



PRESS RELEASE MEDIATIEDOTE

VEMIC AUTO OY AB TIEDOTUS JA PR

Pekka Koski
+358 400 210 490
pekka.koski@veho.fi.
www.mitsubishi.fi

Tiedote 27.2.2008
Julkaisuvapaa

Mitsubishin myynti kasvoi Euroopassa markkinoita enemmän

Myynti kasvoi merkittävästi mm. Ranskassa, Norjassa ja Sveitsissä. Pitkän aikavälin strategia Keski-Euroopassa, Balkanilla, Baltiassa ja Välimeren maissa alkaa tuottaa hedelmää. Tärkeimmät uudet lanseeraukset (Outlander, Pajero, Lancer) ovat olleet menestyksiä. Kasvua kertyi 9 %: 227 630 myytyä autoa vs. 208 896 kalenterivuonna 2006.

Mitsubishi Motors Europe (MME) pystyi jälleen lisäämään myyntilukujaan kalenterivuonna 2007, jonka aikana yhtiö toteutti radikaaleja jakelurakenteen muutoksia ja lanseerasi menestyksekkäästi uusia malleja.

Kokonaismarkkinoita kovempi kasvutahti

MME:n myynti kasvoi yhdeksän prosenttia kalenterivuoteen 2006 verrattuna, eli huomattavasti enemmän kuin uusien autojen kokonaismyynti Euroopan markkinoilla (+ 1,1 % ACEA:n mukaan). Yhtiö myi vuoden aikana yhteensä 227 630 autoa 33 eri maassa.

Tämä erinomainen tulos saavutettiin huolimatta siitä, että Mitsubishin kasvuvauhti hidastui Isossa-Britanniassa ja uusien autojen kokonaismyynti laski 9,2 prosenttia Saksassa. Saksan markkinoiden nihkeyteen vaikuttivat arvonlisäveron korotus, joka aiheutti keinotekoisien myyntipiikin vuoden 2006 lopussa, polttoaineen kallistuminen ja julkinen spekulointi CO₂-päästöihin pohjautuvan autoveron käyttöönotosta.

Menestystä myös ilman Venäjää

MME:n hyvä suoritus kalenterivuonna 2007 on hyvä saavutus erityisesti siksi, että sen suurin ja dynaamisin markkina-alue Venäjä erotettiin huhtikuussa omaksi liiketoiminta-alueeksi. Aikaisempina vuosina Venäjän nopea kasvu on näkynyt myös Mitsubishin Euroopan luvuissa.

Tämän joka suhteessa oikean päätöksen ansiosta MME voi keskittyä tuloksensa parantamiseen muualla Euroopassa. Tästä ovat osoituksena jo kalenterivuoden 2007 kasvuluvut, joista annetaan seuraavassa muutamia esimerkkejä:

- Ranska (+ 31 %): MME:n suunnitelma kurssin kääntämiseksi tällä erittäin vaativalla markkina-alueella alkaa tuottaa hedelmää. Hyvään tulokseen myötävaikuttivat Outlanderin (jonka ostajista 60 % valloitettiin muilta merkeiltä) ja Pajeron menestys sekä Coltin runsas myynti.
- Norja (+ 45 %): Vuosi 2007 oli erinomainen Mitsubishille, joka on Norjan kymmeneksi eniten myyty merkki. Menestyksen takasi uusi Outlander, joka ovat edeltäjiään enemmän norjalaisten makuun. MMCN:n jatkuvan kehityksen strategiaa tuettiin panostamalla vahvasti myynti- ja markkinointitoimiin – esittelytilat laitettiin uusiksi ja medianäkyvyyttä oli runsaasti.
- Sveitsi (+ 20 %): Mitsubishi vahvisti asemiaan Sveitsissä uutuusmallien, varsinkin Outlanderin, lämpimän vastaanoton myötä.

Sama suuntaus oli nähtävissä myös muilla Länsi-Euroopan markkina-alueilla. Italiassa (kasvu 5 %) Pajeron myynti tuplaantui, L200 oli markkinajohtaja omassa segmentissään ja Colt pärjasi edelleen hyvin Euroopan suurimmilla ja kovimmilla B-segmentin markkinoilla. Espanjassa Mitsubishin myynti pysyi tasaisena ja jopa lisääntyi hieman, vaikka uusien autojen kokonaismyynti laski 1,3 %. Alankomaissa (+ 5 %), kuten muuallakin, ratkaisevassa roolissa oli Outlander, mutta myös Colt siivitti vuodesta 2004 jatkunutta yhtämittaista nousua.

Ukrainassa, jossa Mitsubishi Motors oli jo neljättä vuotta peräkkäin ykkösmerkki, myynnin kehitys jatkui päätä huimaavaa tahtia (+95 %) ja oli kaksinkertainen kokonaismarkkinoiden kasvuun (+ 46 %) verrattuna.

Suomessa Mitsubishi kasvatti markkinaosuuttaan huolimatta markkinoiden tilapäisestä taantumasta ja uuden Lancer Sports Sedanin markkinoilletuonnin siirtymisestä vuoden 2008 maaliskuuhun.

Yli uusien rajojen

Mitsubishi Motors Europe ei tyydy pelkästään vahvistamaan asemiaan hiipumassa olevilla Länsi-Euroopan markkinoilla. Yhtiö panostaa rajusti itäiseen Keski-Eurooppaan, Balkanin maihin, Baltiaan ja itäisen Välimeren alueeseen. Pitkän aikavälin strategia näillä lupaavilla markkina-alueilla alkaakin jo tuottaa hedelmää.

Kyseisten alueiden kasvava merkitys käy selkeästi ilmi ACEA:n vuosikatsauksesta: *"Öljyn korkea hinta, verotuksen muutokset, luotonannon kiristyminen ja ostovoiman heikkeneminen heikentävät kuluttajien uskoa omaan talouteen ja siten uusien autojen kysyntää eräissä Länsi-Euroopan maissa (+ 0,2 %). Uusissa EU-maissa, joissa autotiheys on edelleen huomattavasti pienempi ja monet taloudet pystyvät hankkimaan uuden auton ensimmäistä kertaa vasta nyt, kasvu oli vakaata koko vuoden ajan (+ 14,5 %)."*

Kannattavaa kasvua

Mitsubishi Motors Europan uusimmat lanseeraukset saivat medialta, jälleenmyyjiltä ja asiakkailta lämpimän vastaanoton.

Pajeron 29 715 kappaleen kokonaismyynti yhdeksän ensimmäisen kuukauden aikana oli erinomainen suoritus ottaen huomioon, että alkuperäinen koko vuoden myyntitavoite oli 25 000 autoa. Varsinainen menestystarina oli kuitenkin – tiettyjen markkina-alueiden toimitusvaikeuksista huolimatta – Outlander, jonka ostajista jopa 80 prosenttia valloitettiin muilta merkeiltä. Outlanderin menestys lupaa hyvää tuotannolle, joka on suunniteltu aloitettavaksi Mitsubishin NedCar-tehtaalla Alankomaissa vuoden 2008 toisella puoliskolla.

Lisäksi kummankin mallin eri versioiden myyntijakauma on osoittautunut ennakoitua monipuolisemmaksi. Kannattavuuden kannalta on tärkeää, että 40 % tilatuista Pajeroista ja 32 % Outlandereista on ollut korkeimman Instyle-varustelutason malleja.

Viimeisenä, muttei vähäpätöisimpänä, kannattaa mainita Colt, joka pääsi miltei 70 000 kappaleen myyntiin. Kyseessä on kunnioitettava tulos mallilta, joka kilpailee Euroopan markkinoiden äärimmäisen tiukassa B-segmentissä.

Luottavaisin mielin tulevaisuuteen

Mitsubishi Motors Europe B.V.:n pääjohtaja Tim Tozer kommentoi tuloksia seuraavasti: *“2007 oli jälleen yksi hyvä myyntivuosi Mitsubishiille Euroopassa. Erityisen hyvin menestyivät nelivetoiset Pajero ja Outlander, mikä vahvistaa Mitsubishiin jo ennestään kovaa mainetta nelivetoautojen valmistajana. Muilta merkeiltä valloitetujen asiakkaiden korkea osuus Outlanderin ostajista taas merkitsee, että tuhannet uudet asiakkaat pääsevät vakuuttumaan Mitsubishi-laadusta. Vakaa kasvukehitys tietyillä keskeisillä markkina-alueilla lupaa hyvää tulevaisuutta.”*

Tozer lisää: *“Loppuvuosi 2007 toi mukanaan myös Lancer Sports Sedanin, joka on uuden, C/D-segmenttiin suunnatun täydellisen tuoteperheen ensimmäinen auto. Perheen muut jäsenet, Lancer Sportback ja Lancer Evolution, lanseerataan vuoden 2008 aikana.*

Lancer-perhe johtaa rynnistystämme segmenttiin, jonka vuosittainen kokonaismyynti on viisi miljoonaa autoa, ja mahdollistaa myynnin ja liikevoiton kasvun tänäkin vuonna. Katsomme vuoteen 2008 luottavaisin mielin.”