Superb členům organizace AutoBest.

Cesta do světa

V Praze nám na úvod řekl: „První letošní výsledky ukazují, že pokračuje dynamický růst. Proto jsme optimisty a věříme, že i s pomocí nového Superbu letos překročíme hranici 700 tisíc prodaných vozů. Pomáhá nám při tom strategie dobývání nových trhů. Stojí za připomenutí, že v roce 1991 byla značka Škoda zastoupena ve 31 zemích, zatímco vloni jsme překročili hranici sta zemí. Také výrobu v zahraničí se nám podařilo zdvojnásobit – ze 34 906 vozů v roce 2006 na 78 527 aut vloni - a tento trend chceme udržet i letos. Do nejbližší budoucnosti počítáme s tím, že se Čína stane nejvýznamnějším trhem pro model Octavia. Další rozšíření výroby připravujeme v Indii, kde v Puně Volkswagen dokončuje výstavbu nové továrny, která pomůže s kapacitou Aurangabádu."

Cílem Škody Auto, který vyslovil už Jungův předchůdce Detlef Wittig, je překonat hranici roční produkce ve výši jednoho milionu kusů. Reinhard Jung se k tomuto cíli hlásí: „Pan Wittig tento slib pouze vyslovil, ale ve skutečnosti tento závazek vzešel z celé organizace Škoda Auto, která si za ním stojí jako jeden muž. Jsou dvě zásadní věci, které nám pomohou tohoto cíle dosáhnout. Tou první jsou naše nové modely, tedy Superb, Superb Combi a Yeti. Druhou je využití nových trhů. Zde bych zmínil tři nejdůležitější přesně v tomto pořadí: Čína, Rusko a Indie."

V tisku se dokonce objevily úvahy o posunu tohoto cíle až na hranici 1,5 milionu vozů. K tomu je ale nejvyšší představitel Škody Auto zdrženlivý: „Cíl výroby milionu vozů je založen na odhadu vycházejícím z růstu o 12 až 15 % ročně. Toto tempo růstu je reálné udržet v následujících třech či čtyřech letech. Ale budoucnost nelze dlouhodobě odhadovat. Vždyť finanční krize v USA se už projevila poklesem evropských ekonomik, a tím i propadem prodeje nových vozů, a nikdo netuší, jak se může za pár let projevit kampaň za snižování emisí CO_2."

Velké cíle pro Superb

V předvečer zahájení ženevského autosalonu Reinhard Jung předvedl nový Superb vedení koncernu Volkswagen a několika stovkám hostí slovy: „Nový Superb je důstojným pokračovatelem tradice reprezentativních vozů se značkou Škoda. Jeho design mluví jazykem designu vozů Škoda a přináší další ukázku našeho přístupu ke stavbě vozů zahrnující vysokou kvalitu zpracování, prostornost a mnoho chytrých nápadů, ale také přináší mimořádnou hodnotu za peníze investované do jeho koupě. Osloví především kvalitou materiálů použitých v interiéru a vnitřním prostorem. Usedněte do něho a poznáte skutečný komfort, a to nejen vpředu, ale i na zadních sedadlech. Zde se ani ti nejvyšší nemusejí vůbec uskrovňovat. Přemýšleli jsme, co nabídnout chytrého navíc. Zavazadlový prostor je rozměrný jako u každého klasického sedanu, ale díky použití nového konceptu zadních dveří Twindoor umožňuje tento prostor podle potřeby také plně využít, a to i bez potřeby sklápět zadní sedadla. Všichni se samozřejmě ptáte na cenu. Ač bude tento vůz uveden na trh až za několik měsíců, tak už nyní mohu prozradit, že v Německu bude jeho základní verze stát 22 990 eur."

Od nové generace modelu Superb si Reinhard Jung slibuje ještě větší úspěch než od toho odcházejícího: „Stávající Superb se dodával z jediného výrobního závodu v Kvasinách a ještě vloni se jej prodalo 21 000 kusů. Pro stávající trhy se bude i nadále vyrábět v Kvasinách a počítáme s tím, že nám nový Superb v těchto regionech zajistí další růst. K tomu napomůže i připravovaná varianta s karoserií kombi. V současné době se připravuje druhý závod pro výrobu Superbu, a to v Číně, protože tam není možné tento automobil vyvážet z České republiky. Ten významnou měrou přispěje k tomu, že celková produkce nového modelu bude výrazně vyšší, než tomu bylo dosud. Přesná čísla je velmi těžké nyní odhadovat, protože budeme s novým Superbem zásobovat dva nové velké trhy, tedy Čínu a Rusko. S růstem počítáme i v Indii."

Kde ale bere vedení Škoda Auto jistotu, že o takové auto bude zájem i mezi zákazníky? „Prodáváme stále více Octavií ve verzích RS a Scout a s nejvyššími úrovněmi výbavy. Řada našich zákazníků je ochotna zaplatit více za vyšší kvalitu i výbavu. Proto máme pocit, že když mají chuť udělat další krok, tak by se neměli ohlížet po konkurenci a musíme jim nabídnout alternativu. Navíc na některých trzích sledujeme růst zájmu o velká kombi, zvláště s pohonem všech kol. Proto věříme, že poměr sedanů a kombi by u Superbu mohl být podobný jako u Octavie."

Jak dále s Octavií Tour?

Ke zvýšení objemu výroby bude potřeba nabízet i modely pro širší okruh kupujících, než jaký osloví Superb nebo připravované SUV Yeti. Tuto roli v řadě zemí zastává Octavia Tour, tedy Octavia první generace. Jaká je tedy budoucnost tohoto modelu? Víme o tom, že se připravuje jeho nástupce a dokonce by se kvůli němu mělo o rok pozdržet uvedení modernizované Octavie. Nástupce Octavie Tour by se tak měl představit nedlouho po premiéře modelu Yeti, plánované na rok 2009. Reinhard Jung nám ale na otázku týkající se tohoto vozu pochopitelně nemohl dát přímou odpověď: „V současné době máme k dispozici kompletní paletu modelu Octavia - sedan, kombi, RS a Tour. Celá tato modelová řada je velice úspěšná. V patřičnou dobu samozřejmě přijde odpovídající nástupce."

Ale na hlavních cílových trzích značky Škoda, především v Rusku a Číně, zákazníci chtějí vozy s karoserií typu sedan. Jak bude Škoda Auto reagovat na úspěch vozů jako je Dacia Logan či Fiat Linea? „Máte pravdu a samozřejmě se tím zabýváme. Řekl bych, že naši odpověď se dozvíte během dvou let."

Škoda Auto je v poslední době natolik úspěšná, že musí hledat prostor pro rozšíření produkce i v jiných závodech koncernu Volkswagen. Proto se nedávno rozeběhla výroba modelu Octavia a Octavia Combi i v Bratislavě. „Cílem pro letošní rok je zhruba 25 000 vozů. Objem výroby pro příští rok bude upřesněn v průběhu druhého pololetí. Bude se pohybovat přibližně v objemu, kterého dosáhneme ke konci letošního roku. Prioritně odtud zásobujeme Slovensko a sousední země, především Maďarsko, ale také Rumunsko, a uvažujeme i o exportu do Rakouska. Nemělo by ale smysl tyto vozy vozit do České republiky," řekl nám Reinhard Jung.

Miniauto bude

Samozřejmě, že žhavým tématem jsou plány, jaké má Škoda Auto, resp. koncern Volkswagen, se závodem ve Vrchlabí. Na konkrétní informace je ale ještě brzy. „Rozhodnutí nepadne před polovinou letošního roku. Vývojové práce na projektu malého vozu ještě nebyly konkretizovány a bez tohoto auta budoucí kapacitu tohoto závodu nemůžeme stanovit. V současné době máme ve Vrchlabí pouze montáž a do ní samotné nechceme dále investovat. Pokud se budeme bavit o rozšiřování výrobní kapacity továrny, tak to bude pouze cestou budování svařovny, lakovny a dalších provozů," říká šéf Škody Auto.

Koncepce malého vozu, vznikajícího na základě konceptu up!, se v podání Volkswagenu a Škody poněkud liší. Reinhard Jung nám upřesnil podrobnosti: „Chceme mít v nabídce menší model. Proto se na tomto projektu budeme podílet. Náš vůz by měl být navenek krátký, ale rozhodně ne malý v interiéru. Proto chceme více prostoru v interiéru než VW. Proto nakonec může být delší než verze Volkswagenu. Náš vůz ale bude vycházet z trochu jiné filozofie a bude mít vlastní design při využití společné platformy a pohonných jednotek tak, jako je tomu u ostatních našich modelů."

Škoda Auto je stále úspěšnější ve světě. Někdy se ale zdá, jako by pro českou automobilku zůstával domácí trh trochu na okraji zájmu. Reinhard Jung nám ale oponuje: „Český trh jako náš druhý největší je pro nás velmi důležitý. Není ale dlouhodobě možné udržet na něm poloviční podíl, jako tomu bývalo dříve. Ale na druhou stranu je pravdou, že naše prodejní síť v České republice je poměrně stará. Musíme zde čelit podobnému problému jako Volkswagen v Německu, kde také jeho prodejci nedokázali reagovat na nástup konkurence." ←

Úspěšné bilancování

NA TRADIČNÍ VÝROČNÍ KONFERENCI ŠKODA AUTO SEZNÁMILA VEŘEJNOST SE SVÝM HOSPODAŘENÍM ZA ROK 2007

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

MLADÁ BOLESLAV | Škoda Auto je zdaleka nejvýznamnějším průmyslovým podnikem České republiky. V roce 2007 vyvezla vozy, náhradní díly a další komponenty včetně příslušenství v hodnotě 184,9 miliard Kč. To představovalo 7,5 % podílu na celkovém exportu České republiky. Škoda Auto tak zůstala v pozici největšího českého exportéra.

Když kdekoliv ve světě představuje své hospodářské výsledky společnost podobného kalibru, bývá z toho událost nejvyšší priority i pro média. Nechybějí při tom ani rozhovory s nejvyššími představiteli firmy týkající se konkrétních témat, která mají mimořádný význam nejen pro firmu, ale pro celý stát. V Mladé Boleslavi ale byl zájem médií o nejvyšší představitele automobilky zcela minimální (přesto stále ještě o řád vyšší než v případě TPCA). Je vidět, že úspěch u nás zřejmě nikoho nezajímá.

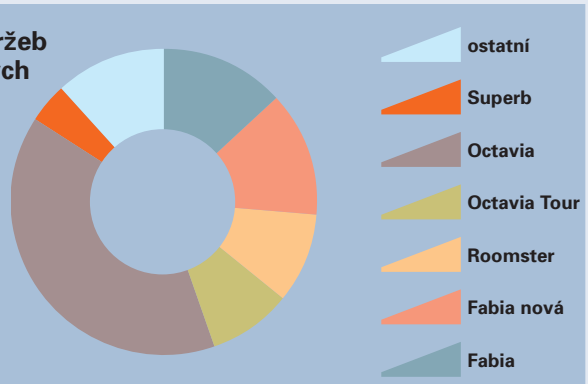
Rekordní výsledky za rok 2007 komentoval člen představenstva společnosti Škoda Auto za ekonomii Holger Kintscher slovy: „Rok 2007 nebyl z pohledu vnějších ekonomických podmínek jednoduchý. Museli jsme vykompenzovat hned několik negativních faktorů. Za všechny mohu jmenovat další výrazné posilování české koruny vůči euru, růst mezd a růst cen na komoditních trzích, zejména u oceli a syntetických hmot. O to více nás těší, že se skupině Škoda Auto podařilo dosáhnout historicky nejlepšího výsledku."

„Rok 2007 byl rokem uvedení nové Fabie na trh. Byl to také rok, který byl ve znamení významných změn v pěti oblastech. Dodávky nových vozů zákazníkům ve světě, včetně Číny, vzrostly o 14,6 %, výroba včetně montáží v zahraničí se zvýšila o 18,9 %, přičemž počet zaměstnanců se zvětšil o 5,3 %. Z porovnání těchto údajů je zřejmé, že se zvýšila produktivita práce. Vzrostly také naše tržby o 9,0 %, ale také jsme museli čelit vlivu vývoje na devizovém trhu," řekl Holger Kintscher.

Hlavní ekonom automobilky připojil i cíle pro nejbližší období: „Zásadní pro nás je působení na třech rychle se rozvíjejících trzích - v Rusku, kde jsme zahájili výrobu v továrně v Kaluze, v Indii, kde jsme rozšířili nabídku o model Fabia a kde je předpoklad velkého růstu, a v Číně, kde byla zahájena výroba modelu Octavia a kde chceme v roce 2008 dosáhnout zdvojnásobení prodeje proti loňskému roku. Zvýšili jsme prodej i v západní Evropě, ačkoliv tam jsme nevstoupili na žádný nový trh. Podařilo se nám obhájit pozice ve střední Evropě ale velkého růstu prodeje jsme dosáhli v zemích východní Evropy a v zámoří. Všude tam se nám podařilo splnit naše očekávání a předpokládáme další růst. V roce 2008 očekáváme také ještě dynamičtější růst výroby v zahraničních závodech."

Celková bilance loňského hospodaření Škody Auto je podle Kintschera úspěšná: „Největší nárůst dodávek i tržeb jsme dosáhli ve východní Evropě, především v Rusku, na Ukrajině a v Rumunsku. Naše strategie orientace na východ se tedy ukazuje jako správná, a proto v ní budeme pokračovat. Největší část našich tržeb – okolo 80 % - ale přichází ze západoevropských trhů a i tam jsme dosáhli růstu. Ve zbývajících regionech jsme dosáhli většího růstu objemu prodeje než tržeb, protože do těch se nezahrnuje Čína. Vývoj hospodářských výsledků a vynikající rentabilita kapitálu svědčí o tom, že společnost Škoda Auto roste a vytváří základ pro další vývoj." ←

Struktura tržeb z jednotlivých modelů v roce 2007



Výroba jednotlivých modelů v roce 2007 (vč. zahraničních montáží)

model	výroba 2007 ks	rozdíl proti 2006
Fabia	33 296	-72,6 %
Fabia Combi	74 053	-30,9 %
Fabia Sedan	13 137	+7,4 %
Fabia II	118 770	-
Fabia II Combi	4 413	-
Fabia celkem	243 669	+1,1 %
Roomster	69 637	+177,9 %
Praktik	6 238	-
Octavia Tour	58 388	+8,9 %
Octavia Combi Tour	14 692	-5,2 %
Octavia Tour celkem	73 080	+5,7 %
Octavia	101 891	+2,1 %
Octavia Combi	106 957	+6,1 %
Octavia celkem	208 848	+4,1 %
Superb	21 339	+4,6 %
celkem	**622 811**	**+11,9 %**

Dodávky vozů Škoda zákazníkům podle regionů

oblast	dodávky 2007 ks	rozdíl proti 2006
střední Evropa	142 483	+1,2 %
z toho Česká republika	64 306	+1,0 %
východní Evropa	95 032	+33,9 %
západní Evropa	327 222	+8,6 %
Asie a zámoří	65 295	+78,7 %
celkem	**630 032**	**+14,6 %**

Největší trhy společnosti Škoda Auto – dodávky zákazníkům v roce 2007

země	2007 (ks)	2006 (ks)	
Německo	112 452	103 931	+8,2 %
Česká republika	66 806	65 171	+2,5 %
Velká Británie	40 430	38 801	+4,2 %
Polsko	33 210	28 783	+15,4 %
Rusko	27 535	14 835	+85,6 %
Čína	27 325	660	-
Španělsko	26 920	24 869	+8,2 %
Rumunsko	24 015	19 007	+19,2 %
Ukrajina	22 775	19 007	+19,8 %
Francie	19 404	16 754	+15,8 %
Slovensko	19 358	21 380	-9,5 %
Itálie	19 103	16 515	+15,7 %

Struktura tržeb podle regionů

region	tržby 2007 (mil. Kč)	tržby 2006 (mil. Kč)	rozdíl %
Česká republika	26 117	25 631	+1,9 %
střední Evropa (bez ČR)	24 653	24 394	+1,1 %
východní Evropa	26 869	19 914	+34,9 %
západní Evropa	129 397	120 411	+7,5 %
zbytek světa	14 931	13 309	+12,2 %
celkem	**221 967**	**203 659**	**+ 9,0 %**

Struktura tržeb podle jednotlivých modelů

model	tržby 2007 (mil. Kč)	tržby 2006 (mil. Kč)	rozdíl %
Fabia	29 185	57 238	-49,1 %
Fabia nová	29 200	0	-
Fabia celkem	58 385	57 238	+1,8 %
Roomster	21 158	7 811	+170,8 %
Octavia Tour	19 522	20 375	-4,2 %
Octavia	87 459	84 739	+3,2 %
Superb	9 390	10 388	-8,7 %
ostatní	26 053	23 108	+12,7 %
celkem	**221 967**	**203 659**	**+ 9,0 %**

Začali jsme na plný plyn

JIŘÍ ČERNÝ JE NEJVÝŠE POSTAVENÝM ČESKÝM MANAŽEREM V ČESKÝCH AUTOMOBILKÁCH

ANTONÍN MATĚJKA, VLADIMÍR RYBECKÝ

KOLÍN | Kolínská automobilka TPCA vyrobila v loňském roce 308 478 vozů, což je o 5 % více než před rokem. Produkce byla rovnoměrně rozdělena mezi vozy Toyota Aygo, Peugeot 107 a Citroën C1. Dvě třetiny z nich byly pětidveřové verze a nejoblíbenější barvou byla červená.

O současnosti i nejbližší budoucnosti TPCA jsme si povídali s viceprezidentem společnosti pro výrobu Jiřím Černým.

Jiří Černý je absolventem strojní fakulty ČVUT, oboru tepelné a jaderné stroje a zařízení. Do roku 1992 byl výrobním a obchodním náměstkem společnost LIAZ v Mnichově Hradišti. Pak osm let působil ve společnosti Johnson Controls jako manažer logistiky v České Lípě a ředitel závodu ve Stráži pod Ralskem. V letech 2001–2003 pracoval jako generální manažer společnosti Sylea v Jablonci nad Nisou. V roce 2003 se stal výrobním ředitelem továrny TPCA (Toyota Peugeot Citroën Automobile) v Kolíně a koncem roku 2006 se stal viceprezidentem společnosti TPCA pro výrobu. Od listopadu 2006 je místopředsedou a členem představenstva Sdružení Automobilového průmyslu.

Jak se to stane, že se někdo dostane na funkci viceprezidenta takové společnosti, jako je TPCA?

„Nejprve vyhrajete výběrové řízení, potom pracujete a jste trpělivý. Pokud vaši nadřízení uznají, že máte výsledky, jste loajální, kompetentní a stále motivovaný, potom se do této pozice dostanete. Ale musím také zdůraznit, že obě společnosti, tedy Toyota i PSA, od začátku říkaly, že cílem je lokalizace a že chtějí obsadit vedení této společnosti českými lidmi. Takže v tom vidím logické pokračování toho, co vyhlásily před více než pěti lety."

Získával jste také zkušenosti v závodech Toyoty včetně japonských?

„V Japonsku jsem byl nesčetněkrát. Prošel jsem za první dva roky několika kurzy přímo v provozu, protože Toyota klade velký důraz na přímou zkušenost každého pracovníka včetně manažerů s provozem. Takže jsem v Japonsku absolvoval několikastupňový vzdělávací program."

Nejbližší Kolínu je závod Toyoty ve francouzském Valenciennes. Je to podobný závod?

„Je to hodně podobné. Ale srovnání dokládá i myšlenku kaizenu. Francouzská továrna je hodně podobná, ale TPCA je modernější. Je zde vidět rozdíl pěti let mezi výstavbou tam a zahájením projektu u nás. TPCA je ekonomičtější, štíhlejší, kompaktnější, máme méně emisí do životního prostředí. TPCA je samozřejmě i lacinější než továrna ve Francii, a to ne proto, že byla postavena tady. Je to proto, že když Japonci něco dělají, tak do nového projektu zapracují všechna zlepšení, která se naučili."

Vloni jste již překročili původně plánovanou hranici výroby 300 000 kusů za rok. Je možné tuto produkci ještě zvýšit, aniž by se musela továrna rozšířit?

„Vždycky říkám - začali jsme na plný plyn a od té doby zrychlujeme. Letos ještě překonáme vloni dosažené množství 308 tisíc vyrobených vozů. Máme takový požadavek od našich mateřských společností. Nicméně jsme skutečně už na stropu naší kapacity. Když se podíváte na kteroukoliv jinou automobilku na světě, tak jsme unikátem. Nenajdete žádnou jinou, která by vyráběla ve stejném tempu jako my. Oněch 308, 310 nebo 315 tisíc aut vyrobených z jediné linky, to nedokáží nikde jinde na světě."

Nemáte problém po rychlém splnění této hranice postavit před zaměstnance nějaký nový konkrétní cíl, kterého je třeba dosáhnout?

„To je dáno japonskou mentalitou. Pro jakoukoliv východní kulturu je důležitější než cíl směřování. V našem případě tedy to, jestli kvalita a spokojenost lidí jde žádoucím směrem. U nás to bývá obráceně, jsme orientováni na výsledky, zatímco oni říkají, že plán tím, že je vyřčen, už je v podstatě zastaralý a bylo by neprozíravé zaměřit se na cíl, který byl stanoven a schválen v podstatě před sedmi lety. Možnosti tady jsou. Spočívají hlavně v efektivitě využití výrobních linek."

Výhodou výrobního systému Toyota je možnost, aby každý pracovník ve chvíli, když zjistí, že něco není zcela v pořádku, mohl výrobní linku zastavit. Kolikrát se to už stalo?

„To se na montážní lince stává v průměru 150x za směnu. Máme na linkách vedoucí týmů, mistry a kvalitáře, kteří jdou k problému, zjistí, zda jde skutečně o nestandardní výrobek, a problém odstraní. S tím souvisí oněch plánovaných 300 000 aut. Při práci linky bez přerušení by se vyrobilo asi 620 aut za směnu. Náš výrobní plán v současné době ale je jen 575 aut za směnu. Ten rozdíl je na ta zastavení, se kterými počítáme. A to, že byla plánována výrobní kapacita 300 000 aut za rok bylo dáno tím, že standard Toyoty pro výrobu mimo Japonsko je využití 10 % času na zastavení linky a na řešení problémů. To, že vyrábíme více, znamená, že jsme efektivnější, že těch problémů máme méně a že je rychleji řešíme, takže linka se u nás zastavuje v průměru jen na asi 7 % pracovní doby."

Původní cíl byl, že budete obklopeni subdodavateli sídlícími zde v průmyslové zóně. Jak nyní vypadá spolupráce s nimi?

„V průmyslové zóně máme dva dodavatele. Je to společnost Lear, která nám dodává sedadla, a je tady firma, která pro nás kompletuje kola s pneumatikami. Většina našich dodavatelů působí v rámci Středočeského kraje a kraje Vysočina. Ti představují asi 70 % objemu dodávek."

Jako firma vycházející z japonských způsobů výroby hodně spoléháte na aktivity zaměstnanců, jako jsou hnutí kaizen nebo kroužky jakosti a dalších, vedoucích ke zkvalitňování výroby. Není tajemstvím, že čelíte relativně velké fluktuaci pracovníků. Nemáte u těch nových problém s jejich zapojováním do těchto hnutí?

„Problém nemáme. Sledujeme kolik lidí se aktivně zapojuje do hnutí kaizen a tento počet není ovlivněn fluktuací. Je známé, že čeští lidé jsou kreativní a rádi se do těchto činností zapojují. Do hnutí kaizen je u nás aktivně zapojeno 42 % zaměstnanců."

Jakou další perspektivu nabízíte novým zaměstnancům, samozřejmě kromě toho nejdůležitějšího, co je zajímá, tedy vysokého platu a dalších finančních benefitů?

„Razíme zásadu, že na vyšší pozice zásadně nenabíráme lidi zvenku. Ať je to od úrovně operátora, vedoucího týmů, mistra nebo vedoucího směny, tato místa obsazujeme lidmi z provozu. Takže v tom jim nabízíme perspektivu. Na těchto vyšších místech už také není tak vysoká fluktuace, ale i tam lidé z nejrůznějších důvodů odcházejí."

V České republice nastal velký nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Jakým způsobem tomu čelíte? Spolupracujete nějakým způsobem se školami a působíte na budoucí adepty zaměstnání v TPCA?

„Sledujeme dva proudy. V rámci toho prvního jsme si vytipovali v regionu školy, se kterými přímo spolupracujeme, které se snažíme zapojit do naší činnosti a současně je podporovat. Tím druhým je naše aktivní zapojení v rámci Sdružení automobilového průmyslu, které iniciovalo projekt IQ Auto, jenž má podobný záměr. Snažíme se ovlivnit i to, co školy učí. Protože se začíná

a zrychlujeme

projevovat nejen nedostatek kvalifikovaných pracovníků, ale navíc také obsah toho, co se budoucí údržbáři či specialisté ve výrobě učí, je vzdáleno potřebě výrobních závodů."

Berete v rámci budoucí přípravy na exkurze do továrny také školy?

„Už před dvěma roky jsme zavedli pravidelné exkurze do továrny. Má to obrovský úspěch a museli jsme tyto prohlídky rozšířit na šest dní v týdnu, protože termíny byly zamluveny už na tři měsíce dopředu. Exkurze se konají třikrát denně. Tyto prohlídky ale nejsou omezeny jen na školy. Po předchozím telefonickém objednání na recepci může přijít kdokoliv. Kromě toho děláme také speciální víkendové exkurze pro naše zaměstnance a jejich rodinné příslušníky."

Jak se vám daří spolupracovat s místními a regionálními orgány poté, co již není továrna po dokončení výstavby v takovém ohnisku zájmu politiků jako tomu bylo dříve?

„Naše vzájemná spolupráce na místní úrovni se zlepšuje, protože její začátky nebyly vždycky nejsnazší. Je jasné, že příchod TPCA znamenal do života regionu velký zásah v pozitivním ale i negativním slova smyslu. Ten pozitivní je vidět v Kolíně. Město zaznamenává obrovský rozvoj a stěhují se sem lidé. Kolín se rozrůstá, buduje se tu potřebná vybavenost, stavějí se silnice a kvetou i živnosti. Lidé si u nás vydělávají slušné peníze a ty tady utrácejí. Myslím si, že i ti, kteří byli z počátku vůči TPCA negativně naladěni, tu vidí přínos. Na druhou stranu zde samozřejmě jsou i negativa. I když 95 % naší automobilové dopravy směřuje přes dálnici, tedy mimo okolní obce a v žádném případě nezatěžujeme Kolín, je tady větší množství lidí, více autobusů i osobních aut. Přitom doprava v Kolíně je historickým problémem, který nesouvisí s TPCA. Ale v souvislosti s továrnou se tato problematika opět rozvířila."

Jak by vás postihlo plánované omezení kamionové dopravy? Ještě stále máte výjimku umožňující vám zásobování továrny i v době víkendu?

„My jsme výjimku měli, ale po zvážení jsme ji nikdy nevyužili. Omezení dopravy v pátek by bylo velkým problémem, a to nejen pro nás, ale pro celý český průmysl. Ten princip je velmi jednoduchý, a proto nechápu, proč s touto iniciativou přišlo Ministerstvo životního prostředí. Jeho záměr je naprosto neekologický. Když vezmete objem výroby z pěti pracovních dní a někdo rozhodne, že se musí přepravit ve čtyřech pracovních dnech a protože nikde nemáme potřebnou kapacitu pro odvezení zvýšeného objemu zboží ve čtyřech dnech, tak to znamená jediné. Páteční výroba, kterou nebude možné odvézt, se musí uložit do skladů nebo na návěsy, které se musejí někam odstavit. A toto zboží se pak musí odvézt během zbývajících čtyř dní. To znamená postavit sklady a odstavná parkoviště. Ministerstvo tak nahrává betonové lobby a výrobcům nákladních automobilů. Chápu proč to je – jenom proto, aby se lidé v pátek dostali snadno na chalupy."

Jaký podíl má železnice na dopravě do a z vaší továrny?

„Co se týče dopravy do továrny tak nulový. Její využití je nereálné. Když se podíváte na rozložení naší továrny, tak zjistíte, že máme skladové zásoby jen na desítky minut výroby. Takže dopravit sem po železnici díly na výrobu asi 1200 aut denně by představovalo neřešitelný problém. Naopak při expedici hotových aut jde asi 70 % po železnici a jen 30 % odvážejí kamiony do nejbližších regionů. Například do Itálie, což je náš největší zákazník, se vše distribuuje vlaky."

Už u vás někdy nastala kritická situace v systému zásobování just-in-time?

„Každou zimu. Jakmile padne první vločka na Vysočinu mámo samozřejmě problémy."

Jaký máte průměrný čas na výrobu jednoho auta?

„Od okamžiku, kdy ve svařovně vyrobíme první příčník, na který se vyrazí číslo VIN, přes proces svařovny, lakovny a finální montáže, je to 10,5 hodiny."

Oprávněně se chlubíte projekty ekologické výroby. Co byste z poslední dobu chtěl vyzdvihnout v této oblasti?

„Velmi úspěšně jsme uvedli do provozu jednotku rekuperace odpadního tepla z lakovny, takže budeme šetřit zhruba milion m³ zemního plynu ročně. Rekuperační jednotky jsme namontovali do všech výrobních hal, což je velký úspěch. Jsme také jedním z nejlepších závodů vyrábějících auta s ohledem na emise těkavých látek. Nicméně chceme jít dále a snížit spotřebu ředidel a všech látek uvolňujících těkavé složky.

A začínáme pracovat s Vysokou školou chemicko-technologickou na zajímavém projektu katalytického nátěru reagujícího s nečistotami z ovzduší a měnícího je v neškodné sloučeniny, které se oplachují. To je technologie přicházející z Japonska a rádi bychom se ve spolupráci s VŠCHT podíleli na jejím uvedení do praxe."

Jak se jako členové Sdružení automobilového průmyslu, a tedy skutečně česká automobilka, zapojujete do jeho činnosti?

„My jsme se na jeho činnosti začali aktivně podílet již od našeho vstupu. Naše priority jsou jednoznačně spojeny s lidmi. Rádi bychom se podíleli na zlepšování stavu vzdělávání nejen na středních školách, o kterých jsme už mluvili, ale i na vysokých školách. Rádi bychom pomohli obnovit kapacitu vysokých technických škol, která chybí nejen nám, ale veškerému průmyslu v České republice. Dále je zde velká část agendy, ve které se snažíme připomínkovat různé právní dokumenty, které jdou z vlády, jako třeba zákoník práce nebo omezení dopravy v pátek. A pak se snažíme jednat s odbory, především s odborovou organizací Kovo, kde se snažíme na nejvyšší úrovni řešit problémy, které přináší rychlý rozvoj průmyslu, především automobilového průmyslu v České republice." ←

Hospodářské výsledky TPCA

Rok	2005	2006	2007
Zisk (tis. Kč)	-2 176 637	1 368 415	1 394 000
Změna			+2 %
Tržby (tis. Kč)	17 965 236	49 413 164	51 284 232
Změna		+175 %	+4 %

Zaměstnanci v TPCA

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Počet zaměstnanců	228	1481	3690	3504	3564	
Průměrná mzda TM1 (Kč)	13 382	17 100	18 330	20 000	21 500	
Změna			+28 %	+7 %	+9 %	+8 %
Průměrná mzda ve výrobě					23 100	26 200
Změna						+13 %

Ceny AutoBest předány

SLAVNOSTNÍ PŘEDÁNÍ OCENĚNÍ V ISTANBULU POTVRDILO ROSTOUCÍ PRESTIŽ ANKETY

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

↑ PATRICK LE QUÉMENT (VPRAVO) S CENOU DESIGNBEST

↑ ODHALENÍ VÍTĚZNÉHO VOZU V HOTELU CONRAD V ISTANBULU

↑ PREZIDENT AUTOBEST DAN VARDIE

↑ LORENZO SISTINO (VLEVO UPROSTŘED) PŘEBÍRÁ CENU AUTOBEST OD DANA VARDIEHO ZA ÚČASTI PŘEDSTAVITELŮ HOLDINGU KOC (PO STRANÁCH)

↑ PETR PODLIPNÝ (UPROSTŘED) PŘEBÍRÁ CENU COMPANYBEST, KTEROU SPOLEČNOSTI ŠKODA AUTO PŘEDALI SLOVENSKÝ ZÁSTUPCE V JURY RUDOLF KARPAT A JEHO ČESKÝ KOLEGA VLADIMÍR RYBECKÝ, ŠÉFREDAKTOR TOHOTO MAGAZÍNU

ISTANBUL | Sedmý ročník ankety AutoBest vyvrcholil předáním cen vítězům ve Velké míčovně hotelu Conrad v Istanbulu. Za účasti všech 15 členů poroty a více než stovky hostí se slavnosti zúčastnila řada čelních představitelů automobilového průmyslu z Evropy i mnoho významných osobností tureckého průmyslu. Událost vzbudila velký zájem místních médií.

Anketa AutoBest si klade za cíl oceňovat ideální automobil pro běžnou rodinu regionu střední a východní Evropy a současně s tím i projekty a činy, které napomáhají rozvoji automobilismu a automobilového průmyslu v tomto regionu.

Vítězem hlavní části ankety AutoBest se stal automobil Fiat Linea, který se vyrábí v Turecku ve spolupráci Fiatu s automobilkou Tofas. Cenu si do Istanbulu přijel převzít nejvyšší představitel značky Fiat Lorenzo Sistino v doprovodu viceprezidenta pro komunikaci Richarda Gadesselího a šéfa společnosti Fiat Powertrain i šéfa prodeje skupiny Fiat v jedné osobě Alfreda Altavilly. Společně s nimi cenu převzali i obchodní ředitel Fiatu v Turecku Okan Bas a nejvyšší představitelé holdingu Koc, kterému automobilka Tofas patří, jeho výkonný šéf Bulgurlu Bulent a prezidenti automobilové divize Ali Pandir a Durak Turgay.

Vítězný Fiat Linea podle mínění poroty představuje nejlepší spojení kvalitní techniky, přitažlivého designu a současně dostupné ceny pro velký okruh zájemců. Vítěznému vozu v souboji s Kiou cee'd pomohlo i to, že v řadě zemí tohoto regionu (Česká republika mezi ně nepatří) kupující dávají přednost konzervativnějšímu pojetí vozů s karoserií sedan se stupňovitou zádí před hatchbacky. Oba nejvýše oceněné vozy se v tomto regionu i vyrábějí, ale to nemělo na rozhodování poroty zásadní vliv.

Fiat Linea znamená zahájení nového projektu, v jehož rámci se tento automobil, vyvinutý na základě Fiatu Grande Punto, bude vyrábět také v Rusku, Indii, Číně a Latinské Americe. Přitom první ohlas naznačuje, že se, ač to původně nebylo v plánu, může setkat s úspěchem i v některých zemích západní Evropy, kromě Itálie především ve Španělsku.

Za společnost Škoda Auto, která získala zcela jednoznačně ocenění CompanyBest, přišel cenu převzít vedoucí prodeje pro tento region Petr Podlipný. Cenu DesignBest za svůj dlouholetý přínos automobilovému designu převzal Patrick Le Quément. Ten ve svém poděkování svou cenu věnoval i zaměstnancům společnosti Oyak Renault, kteří mnohé z jeho kreací proměňují ve skutečnost.

Nejvyšší představitel GM pro východní Evropu Chris Lacey vzhledem ke svému zaneprázdnění (jeho region totiž sahá od Aše až po Vladivostok a přes své označení zahrnuje nejen postsovětské republiky, ale také Indii a část Číny) poděkoval za udělení ceny ManBest a pozdravil přítomné prostřednictvím videozáznamu.

Prezident AutoBest Dan Vardie ve svém vystoupení shrnul letošní ročník slovy: „AutoBest se definitivně ustavila jako anketa volící nejvhodnější koupi pro běžné zákazníky v tomto regionu, reprezentujícím více než 300 milionů obyvatel. Během sedmi let, které uplynuly od založení ankety, došlo k mnoha změnám. Nejenže se porota rychle rozrostla z původních devíti na dnešních 15 zemí. Změnil se ale celý region. Dnes již není na místě označovat jej za země s rozvíjejícími se trhy, ale za region s rychle rostoucími a stále významnějšími trhy. Z nich se Rusko zřejmě brzy stane nejvýznamnějším trhem celé Evropy a Rumunsko s Polskem představují v EU trhy s nejrychlejším tempem růstu. Jde také o region s velmi rychle se rozvíjejícím automobilovým průmyslem. Například Turecko je na nejlepší cestě produkovat více než milion aut ročně a podobně je na tom i Česká republika. Pokud dnes evropský automobilový průmysl vykazuje růst, pak je to díky růstu výroby a prodeje právě v regionu, který zastupuje AutoBest.“ ←

Výsledky AutoBest 2008

1. Fiat Linea	850
2. Kia cee'd	784
3. Mazda2	704
4. Škoda Fabia	679
5. Toyota Auris	428

Ford lídrem evropského trhu

EVROPSKÝ FORD ZÍSKAL V BŘEZNU NA 19 NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH EVROPSKÝCH TRZÍCH PODÍL 9,9 %, KDYŽ ZDE PRODAL CELKEM 187 400 VOZŮ. STAL SE TAK NEJÚSPĚŠNĚJŠÍM VÝROBCEM AUTOMOBILŮ V REGIONU.

Po započítání výsledků z Ruska, Turecka a třiceti menších trhů, na nichž Ford of Europe působí, činí celkový počet prodaných vozů dokonce 221 100. Na 19 hlavních trzích Evropy byl v březnu největší zájem o model Ford Fiesta (46 800 vozů), v těsném závěsu se držel Focus (44 600 automobilů). Znamenitě si vedlo rovněž Mondeo s 18 700 prodanými kusy. Nadále velmi silná poptávka po užitkových vozech Ford vyústila v 34 700 prodaných automobilů, z čehož 23 100 připadlo na populární Transit. Za celé první čtvrtletí 2008 prodal evropský Ford celkem 77 400 užitkových automobilů, z toho 51 000 Transitů. Přestože evropský automobilový trh v březnu oslaboval, uzavřeli jsme první kvartál s meziročním nárůstem. Naše modely nepřestávají sbírat kladné ohlasy jak ze strany tisku, tak u veřejnosti, což nám dává skvělou výchozí pozici pro následující období," komentoval příznivé výsledky Ingvar Sviggum, viceprezident Ford of Europe pro marketing, prodej a služby. Dobře si Ford vede i v ČR – za první čtvrtletí tu prodal celkem 3 393 nových automobilů, tedy o 436 (téměř 15 %) více než vloni. ←

Opel Corsa pro Český statistický úřad

Tuzemské zastoupení automobilky Opel zvítězilo ve výběrovém řízení na dodávku 30 malých vozů pro Český statistický úřad. Opel má v sektoru fleetových obchodů dlouholetou tradici-podíl velkých firemních zákazníků na celkových prodejích činí v Evropě asi 27 %, v České republice je to cca 30 %. Ke tradičním velkoodběratelům Opelu v ČR patří například Pepsi Cola, DHL či autopůjčovny Hertz, Avis, Budget a Europcar. „Ve veřejné soutěži nakonec zvítězil Opel s modelem Corsa 1,3 CDTI – po vyhodnocení všech sledovaných parametrů byla jeho nabídka optimální. Osobně si myslím, že moderní Corsa bude vyhovovat i našim zaměstnancům – vždyť jde konec konců o loňské české Auto roku," řekl ing. Karel Běhounek, ředitel provozně-správního odboru Českého statistického úřadu. ←

VYROBEN VE SPOLUPRÁCI S PŘEDNÍMI VÝROBCI AUTOMOBILŮ

Speciální formulace Clean Performance Technology™ zajištující úsporu paliva mezi výměnnými intervaly.

Castrol SLX Professional Powerflow LongLife III 5W-30 byl vyvinut ve spolupráci s firmou Volkswagen pro generaci nejmodernějších motorů. Je vhodný jak pro vznětové, tak zážehové motory, včetně motorů s filtry pevných částic. Jeho technologie Clean Performance Technology™ prodlužuje životnost současných komplexních emisních systémů a napomáhá snižovat škodlivé emise do životního prostředí.

Splňuje specifikace: ACEA A3/B3/B4, VW 504 00, 507 00.

IT'S MORE THAN JUST OIL. IT'S LIQUID ENGINEERING.

Castrol Professional

Audi na vzestupu

V LOŇSKÉM ROCE ZAZNAMENALO FIRMA AUDI AG REKORDNÍ PRODEJ 964 151 AUTOMOBILŮ A CELÁ SKUPINA AUDI GROUP VYTVOŘILA ZISK PO ZDANĚNÍ VE VÝŠI 1,692 MILIARD EUR

A. MATĚJKA,
AUTO DATA & NEWS

Fiskální rok 2007 byl nejúspěšnější v celé historii ingolstadtské automobilky, a to jak z hlediska produkce a prodeje, tak i obratu a čistého zisku. Potvrdil to na nedávné výroční konferenci Rupert Stadler, předseda představenstva společnosti Audi AG. Značka Audi navyšuje svoji výrobu a prodej již dvanáctý rok v řadě a jen pro zajímavost uveďme, že za posledních deset let se roční produkce firmy zvýšila o více než 350 000 automobilů (z 619 030 vozů v 1998 na 980 880 vozů v roce 2007). Obrat skupiny Audi Group, která mimo jiné zahrnuje i značku Lamborghini, dosáhl vloni 33, 617 miliardy eur a ve srovnání s předchozím rokem stoupl o 7,9 %, zisk před zdaněním činil rovněž rekordních 2,915 miliard eur. Kromě toho značka Audi uvedla v loňském roce na trh šest nových modelů – Audi A3 cabriolet, A4 Sedan, A5, S5, TT Roadster a RS 6 Avant a o jejím vzestupu na světových trzích jasně vypovídá i dlouhodobější plán předpokládající produkci 40 různých modelů do roku 2015. Nejvíce automobilů prodala značka Audi v roce 2007 na domácím německém trhu (254 014 vozů, -1,5 % ve srovnání s rokem 2006), druhým největším odbytištěm byla Čína (101 996 vozů, + 24,8 %) a třetím Velká Británie s bilancí 100 712 vozů (+17,1 %). V celé Evropě s výjimkou Německa prodala společnost Audi AG 432 466 vozů, ve Spojených státech se zvýšila prodejní čísla o 3,8 % na 93 506 automobilů. Ve východní Evropě stoupl prodej vozů Audi v roce 2007 zhruba o třetinu (přes 36 000 kusů) ve srovnání s rokem předchozím. Prodej sportovních vozů Lamborghini vzrost loni na 2406 kusů (+15,3 %), nejúspěšnějším automobilem Audi se stal model A3 Sportback (159 148 prodaných kusů) těsně následovaný verzí A4 Sedan (157 258 kusů). Kromě toho vyrobila společnost Audi AG v loňském roce ve svém maďarském závodě v Györu 1 915 695 pohonných jednotek, z nichž více než miliON putoval do továren ostatních koncernových značek. Největší část produkce pochází z výrobních závodů v Ingolstadtu a Neckarsulmu, v loňském roce se vozy Audi začaly montovat i v Bruselu a indickém Auranrangabadu. ←

Audi Group

	2007	2006	změna v %
Produkce			
vozy	980 880	926 180	5,9
motory	1 915 633	1 895 695	1,1
Prodej	1 200 701	1 135 554	5,7
Audi	964 151	905 188	6,5
Německo	254 014	257 792	- 1,5
ostatní trhy	710 137	647 396	9,7
Lamborghini	2 406	2 087	15,3
Ostatní značky VW Group	234 144	228 279	2,6
Počet zaměstnanců	53 347	52 297	2,0
Obrat (mlrd. eur)	33,617	31,142	7,9
Zisk před zdaněním (mlrd. eur)	2,915	1,946	49,8
Zisk po zdanění (mlrd. eur)	1,692	1,343	26,0

Rekordní rok pro Audi

AUTOMOBILKA AUDI ZAZNAMENALA V LOŇSKÉM ROCE NA EVROPSKÝCH A SVĚTOVÝCH TRZÍCH REKORDNÍ PRODEJNÍ ÚSPĚCHY. O SOUČASNÉ A BUDOUCÍ STRATEGII FIRMY JSME HOVOŘILI S MICHAELEM DICKEM – ČLENEM PŘEDSTAVENSTVA ZODPOVĚDNÝM ZA TECHNICKÝ VÝVOJ.

Mohl byste nám na úvod v krátkosti přiblížit z pohledu úrovně technického vývoje postavení značky Audi v rámci německého automotivního průmyslu?

Audi je jednou ze tří prémiových značek na německém automobilovém trhu a naším mottem v oblasti vývoje je již několik let slogan „Vorsprung durch Technik“ – Náskok díky technice, což jiným slovy znamená, že produkujeme špičkově vybavené a technologicky vyspělé automobily pro tu nejnáročnější klientelu. Vozy značky Audi jsou zároveň velmi emotivní, hospodárné, šetrné vůči životnímu prostředí a v neposlední řadě i vysoce avatgardní. Audi byla první značkou na světě, která přišla s hliníkovou konstrukcí karoserie a podvozku a se systémy vstřikování TDI, FSI a TFSI. Vždy jsme byli v popředí technického vývoje, o čemž svědčí i to, že jsme již před více než dvaceti lety přišli s tehdy opravdu převratným konceptem Audi Duo, jenž byl vybaven hybridní technologií pohonu.

Naším prioritním cílen je nejen vyrábět prémiové vozy, ale také se výraznou měrou podílet v globálním měřítku na ochraně životního prostředí. Jsme připraveni plnit podmínky Komise Evropské unie ohledně emisí CO_2, na druhou stranu musím poznamenat, že by bylo nanejvýš spravedlivé, kdyby se do ekologických projektů více zapojily i ty automobilky, které již dnes svými malými vozy dosahují hodnoty 120 g CO_2 na kilometr.

V loňském roce jste zaznamenali rekordní prodejní výsledky a zároveň jste vyrobili i rekordní počet vozů a pohonných jednotek. Můžete nám prozradit konkrétní čísla a modelovou strategii pro nejbližší budoucnost?

Vloni jsme prodali 964 000 vozů a oproti roku 2006 jsme odbyt zvýšili o 6,5 %. Zároveň jsem vyrobili téměř milion automobilů a dva miliony motorů. Obrat firmy Audi Group, která v současné době zaměstnává přes 53 000 lidí, vzrost ve srovnání s předloňským rokem o 7,9 % na hodnotu 33,6 miliard eur. Nejvíce vozů jsme prodali na domácím trhu-více než čtvrt milionu, ze světových trhů se nám vloni nejvíce dařilo v Číně a ve Velké Británii, kde jsme v obou případech překročili hranici 100 000 vozů. Naše produktová strategie do blízké budoucnosti je založena na expanzi modelových řad. Do roku 2015 bychom chtěli naši nabídku rozšířit zhruba na 40 různých modelů a vzhledem k tomu, že ročně investujeme do vývoje 2 miliardy eur, jeví se tento cíl velmi reálně. Samozřejmě vám nemohu prozradit další detaily naší budoucí modelové strategie, nicméně již dnes je jasné, že v dohledné době přijdeme na trh s novou modelovou řadou Q5, se čtyřdveřovým kupé a kabrioletem odvozeným z modelů A5 a dalšími deriváty řady A3 a TT. Současně představíme i několik nových motorů a na rok 2009 připravujeme výrobu malého modelu Audi A1.

↑ MICHAEL DICK – ČLEN PŘEDSTAVENSTVA AUDI AG

> V loňském roce jsme zaznamenali rekordní prodej na více než 50 trzích

Jedním ze způsobů snižování spotřeby paliva a emisí CO_2 je využití ultralehkých komponentů a zavádění hybridních technologií pohonu. Předpokládám, že minimálně v prvním případě představuje značka Audi stále absolutní světovou špičku.

To máte pravdu. Stačí se jen podívat na model Audi TT, který z 65 % využívá díly z hliníkových slitin. Na snižování hmotnosti jednotlivých modelových řad intenzivně pracujeme, což úzce souvisí se zaváděním nových technologií, postupným zmenšováním některých komponentů a zdokonalováním elektronických řídících systémů. Tato cesta není vůbec jednoduchá, neboť klade značné nároky i na konstrukci pohonného ústrojí a celkovou bezpečnost vozu, která musí dosahovat standardů, jež odpovídají prémiovému postavení značky Audi. V hybridních systémech pohonu, které kombinují klasický spalovací motor s elektromotorem, vidím rovněž velkou budoucnost. Ještě letos představíme hybridní model Q7, hlavní pozornost však již věnujeme vývoji zcela nového hybridního vozu Q5 s lithio-ionovými akumulátory a systémem pohonu quattro.

Hovořil jste o vznětových motorech TDI. Jak vidíte jejich další vývoj s ohledem na stále se zpřísňující emisní limity?

V rámci vývoje motorů TDI jsme investovali značné finanční prostředky do nového systému ultra low emission, který snižuji zplodiny NOx až o 90 %. Takto vybavené pohonné jednotky jsme začali nabízet na konci loňského roku ve Spojených státech v modelech Q7 a A6 a počítáme s tím, že je v dohledné době představíme také na evropském trhu. Naše nejnovější motory TDI splňující emisní normu Euro 6, která vstoupí v platnost v roce 2015, a v mnoha ohledech jsou v provozu výhodnější než hybridní systémy pohonu. Kromě toho usilovně pracujeme na další generaci motorů TFSI, s nimiž bychom chtěli u vozů střední třídy dosáhnout hodnoty emisí CO_2 140g/km.

Audi intenzivně spolupracujete ve vývoji s ostatními značkami koncernu Volkswagen. Máte také některé společné projekty s automobilkou Škoda Auto?

V současné době nikoli, ale dokážu si teoreticky představit, že bychom v případě potřeby mohli Škodovku požádat o uvolnění určitých vývojových kapacit, například pro projekt modelu A1.

V posledních letech jste byli velice úspěšní v motosportu, především ve vytrvalostních závodech. Mohl byste nám přiblížit váš letošní sportovní program?

Samozřejmě se opět objevíme v Le Mans a s vozy R10 budeme obhajovat loňské vítězství. Letos budeme startovat jak v americké, tak i evropské sérii závodů Le Mans a nové vozy nasadíme i do seriálu DTM. Pro příští rok zvažujeme účast v seriálu závodů GT s vozy Audi R8. ←

Pragmatická koalice

← pokračování ze **strany 1**

GM totiž je vyrábět auta především tam, kde se prodávají.

Navenek továrna na předměstí Varšavy, otevřená koncem roku 1951, působí dojmem, že se zde zastavil čas. Chvíli trvalo, než jsme se kolem zřejmě prázdných hal (pro přesnost ale dodávám, že v několika sídlí i jiné firmy) dostali do těch, ve kterých se auta vyrábějí. Ve FSO jsou lisovna, karosárna s ručním svařováním a jedním robotem, lakovna a konečná montáž.

Výroba Lanosů (model T-100) pro Ukrajinu pokračuje způsobem zavedeným kdysi Korejci a se společným podnikem FSO a GM nemá nic společného. Vloni se tu těchto vozů vyrobilo 156 000 kusů (výrobní takt byl 23 vozů za hodinu).

Produkce nového Chevroletu Aveo (model T-25X) na oddělené druhé lince musí splnit vysoké nároky výrobního systému GMS. Cílem je výroba 225 000 vozů ročně při taktu 30 vozů za hodinu při třísměnném provozu. Letos se ale reálně předpokládá výroba asi 60 000 vozů a v roce 2009 by měla být překročena hranice 100 000 vyrobených vozů.

Jenže pro GM je důležitější kvalita než objem produkce. Proto se v době naší návštěvy počátkem února vyrábělo 13 aut za hodinu, během léta už by to mělo být 18 a v říjnu 25 aut za hodinu. Nově vybavená karosárna se teprve rozebíhá a postupně přebírá produkci díl po díle, takže řada karosářských dílů se stále ještě vozí z Koreje.

Výroba ve Varšavě má daleko k moderním výrobním linkám a vybavením zaostává i za tím, čím dnes disponuje Dacia v Pitesti. To ale ani v nejmenším neplatí o systematické kontrole kvality. Dokonce naopak - ověřování svarů či rozměrů je zde právě proto ještě častější než jinde. A celková kontrola vyrobených vozů na konci linky je na srovnatelné úrovni s jinými automobilkami. Navíc se každý den tři náhodně vybrané vozy podrobují zevrubné kontrole. Až poté, co bude kvalita výroby na patřičné úrovni, dostanou Avea vyrobená ve Varšavě zelenou k vývozu do západní Evropy (tedy i k nám). Než se tak stane (mělo by to být koncem května), bude se Aveo dovážet z Jižní Koreje.

Ve FSO je nyní zaměstnáno 2200 lidí (tj. asi desetina stavu z před pěti lety) s průměrným věkem nezvykle vysokým - okolo 40 let. Vedení GM si proměnu FSO pochvaluje. Největším problémem bylo proměnit pracovní kulturu zaměstnanců, kteří zde pracují již mnoho let. Většinou ale prokázali velkou schopnost i ochotu změnit své zvyky a přizpůsobit se úrovni vyžadované u Opelu a Chevroletu.

Pro GM je současný stav, kdy je FSO takřka stoprocentně v majetku Ukrajinců (malou část akcií vlastní

i management FSO), velmi výhodný. Nemusí se zde starat o nic jiného, než o samotnou výrobu a její kvalitu. Vše ostatní je starostí UkrAvta. Pro UkrAvto je to rovněž výhodné spojení, protože GM pro jejich továrnu dodává technologie, které sami nemají. Jedná se tedy o zcela jiný případ, než je továrna Opelu v Gliwicích, která je v majetku GM. Mimochodem – Gliwice jsou v rámci systému GMS hodnoceny jako jedna z nejkvalitnějších továren na světě. ←

Porovnání počtu osobních aut v regionu střední a východní Evropy podle GM

region	počet obyvatel	počet aut	obyv./auto
EU15	378 mil.	85 mil.	4,1
střední Evropa	198 mil.	42,6 mil.	4,7
Rusko	142 mil.	28,6 mil.	5,0
nové trhy	135 mil.	12,8 mil.	10,6

Nejdůležitější rozvíjející se trhy světa

země	prodej mot. vozidel
Čína	8 190 436
Rusko	2 708 659
Brazílie	2 220 481
Indie	1 812 375
Turecko	625 843
Ukrajina	584 823
Polsko	372 054

Zdroj: GM

Značka je králem

JAKÝ JE POSTUP GENERAL MOTORS PŘI TAŽENÍ SMĚREM NA VÝCHOD NÁM ŘEKL CHRIS LACEY.

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

VARŠAVA | „Když se mě nedávno na kongresu v Detroitu ptali, co mám vlastně na starosti, nechtěli věřit, že má oblast zahrnuje 29 zemí se 475 miliony obyvatel, kteří vlastní 84 milionů aut," říká s úsměvem Chris Lacey, ředitel GM pro oblast střední a východní Evropy. Do regionu, který spravuje, totiž spadá i část východního Německa, Rusko, Kazachstán ale také část Indie a Číny.

Jde také o region s největším potenciálem růstu. V Laceym spravované oblasti roste prodej osobních vozů meziročně o více než 20 %, zatímco celosvětový průměr růstu je jen 4,6 %. Nelze se tomu divit. V letech 2001 až 2008 vzrostl prodej aut jen v Rusku o více než 200 %, na Ukrajině dokonce o 630 % a v celé oblasti střední a východní Evropy o 110 %.

To jsou údaje, které vedou GM ke snaze tyto možnosti ještě lépe využívat. Chris Lacey nám objasnil, jak se o to snaží. Především je veden snahou o navazování spolupráce s partnery přímo na místě. Tato partnerství se týkají nejen výroby, ale i dodávek dílů, prodeje a servisu. Přitom se snaží vzájemně těžit ze znalostí filozofie komunikace se zákazníky.

GM v této oblasti vyrábí vozy s celou řadou různých partnerů, přičemž není snaha, aby tato výrobní zařízení byla nutně v majetku GM. Proto se GM nesnaží získat bývalé továrny Daewoo na Ukrajině, v Polsku, Rumunsku a Uzbekistánu, ale chce s nimi spolupracovat a využívat jejich výrobní kapacity v rámci partnerských smluv se současnými majiteli. To je důvodem, proč se 180 000 vozů vyráběných z dílů dodávaných GM DAT z Koreji neobjevuje ve výrobních a prodejních statistikách GM.

Vzhledem k trvale rostoucí kvalitě výroby dílů v tomto regionu se GM snaží rozšiřovat využití místních subdodavatelů. Objem jejich dodávek vzrostl za poslední čtyři roky o 81 %, nicméně stále je to jen 21,4 % dodávek z místních zdrojů.

Velkou výhodou GM je prodej více značek na jednom místě, což je v tomto regionu obzvláště výhodné. Kombinují se zde Opel s Chevroletem nebo Saabem a Cadillac s Hummerem. „Vzhledem k tomu, že většina prodejních míst je nově vybudovaná a tím i prostornější, je zde vyšší úroveň prodeje než například ve Velké Británii a především se zde dosahuje vyšší míra zisku než je běžné v Evropě," tvrdí Lacey. Podle něho k tomu prospívá i to, že ve většině míst tohoto regionu jsou transparentní ceny a uplatňují se reálné ceny za práci, což napomáhá získat si respekt u zákazníků.

Vzhledem k charakteru kupujících v tomto regionu není portfolio značek GM zcela ideální. „Pokrýváme jen asi 60 % segmentů. Chybí nám vyloženě laciný produkt s cenou do 8000 dolarů abychom zajistili větší růst objemu prodeje," stěžuje si Lacey.

Zajímavé je srovnání priorit v tomto regionu a to, jak se liší od priorit obyvatel v západní Evropě. „Zde se při investování peněz myslí především na mobil, oblečení, cestování a auto a až potom na bydlení, protože každý někde nějak bydlí. Naproti tomu v západní Evropě je bydlení tím nejdůležitějším. Velmi důležitá je zde také značka výrobku, značka je tu prostě králem," konstatuje Lacey.

V souvislosti s ruským trhem jsme se nemohli nezeptat na spolupráci s ruskou automobilkou AvtoVAZ. „Naše vztahy se pohybují po křivce - prudce nahoru a zase prudce dolů. Byla špatná období, ale nyní jde všechno mnohem lépe, než jsme čekali. Všechna auta, která společně vyrábíme (jedná se o novou generaci Lady Niva nabízenou pod značkou Chevrolet), se okamžitě prodají. Vloni to bylo 58 000 vozů. Je to pro nás jedna z nejlepších spoluprací v Evropě s vysokou mírou ziskovosti. I když se občas píše o vzájemných potížích, tak to není pravda," tvrdí Lacey, a to i přesto, že je známo, že o převzetí AvtoVAZ nyní usiluje Renault. ←

AUTOTEC 2008 – jediný veletrh svého druhu ve střední Evropě

KAŽDÝ SUDÝ ROK JSOU PRVNÍ ČERVNOVÉ DNY NA VÝSTAVIŠTI V BRNĚ ZASVĚCENY AUTOMOBILOVÝM PROFESIONÁLŮM, KTEŘÍ LETOS JIŽ PODVANÁCTÉ ZAMÍŘÍ NA MEZINÁRODNÍ VELETRH UŽITKOVÝCH VOZIDEL, DÍLŮ A SERVISNÍ TECHNIKY AUTOTEC 2008.

AUTOTEC 2008 je jedinou motoristickou výstavou tohoto druhu ve střední Evropě. O jeho výjimečnosti svědčí i to, že je pravidelně zařazen do prestižního kalendáře mezinárodních výstav organizace O.I.C.A. a patří tak mezi evropskou elitu.

Velká sedmička v plné síle

V Brně se bude prezentovat všech sedm velkých evropských výrobců trucků, ale zároveň nebudou chybět ani české značky nákladních vozidel, jako je TATRA a AVIA. V expozici AVIA Ashok Leyland v pavilonu V bude například kromě typických exponátů vystaveno vozidlo se vzduchovým pérováním a s ukázkou spodního i klasického vrchního tažního zařízení.

Jednu z největších expozic nabídne například koncern Iveco – na ploše 3 000 m² se zde představí společně značky Iveco, Irisbus a Fiat Professional. Nové nákladní vozy, stejně jako malé užitkové vozy Fiat Fiorino, zde budou mít svou výstavní premiéru. Ve světové premiéře zde bude poprvé představen nejen třídveřový městský nízkopodlažní autobus Irisbus Crossway LE, ale i luxusní autokar Irisbus Magelys.

Mercedes-Benz se v Brně chystá v premiéře předvést novou modelovou řadu Actros. Renault Trucks kromě jiného představí nejnovější technologie nabízející hybridní pohony. Společnost Scania vystavuje dvě nejmodernější technologie - recyklaci výfukových plynů (EGR) a selektivní katalytickou redukci (SCR). TEDOM představí v premiéře facelift městského nízkopodlažního autobusu TEDOM C12 G s motorem TEDOM (pohon na stlačený zemní plyn – CNG) a také městský nízkopodlažní autobus TEDOM C12 D s motorem Deutz.

Z oblasti lehkých užitkových vozidel společnost Volkswagen přiveze do Brna novinku - modelovou řadu Caddy Maxi. Lehké užitkové automobily však nabídne i Peugeot – od užitkových verzí modelu 107 až po vozy Expert, nebo Boxer či premiéru vozů Peugeot Bipper. Hyundai představí kromě nových lehkých užitkových a SUV automobilů také partnerství s fotbalem. Své nejnovější modely lehkých užitkových vozidel, případně vozů spadajících do kategorie SUV či offroad, představí v prostorách haly V také další značky. Najdete zde dále například vozy KIA, Renault, Nissan, Mitsubishi, Suzuki, Citroën, Mercedes-Benz, Škoda a řadu dalších.

Bohatá nabídka přípojných vozidel a servisní techniky

Reprezentativní zastoupení nabídne kategorie přípojných vozidel, nástaveb a oblast komunální techniky. Objeví se zed například německý výrobce nástaveb – F.X. Meiller, nebo lucemburská společnost Faymonville. Páteř nabídky značky Kögel budou tvořit návěsy řady Maxx – velkoobjemový extradlouhý návěs Big-MAXX a také novinka – nový nápravový systém Kögel TRAX. AUTOTEC již tradičně nabízí kvalitní přehlídku servisní a garážové techniky od celé řady výrobců. Představí se tak téměř všichni významní výrobci a distributoři garážového vybavení, kteří obsadí výstavní halu A. Účastnit se budou například firmy Univer, Italmec, RPJ International, Technology Garage a řada dalších Například společnost Allstar trading s.r.o. představí jako novinku testovací stolici OPAL pro alternátory a startéry firmy DACTEM Technologies, neboTESTER TECH TRUCK – diagnostiku od Magneti Marelli určenou k diagnostikování řídicích jednotek. IHR Autodíly bude prezentovat hned několik novinek v oblasti autoelektriky, filtrace, nebo například i lepení a tmelení. REMA TIP TOP pak představí jako novinku automatický montážní stroj AIKIDO. RPJ International s.r.o. představí kompletní linku SEDA na odsátí provozních kapalin z autovraků, včetně doplňků na vyřezávání autoskel, likvidaci airbagů a střihání katalyzátorů a mnohé další.

Svět kamionů zblízka

Profese řidiče kamionu je velmi náročná a láká malé i velké truck alespoň na chvíli řídit. Program, který vznikl ve spolupráci se Sdružením automobilových dopravců ČESMAD, jim může tento sen částečně splnit. Svět kamionů zblízka nabídne šanci podrobně si trucky prohlédnout a s profesionální asistencí zkušených instruktorů i vyzkoušet při jízdě na zkušební dráze.

Vysoká odborná úroveň

Odbornou úroveň veletrhu již tradičně zvýrazňuje také řada seminářů a konferencí zaměřených na nejrůznější oblasti automobilového průmyslu. V rámci odborného programu AUTOTEC CONFERENCE se připravuje evropský kongres BRNO-SAFETY 2008, který zastřešuje několik odborných konferencí spojených s tematikou bezpečnosti na silnicích. Další významná konference TRENDY AUTOMOBILOVÉ LOGISTIKY je situována do dvou paralelních programových sekcí – „Business Trends“ a „Technology Trends“. Třetí ročník mezinárodní konference ROAD TRANSPORT & ENVIRONMENT 2008 – Silniční doprava a životní prostředí se představí během dvou dnů prostřednictvím dvou tematických bloků. 1. problematika alternativních paliv a pohonů motorových vozidel; 2. Čistá budoucnost již dnes – úsporné systémy pohonu vozidel šetrné k životnímu prostředí.

Pro zájemce, kteří by rádi našli pracovní uplatnění v automobilovém průmyslu, je připravován projekt s názvem AUTOJOB.

Zaregistrujte se a získejte zvýhodněnou vstupenku.

Návštěvník, který se zaregistruje do 31. května 2008 na www.autotec.cz, získá zvýhodněnou vstupenku na veletrh a dárek. ←

AUTOTEC
COMMERCIAL VEHICLE SHOW

4.–8. 6. 2008, Brno

Důležité termíny:

AUTOTEC 2008

4.– 8. 6. 2008

3. 6. 2008 novinářský a odborný den

Další informace najdete na **www. autotec.cz**

Žilina zvyšuje tempo

NÁVŠTĚVA ŽILINSKÉ AUTOMOBILKY JE VŽDYCKY ZAJÍMAVÁ. STÁLE JE TU MNOHO NOVÉHO K OBJEVOVÁNÍ A VÝROBA JE ZDE SKUTEČNĚ JEDINEČNÁ.

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

ŽILINA | V Žilině byla během pouhých dvou let za miliardu eur postavena továrna, která dnes už ve velkém vyrábí konkurenceschopný automobil s vysokou mírou kvality.

Produkce v Žilině postupně nabírá na tempu. V současné době se zde pracuje na dvě směny. Maximální produkční kapacita se zatím využívá jen z asi 85 % a jen postupně se zvyšuje na projektovaných 60 aut za hodinu. Cílem Korejců je dosáhnout v Žilině produktivitu 100 aut na zaměstnance a rok (tedy jako TPCA v Kolíně). Důležitější než dosažení této hodnoty ale je redukování počtu závad při výrobě na nulu i za cenu poněkud nižší míry produktivity.

Na konci výrobního procesu je proto závěrečný audit, během něhož každý vůz detailně prověřuje specializovaný tým kontrolorů. Unikátní na továrně v Žilině je to, že se každé auto kontroluje dvakrát i v případě, že při první kontrole je všechno v pořádku. Právě to je předpokladem pro poskytování sedmileté záruky. Kia při tom využívá vlastní systém Global Quality Management, jehož součástí je i sledování reakcí zákazníků na jejich nové vozy.

Základ je v lidech

Výrobní závod dnes zaměstnává 2700 lidí (cílový stav 3000 pracovníků bude dosažen po zavedení třetí směny počátkem roku 2009) a dalších 1000 pracovníků je zaměstnáno v satelitní továrně společnosti Mobis. Růst souvisejících služeb přidává nemenší počet pracovních příležitostí v celém regionu, takže od spuštění výroby klesla míra nezaměstnanosti v Žilině a okolí ze 14 % na 5,5 %.

Pro porovnání s podobně velkou továrnou TPCA přidejme dva údaje – průměrný věk zaměstnanců je v Žilině 29 let a fluktuace se zde pohybuje kolem 10 %, přičemž odcházejí takřka jen pracovníci z konečné montáže.

Vzhledem k nedostatku kvalifikovaných pracovníků pro vlastní výrobu ale i pro subdodavatele Kia na Slovensku hodně investuje do vlastní výchovy pracovníků a ve spolupráci se slovenskou vládou i do školství v regionu.

Co se chystá

Během letošního roku bude rozhodnuto o třetím modelu, který se bude vedle cee`du (ten už se produkuje ve všech třech karosářských verzích) a Sportage v Žilině vyrábět. Ve hře jsou podle oficiální zprávy stále ještě dvě či tři varianty. Určitě to ale nebude Sorento, resp. jeho nástupce.

↑ KVALITA VÝROBY V ŽILINĚ JE INSPIRACÍ PRO PŘIPRAVOVANÝ ZÁVOD HYUNDAIE V NOŠOVICÍCH I PŘEDMĚTEM ZÁJMU KONKURENCE

Překvapivě více nám k tomu ale řekl prezident Kia Motor Slovakia In-Kyu Bae: „Naším základním plánem je přijít každé tři roky s novým rodinným modelem. Počátkem roku 2009 začneme vedle cee`du a Sportage s výrobou menšího SUV určeného pro evropské trhy. Tentýž model se pro jiné části světa bude produkovat v Koreji.“ Je samozřejmé, že se v této souvislosti přímo nabízí vůz nedávno vystavený v Ženevě pod názvem Soul.

Cee`d se už produkuje ve všech třech karosářských verzích. Z dalšími se zatím podle představitelů KMS zatím nepočítá. V nejbližší době tedy nečekejme sedan ani čistě užitkovou verzi kromě úprav na N1 podle českých a slovenských předpisů.

Při výrobě se v Žilině využívá 75 až 80 % dílů pocházejících z Evropy (z toho je 55 % ze Slovenska a 45 % z jiných zemí, vč. České republiky) a zbytek se dováží z Koreje a USA. Dlouhodobým cílem je rozšiřovat dodávky od místních dodavatelů a dodavatelů z nejbližšího okolí, tedy i České republiky.

Na rozdíl například od kolínské TPCA se v Žilině vyrábějí i motory. V současné době je to 100 000 motorů ročně, pracuje se na rozšíření této produkce na 200 000 motorů a připravuje se další tak, aby během dvou let bylo dosaženo hranice 300 000 vyrobených kusů, mj. i pro Nošovickou továrnu Hyundai. Z Nošovic se naopak budou odebírat převodovky, které se nyní vozí z Koreje.

Nejvyšší kvalita

Úspěch projektu KMS, která je dnes jasnou jedničkou v hodnocení kvality výroby v rámci skupiny HKM (Hyundai Kia Motors), je samozřejmě velkou inspirací pro ty, kteří připravují výrobu v závodě Hyundai v Nošovicích. Představitelé Hyundai při tom studují nejen výrobu samotnou, ale také vzdělávací a školicí programy, používané Kiou na Slovensku.

↑ PREZIDENT KIA MOTORS SLOVAKIA IN-KYU BAE

↑ JEAN-CHARLES LIEVENS U PRVNÍHO CEE'DU VYROBENÉHO V ŽILINĚ

Vedoucí pracovníci KMS s hrdostí vyzdvihují, že kvalita výroby v Žilině je ostře sledována nejen konkurencí, ale také exkluzivními značkami. Zájem o spolupráci například projevilo vedení BMW, které zaujala vysoká kvalita laku při použití stejných materiálu a mnohem menší míra odpadu než má ve svých továrnách.

Prezidenta KMS In-Kyua Baeho jsem se zeptal, jak obtížné to je pro Korejce zvykat si na život v Evropě. „Je zde velmi hezky, přes velmi rozdílnou kulturu. Dobře se nám tu ale spolupracuje a učíme se místnímu způsobu života. Zvykáme si například na místní zimu, ale třeba i hudbu, protože třeba operu u nás téměř neznáme. Je to velmi užitečná zkušenost, i když to vyžaduje hodně času,“ říká In-Kyu Bae.

Na otázku po srovnání s výrobním závodem v Alabamě, kde před příchodem do Žiliny působil, zdůrazňuje: „Jsem velmi hrdý na slovenské dělníky. Tady se vyrábí mnohem kvalitněji než tam. Je to dáno i mnohem vyšší úrovní vzdělání než v Alabamě a snahou lidí seznamovat se s novými technologiemi.“

Nejen výroba

Úspěch Kiy na Slovensku je poučný nejen po stránce výroby. Odcházející viceprezident Kia Motors Europe Jean-Charles Lievens se ohlíží na start výroby automobilů v KMS s hrdostí: „Před třemi roky mi na Slovensku nikdo nevěřil, když jsem tvrdil, že tu chceme zaujmout třetí pozici na trhu. Dnes je to skutečnost a útočíme na hranici 5000 prodaných vozů, zatímco tehdy jsme jich neprodali ani tisícovku. Ukazuje se, že se nám vyplácí marketing využívající místní výrobu a prezentující značku Kia jako slovenského výrobce.“

„Naším cílem jako Kia Motors Europe je dnes prodávat v západní Evropě půl milionu vozů a dalších sto tisíc v Rusku a na Ukrajině. Model cee'd je naším posledním společným projektem s Hyundaiem. Letos na podzim nebo počátkem příštího roku představíme nový minivan, který už nebude mít ekvivalent v nabídce značky Hyundai,“ řekl Jean-Charles Lievens při našem žilinském setkání na rozloučenou (odchází do důchodu). ←

Bob Lutz sází na líh z odpadu

BIOLÍH JE NEJDOSTUPNĚJŠÍ NÁHRADA ROPY

PODLE NEWSPRESS
VLADIMÍR RYBECKÝ

Na autosalonu v Ženevě bylo možné potkat vicepředsedu pro vývoj výrobků General Motors Boba Lutze. Muž, který se staví proti teoriím o globálním oteplování ještě nekompromisněji než český prezident, je připraven přijímat alternativní systémy pohonu, aby se snižovala závislost na ropě. Především je velkým příznivcem etanolu. Proč?

Bob Lutz: „Důvodem je to, že pokud máme snižovat emise CO_2 a zbavit se dovozu ropy, což považuji za neméně důležitou prioritu, je přeměna současného automobilu na pohon etanolem tím nejrychlejším a neefektivnějším způsobem, který k tomu povede. A je samozřejmě zapotřebí, aby se do věci vložily vlády a skutečně podporovaly výrobu etanolu. Také je nutná spolupráce s naftovými společnostmi, aby zaváděly čerpadla na palivo E85, neboť těch je zatím nedostatek. Avšak přechod na E85 je zdaleka tím nejméně nákladným způsobem, jak splnit severoamerické požadavky na spotřebu paliva a evropské předpisy, pokud jde o CO_2, a přitom neměnit zvyky zákazníků a dramaticky nezvyšovat cenu automobilů. Nyní existuje nová výroba etanolu, ke které nepotřebujete cukrovou řepu, cukrovou třtinu či kukuřici, ale prostě používáte odpad. Vše může jít do výroby etanolu a existují společnosti, které dokonce používají bakteriální etanol. Nemusejí ho ani destilovat. To má smysl a může to být i levnější než obvyklý benzin."

Na to vše je ale potřeba participace vládních orgánů. Nebo myslíte, že bez jejich pomoci to půjde?

„Myslím, že pro Švédsko jsou už biopaliva národní prioritou. Jsou výhodněji zdaněná a Saab stojí ve Švédsku v čele marketingu ve prospěch biopaliv. Je to další krok, díky kterému se GM stalo výrobcem největšího počtu automobilů schopných jezdit na etanol. Na silnicích nám jezdí asi čtyři miliony vozů. Dali jsme si závazek, že 50 % výroby GM budou tvořit automobily schopné jezdit na biopalivo. Investovali jsme do výroby etanolu na základě bakteriologického procesu a jsme o tom tak hluboce přesvědčeni, že jsme na to vynaložili spoustu peněz."

To ale bude vyžadovat spolupráci ropných společností. Co pak bude s jejich čerpadly? Chtějí etanol? Mohly by dělat víc?

„Upřímně chápu, že to není produkt, který vyrábějí. Pokud by se však nechaly přesvědčit ke spolupráci s automobilovým průmyslem a s vládami na distribuci tohoto výrobku, mohly by na tom alespoň mít zisk. Jak jsem nedávno řekl u jedné ropné společnosti, pro jejíž představenstvo jsem měl přednášku, tak kdybych já byl ropnou společností, dychtil bych po přechodu z omezeného zdroje ke zdroji neomezenému. Takže upřímně si myslím, že naftová společnost, která stanovuje dlouhodobé plány pro své působení, by si měla říci, že toto je špatná cesta a že se vydá jinudy. Možná, že bychom se měli dát na etanol, možná bychom měli koupit podíly ve společnostech, které jej vyrábějí. To bych dělal, kdybych byl naftová společnost." ←

Místo lihu biobenzin?

SPOLEČNÝ PROJEKT SHELLU A VIRENT ENERGY NABÍZÍ JINOU ALTERNATIVU

VLADIMÍR RYBECKÝ,
AUTO DATA & NEWS

Společnosti Shell a Virent Energy Systems z Madisonu ve Wisconsinu ohlásily společný projekt výzkumu a vývoje zaměřený na přeměnu průmyslových cukrů přímo na benzin, což je výhodnější, než v současné době používaná přeměna na etanol. Výsledkem by mohla být dostupnější biopaliva použitelná ve standardních zážehových motorech bez potřeby budování zvláštní infrastruktury, výrobních zařízení nebo nových konstrukcí motorů.

Technologie na platformě BioForming společnosti Virent používá katalyzátory k přeměně průmyslových cukrů na uhlovodíkové molekuly podobně, jako je tomu při produkci v rafinérii. Tento postup je ale odlišný než doposud používané kvašení cukrů a jejich následná proměna na etanol. Nové „biobenzinové" molekuly mají vyšší energetický obsah než etanol. Mohou být míchány tak, aby vytvořily konvenční benzin, nebo mohou být kombinovány s benzinem obsahujícím etanol.

Kromě konvenčních surovin, jako jsou pšenice, kukuřice a cukrová třtina, mohou být cukry získávány také z nepotravinových zdrojů, jako jsou kukuřičná píce, krmná tráva, pšeničná sláma nebo dužina cukrové třtiny.

Dr. Randy Cortright, hlavní technický manažer společnosti Virent, její spoluzakladatel i výkonný viceprezident, prohlásil: „Virent dokázal, že cukry mohou být přeměněny na stejné uhlovodíkové směsi jako dnešní benziny. Naše produkty se vyrovnají benzinu z ropy, pokud jde o funkčnost i výkon. Jedinečný katalytický proces využívá různé suroviny vyrobené z biomasy a za konkurenceschopných nákladů z nich vyrábí biobenzin. Naše dosavadní výsledky předpokládají rychlé obchodní využití této technologie." ←

Automobil zachycující uhlík

VLADIMÍR RYBECKÝ

Tým z Technologického institutu v Georgii vytvořil kompaktní automobil, který zachycuje uhlíkové emise a bezpečně je uskladňuje. Vedlejší produkty je pak možné účinným recyklačním procesem zpracovat do nového paliva. Automobil dokáže jezdit na běžný benzin nebo naftu, ale jeho součástí je zařízení, které z paliva odděluje vodík. Vodík se používá k pohonu vozu jako u automobilu poháněného palivovými články. Výsledkem jsou nulové emise (jediným odpadem je voda) a uhlík se uskladňuje v kapalném roztoku. Výzkum bude pokračovat ve vývoji procesu tak, aby mohl být nabídnut velkým automobilkám. ←

Debata o emisích CO_2 vypouštěných z automobilů rozděluje zákonodárce z EU

LAWRENCE J.SPEER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Předtím, než budou na automobilky uvaleny tvrdší limity pokud jde o emise CO_2, se členové výboru pro životní prostředí Evropského parlamentu musejí přesně dohodnout, jak přísně nové zákony budou. V současnosti na toto téma panuje jen malá shoda.

Členové výboru mají odlišné názory na návrh Evropské komise, pokud jde o to:

- snížit průměrné emise CO_2 u nových automobilů ze 160 g/km nyní na 120 g/km do roku 2012.
- uvalit velké pokuty na automobilky, které tohoto cíle nedosáhnou.

Ti, kteří podporují automobilový průmysl, při debatě 18. dubna řekli, že parlament by měl bojovat za znovuzavedení plánu, podle kterého by se emise CO_2 měly do roku 2015 u nových automobilů snížit na 125 g/km. Britský člen Evropského parlamentu Martin Callanan řekl, že termín 2015 je „mnohem spravedlivějším datem". „Musíme automobilkám dát dostatečný čas, aby mohly své výrobky a postupy přizpůsobit," řekl Callanan.

Avšak někteří levicově orientovaní politici a politici ze strany Zelených sdělili, že Parlament by měl podpořit návrh Komise a také zahájit diskuze o ještě tvrdších limitech pro CO_2 po roce 2012.

„Musíme se dnes vážně zabývat cílem pro rok 2020, který je stejně důležitý, jestli ne důležitější než cíl pro rok 2012," řekl lucemburský člen Evropského parlamentu za Evropskou stranu zelených Claude Turmes.

Strach z pokut

Mnoho členů Evropského parlamentu vyslovilo obavu, že automobilky mohou být přinuceny platit pokuty dosahující stovek milionů eur, jestliže se jim nepodaří dosáhnout cíle pro rok 2012. Požadují postupné odstupňování sankcí mezi roky 2012 a 2015.

Komise navrhuje pokutu 20 eur za každý gram CO_2, který bude počínaje rokem 2012 přesahovat limit 120 g/km. Podle tohoto návrhu by se pokuta měla do roku 2015 zvýšit na 95 eur za gram.

Německá členka parlamentu Anja Weisgerberová tvrdila, že se Komise zaměřuje na výrobce těžkých automobilů s vyššími emisemi, jako jsou německé značky BMW, Mercedes-Benz a Volkswagen, a je mnohem shovívavější k výrobcům menších automobilů s nižšími emisemi od výrobců jako jsou Renault, PSA/Peugeot-Citroën a Fiat. Weisgerberová argumentuje tím, že automobilů francouzských a italských značek se prodá podstatně více než německých prestižních vozů, takže jejich celkové emise CO_2 jsou ve skutečnosti větší.

Odměňte je

Anglický člen Evropského parlamentu Chris Davies řekl, že by měly existovat stimuly pro automobilky, které vyrábějí automobilové parky s nízkými emisemi. „Proč neexistují peníze, které by se jim posílaly zpátky?" ptal se.

Italský socialistický poslanec Evropského parlamentu Guido Sacconi řekl, že je optimistou a věří, že by Parlament mohl dosáhnout dohody o plánu na zavádění nových pravidel týkajících se CO_2 do konce tohoto roku. Sacconi má za úkol vytvořit předlohu zprávy výboru o nových limitech pro CO_2. Po schůzi generální sekretář Asociace evropských automobilek ACEA řekl: „Na uzavření jednání do konce roku zbývá příliš málo času."

Reakce Parlamentu na návrh limitů pro CO_2 předložených Komisí půjde ke konečnému schválení před Evropskou radu ministrů, složenou ze šéfů všech národních vlád Evropské unie.

Nejvyšší představitelé států a vlád z 27 zemí Evropské unie doufají, že nové limity pro CO_2 budou definitivně stanoveny v průběhu šestiměsíčního období, kdy bude Francie předsedat Evropské unii. Toto období začíná 1. července. ←

↑ MINIVOZÍTKA SMART MAJÍ NEJMENŠÍ PRODUKCI CO_2

Nová pravidla pro CO_2 podporují Francouze na domácím trhu

LAWRENCE J.SPEER,
AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Francouzské automobilky stále více vidí v daních za CO_2 příležitost jak zvýšit svůj podíl na trhu a nikoliv jako překážku budoucího růstu.

Renault a PSA/Peugeot-Citroën během prvních tří měsíců roku 2008 společně drží 56,8 % francouzského trhu s novými automobily. Ve stejném období v loňském roce byl jejich podíl 53,1 %. Francouzské značky také měly devět z deseti nejprodávanějších vozidel. Uvádí to Francouzská asociace automobilového průmyslu CCFA.

Očekává se, že většina zemí Evropské unie zavede daně za emise CO_2 do roku 2010. Francie uvaluje daň z obratu, vycházející z emisí CO_2, od 1. ledna.

Nové modely byly jedním z důvodů, jak francouzské automobilky předstihly většinu rivalů na domácím trhu. Sklízejí však také výhody z tzv. francouzského systému daní a pobídek „bonus-malus".

Prezident CCFA Xavier Fels řekl, že nové schéma daní „jasně" podněcuje spotřebitele ke koupi francouzských značek.

„Masivní účinek"

„Systém bonus-malus má nesmírný vliv a nejvíce podporuje ty francouzské společnosti, které předjímaly poptávku po menších vozidlech a nižších emisích," řekl Fels, který do průmyslové skupiny přešel loni od společnosti PSA.

Francouzské automobilky také těží ze své menší orientace na luxusní sektor a vozy SUV, kde daně za emise CO_2 ostře snížily prodej značek Mercedes-Benz, Toyota a Volkswagen. Automobily, které vypouštějí 160 g/km a více, čelí dani ve výši až 2600 eur.

Tři francouzské značky byly obzvláště silné v segmentech mini-automobilů a malých automobilů, kde se prodej zvýšil ze 40 % v prosinci 2007 na více než 50 % nově registrovaných vozidel v prvním čtvrtletí roku 2008. Francouzské automobilky prodaly 73 % všech modelů, které vypouštějí méně než 120 g/km CO_2. Tyto modely mají od konce roku 2007 nárok na prodejní slevu dotovanou vládou ve výši 700 eur. Francouzské značky rovněž ovládaly 56 % trhu s automobily, které vypouštějí mezi 121 g/km a 140 g/km CO_2, v důsledku čehož se řada z nich kvalifikovala na slevu 200 eur. Mezi nejprodávanější automobily z těchto kategorií patří Renault Clio a Twingo, Peugeot 207 a Citroën C3.

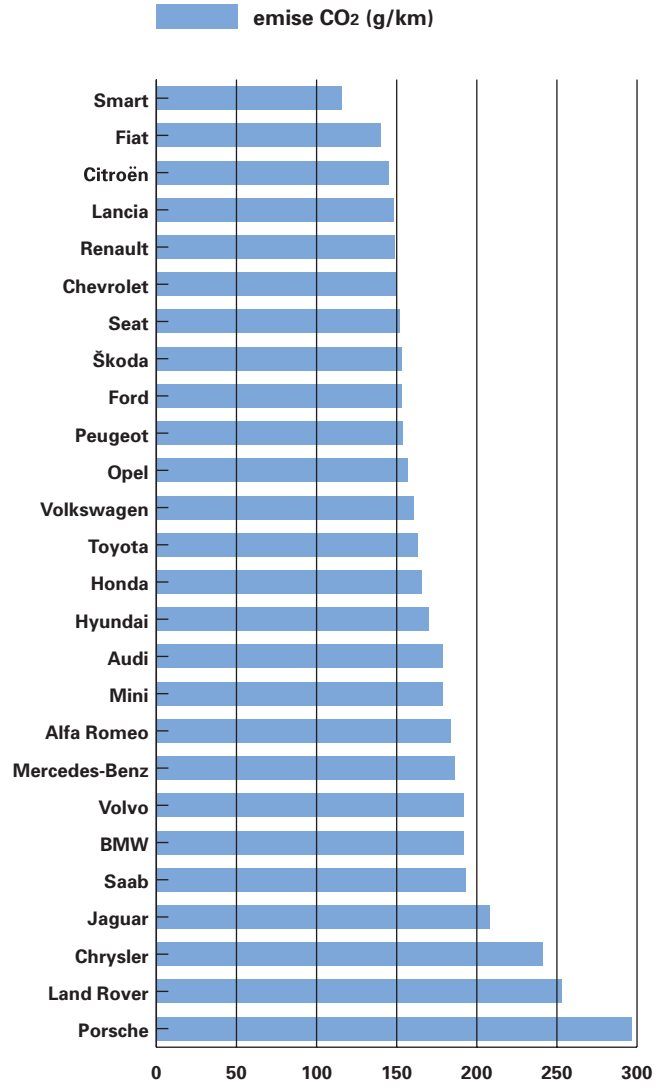
Nevýhoda

Ředitel pro prodej Renaultu ve Francii Jacques Chauvet připisuje desetiprocentní celkový nárůst své společnosti v prvním čtvrtletí představení nových výrobků, rostoucí přítomnosti levných modelů Logan a silnému postavení automobilky v sektoru automobilů s nízkými emisemi.

„V rámci segmentu těžíme z přechodu k malým automobilům se vznětovým motorem, které se opírají o systém bonus-malus," sdělil ANE pan Chauvet. Chauvet připustil, že nový daňový systém, založený na emisích CO_2, poškodil prodej v oblasti vyšších segmentů výrobní řady, kde nová Laguna „mírně nesplňuje" očekávání. Odmítl však obavy, že by se prodej malých automobilů nebo levných loganů nepromítl do zisků.

„Trošku po trošce," řekl, „budou tyto malé modelů ziskovější." ←

Průměrné emise CO_2 u osobních automobilů na trhu EU



Zdroj: CAR, Stav 03/2007

Renault ukončil stávku v klíčové továrně značky Dacia v Rumunsku

PRACOVNÍ VÍKENDY JSOU MOŽNOSTÍ, JAK NAHRADIT VÝROBNÍ ZTRÁTU VE VÝŠI 20 000 NÍZKONÁKLADOVÝCH VOZŮ LOGAN

LAWRENCE J. SPEER, AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Renaultu se podařilo ukončit stávku ve své rumunské pobočce Dacia, ale musí se vyrovnat s deficitem téměř 20 000 nízkonákladových vozů Logan. Stávka, která začala 24. března, zmrazila výrobu automobilů ve výrobním závodě Dacie v Pitesti, 110 km severozápadně od Bukurešti.

Akce pracovníků neovlivnila dodávky prodejcům, neboť před zastavením práce byl dostatek skladových zásob. Nyní však Renault musí ukázat, zda dokáže dohnat ztrátu výroby. Pravděpodobně tak učiní prostřednictvím víkendových směn, zavedených na omezenou dobu.

Stávka přišla v okamžiku, který byl pro Renault kritický, neboť pobočka nízkonákladové Dacie se stala centrem dlouhodobých globálních plánů růstu této automobilky. Nejvyšší výkonný šéf Renaultu Carlos Ghosn chce v období 2005 až 2009 zvýšit prodej o 800 000 vozů. V loňském roce se prodej Loganu téměř zdvojnásobil ze 184 466 v roce 2006 na 367 000 vozů. V příštích několika letech chce Renault tento celkový prodej opět zdvojnásobit.

Rozšiřování výroby z dodaných dílů

Renault toho chce dosáhnout podpořením své výrobní kapacity v Pitesti z 350 000 vozů v tomto roce na 400 000 vozů v roce 2009. Společnost chce kromě toho vyrobit dalších 400 000 automobilů ve formě dodaných dílů pro montáž v Brazílii, Kolumbii, Indii, Maroku, Rusku a Jižní Africe.

Šéf Dacie Francois Fourmont, který hovořil o nízkých nákladech na mzdy v Rumunsku, minulý měsíc sdělil novinám La Tribune, že poté, co v roce 2008 přijal 2000 rumunských pracovníků, očekává, že přijme dalších 1000 lidí.

Na základě dohody budou pracovníci Dacie měsíčně dostávat o 300 lei (83 eur) více, a to se zpětnou platností od 1. ledna. K dalšímu zvýšení platů dojde v září. Technikům se platy zvýší o 15 % a všichni zaměstnanci obdrží bonus odpovídající jednomu měsíčnímu platu. ←

Varovné signály ze zemí s nízkými výrobními náklady

KOMENTÁŘ AUTOMOTIVE NEWS EUROPE

Stávky v továrně automobilky Dacia v Rumunsku, která patří Renaultu, neznamenají konec nízkonákladové výroby ve střední a východní Evropě. Avšak stávková činnost zhruba 10 000 pracovníků automobilky Dacia v továrně Renaultu v Pitesti je ostrým varováním, že platy v zemích s nízkými výrobními náklady mohou začít růst rychleji, než se předpokládalo.

Tento výhled by měl být důvodem pro zásadní přehodnocení toho, kde vyrábět automobily a automobilové díly. Jakmile se budou platy na Východě zvedat, stanou se možná zajímavějšími jiné trhy. Existuje ještě více důvodů proto, aby se nesázelo příliš intenzívně na jeden region, ale hledaly se výrobní příležitosti v mnoha jiných částech světa.

Platy v průmyslové sféře na Východě rostou mnohem rychleji než v západní Evropě. Podle statistické kanceláře EU Eurostat náklady na českou pracovní sílu vzrostly ve čtvrtém čtvrtletí o 6,7 % oproti předchozímu roku. Na Slovensku se zvýšily o 8,1 %, v Polsku o 11,1 % a v Rumunsku o úžasných 21,6 %. Tento růst je srovnatelný s inflací platů ve stejném období o 1,5 % v Německu a o 3,0 % ve Francii.

Mnoho továren, které byly postaveny nebo se staví ve střední a východní Evropě, počítá s nízkými mzdami. To je zcela jistě případ Renaultu v Rumunsku. Platí to však také pro Ford, Kiu, Hyundai, General Motors, Fiat a většinu dalších automobilek, které s regionem počítají při rozšíření výroby automobilů.

Automobilové společnosti se moudře rozhlížejí po alternativách. Maroko, které před nedávnem přilákalo více investic, je pouze jednou zemí, která z toho může mít prospěch. Během několika let bude Renault v severní Africe vyrábět až 400 000 automobilů. Mnozí dodavatelé si tam také zřídí své podniky.

To vše neznamená, že nízkonákladová výroba ve střední a východní Evropě má skončit kvůli vyšším nákladům na mzdy. I přes toto zvýšení bude pracovní síla nadále tvořit jen malou část nákladů na výrobu automobilu.

Napříč odvětvím se toto množství rovná zhruba 8 %. Podle studie Deutsche Bank z roku 2007 se náklady na pracovní sílu v případě Loganu u Renaulta rovnají 30 eurům neboli méně než 1 % z 3200 eur, kolik stojí výroba jednoho automobilu. Deutsche Bank pro srovnání uvádí, že z výrobních nákladů na vůz Renault Mégane ve výši 8500 eur tvoří náklady na pracovní sílu 260 eur.

Existují však pádnější důvody, proč není třeba příliš spoléhat na nízkonákladovou výrobu v regionu. V Číně si dodavatelé a automobilky stěžují, že v automobilových konglomerácích, jako je kolem Šanghaje, se mzdy blíží evropské úrovni. V České republice a Slovenské republice tlačí vysoká poptávka po kvalifikovaném personálu mzdy nahoru.

A ve Španělsku a Portugalsku, které bývaly nízkonákladovými zeměmi před řadou desetiletí, jsou relativní náklady na mzdy tak vysoké, že továrny některých automobilek a dodavatelů bojují o přežití, neboť na jihu a východě se objevují možnosti jak vyrábět s nižšími náklady.

Pro ty, kteří vytvářejí dlouhodobé plány, jsou toto všechno důvody pro to, aby se nespoléhali pouze na jediný nízkonákladový region. Nebo se možná dokonce podívat blíže na domácí trh v západní Evropě, kde je růst mezd pomalejší než na nových trzích. ←

Registrace nových osobních a lehkých užitkových vozů v České republice za první čtvrtletí 2008

značka/model	OA 2008	LUV 2008	OA+LUV 2008	OA 2007	LUV 2007	OA+LUV 2007
Adria	**3**	**3**	**6**	**0**	**2**	**2**
Alfa Romeo	**41**	**9**	**50**	**40**	**9**	**49**
Alfa Romeo 147	13		13	4		4
Alfa Romeo 159	11	9	20	26	9	35
Alfa Romeo BRERA	3		3	1		1
Alfa Romeo GT	7		7	7		7
Aston Martin	**2**		**2**	**1**		**1**
Audi	**454**	**372**	**826**	**389**	**431**	**820**
Audi A3	56	79	135	60	93	153
Audi A4	145	42	187	98	66	164
Audi A4 CABRIO	4		4	1		1
Audi A5	40		40			0
Audi A6	94	47	141	121	48	169
Audi A8	25		25	22		22
Audi ALLROAD QUATTRO	9	74	83	16	89	105
Audi Q7	17	88	105	25	118	143
Audi R8	6		6			0
Audi TT	7		7	12		12
Bentley	**8**		**8**	**10**		**10**
BMW	**328**	**376**	**704**	**272**	**168**	**440**
BMW 1	35	53	88	15	33	48
BMW 3	95	20	115	108	27	135
BMW 3 CABRIO	14		14	3		3
BMW 5	66	13	79	65	22	87
BMW 6	6		6	1		1
BMW 7	9		9	16		16
BMW X 3	25	63	88	27	64	91
BMW X 5	36	184	220	8	13	21
BMW Z 4	4		4	6		6
Bugatti	**0**		**0**	**0**		**0**
Bürstner	**2**	**0**	**2**	**1**	**0**	**1**
Cadillac	**18**	**5**	**23**	**5**	**4**	**9**
Cadillac CTS	1		1			0
Cadillac ESCALADE	1	1	2			0
Citroën	**1714**	**872**	**2586**	**1529**	**784**	**2313**
Citroën BERLINGO	232	474	706	160	456	616
Citroën C CROSSER	14	26	40			0
Citroën C1	80		80	163	17	180
Citroën C2	23	4	27	21		21
Citroën C3	527		527	433		433
Citroën C4	506		506	420		420
Citroën C4 PICASSO	117	78	195	73	39	112
Citroën C5	33	13	46	49	30	79
Citroën C6	2		2	6		6
Citroën C8	4	2	6	3	5	8
Citroën JUMPER	5	170	175	4	151	155
Citroën JUMPY	4	54	58	1	23	24
Citroën NEMO		3	3			0
Citroën XSARA PICASSO	130	42	172	163	60	223
Dacia	**402**	**77**	**479**	**263**	**41**	**304**
Dacia LOGAN	135		135	73		73
Dacia LOGAN MCV	266	77	343	190	41	231
Daihatsu	**13**	**2**	**15**	**8**	**0**	**8**
Dethleffs	**1**	**2**	**3**	**3**	**3**	**6**
Dodge	**23**	**9**	**32**	**29**	**0**	**29**
Dodge CALIBER	13		13	29		29
Dodge NITRO	9	7	16			0
Elnagh	**1**		**1**	**0**		**0**
Ferrari	**5**		**5**	**4**		**4**
Fiat	**973**	**604**	**1577**	**758**	**409**	**1167**
Fiat 500	40		40			0
Fiat BRAVO	106	18	124			0
Fiat CROMA	8	11	19	8	4	12
Fiat DOBLÓ	2	251	253		180	180
Fiat DUCATO	6	212	218	2	135	137
Fiat FIORINO	4	14	18			0
Fiat LINEA	61		61			0
Fiat MULTIPLA	6	1	7	14	1	15
Fiat PANDA	253	1	254	282	3	285
Fiat PUNTO	391	34	425	331	40	371
Fiat SCUDO	3	32	35		4	4
Fiat SEDICI	3		3			0
Fiat STILO	54	13	67	77	29	106
Fiat STRADA		2	2		2	2
Fiat ULYSSE	2		2			0
Ford	**2120**	**1273**	**3393**	**1493**	**1464**	**2957**
Ford FIESTA	350	3	353	282	18	300
Ford FOCUS	257	131	388	485	312	797
Ford FOCUS C MAX	48	37	85	72	44	116
Ford FUSION	1119	182	1301	221	78	299
Ford GALAXY	9	2	11	12	5	17
Ford KA	3		3	6		6
Ford MAVERICK	1		1	1	2	3
Ford MONDEO	155	116	271	186	97	283
Ford RANGER		36	36		89	89
Ford S-MAX	25	45	70	58	73	131
Ford TOURNEO	1		1	3		3
Ford TOURNEO CONNECT	15	24	39	11	53	64
Ford TRANSIT	52	679	731	64	677	741
Gasolone		**2**	**2**		**1**	**1**
Gaz		**20**	**20**	**0**	**26**	**26**
Gordon	**1**		**1**	**1**		**1**
Hobby	**1**	**1**	**2**	**3**	**1**	**4**
Honda	**493**	**136**	**629**	**515**	**108**	**623**
Honda ACCORD	23		23	29		29
Honda CITY	33		33	60		60
Honda CIVIC	232		232	236		236
Honda CR-V	93	118	211	78	104	182
Honda FR-V	15		15	25		25
Honda JAZZ	49		49	49		49
Honda LEGEND	11		11	24		24
Hummer	**1**	**16**	**17**	**1**	**9**	**10**
Hymermobil	**6**	**2**	**8**	**0**	**1**	**1**
Hyundai	**1821**	**389**	**2210**	**1337**	**500**	**1837**
Hyundai ACCENT	362		362	355		355
Hyundai ATOS	290		290	126		126
Hyundai COUPÉ	11		11	8		8
Hyundai GETZ	468	6	474	507	44	551
Hyundai GRANDEUR	10		10	3		3
Hyundai H-1		38	38		39	39
Hyundai i 30	236	60	296			0
Hyundai MATRIX	271	23	294	39	5	44
Hyundai SANTA FE	78	207	285	130	307	437
Hyundai SONATA	24		24	58		58
Hyundai TUCSON	56	52	108	60	78	138
Chausson	**1**		**1**	**0**		**0**
Chevrolet	**1061**	**91**	**1152**	**612**	**102**	**714**
Chevrolet AVEO	359		359	223		223
Chevrolet CAPTIVA	34	78	112	50	93	143
Chevrolet EPICA	6		6	10		10
Chevrolet LACETTI	90	13	103	58	9	67
Chevrolet SPARK	567		567	262		262
Chrysler	**31**	**7**	**38**	**21**	**3**	**24**
Chrysler GRAND VOYAGER	12	1	13	2		2
Chrysler LX	10	3	13	7	2	9
Chrysler PT	2		2	2		2
Chrysler SEBRING	2		2	2		2
Chrysler VOYAGER	2	2	4	2	1	3
Intrall		**1**	**1**		**0**	**0**
Iveco	**0**	**195**	**195**	**0**	**112**	**112**
Iveco DAILY		182	182		108	108
Jaguar	**39**	**1**	**40**	**26**	**0**	**26**
Jaguar S-TYPE	15		15	6		6
Jaguar XF	1		1			0
Jaguar XJ	1		1	2		2
Jaguar XK	6		6	8		8
Jaguar X-TYPE	16	1	17	9		9
Jeep	**25**	**38**	**63**	**12**	**22**	**34**
Jeep COMMANDER	2	2	4	1	4	5
Jeep COMPASS	2		2	4	1	5
Jeep GRAND CHEROKEE	4	10	14	5	8	13
Jeep CHEROKEE	1	4	5	1		1
Jeep PATRIOT	4		4	1		1
Jeep WRANGLER	8	11	19	3		3
Karmann		**1**	**1**			**0**
Kia	**1366**	**492**	**1858**	**928**	**276**	**1204**
Kia CARENS	44	26	70	34	13	47

Kia CARNIVAL	19	10	29	18	14	32
Kia CEE'D	741	302	1043	234	50	284
Kia CERATO	3		3	90		90
Kia MAGENTIS	17		17	25		25
Kia OPIRUS	1		1	4		4
Kia PICANTO	277		277	305		305
Kia RIO	135	26	161	113	28	141
Kia SORENTO	25	49	74	21	44	65
Kia SPORTAGE	90	79	169	75	76	151
Knaus	**0**	**1**	**1**	**0**	**1**	**1**
La Strada	**1**		**1**		**8**	**8**
Lada	**39**	**4**	**43**	**28**		**28**
Lada 1118	9		9	9		9
Lada 1119	7		7			0
Lada VAZ 2121	9	4	13	12	8	20
Laika	**0**	**1**	**1**	**0**		**0**
Lamborghini	**1**		**1**	**2**		**2**
Lancia	**6**		**6**	**3**		**3**
Lancia MUSA	2		2			0
Lancia Y	2		2			0
Land Rover	**42**	**65**	**107**	**25**	**84**	**109**
Land Rover DEFENDER	1	3	4		30	30
Land Rover DISCOVERY	5	24	29	4		4
Land Rover FREELANDER	9	11	20	3	18	21
Land Rover RANGE ROVER	3	10	13	2	10	12
Land Rover RANGE ROVER SPORT	11	5	16	10	21	31
Lexus	**35**	**23**	**58**	**36**	**8**	**44**
Lexus GS	8		8	5		5
Lexus IS	7		7	17		17
Lexus LS	6		6	2		2
Lexus RX	7	3	10	3	4	7
LMC	**2**	**1**	**3**		**0**	**0**
Maserati	**10**		**10**	**3**		**3**
Mazda	**622**	**231**	**853**	**289**	**92**	**381**
Mazda 2	303		303	57		57
Mazda 3	110		110	83		83
Mazda 5	51	61	112	39	46	85
Mazda 6	62	8	70	98	37	135
Mazda BT		5	5		2	2
Mazda CX-7	81	156	237			0
Mazda MX5	1		1	1		1
Mazda RX8	1		1	3		3
Mercedes-Benz	**449**	**674**	**1123**	**355**	**606**	**961**
Mercedes-Benz A	51		51	29		29
Mercedes-Benz B	42	28	70	21	20	41
Mercedes-Benz C	112	15	127	30	8	38
Mercedes-Benz CL	6		6	13		13
Mercedes-Benz CLK	1		1	3		3
Mercedes-Benz CLS	9		9	17		17
Mercedes-Benz E	35	8	43	47	4	51
Mercedes-Benz GL	5	11	16	8	24	32
Mercedes-Benz ML	22	61	83	29	63	92
Mercedes-Benz R	9	13	22	12	6	18
Mercedes-Benz S	47		47	46		46
Mercedes-Benz SLK	2		2	3		3
Mercedes-Benz SPRINTER	15	290	305	14	240	254
Mercedes-Benz VIANO	31	73	104	26	73	99
Mercedes-Benz VITO	23	146	169	28	139	167
Mini	**22**	**0**	**22**	**15**		**15**
Mini COOPER	21		21	14		14
Mitsubishi	**288**	**185**	**473**	**184**	**93**	**277**
Mitsubishi COLT	175		175	138		138
Mitsubishi GRANDIS	3	1	4	6	5	11
Mitsubishi L 200		38	38		68	68
Mitsubishi LANCER	33		33	11		11
Mitsubishi OUTLANDER	48	89	137	8	4	12
Mitsubishi PAJERO	9	27	36	12	9	21
Mitsubishi Fuso		22	22		16	16
Mitsubishi Fuso CANTER		22	22		16	16
Mobilvetta	**2**		**2**	**0**		**0**
Multicar		**10**	**10**		**22**	**22**
Niesmann+Bischoff		**0**	**0**		**0**	**0**
Nissan	**428**	**295**	**723**	**306**	**207**	**513**
Nissan 350 Z	3		3	1		1
Nissan ALMERA	2		2	8		8
Nissan CABSTAR		23	23		21	21
Nissan INTERSTAR		27	27		2	2
Nissan KUBISTAR		6	6		4	4
Nissan MICRA	88		88	77		77
Nissan MURANO	3	6	9	3	10	13
Nissan NAVARA		60	60		75	75
Nissan NOTE	117		117	132		132
Nissan PATHFINDER	8	30	38	10	28	38
Nissan PATROL		2	2		3	3
Nissan PRIMASTAR		15	15	1	4	5
Nissan PRIMERA	3		3			0
Nissan QASHQAI	100	66	166	33		33
Nissan TIIDA	66		66			0
Nissan X-TRAIL	20	44	64	32	38	70
Opel	**934**	**339**	**1273**	**1030**	**313**	**1343**
Opel AGILA	13		13	103		103
Opel ANTARA	9	26	35			0
Opel ASTRA	345	108	453	311	189	500
Opel COMBO	14	64	78	4	33	37
Opel CORSA	348	50	398	454	9	463
Opel GT	1		1			0
Opel MERIVA	59	5	64	43	6	49
Opel MOVANO	2	16	18		6	6
Opel SIGNUM	2		2			0
Opel VECTRA	49	18	67	45	28	73
Opel VIVARO	9	35	44	6	17	23
Opel ZAFIRA	42	17	59	38	23	61
Peugeot	**1653**	**741**	**2394**	**1607**	**699**	**2306**
Peugeot 1007	1		1	22		22
Peugeot 107	167	6	173	148	9	157
Peugeot 206	301	7	308	391	65	456
Peugeot 207	670	91	761	563		563
Peugeot 307	147	73	220	258	111	369
Peugeot 308	125		125			0
Peugeot 4007	6	4	10			0
Peugeot 407	72	52	124	84	46	130
Peugeot 407 COUPÉ	10		10	2		2
Peugeot 607	10		10	11		11
Peugeot 807	6	4	10	7	9	16
Peugeot BIPPER		7	7			0
Peugeot BOXER	7	197	204	6	163	169
Peugeot EXPERT	20	74	94		24	24
Peugeot PARTNER	61	218	279	69	262	331
Piaggio		**7**	**7**		**1**	**1**
Pilote	**2**	**0**	**2**		**0**	**0**
Porsche	**33**	**18**	**51**		**15**	**15**
Porsche 911	12		12	17		17
Porsche 911 CABRIO	3		3	8		8
Porsche BOXSTER	4		4			0
Porsche CAYENNE	3	15	18		15	15
Porsche CAYMAN	6		6	1		1
Pössl	**1**		**1**	**3**		**3**
RAG		**7**	**7**		**14**	**14**
Renault	**1948**	**1366**	**3314**		**969**	**969**
Renault CLIO	429	36	465	1945	13	1958
Renault ESPACE	24	9	33	511	2	513
Renault KANGOO	129	211	340	15	172	187
Renault LAGUNA	68	42	110	106	44	150
Renault MASCOTT		4	4	39		39
Renault MASTER	19	257	276		153	153
Renault MAXITY		10	10	5	2	7
Renault MEGANE	293	409	702		221	221
Renault MODUS	33	3	36	289	1	290
Renault SCENIC	96	68	164	11	54	65
Renault THALIA	579		579	110		110
Renault TRAFIC	125	217	342	712	200	912
Renault TWINGO	92		92	66	1	67
Renault VEL SATIS	2		2	10		10
Rimor	**1**	**0**	**1**	**1**	**0**	**1**
Rover	**1**		**1**	**1**		**1**
Saab	**18**	**8**	**26**	**3**	**6**	**9**
Saab 9-3	16	7	23	6	4	10
Saab 9-5	1	1	2	2	2	4
Santana	**2**	**4**	**6**	**3**	**13**	**16**
Seat	**642**	**80**	**722**	**1**	**77**	**78**
Seat ALHAMBRA	11	8	19	587	15	602
Seat ALTEA	94	55	149	9	36	45
Seat CORDOBA	124		124	78		78
Seat IBIZA	270		270	137		137

Zdroj: ANE/ACEA

→ pokračování na **další straně**

Seat LEON	110	14	124	262	21	283
Seat TOLEDO	20	2	22	76	5	81
Smart	**25**		**25**	**17**		**17**
Ssangyong	**10**	**18**	**28**	**3**	**28**	**31**
Ssangyong ACTYON	3	4	7	16	2	18
Ssangyong ACTYON SPORTS		4	4	3	1	4
Ssangyong KYRON	1	3	4		9	9
Ssangyong REXTON	3	6	9	6	15	21
Ssangyong RODIUS	3		3	4		4
Subaru	**125**	**109**	**234**	**2**	**109**	**111**
Subaru B9 TRIBECA	1	2	3	84	17	101
Subaru FORESTER	29	38	67	6	41	47
Subaru IMPREZA	38	12	50	27	4	31
Subaru JUSTY	12		12	20		20
Subaru LEGACY	27	38	65	2	45	47
Subaru TRIBECA	2	13	15	23		23
Suzuki	**900**	**94**	**994**		**109**	**109**
Suzuki GRAND VITARA	77	75	152	701	102	803
Suzuki IGNIS	196	2	198	115	2	117
Suzuki JIMNY	13	6	19	173	5	178
Suzuki SWIFT	167		167	6		6
Suzuki SX4	416	2	418	190		190
Škoda	**10495**	**3810**	**14305**	**205**	**2867**	**3072**
Škoda FABIA	6141	1117	7258	11595	872	12467
Škoda OCTAVIA	2902	1899	4801	6529	1629	8158
Škoda ROOMSTER	1037	761	1798	3594	356	3950
Škoda SUPERB	257		257	978		978
Toyota	**1154**	**278**	**1432**	**362**	**249**	**611**
Toyota AURIS	220		220	1105		1105
Toyota AVENSIS	51	33	84	36	24	60
Toyota AYGO	72		72	53		53
Toyota COROLLA	28		28	53		53
Toyota COROLLA VERSO	48	28	76	282	17	299
Toyota LAND CRUISER	24	50	74	28	49	77
Toyota PRIUS	20		20	16		16
Toyota RAV4	46	81	127	2	104	106
Toyota YARIS	591		591	60		60
UAZ	**1**	**4**	**5**	**519**	**4**	**523**
Volkswagen	**2011**	**1622**	**3633**	**0**	**1561**	**1561**
Volkswagen CADDY	25	367	392	1710	307	2017
Volkswagen CALIFORNIA	1		1	30		30
Volkswagen CRAFTER	15	128	143		159	159
Volkswagen EOS	26		26	6		6
Volkswagen FOX	16	1	17	28		28
Volkswagen GOLF	521	203	724	44	139	183
Volkswagen JETTA	83		83	559		559
Volkswagen LT		1	1			0
Volkswagen MULTIVAN	33	57	90	100	58	158
Volkswagen NEW BEETLE	1		1	25		25
Volkswagen PASSAT	346	316	662	360	316	676
Volkswagen PHAETON	2		2	1		1
Volkswagen POLO	648		648	309		309
Volkswagen SHARAN	14	13	27	18	25	43
Volkswagen TIGUAN	38	50	88			0
Volkswagen TOUAREG	14	66	80	9	78	87
Volkswagen TOURAN	28	44	72	50	86	136
Volkswagen TRANSPORTER	112	338	450	110	382	492
Volvo	**168**	**195**	**363**	**183**	**168**	**351**
Volvo 60	12		12	25		25
Volvo 70	11	19	30	7	8	15
Volvo 80	38		38	50		50
Volvo C30	28	22	50	20	8	28
Volvo C70	7		7	8		8
Volvo S 40	4		4	17		17
Volvo V 50	6	24	30	14	16	30
Volvo XC70	21	53	74	2	20	22
Volvo XC90	18	57	75	26	99	125
Wiesmann	**1**		**1**			**0**
Celkem	**33026**	**15208**	**48234**	**30105**	**12824**	**42929**

Pozn.: v přehledu nejsou uvedeny tzv. nezařazené vozy (tj. individuální dovozy bez specifikace modelu), ale tyto vozy jsou započteny do součtů každé značky.

Zdroj: SDA

Infiniti přichází i do České republiky

Skupina Auto Palace Group se stane partnerem pro maloobchodní prodej automobilů Infiniti pro Českou republiku a Slovensko. Centrum Infiniti bude v Praze otevřeno během prvního pololetí roku 2009.

Skupina Auto Palace patří do seskupení holandského holdingu AutoBinck a na českém trhu působí od roku 1991. Postupně rozšířila své aktivity i na Slovensko, Maďarsko a Slovinsko. Auto Palace je oficiálním zástupcem značek Hyundai a Mitsubishi pro Českou republiku a ve své maloobchodní síti prodává více než 5000 vozů značek Fiat, Ford, Mazda, Volvo, Hyundai a Mitsubishi.

Infiniti vytvořil Nissan speciálně pro americký trh jako svou prestižní značku prodávající luxusní vozy. Do Evropy se tyto vozy, vyráběné výhradně v Japonsku, začínají dovážet až nyní. Infiniti se snaží o poskytování nejvyšší úrovně zákaznických služeb a dosažení maximální spokojenosti. Proto se vstup na evropský trh odkládal řadu let. V Evropě se čas od času objevovaly jen vozy dovážené individuálně, pro jejichž servis nebylo dříve vytvořeno potřebné zázemí. A pokud se někde v tisku setkáte s označením Infinity, tak je to sice anglické slovo pro nekonečno nebo neznalost autora, protože tato značka se opravdu jmenuje Infiniti.

Pro uvedení značky Infiniti do Evropy byly zvoleny crossover s karoserií kupé EX37, sportovní crossover FX a model G37 s karoserií sedan a kupé. ←

Auto Data & News

Auto Data & News – ekonomický dvouměsíčník o automobilovém průmyslu. Ročník V, Březen/duben 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:** Tisk Horák a.s., Drážďanská 83A, Ústí n/L. **Vychází:** 28. 4. 2008. ISSN 1214-7753.

Vychází ve spolupráci s vydavatelstvím Crain Communication Automotive News Europe

Je oficiálním partnerem mezinárodní ankety AutoBest AUTOBEST

Prodej osobních automobilů v Evropě za rok 2007

značka/model	2007	2006
Alfa Romeo 147	55 863	61 784
Alfa Romeo 159	66 313	57 698
ALFA ROMEO	**145 312**	**146 182**
ASTON MARTIN	3 950	3 809
Audi A3/S3	202 724	205 445
Audi A4/S4/RS4	222 863	240 524
Audi A6/S6/RS6/allroad	133 615	140 370
Audi Q7	42 176	33 700
AUDI	**669 062**	**646 566**
AVTO VAZ	**6 200**	**7 082**
BENTLEY	**3 778**	**3 370**
BMW 1	143 709	132 954
BMW 3	298 192	292 115
BMW 5	122 140	127 238
BMW X3	66 411	66 842
BMW X5	52 318	30 521
BMW	**714 361**	**686 888**
BMW ALPINA	**319**	**548**
BUGATTI	**16**	**10**
CADILLAC	**3 023**	**2 954**
Citroën Berlingo	51 979	59 687
Citroën C1	95 333	88 421
Citroën C2	68 730	87 417
Citroën C3	203 791	214 844
Citroën C4	171 989	190 713
Citroën C4 Picasso/Grand Picasso	169 645	13 743
Citroën C5	47 845	67 188
Citroën Xsara Picasso	100 485	163 225
CITROËN	**949 362**	**926 047**
DACIA	**174 917**	**144 327**
DAIHATSU	**60 378**	**47 895**
DODGE	**25 010**	**11 115**
FERRARI	**2 953**	**2 810**
Fiat 500	42 470	-
Fiat Bravo	80 962	6
Fiat Panda	250 647	233 124
Fiat Punto	388 512	413 479
FIAT	**1 010 681**	**934 256**
Ford C-Max	116 340	112 162
Ford Fiesta	372 992	369 907
Ford Focus	430 792	461 321
Ford Fusion	82 785	93 535
Ford Ka	52 129	61 750
Ford Mondeo	152 387	135 095
Ford S-Max	70 879	38 648
FORD	**1 337 108**	**1 320 466**
FSO	**374**	**439**
GM/DAEWOO	**15 965**	**23 314**
Honda Civic	134 944	107 535
Honda CR-V	78 926	44 293
Honda Jazz	70 232	82 680
HONDA	**335 506**	**298 562**
Hyundai Accent	40 542	38 114
Hyundai Atos/Amica	43 191	43 133
Hyundai Getz/TB	74 360	95 514
Hyundai Santa Fe	47 284	52 285
Hyundai Tucson	57 712	62 789
HYUNDAI	**331 652**	**358 564**
HUMMER	**1 208**	**698**
Chevrolet Kalos/Aveo	55 264	62 458
Chevrolet Matiz/Spark	70 877	63 829
CHEVROLET	**205 493**	**184 709**
CHRYSLER	**47 808**	**60 353**
ISUZU	**1 472**	**1 322**
JAGUAR	**33 745**	**42 439**
JEEP	**46 856**	**40 444**
Kia cee'd	69 126	414
Kia Picanto	61 907	77 596
KIA	**264 856**	**252 898**
LAMBORGHINI	**792**	**666**
Lancia Ypsilon	79 993	74 255
LANCIA	**122 828**	**116 594**
Land Rover Freelander	42 386	26 995
LAND ROVER	**105 566**	**90 492**
LEXUS	**40 636**	**40 391**
LOTUS	**1 325**	**1 359**
MASERATI	**2 901**	**2 163**
MAYBACH	**64**	**72**
Mazda3	69 455	76 854
Mazda5	44 712	45 033
Mazda6	64 224	74 959
MAZDA	**241 589**	**258 635**
Mercedes-Benz A	136 573	148 292
Mercedes-Benz B	109 995	115 877
Mercedes-Benz C	178 809	142 368
Mercedes-Benz E	111 444	112 015
Mercedes-Benz M	55 045	59 213
MERCEDES-BENZ	**735 353**	**731 591**
MG ROVER	**347**	**7 798**
MINI	**145 964**	**114 811**
Mitsubishi Colt	64 842	71 606
MITSUBISHI	**144 377**	**136 337**
Nissan Micra	84 119	126 868
Nissan Note	67 340	73 067
Nissan Qasqai	90 977	54
NISSAN	**319 575**	**340 178**
Opel/Vauxhall Astra	420 287	452 693
Opel/Vauxhall Corsa	416 477	295 078
Opel/Vauxhall Meriva	132 833	166 141
Opel/Vauxhall Vectra	108 975	119 657
Opel/Vauxhall Zafira	180 302	218 588
OPEL/VAUXHALL	**1 370 135**	**1 361 640**
PERODUA	**784**	**616**
Peugeot 107	99 019	92 860
Peugeot 206/206 SW	92 479	239 683
Peugeot 207	445 656	217 080
Peugeot 307/307 SW	225 600	313 874
Peugeot 308	44 270	-
Peugeot 407/407 SW	122 572	167 023
PEUGEOT	**1 117 982**	**1 136 239**
PORSCHE	**46 078**	**44 927**
PROTON	**3 511**	**3 448**
Renault Clio	422 770	470 356
Renault Espace/Grand Espace	40 246	40 482
Renault Kangoo	42 055	52 665
Renault Laguna	72 198	77 826
Renault Mégane	268 246	298 919
Renault Modus/Grand Modus	60 366	79 360
Renault Scénic/Grand Scénic	239 652	260 169
Renault Twingo	87 574	54 231
RENAULT	**1 269 208**	**1 367 367**
ROLLS-ROYCE	**233**	**153**
Saab 9-3	64 439	63 356
SAAB	**84 166**	**90 046**
Seat Altea	75 071	54 388
Seat Ibiza	155 062	164 576
Seat Léon	115 936	121 780
SEAT	**390 621**	**393 729**
SMART	**94 729**	**102 621**
SSANGYONG	**23 898**	**33 167**
SUBARU	**49 427**	**57 727**
Suzuki Swift	122 890	93 696
Suzuki SX4	48 900	22 240
Suzuki Vitara/Grand Vitara/XL7	60 779	66 704
SUZUKI	**289 966**	**264 175**
Škoda Fabia	206 425	224 072
Škoda Octavia	210 589	217 365
Škoda Roomster	57 957	13 722
Škoda Superb	14 985	15 094
ŠKODA	**489 988**	**470 273**
TATA	**4 738**	**5 099**
Toyota Auris	134 975	183
Toyota Avensis	106 731	120 537
Toyota Aygo	103 017	96 506
Toyota Corolla	80 847	185 133
Toyota Corolla Verso	81 286	91 395
Toyota RAV4	99 453	107 864
Toyota Yaris	262 652	244 653
TOYOTA	**932 422**	**909 707**
Volkswagen Fox	61 475	77 192
Volkswagen Golf	445 755	424 656
Volkswagen Golf Plus	103 022	129 544
Volkswagen Jetta	51 833	57 030
Volkswagen Passat	313 595	343 531
Volkswagen Polo	300 842	305 913
Volkswagen Touran	167 359	168 024
Volkswagen Multivan	53 288	51 753
VOLKSWAGEN	**1 659 674**	**1 714 179**
Volvo V50	55 936	66 951
Volvo V70/XC70	78 087	69 134
VOLVO	**268 861**	**246 392**
OSTATNÍ	**6 912**	**7 408**
ČÍNSKÉ ZNAČKY	**1 849**	**210**
CELKEM	**16 358 258**	**16 199 415**

Zdroj: Automotive News Europe/JD Power Automotive Forecasting