

W NAJBLIŻSZYCH LATACH NA RYNKU BĘDĄ RZĄDZIĆ HYBRYDY

Upodobanie polskich i europejskich klientów do SUV-ów nie słabnie. W 2019 roku marka Volvo sprzedała globalnie ponad 700 tys. samochodów, w tym prawie 11 tys. na rynku polskim.

Niezmiennie najchętniej kupowanym modelem pozostaje XC60. Strategia marki na nadchodzący rok to sprzedaż na poziomie 800 tys. aut i pierwsze kroki w kierunku elektryfikacji. Volvo zamierza podwoić sprzedaż hybryd typu plug-in, a od tego roku w sprostaniu unijnym limitom emisji CO2 pomoże marce również pierwszy elektryk, którego najpierw będzie można kupić na rynkach zachodnioeuropejskich.

- W zeszłym roku Volvo globalnie pobiło swój rekord, sprzedając ponad 700 tys. samochodów, i ten pułap naszej marce udało się przebić po raz pierwszy. Z kolei w Polsce zabrakło dosłownie kilkunastu samochodów do poziomu 11 tys. sztuk, co również jest rekordowym wynikiem – podkreśla w rozmowie z agencją informacyjną Newseria Biznes Stanisław Dojs, PR manager Volvo Car Poland.

W Polsce Volvo rośnie nieco szybciej niż cały rynek motoryzacyjny. W ubiegłym roku ta dynamika wyniosła 5 proc. przy 4,5-proc. wzroście rynku.

Globalnie Volvo umocniło w zeszłym roku swoją pozycję na kluczowych rynkach, głównie w Europie, gdzie marka sprzedała ok. 300 tys. samochodów, oraz w Stanach Zjednoczonych, gdzie sprzedaż wzrosła o ponad 10 proc. do poziomu ok. 108 tys. sztuk.

- W Chinach również zanotowaliśmy dwucyfrowy wzrost i tam poziom sprzedaży po raz pierwszy przekroczył 150 tys. samochodów. To oznacza, że Chiny ponaddwukrotnie przeskoczyły rynek macierzysty, który jeszcze kilka lat temu był dla Volvo jednym z największych. Dzisiaj to właśnie Chiny i Europa ze sprzedażą na poziomie 300 tys. aut są dla nas najważniejszymi rynkami – wskazuje Stanisław Dojs.

W Polsce już od lat najlepiej sprzedającym się samochodem – nie tylko z portfolio Volvo, lecz w całym segmencie premium – pozostaje model XC60. W 2019 roku marka sprzedała ich prawie 4,5 tys. Polski rynek nie odbiega pod tym względem od światowego, na którym ten model SUV-a również notuje największą sprzedaż.

- Numerem dwa do tej pory, zarówno na świecie, jak i w Polsce, był model XC90, a w tym roku wyprzedził go XC40 [sprzedaż tych modeli w Polsce wyniosła odpowiednio 1,76 tys. i 1,27 tys. – red.]. To oznacza, że wśród najlepiej sprzedających się samochodów mamy trzy SUV-y, kolejno: średni, mały i największy – wymienia Stanisław Dojs.

Segment SUV-ów jest jednym z najszybciej rosnących na rynku motoryzacyjnym. Już od kilku lat SUV-y są najchętniej wybieranymi samochodami w Europie, a preferencje polskich klientów nie odbiegają

pod tym względem od światowych trendów. W Polsce SUV-y odpowiadają za ok. 70 proc. całkowitej sprzedaży Volvo.

- Ludzie kochają SUV-y i to jest trend cywilizacyjny. W tej chwili wszystkie samochody, które kiedyś były kompaktowe czy kombi, dzisiaj są podnoszone, zamieniają się w małe SUV-y czy crossovery. Z badań, które przeprowadziliśmy, wprowadzając na rynek model XC40, wynikało, że ludzie siedzący wyżej czują się bezpieczniej i mają lepszą widoczność. Jest więc wiele psychologicznych aspektów, które przemawiają za tym, że takie samochody bardziej odpowiadają klientom. Spodziewamy się, że w najbliższych latach SUV-y nadal będą bardzo modne - mówi ekspert.

Cel Volvo na 2020 rok zakłada globalną sprzedaż na poziomie 800 tys. sztuk, czyli o 100 tys. więcej niż w roku ubiegłym. W Polsce marka także spodziewa się kolejnego rekordu.

- Nie deklarujemy dokładnych liczb, ale sprzedamy na pewno ponad 11 tys. samochodów w ciągu roku. Mamy też określone modele, za pomocą których chcemy tę sprzedaż zrealizować. Jesteśmy dobrze przygotowani na nadejście elektryfikacji, która bardzo wiele zmieni na rynku - zaznacza Stanisław Dojs.

Jak podkreśla, elektryfikacja na rynku motoryzacyjnym jest już nieunikniona, co wynika chociażby z prawodawstwa Unii Europejskiej. Od 2020 roku w UE zaczęły obowiązywać nowe normy emisji CO₂ dla samochodów - limit będzie wynosić 95 g dwutlenku węgla na przejechany kilometr. Producenci samochodów nieco cięższych i z segmentu premium mają minimalnie wyższe limity (107 g CO₂/km). Od 2025 roku UE planuje wprowadzić ich kolejną redukcję o 15 proc. Większość producentów przygotowuje się do ostrzejszych unijnych norm, wprowadzając do gamy modelowej hybrydy i elektryki, które mają pozwolić im zmieścić się w narzuconych limitach.

- Nie wystarczy już zmniejszać pojemności silnika, aby sprostać nakładanym limitom. Trzeba też dołożyć niezbędny komponent elektryczny, czyli bezemisyjny. Miks tych trzech rodzajów samochodów: elektrycznych, hybrydowych oraz hybryd typu plug-in spowoduje obniżenie średniej emisji CO₂ dla całej branży. Nasza strategia koncentruje się przede wszystkim na hybrydach typu plug-in, a od końcówki tego roku w ograniczaniu emisji pomogą nam też samochody w pełni elektryczne - zapowiada Stanisław Dojs.

Już od kilku lat marka stopniowo wycofuje z oferty silniki większe niż 2 l i diesle. Od ubiegłego roku wszystkie nowo prezentowane modele Volvo są już hybrydami. Lada moment ruszy również sprzedaż pierwszego w pełni elektrycznego samochodu tej marki, ale na razie nie w Polsce.

- Jego sprzedaż rozpocznie się od Europy Zachodniej, gdzie zapotrzebowanie na te samochody jest dużo większe. Planujemy też podwoić udział hybryd typu plug-in z nieco ponad 2 proc. do 5 proc. Spodziewamy się również, że podwoi się sprzedaż hybryd typu mild z ubiegłorocznego poziomu ok. 1 tys. sztuk - mówi Stanisław Dojs.

Jak ocenia, w perspektywie kilku nadchodzących lat rynek będzie należeć właśnie do samochodów hybrydowych, w tym hybryd typu plug-in, natomiast później stopniowo coraz bardziej będą upowszechniać się na nim elektryki.

- W ubiegłym roku sprzedaliśmy około 250 hybryd ładowanych z gniazdka. To jest jeden z lepszych wyników w Polsce, mało kto sprzedał tych samochodów więcej od nas. Volvo należy do pierwszej trójki marek najliczniej reprezentowanych wśród 10 tys. elektryków i hybryd typu plug-in zarejestrowanych w Polsce. Jesteśmy pewni, że w 2020 roku nasze rynkowe udziały będą nadal zauważalnie rosnąć - mówi PR manager Volvo Car Poland.

(Newseria)