



Peugeot vuonna 2004

Kahden miljoonan raja ylitettiin

Myynti 2 027 000 autoa, kasvua 5,9 %

Myyntin kasvu Länsi-Euroopan ulkopuolella 24,2 %

Suomessa kaikkien aikojen paras markkinaosuus: 7%

Peugeotin maailmanlaajuinen myynti ylitti vuonna 2004 ensimmäistä kertaa kahden miljoonan auton rajan. Henkilöautojen ja kevyiden tavara-autojen kokonaismyyntimäärä oli 2 027 000 kpl.

Edellisen vuoden 2003 myyntiin (1 913 624 kpl) verrattuna kasvua oli 5,9 %. Sitä edellisenä vuonna 2002 Peugeot oli ollut hiukan lähempänä kahden miljoonan rajaa 1 955 408 kappaleen myynnillään.

Peugeotin myynnistä jakautui 22 % kotimarkkinoille Ranskaan, 44 % muualle Länsi-Eurooppaan ja 34 % muualle maailmaan. Erityisen menestyksestä Peugeot-myyntin kasvu oli Länsi-Euroopan ulkopuolella.

Vuosien 2000–2004 aikana Peugeotin vuosimyynti on kasvanut 500 000 autolla.

Suomessa Peugeot oli vuonna 2004 viidenneksi myydyin henkilöautomerkki ja saavutti kaikkien aikojen parhaimman markkinaosuutensa, 7% kokonaismyyntin hipoessa 10.000 kpl:een rajaa (tarkalleen 9996 kpl).

Eri markkina-alueilla Peugeot-myynti kehittyi vuonna 2004 seuraavasti:

Länsi-Euroopassa (17 maata), jossa kokonaismarkkinat kasvoivat 2,9 %, Peugeotin myynti taantui 1,7 %. Henkilö- ja pakettiautojen kokonaismyynti oli 1 329 000 kpl, kun vuoden 2003 vastaava luku oli 1 352 114 kpl.

Syyt Peugeotin lievään taantumahan olivat rakenteissa ja suhdanteissa. Toisaalta Peugeotin mallivalikoima heikkeni väliaikaisesti, kun 106 jäi pois tuotannosta ja 406 eli viimeisiä aikojaan; toisaalta markkinatilanne Euroopassa yllytti kilpailijoita tekemään toinen toistaan kovempia erikoistarjouksia, jollaisiin Peugeot ryhtyi harvemmin.

Sen sijaan Länsi-Euroopan ulkopuolisissa maissa Peugeotin myynti kasvoi lähes neljänneksellä, yli 24 prosentilla, ja kohosi 698 000 autoon, kun se oli edellisenä vuonna ollut 561 510 kpl.

Tämän kasvun takana ei ole pelkästään tytäryhtiön perustaminen Venäjälle ja myyntiverkoston rakentaminen Kiinaan – ja siellä esitelty 307 Sedan – vaan myös Peugeot-malliston osakseen saama kiinnostus Euroopan ulkopuolella.



Myydyimmät Peugeot-mallit

Jo neljättä vuotta peräkkäin Peugeot 206:n vuosimyynti on ollut 800 000 kappaleen luokkaa, ja pian juhlitaan 5. miljoonannen 206:n syntymää.

Peugeot 307 puolestaan ylitti kahden miljoonan rajan. Viime vuonna tätä mallia myytiin lähes 581 000 kpl. Tämä merkitsee 4 %:n nousua erittäin ankarasti kilpaillussa segmentissä.

Näiden kahden "bestsellerin" rinnalla Peugeotin uusi 407 on 151 000 kappaleen myynnillään lunastanut kaikki lupauksensa.

Alkanut vuosi 2005 tuo markkinoille kaksi odotettua Peugeot-uutuutta, mallit 1007 ja 107, jotka tekevät Peugeot-valikoimasta entistä täydellisemmäksi.

Peugeotin myynnin kasvu ei kuitenkaan perustu pelkästään houkutteleviin automalleihin vaan myös asiakastyytyvyyteen ja verkoston palvelukykyyn, joihin Peugeot on panostanut paljon. Tätä varten toiminnassa on kahdeksan teknisen avun järjestelmää, jotka kattavat lähes koko maailman. Lisäksi "Peugeot Planet System", automatisoitu diagnoositesteri, joka on internetin kautta yhteydessä keskuspalvelimeen, on käytössä kaikkialla Euroopassa ja sitä ollaan laajentamassa myös Euroopan ulkopuolelle.

Tähän mennessä Peugeot on toimittanut markkinoille jo 175 000 navigointilaitteistolla varustettua autoa. Monissa näistä autoista toimii myös automaattinen hätäkutsu- ja paikannusjärjestelmä, jonka avulla onnettomuustilanteissa saadaan apua paikalle mahdollisimman nopeasti.

*

*

*



Peugeot Euroopan markkinoilla (Rekisteröinnit 17 maassa)

Länsi-Euroopan markkinoilla (17 maata) rekisteröitiin 16 444 000 henkilö- ja tavara-autoa vuonna 2004, mikä merkitsi 2,9 %:n kasvua. Peugeotin myynti puolestaan taantui 2,9 %. Taantuma oli suurempi henkilöautoissa (-4,0 %), mutta pakettiautojen myynnin kasvu (5,6 %) tasasi tilannetta osittain. Henkilö- ja tavara-autoja Peugeot myi yhteensä 1 317 000 kpl, jolla se saavutti 8,0 prosentin markkinaosuuden. Siten Peugeotin markkinaosuus laski puoli prosenttiyksikköä. Markkinaosuuden lasku johtui toisaalta Peugeot-malliston väliaikaisesta vajavuudesta, toisaalta ankarasta kilpailutilanteesta Euroopan tärkeimmillä markkina-alueilla.

Henkilöautojen rekisteröinnissä Peugeot pysyi lähellä kahdeksan prosentin markkinaosuutta (7,92 %) kolmen tärkeimmän mallisarjansa menestyksen ansiosta:

- 407 lähti odotusten mukaisesti liikkeelle (lähes 100 000 rekisteröintiä) huhtikuussa, ja syksyllä mallistoa tuli täydentämään SW-farmari.
- 307 säilytti asemansa laajalti uusiutuneessa segmentissään: yli 445 000 autoa, vakaa markkinaosuus 3,1 %, mallikohtaisessa tilastossa Euroopan viidenneksi eniten myyty auto.
- 206 pysyi edelleen segmenttinsä ykkösenä Euroopassa: lähes 500 000 autoa, markkinaosuus 3,4 %, mallikohtaisessa tilastossa neljäntenä.

Omaa segmenttiään johtava 206 sai 2004 mallistoaan täydentämään 80 kW tehoisen 1,6-litraisen HDi-dieselin, joka on varustettu FAP-hiukkassuodattimella. Siten 206 on segmenttinsä ainoa auto, jossa on tämäntasoinen pakokaasunpuhdistus. Avattavalla kovakatolla varustettu Coupé Cabriolet kokosi 206-malliston myynnistä lähes 9 prosenttia, jolla se saavutti kakkossijan tässä erikoiskorien luokassa (avoautot ja coupé-mallit).

307 saavutti lähes saman myyntimäärän kuin 2003 ja pysyi viidennellä sijalla 3,1 prosentin markkinaosuudellaan. 307-malliston farmari ja Coupé Cabriolet ovat kumpikin ykkössijalla omassa alisegmentissään.

Huhtikuussa 2004 markkinoille tullutta 407-mallia ehdittiin vuoden loppuun mennessä myydä lähes satatuhatta autoa. SW-farmanin osuus tästä on 30 %, vaikka tämän version myynti alkoi vasta syksyllä.

607, jota on kaikkiaan myyty yli 125 000 kpl, sai mallistoonsa aivan uuden V6-dieselmoottorin, jonka teho on 150 kW. Tämä HDi-moottori on varustettu FAP-hiukkassuodattimella kuten muutkin Peugeot-dieselit kaikkein pienimpiä lukuun ottamatta. 607-mallistoon myynti 2004 oli yli 13 500 kpl.

Tila-auto 807 oli 2004 markkinoilla toisen täyden vuotensa ja saavutti 27 400 auton myyntimäärän. Kaikkiaan tätä mallia on myyty lähes 80 000 kpl.



Partner kasvatti sekä myyntimääräänsä (29 500) että markkinaosuuttaan vuoteen 2003 verrattuna.

Keveiden tavara-autojen markkinoilla, jotka Euroopassa kasvoivat 8,8 %, Peugeot kasvatti myyntiään 5,6 prosentilla ja saavutti 8,7 %:n markkinaosuuden 169 000 autollaan. 206-pakettiauton myynti kasvoi 10 % ja Expertin 14,4 % edellisvuoteen verrattuna, ja Boxer puolestaan ylitti 30 000 auton rajan 3,2 %:n lisäyksen ansiosta.

*

*

*



Ranskan markkinat

Ranskassa rekisteröitiin 2 013 700 henkilöautoa 2004, mikä merkitse hyvin pientä kasvua (+ 0,2 %) edellisvuoteen verrattuna.

Diesalien suosio kasvaa Ranskassa edelleen ja lähestyy 70 prosentin rajaa. 2003 diesalien osuus oli 67,4 % mutta viime vuonna jo 69,2 %.

Epävarman taloudellisen tilanteen takia yksityishenkilöiden osuus uusien autojen rekisteröinnistä on pysytellyt varsin alhaalla, 60 prosentin tasolla.

Peugeotin markkinaosuus henkilöautoissa laski 4,2 % mutta nousi pakettiautoissa 7,7 %, joten kokonaistaantumaksi jäi -2,3 %. Merkittävä tekijä tässä oli 106-mallin jääminen pois ohjelmasta, sillä sen vaikutukseksi voidaan laskea 0,7 prosenttiyksikköä.

Muu Länsi-Eurooppa

Suomessa kokonaismarkkinat laskivat 3,2 % mutta Peugeot nosti sekä myyntiään (+1,6%) että markkinaosuuttaan, joka nousi nyt kaikkien aikojen parhaimpaan tulokseen eli 7 %:iin (nousua 0,3 prosenttiyksikköä) ja kohosi rekisteröintitilaston viidennelle sijalle.

Myydyin Peugeot-malli Suomessa oli 307, sitä myytiin 4.330 kpl. Mallisarjan pienin eli 206 ylsi 2.623 kpl:een myyntiin. 607-mallin myynti oli 143 kpl ja 807-mallin 146 kpl.

Uusi 407 tuli markkinoille kesällä 2004 ja sen kysyntä lähti mainiosti käyntiin. Vajaassa puolessa vuodessa sitä myytiin 1832 kpl. Näistä sedan-versioita oli 1056 kpl ja SW-farmareita 775 kpl. Peugeotin kokonaismyynti Suomessa oli 9.996 kpl.

Saksassa Peugeotin markkinaosuus pysyi kutakuinkin vakaana 3,7 prosentissa. 307 CC samoin kuin 407 otettiin siellä erittäin hyvin vastaan.

Italiassa nopeasti muuttuvilla markkinoilla Peugeot yritti löytää tasapainoa imagon, tuotteen ja myyntilukujen kesken päätyen 4,7 %:n markkinaosuuteen. Edellisvuoteen verrattuna laskua oli 0,5 prosenttiyksikköä.

Englannissa kokonaismarkkinat laskivat lievästi (-0,3 %). Koska Peugeotin asiakaskunta muodostuu pääosin yksityishenkilöistä eikä yrityksistä, sen markkinaosuus jäi 6,5 %:iin eli 0,7 prosenttiyksikkö alemmas kuin 2003. Siitä huolimatta Peugeot on rekisteröintitilastossa viidennellä sijalla.

Espanjassa Peugeot myi kasvavilla markkinoilla 158 600 henkilöautoa (+6,5 % verrattuna vuoteen 2003). Yksityisasiakkaiden puolella Peugeotin myynti kasvoi 11,4 %. Mallikohtaisessa tilastossa 307 on neljäntenä ja 206 kuudentena. Elokuusta lähtien 407, joka valittiin Vuoden Autoksi Espanjassa, on ollut oman segmenttinsä huipulla.

Belgiassa ja Luxemburgissa markkinat kasvoivat 5,6 %. Peugeot kuuluu kärkikaartiin 10,8 %:n markkinaosuudellaan. Mallikohtaisesti 206 on toisena ja 307 kolmantena.



Hollannissa kilpailu oli erittäin kovaa, mutta markkinaosuutensa laskusta huolimatta Peugeot sijoittui kolmanneksi markkinaosuuden ollessa edelleen korkealla tasolla, 9,2 %:ssa.

Portugalissa markkinat kasvoivat uudelleen (+4,1 %) edellisvuoden rajun laskun (-17,6 %) jälkeen. Peugeot säilytti kakkossijansa 10,6 %:n markkinaosuudellaan, ja 407 on noussut jo oman segmenttinsä kärkeen.

Itävallassa markkinat kasvoivat kovassa kilpailussa 3,5 % mutta Peugeotin osuus lasku puoli prosenttiyksikköä 5,7 %:iin. Tätä ennen Peugeotilla oli ollut vahvaa kasvua viisi vuotta peräkkäin.

Sveitsissä markkinat supistuivat edellisvuodesta 1,1 % ja Peugeotin markkinaosuus laski lievästi 5,9 %:sta 5,7 %:iin.

Pohjoismaissa kokonaismarkkinat kasvoivat hyvissä taloudellisissa suhdanteissa vahvasti vuodesta 2003 mutta samalla kilpailu kiristyi ankarasti.

Tanskassa Peugeotin markkinaosuus laski 15,1 prosentista 12,2 %:iin. Tähän vaikutti toisaalta kova kilpailu aasialaisten merkkien taholta, toisaalta hinnantasauspoltiikka.

Norjassa kilpailun kiristyminen laski Peugeotin markkinaosuuden 7 prosenttiin edellisvuoden 8,4 %:sta.

Ruotsissa kasvavilla markkinoilla Peugeot nosti markkinaosuutensa 7 prosenttiin edellisvuoden 6,6 %:sta. Tämä edistys oli paljolti varustepakettien ja erikoissarjojen ansiota.

Kreikassa markkinat kasvoivat paljolti olympialaisten ansiosta peräti 13,4 %. Peugeotin markkinaosuus on 5,3 % (runsaat 15 000 autoa).

Irlannissa markkinat kasvoivat edellisvuodesta 6,1 %. Myös Peugeotin myynti kasvoi tuntuvasti ja sen markkinaosuus nousi 5,5 %:iin.

*

*

*



Peugeot Länsi-Euroopan ulkopuolella

Länsi-Euroopan ulkopuolella Peugeotin myynti kasvoi jo neljättä vuotta peräjäälkeen. Nyt kasvu oli yli 24 prosenttia. Kokonaismyymntimäärä oli 698 000 kpl, kun lasketaan yhteen Ranskasta viedyt ja muualla kootut autot. Tämä määrä on 34 % Peugeotin kokonaismyynnistä.

Positiivinen kehitys on jatkunut huolimatta maailmanlaajuisesti hankalasta taloudellisesta tilanteesta ja kovista valuuttakurssien vaihteluista.

Vuotta 2004 leimasi kolme merkittävää tapahtumaa:

- Peugeot-verkoston luominen Kiinaan ja 307:n Sedanin esittely Kiinan markkinoilla
- ytäryhtiön perustaminen Venäjälle
- 307:n ja 206 SW:n tuotannon aloitus Mercosur-alueella

➤ Latinalainen Amerikka

Tällä alueella Peugeotin myynti kasvoi 82 600 autosta 105 600 autoon eli 27 %.

Argentiinassa kokonaismarkkinat kaksinkertaistuivat edellisvuodesta 272 000 autoon. Peugeotin myynti noudatti samaa kehitystä, ja se saavutti 9,3 %:n markkinaosuuden.

Brasiliassa markkinat kasvoivat edellisvuodesta 10 % mutta Peugeotin myynti (43 000 autoa) nousi vielä enemmän, 12 %.

Chilessä Peugeot säilytti 11 100 autollaan vakaan 7,6 %:n markkinaosuuden.

Meksikossa Peugeotin 16 200 auton myynti merkitsi 18,1 %:n lisäys edellisvuoteen verrattuna.

Keski-Amerikan maissa Peugeotin myynti kasvoi 20 %. Erityisesti on mainittava Guatemala, jossa Peugeotin myynti enemmän kuin kaksinkertaistui.

Andien ja Karibian alueella Peugeotin edistys oli 50 %:n luokkaa erityisesti Kuuban, Kolumbian ja Ecuadorin maahantuojien ansiosta.



➤ Itä-Eurooppa, Välimeren alueet ja Lähi-itä

Näiden alueiden kokonaismyynti nousi 211 300 autoon, mikä merkitsi 5,1 %:n kasvua.

Itäisen Keski-Euroopan alueella eli Puolassa, Unkarissa, Tsekin tasavallassa, Sloveniassa, Kroatiassa ja Slovakiassa vuoden 2004 tärkein tapahtuma oli näiden maiden (paitsi Kroatian) liittyminen Euroopan Unioniin. Tällä alueella Peugeotin 67 300 auton myynti merkitsi 4,8 %:n laskua.

Puolassa markkinat olivat lähes 30 prosentin kasvussa huhtikuun lopussa mutta putosivat siitä 11 %:iin vuoden loppuun mennessä. Tässä hankalassa markkinatilanteessa Peugeot saavutti kuitenkin 6,6 %:n markkinaosuuden nousten kuudennelle sijalle.

Kroatiassa Peugeot sijoittui 8,6 %:n markkinaosuudellaan viidenneksi ja 307 oli kolmantena omassa segmentissään.

Unkarissa henkilöautomarkkinat supistuivat vajaat 2 %, mutta Peugeot onnistui hiukan nostamaan markkinaosuuttaan (6,5 %).

Slovakiassa hyvin epävakaa markkinatilanteessa Peugeot saavutti 7 %:n osuuden henkilöautomarkkinoista.

Tsekin tasavallassa henkilöautomarkkinat supistuivat 6 %. Peugeot säilytti kolmannen sijansa, vaikka sen markkinaosuus laski 6 %:sta 5,5 %:iin. 206 vahvisti johtoasemaansa B-segmentin tuontiautoissa.

Sloveniassa erittäin kovassa kilpailutilanteessa Peugeotin markkinaosuus laski 10,4 %:sta 8,9 %:iin.

Itä-Euroopassa ja Välimeren alueella Peugeotin kokonaismyynti kasvoi 17,6 prosenttia eli 144 000 autoon. Turkissa myynti lähes kaksinkertaistui (markkinaosuus 6,7 %). Romaniassa kasvu oli runsaat 40 % ja Iranissa lähemmäs 50 %. Venäjällä vain muutamia kuukausia toiminut tytäryhtiö ehti nostaa myyntiä 19,8 % (10 400 autoa). Lähes samaa luokkaa olivat kasvuprosentit Välimeren maissa (Algeria ym.), ja Libanonissa Peugeot on markkinajohtaja 16 %:n osuudella.



➤ Kaukoitä

Kaukoitä on Peugeotille pääosin uutta markkina-aluetta, jota aasialaiset merkit hallitsevat. Peugeotin kokonaismyynti nousi 39 600 autoon. Japaniin näistä meni 12 600 kpl. Oseaniassa Peugeotin myynti kasvoi 11,2 % erityisesti Uuden-Seelannin menestyksen ansiosta. Kiinassa aloitettu 307:n tuotanto ehti viimeisen vuosineljänneksen aikana saada markkinoiduksi 12 000 auto. Tuontiautojen myynti kaksinkertaistui edellisvuodesta.

➤ Afrikka ja Ranskan merentakaiset alueet (DOM TOM)

Näillä markkina-alueilla Peugeotin kokonaismyynti pysyi vakaana: 60 500 autoa.

Etelä-Afrikassa Peugeotin myynti kasvoi 62 prosenttia eli 8 100 autoon.

DOM-TOM-alueella Peugeotin markkinaosuus on pysynyt 20 %:n tuntumassa (17 200 autoa).

Sodexa-markkinoille (joka tarkoittaa auton toimittamista muualle kuin sen lopulliseen vientimaahan tai väliaikaiseen omistukseen) toimitettiin 27 000 Peugeotia.

Lisätietoja:

Maan Auto Oy, Peugeot-viestintä, Riitta Luomala, puh 010 348 1202

Tammikuu 2005

