

Bilchefer mer optimistiska än genomsnittet när det gäller tillväxt

Företagsledarna inom fordonsbranschen ser ljus på 2011. 9 av 10 tror på tillväxt i det egna företaget och optimismen är till och med högre än genomsnittet bland världens företagsledare. Tillväxtländernas betydelse är mer framträdande än i många andra branscher och många bilchefer tror att framtidens starka varumärken kommer från just dessa länder. Det visar en ny rapport från PwC där 50 vd:ar inom fordonsbranschen har frågats ut om framtiden och där svaren har jämförts med en undersökning där 1200 företagsledare har medverkat.

Bilindustrin ser framtiden an med tillförsikt. 52 procent är starkt övertygade om tillväxt i det egna bolaget under 2011 vilket ska jämföras med 20 procent i motsvarande undersökning förra året. Faktum är att cheferna inom bilindustrin nu till och med är mer optimistiska när det gäller tillväxt än genomsnittet.

– Kostnadskniven har skurit djupt och länge inom branschen och 92 procent av bilcheferna berättar att de har implementerat besparingsprogram under de senaste 12 månaderna. Men nu verkar de dystra tiderna vara ett minne blott och branschen är redo för investeringar igen. Av svaren att döma verkar även tillgången till kapital ha förbättrats, berättar Ulf Nordelöf som är branschansvarig för Automotive inom PwC i Sverige.

Även om läget ljusnar så är det en försiktig bransch där de globala ekonomiska förutsättningarna fortfarande oroar och påverkar beteenden. Enligt undersökningen är cheferna inom fordonsindustrin mer handlingskraftiga än sina kollegor i andra branscher när det gäller att tackla den ekonomiska osäkerheten. 78 procent uppger att de har genomfört strategiska förändringar för att hantera den ekonomiska osäkerheten. Motsvarande genomsnittssiffra är 64 procent.

– Tilltron till de nya ekonomierna med Kina i spetsen bland företagsledare runt om i världen tenderar att vara än starkare inom bilbranschen. När vi frågade om viktigaste tillväxtområde utanför det egna landet så svarade 2 av 3 bilchefer (64 procent) att Kina blir tillväxtnavet under de kommande tre åren. Vilket kan jämföras med 39 procent i genomsnitt sett över alla branscher. Kanske än mer intressant är att närmare hälften (46 procent) menar att många av de starkaste nya globala varumärkena kommer att växa fram i tillväxtländer, säger Ulf Nordelöf.

Men Kina är inte bara en viktig försäljningsmarknad enligt undersökningen. Även när det gäller leverantörsledet är tillväxtländerna betydelsefulla och 60 procent av företagsledarna inom bilindustrin anser att Kina är ett av de viktigaste länderna för företagets framtida leveransbehov. Sett över samtliga branscher är genomsnittet 37 procent. Anmärkningsvärt är även att Tyskland seglat om USA som nummer två när det gäller viktigaste leverantörsland och Brasilien har kommit ikapp USA och delar nu tredjeplatsen på leverantörslistan.

Undersökningen visar även att:

- *Talangbristen skapar huvudbry.* 82 procent av företagsledarna ser en svår utmaning i den begränsade tillgången till rätt kompetens framöver.
- *Innovation som driver tillväxt.* 80 procent av cheferna inom branschen uppger att innovationer kommer att generera betydande tillväxt för det egna företaget.
- *Leverantörerna tar plats i innovationsstrategierna.* 76 procent av företagsledarna i branschen tänker ändra företagets strategier så att produktutvecklingen i högre grad äger rum i hela produktionskedjan, vilket ger leverantörerna en mer framträdande roll.
- *Hållbarhetsaspekterna i fokus.* 80 procent av bilcheferna anser att utveckling av miljövänliga produkter eller tjänster är viktiga delar av företagets innovationsstrategier. 72 procent är redo att stödja ”god tillväxt” och vill se en globalisering där ekonomisk tillväxt går hand i hand med social utveckling.

Om CEO Survey – Automotive industry summary

Undersökningsresultaten baseras på intervjuer med 1200 företagsledare (CEO:s) verksamma i medelstora eller större bolag från 69 länder. I rapporten har resultaten från fordonsbranschen sammanställts med svar från totalt 50 företagsledare från 20 länder. Undersökningen ägde rum mellan september och november 2010.

För mer information, kontakta:

Ulf Nordelöf, branschansvarig för Automotive, PwC i Sverige

Tel: 0709-29 11 33 e-post: ulf.nordelof@se.pwc.com

Martin Askman, pressansvarig, PwC i Sverige

Tel: 0709-29 36 85, e-post: martin.askman@se.pwc.com

Fakta om PwC:

PwC Sverige är marknadsledande inom revision, redovisning, skatt och affärsrådgivning med 3 700 medarbetare på 130 kontor runt om i landet. Med erfarenhet och unik branschkunskap utvecklar vi värden för våra 60 000 kunder vilka utgörs av globala företag, svenska storföretag och organisationer, mindre och medelstora, främst lokala företag samt den offentliga sektorn.

PwC Sverige drivs som en självständig och oberoende juridisk enhet. Vi ingår i det globala nätverket PwC som är världens största nätverk inom revision, skatte- och affärsrådgivning. Vi delar våra kunskaper, erfarenheter och lösningar med 161 000 medarbetare i 154 länder för att utveckla nya perspektiv och praktiska råd. Se pwc.com/se för mer information.