

S-A ÎNCHIEIAT UN AN CONTRADICTORIU

La o prim= vedere anul 2000 a fost un an foarte prost pentru pia]a auto: fa]= de anul precedent produc]ia a sc=zut cu 27% iar v`nz=rile totale cu 29% (ba chiar cu peste 31% la v`nz=ri autoturisme). Situa]ia este [i mai [ocant= dac= facem o compara]ie cu anul record 1998 (s= nu uit=m c= [i anul 1999 a fost unul de recesiune pentru pia]a auto). Deci fa]= de 1998, anul 2000 s-a \nchieiat cu o sc=dere de 38% la produc]ie [i 41% la v`nz=ri (43% la v`nz=ri autoturisme). Singurul indicator aparent dinamic a fost exportul, care a crescut de 2,5 ori \n 2000 fa]= de 1999. Dac= ne uit=m \ns= c= nu s-au exportat nici m=car 10000 de autovehicule, se observ= c= nici exportul nu a reprezentat un domeniu de mare succes ci doar o redresare de la nivelul extrem de redus din 1999.

La o analiz= mai atent= se poate observa c= \n realitate evolu]iile pie]ii au fost mult mai nuan]ate iar aparentul dramatism al c=derii masive mascheaz= de fapt unele evolu]ii mai mult dec`t promi]=toare. De asemenea, sc=derea v`nz=rilor are [i unele explica]ii conjuncturale care conduc la concluzii mult mai pu]in dramatice dec`t cele pe care le-ar putea sugera simpla citire a cifrelor.

Produc]ia na]ional= de autovehicule s-a luptat din greu pentru a face fa]= cererii sc=zute de pe pia]=. In plus, v`nz=rile lunare au avut fluctua]ii semnificative, ceea ce a agravat cu at`t mai mult dificult=]ile de a]ine ritmul de produc]ie paralel cu cel al v`nz=rilor.

\n general \n 2000 produc=torii au evitat acumularea de stocuri, chiar dac= temporar \n diverse perioade ale anului au fost confrun]a]i cu acumul=ri de autovehicule nev`ndute.

Restr`ngerea produc]iei s-a f=cut \n principal prin reducerea pe anumite perioade a num=rului de zile lucrate s=pt=m`nal sau chiar \nchiderea temporar= a liniilor de asamblare, m=sur= practicat= \n m=sur= diferit= de to]i produc=torii na]ionali.

A[a cum men]ionam [i mai sus, produc]ia na]ional= a sc=zut cu aproape 27% fa]= de anul 1999. Evolu]iile au fost diferen]iate pe fiecare produc=tor \n parte, reflect`nd destul de str`ns evolu]ia v`nz=rilor, at`t la intern c`t [i la export.

Dacia a produs \n 2000 pu]in peste 55000 de autovehicule (42600 autoturisme [i 12600 utilitare u[oare), ceea ce reprezint= doar 64% din produc]ia din 1999 ba chiar doar 52% din produc]ia anului record 1998.

Daewoo a reu]it \ns= o cre[tere a produc]iei cu 15%, ajung`nd la un total de 20800 buc=]i. C=derea cererii interne a fost astfel mai mult dec`t compensat= prin cre[terea exportului. Totu]i totalul v`nz=rilor (intern [i export) a fost cu circa 10% sub volumul produc]iei, deci o bun= parte din produc]ia anului \[i caut= \nc= cump=r=torii.

Ponderea autovehiculelor asamblate din colec]ii SKD a sc=zut de la 42 la 31%, cresc`nd corespunz=tor ponderea celor produse \n Rom`nia cu un grad de integrare local= semnificativ, [i aceasta \n special ca urmare a succesului modelului Matiz.

Aro a reu]it aproape o performan]= pe acest fundal sumbru,]in`nd cont de situa]ia grea a produc=torului precum [i de cererea sc=zute pentru produsele sale. Chiar dac= la un nivel redus, volumul produc]iei a sc=zut moderat \n raport cu nivelul din 1999 (-13%).

Totalul produc]iei din 2000 este un minim absolut al perioadei 1990-2000, fiind sub minimul precedent din 1992 (78130 fa]= de 81543). Produc]ia Dacia din 2000 este \ns= ceva mai mare dec`t cea din anul minimului precedent din 1992 (55183 fa]= de 51356). De-a lungul anului au avut loc fluctua]ii majore de produc]ie, \n special datorit= Dacia, care [i-a reglat greu 'tirul' lanceputul anului, c`nd a acumulat stocuri, probabil sub surpriza nea]teptat= a sc=derii drastice a v`nz=rilor. Sc=derea din august este asociat= cu \ntreruperea activit=]ii pe perioada concediilor.

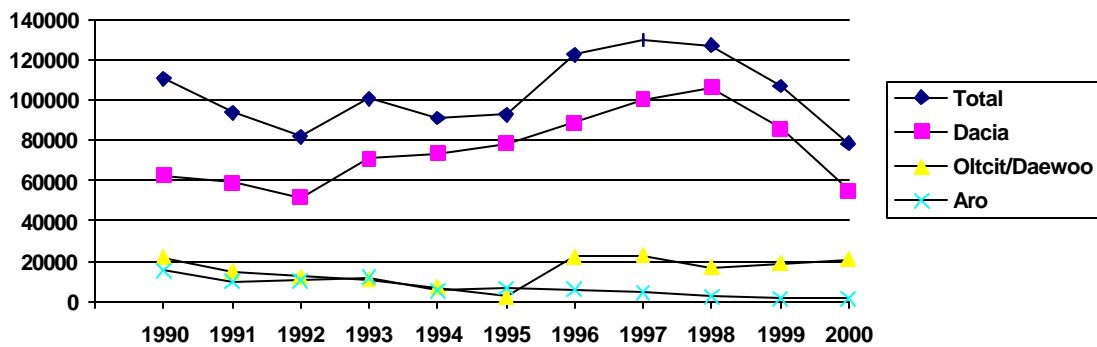


Fig.1 Produc]ia de autovehicule \n ultimul deceniu

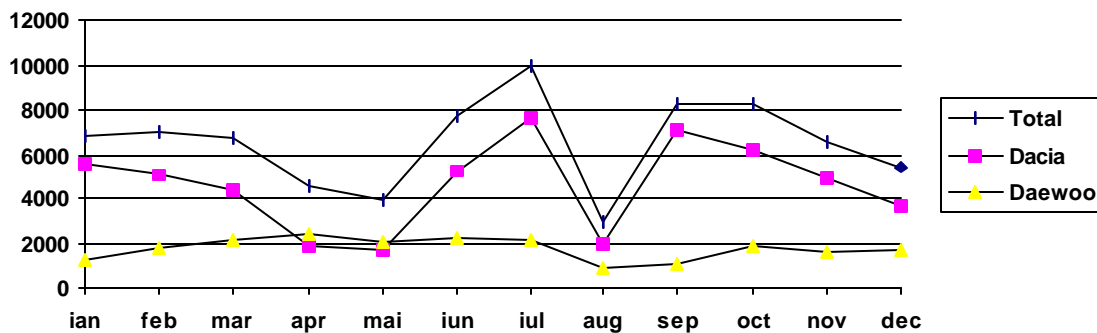


Fig.2 Produc]ia de autovehicule \n 2000

V^nz=rile pe pia]a intern= au sc=zut la un nivel nemai`nt`lnit, cel pu]in din 1996 de c`nd APIA \ntocme]te statistici. Cele pu]in peste 84000 autovehicule din care 66000 autoturisme reprezint= o sc=dere dramatic= sub nivelul de anul trecut. Chiar [i \n 1996 se vindeau peste 118000 autovehicule din care 96000 autoturisme.

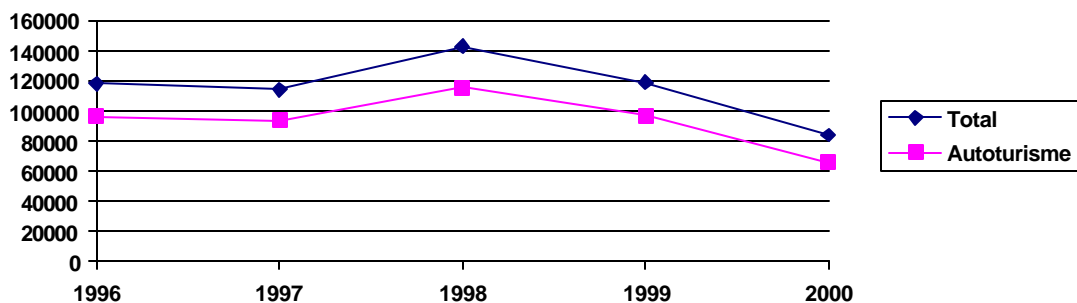


Fig. 3 V^nz=rile de autovehicule \n ultimii cinci ani.

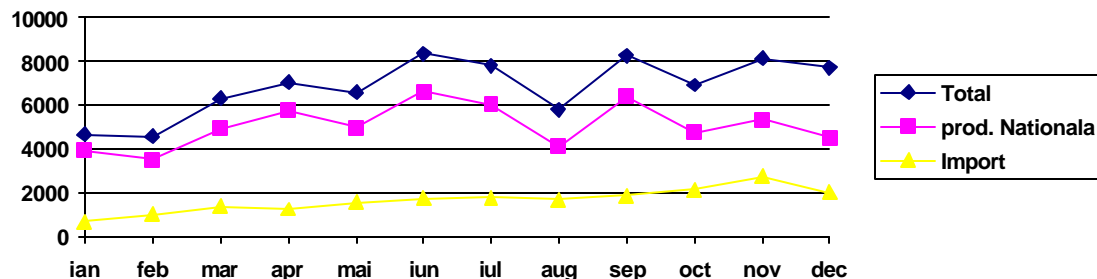


Fig. 4 V^nz=rile de autovehicule \n anul 2000

Vanzarile au evoluat la nivele reduse în tot cursul anului. După un început de an extrem de modest, vanzarile s-au mai redresat, dar media lunară a fost de numai circa 7000 buc., față de o medie de 10000 în 1999. Se poate vedea cum în timp ce vanzarile de autovehicule din producția națională a avut fluctuații imprevizibile, vanzarile de autovehicule din import au avut o creștere constantă și continuă, de la numai 700 în ianuarie la peste 2000 în ultimile luni ale anului.

Dacă autovehiculele din import reprezentau 8,3% din piață în 1999 (6,7% pentru autoturisme), acestea au ajuns la 24% din piață în 2000 (22% pentru autoturisme). Saltul excepțional al ponderii importurilor se datorează dublării volumului efectiv al importurilor pe fondul scăderii puternice a vanzarilor de autovehicule din producția națională.

Pe fondul scăderii accentuate a pieții totale a autovehiculelor și cu deosebire a autoturismelor, vanzarile de autovehicule comerciale peste 3,5t au crescut spectaculos, cu 45%, un bun semn că activitatea economică este în curs de redresare - transportatorii investesc pentru a fi pregătiți la creșterea de volum de transport ce urmează să apară.

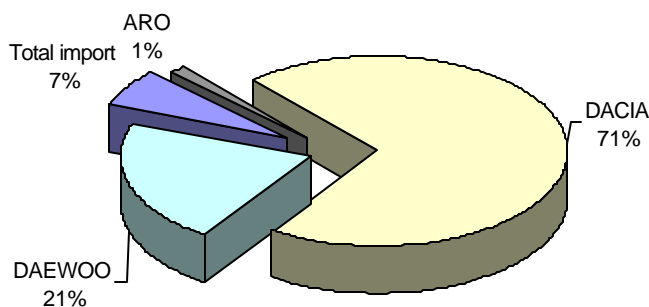


Fig.5 Situația vânzării de autoturisme în 1999

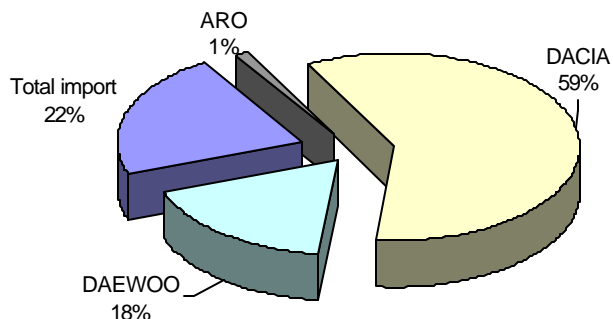


Fig.6 Situația vânzării de autoturisme în 2000

Ponderea Dacia pe piața autoturismelor a scăzut de la 71% în 1999 la 59% în 2000. Producătorii naționali au făcut eforturi foarte precedente pe piața internă pentru a contracara căderea vânzării. S-au lansat mari campanii publicitare (practic Dacia a lansat primele campanii din istoria sa), s-au făcut reduceri importante de prețuri, s-au oferit promoții atractive (de exemplu combustibil gratuit), s-au oferit pentru prima dată în România garanții de 3 ani, s-au promovat scheme atractive de rate sau leasing. Toate acestea au avut un efect extrem de redus, dacă nu inexistent, vânzarile menținându-se la aceleași nivele scăzute chiar și în momentele de vârf ale campaniilor. Aceasta nu a dovedit decât că motivele restrângerii pieții sunt preponderent economice și mai puțin conjuncturale.

Cauzele care au condus la aceste evoluții ale pieții sunt multiple și sunt diferite nu numai de la segment la segment dar și de la marcă la marcă.

Prima și cea mai importantă cauză se referă la evoluția puterii de cumpărare atât a persoanelor fizice cât și a firmelor. Dacă ne limităm analiza la evoluția pieții autoturismelor, în segmentul piața acestora pe principalele intervale de preț ce sunt specifice pieții naționale, vedem următoarele evoluții:

- zona sub 5000 USD (Dacia, Daewoo Tico) a suferit o cădere dramatică la numai puțin peste jumătate din volumele anului precedent. Aceasta a fost de fapt zona care a condus la căderea pieții, puterea de cumpărare a clienților din această zonă fiind cea mai afectată.
- zona 6000-12000 USD unde totalul vânzării s-a menținut la cote aproximativ constante în raport cu anul trecut, dar unde s-au produs mutații importante ca structură.

Această zonă de prețuri era până nu de mult domeniul aproape exclusiv al Daewoo. Vânzările Daewoo către clienții din această zonă de prețuri au fost în mare măsură înlocuite de vânzările de autoturisme din import, ca urmare a ofertelor excepționale de preț (în special Renault, dar și alte firme) dar mai ales ca urmare a noii legislații a leasingului care a creat facilități sensibile în doborârea prețurilor firmelor. Ca urmare a leasingului multe firme care nu aveau până anul trecut capacitatea financiară de a achiziționa un automobil relativ scump, sunt astăzi în măsură de a face, defalcând cheltuiala pe o perioadă mai lungă, deducând o parte din costuri și economisind în plus o bună parte din taxele vamale.

Este de subliniat că prețurile autoturismelor din acest segment au scăzut spectaculos în ultimul timp. Dacă acum trei ani un Daewoo Cielo costa cam 12000 USD (și practic nu avea concurenți din import sub 15000 USD, astăzi un Cielo costă 10000 USD iar sub 12000 USD există o ofertă destul de largă și variată de autoturisme competitive din import.

- zona peste 12000 USD, unde a avut loc o creștere destul de importantă a pieții.

O cauză importantă pentru evoluțiile de pe piață provine și dintr-o serie de factori conjuncturali sau temporari, care nu pot fi însă neglijați, importanța lor fiind mare în contextul specific românesc.

Astfel, Dacia a fost puternic afectată de iminența lansării de noi modele dezvoltate împreună cu Renault. Anunțarea oficială la sfârșitul lui 1999 a acestor viitoare modele s-a dovedit pripită, mulți clienți luând decizia de a-și amâna achiziția până la apariția noilor modele.

La Daewoo, deși segmentul de piață căruia i se adresează a fost relativ stabil, vânzările firmei au fost extrem de serios afectate, așa cum arată, de ofertele avantajoase de preț și de leasing pentru autoturisme din import.

Un alt efect puternic asupra vânzărilor Daewoo a fost produs și de dificultățile firmei mamă și de incertitudinile asupra viitorului inclusiv în ceea ce privește filiala din România. Un efect similar s-a observat și pe cea mai mare piață Daewoo din Europa, Polonia. Deși în Polonia celelalte cauze specific românești nu au existat, vânzările Daewoo s-au redus considerabil numai pe fundalul incertitudinilor asupra viitorului.

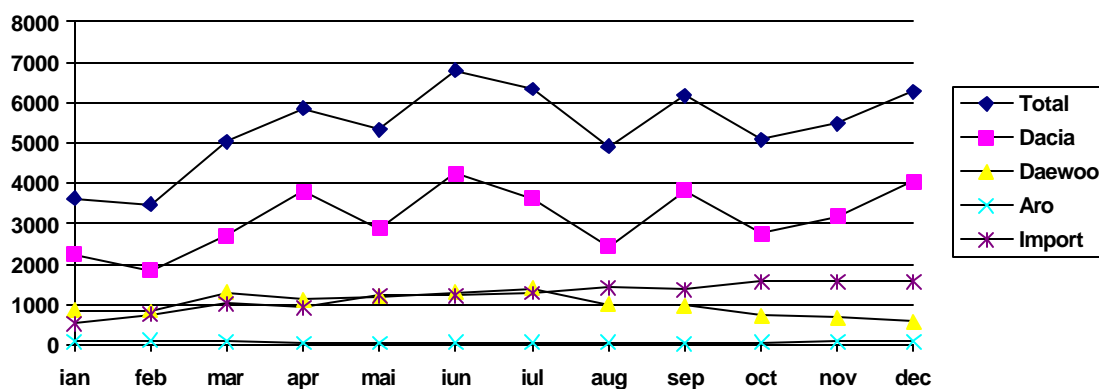


Fig. 7 Vânzările de autoturisme în anul 2000

La Aro vânzările au prezentat o creștere semnificativă față de anul 1999. Motivul a fost se pare că în 1999 firma a vândut la prețuri promoționale o mare parte din stocurile considerabile acumulate în 1998. Au fost vândute în total 1359 autovehicule (autoturisme plus comerciale) față de 1777 în 1999, deci o scădere de 32%.

Pe piața autoturismelor de producție autohtonă domină în continuare Dacia Clasic, cu aproape jumătate din piață. Cu vânzări medii lunare de aproape 3000 bucăți, modelul pare a fi sigur instalat pentru încă o bună perioadă de timp pe piața națională. Din urmă vine

Dacia SuperNova, care în mai puțin de două luni de la începerea efectivă a vânzărilor a reușit să găsească peste 1000 de clienți pe lună. Este probabil că după depășirea diverselor dificultăți legate de lansare precum și după consolidarea imaginii modelului, SuperNova s-a preia la un moment dat, probabil în a doua parte a anului 2001, conducerea clasamentului vânzărilor.

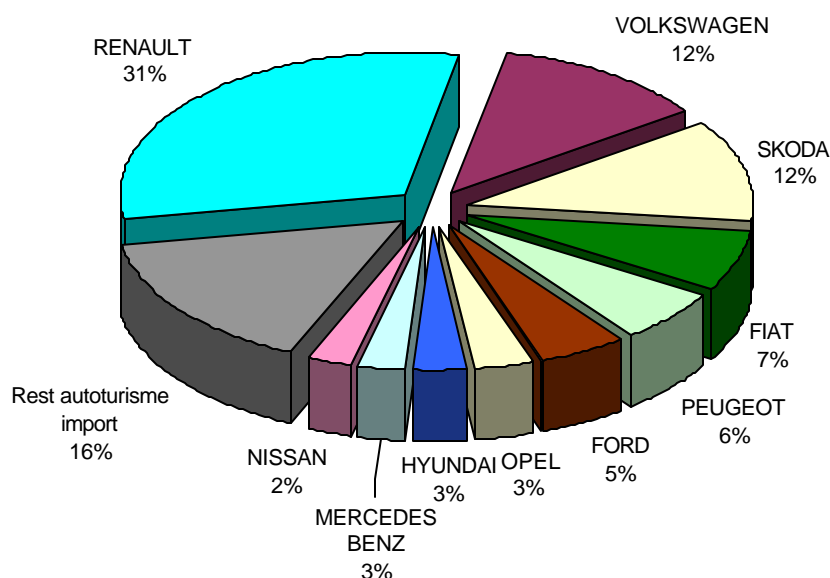


Fig. 8 Situația vânzărilor de autoturisme din import

Vânzările de autovehicule din import, așa cum s-a arătat mai înainte, au avut o creștere importantă, din multiple motive ce au fost prezentate anterior. Fapt este că totalul importurilor de autovehicule a crescut la mai mult de dublu (+104%) iar între acestea autoturismele au avut o creștere chiar mai accentuată (+121%).

Liderul pieței a devenit în mod detașat Renault, care a profitat de prețuri extrem de competitive în special la autoturismele produse în Turcia (și a fost astfel în măsură să cucerească o parte însemnată din piața Daewoo, dar și un număr mare de clienți din alte segmente, îndeosebi dintre cei care anterior cumpărau autoturisme second-hand relativ noi).

Renault și-a mărit vânzările de opt ori față de anul trecut, dar aceasta nu s-a reflectat în dauna altor mărci din import. Cu o singură excepție notabilă (Opel) toate mărcile din import au profitat din plin de creșterea acestui segment de piață, mărindu-și vânzările în mod substanțial, creșterile mergând până la mai mult decât dublarea cifrelor din 1999.

O evoluție interesantă a avut piața autovehiculelor de teren. Segmentul de piață a rămas practic neschimbat din 1999, dar în interiorul acestuia Aro, singurul producător național, a scăzut considerabil. Dacă în 1999 Aro reprezenta 59% din piața autoturismelor de teren, în 2000 nu mai acoperă decât 32%. Autoturismele de teren din import au crescut cu 57% până la 1400 bucăți, o creștere sub media de creștere a autoturismelor din import. Noul lider al acestui segment este Land Rover Freelander.

O evoluție spectaculoasă au avut-o autoturismele cu motor Diesel: s-au vândut în total peste 6300 bucăți, din care 500 Aro (și restul din import). Autoturismele Diesel (inclusiv de teren) din import au reprezentat 40% din piața autoturismelor din import. În 1999 ele au fost numai 1800, reprezentând 26% din piața autoturismelor din import. Creșterea este spectaculoasă, de peste trei ori, mult peste creșterea generală a pieței de import. Dieselele nu reprezintă în continuare decât 9,5% din piața totală de autoturisme, dar în creștere spectaculoasă față de 1999 când nu reprezentau decât 2,4%, și aceasta întrucât principalii producători autohtoni Dacia și Daewoo nu au astfel de motorizări în ofertă.

Fig.9 Clasamentele 'Top 10' pe anul 2000:

<u>M=rci na]ionale</u>	Buc	%din	%	<u>Modele na]ionale</u>	Buc	%din	%
<u>autoturisme</u>	2000	total	00/99	<u>autoturisme</u>	2000	total	00/99
Dacia	39401	76.0	-42.5	Dacia Clasic	32422	62.5	-46.9
Daewoo	11777	22.7	-42.7	Dacia Nova	4815	9.3	-35.0
ARO	668	1.3	-45.1	Daewoo Tico	4344	8.4	-44.8
<u>Total</u>	51846		-42.6	Daewoo Matiz	3249	6.3	-4.8
				Daewoo Cielo	2738	5.3	-52.8
				Dacia SuperNova	2164	4.2	-
				Daewoo Nubira	924	1.8	-36.6
				Aro 24	497	1.0	-22.1
				Daewoo Leganza	295	0.6	-63.8
				Aro 10	171	0.3	-70.5
				<u>Total</u>	51846		-42.6
<u>M=rci import</u>				<u>Modele import</u>			
<u>autoturisme</u>				<u>autoturisme</u>			
Renault	4430	30.7	711.3	Renault Megane	2938	20.4	725.3
Volkswagen	1764	12.2	69.1	Renault Clio	1234	8.5	1638.0
Skoda	1693	11.7	123.0	Skoda Octavia	911	6.3	195.8
Fiat	977	6.8	148.6	VW Passat	557	3.9	65.8
Peugeot	861	6.0	84.4	Peugeot 206	532	3.7	79.7
Ford	721	5.0	29.9	Skoda Felicia	480	3.3	6.4
Opel	477	3.3	-32.0	Fiat Punto	469	3.2	133.3
Hyundai	475	3.3	113.9	VW Bora	440	3.1	209.9
Mercedes	406	2.8	32.7	VW Golf	382	2.6	33.1
Nissan	337	2.3	93.7	Ford Focus	376	2.6	382.0
<u>Total</u>	14430		121.6	<u>Total</u>	14430		121.6

Exportul de autovehicule din Rom`nia a fost constituit \n anul 2000 majoritar din autoturisme Daewoo. Cifrele sunt \ns= reduse, export`ndu-se circa 7700 buc=]i Daewoo, 2300 Dacia sau numai 300 Aro. Un salt real al exporturilor s-ar putea sprijini numai pe lansarea unor produse competitive, a[a cum va fi din 2004 viitorul model Dacia.

Perspective 2001 Pe fondul unei u[oare relans=ri economice ([i cu speran]a c= aceasta se va men]ine conform previziunilor) este posibil s= apar= o cre[tere, chiar dac= nu spectaculoas=. Cr[terea economic= ar putea redresa puterea de cump=rare a clien]ilor, ceea ce ar putea redresa v`nz=rile \n domeniul sub 5000 USD. Cre[terea economic= se va reflecta [i \n volumul de v`nz=rile de autovehicule din celelalte segmente, \ndeosebi asociat= cu extinderea leasingului. De asemenea, acordarea din nou de facilit=]i \ntreprinderilor mici [i mijlocii va genera \n mod sigur o cre[tere a cererii de vehicule comerciale.

Reducerea taxelor vamale la 6% va avea un efect destul de redus asupra pie]ii, \n m=sura \n care autovehiculele din import se v`nd cu prec=dere \n leasing.

Ne a[tept=m ca pia]a s= se redreseze p`n= \n apropierea nivelului din 1999, \ns= cu pu]ine [anse de a-l dep=]i. Se pot preconiza urm=toarele evolu]ii pentru anul 2001:

- autoturisme din produc]ia na]ional= - cre[tere 20% p`n= la 62000 buc=]i
- autoturisme din import - cre[tere 40% p`n= la 20000 buc=]i
- comerciale u[oare - cre[tere 30% p`n= la 18000 buc=]i
- comerciale medii [i grele - cre[tere 30% p`n= la 5300 buc=]i

Dac= aceste evolu]ii se vor confirma, pia]a total= va ajunge la circa 105000 autovehicule, cu 11% sub cele 118000 din 1999 dar cu 25% peste nivelul din 2000.