

(LOGO)

**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΕΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

**Η ΑΓΟΡΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ
ΜΕΤΑ ΤΟ 2010**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Γιαννακουρέας Παναγώτης AM197

Επιβλέπων: Δημοτίκαλης Ιωάννης

©
2019

(LOGO)

**HELLENIC MEDITERRANEAN
UNIVERSITY
DEPARTMENT OF ADMINISTRATIVE SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

**THE AUTOMOTIVE MARKET IN EUROPE
AFTER 2010**

DIPLOMA THESIS

Student: Giannakoureas Panagiotis AM 197

Supervisor: Dimotikalis Ioannis

©
2019

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η αγορά αυτοκινήτων από το 2010 μέχρι και σήμερα χαρακτηρίζεται από πολλές διακυμάνσεις οι οποίες συνδέονται άμεσα την κοινωνικοπολιτική και οικονομική κατάσταση στην Ευρώπη. Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την πορεία των πωλήσεων τα τελευταία 8 χρόνια στον Ευρωπαϊκό χώρο, αναλύοντας καθοριστικούς παράγοντες πολιτικοοικονομικής φύσης όπως η οικονομική κρίση του 2008 και η ανάκαμψη της Ευρώπης αλλά και κοινωνικούς παράγοντες όπως οι σημαντικότερες τάσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών και η στροφή προς τα οχήματα εναλλακτικού καυσίμου. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας γίνεται μια ανάλυση των τεσσάρων χωρών της Ευρώπης που ηγούνται στον χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας τα τελευταία οκτώ χρόνια και παρουσιάζονται οι πέντε πιο επιτυχημένοι σε πωλήσεις όμιλοι και μάρκες αυτοκινήτων. Στο τελευταίο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια πρόβλεψης και ανάλυσης των τάσεων που ενδέχεται να επηρεάσουν την αγορά αυτοκινήτων στο μέλλον, όπως το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα ηλεκτρικά και αυτόνομα οχήματα.

Λέξεις Κλειδιά : Οικονομική κρίση, προτιμήσεις καταναλωτών, οχήματα εναλλακτικού καυσίμου, μερίδιο αγοράς, αυτόνομα αυτοκίνητα, car sharing

ABSTRACT

The automotive market from 2010 until today is characterized by many fluctuations, which are directly connected with the socio-political and economic situation in Europe. The present paper analyze the course of sales for the last eight years in Europe, analyzing important political and economic factors such as the economic crisis in 2008 and the recovery process of Europe, as well as social factors like the most important trends in consumer preferences and the shift towards alternative fuel vehicles. In the second part of this paper there is an analysis of four European countries that have been leading the automotive industry for the last eight years and a presentation of the five most successful automobile groups and brands in terms of sales. In the last chapter there is an effort to predict and analyze the trends that will possibly shape the future of the automobile market, such as the increasing interest towards electric and autonomous vehicles.

Key Words: Economic crisis, consumer preferences, alternative fuel vehicles, market share, autonomous vehicles, car sharing

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	5
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	6
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	11
ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ Η ΑΝΑΚΑΨΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	11
1.1. Η οικονομική κρίση στα τέλη της δεκαετίας του 2000	11
1.2. Το αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις αυτοκινήτων	13
1.3. Η ανάκαμψη στην Ευρωπαϊκή αγορά αυτοκινήτων	14
1.4. Η πτώση της τιμής του πετρελαίου μεταξύ 2014-2015.....	16
1.5. Το ζήτημα του Brexit και η αβεβαιότητα στην Ευρωπαϊκή αγορά.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	19
ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ Η ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΟΧΗΜΑΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΚΑΥΣΙΜΟΥ	19
2.1. Οι πιο σημαντικές τάσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών τα τελευταία οκτώ χρόνια.....	19
2.2. Η αγορά οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου (ΟΕΚ) στην Ευρώπη	22
2.3. Ευρωπαϊκές πολιτικές για την προστασία του περιβάλλοντος και πωλήσεις αυτοκινήτων	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	4
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ	27
3.1. Οι πέντε κορυφαίες κατασκευαστικές εταιρίες αυτοκινήτων στην Ευρώπη	27
3.1.1. Ο όμιλος Volkswagen.....	28
3.1.2. Ο όμιλος PSA.....	32
3.1.3. Ο όμιλος Renault.....	34
3.1.4. Ο όμιλος Ford	37
3.1.5. Ο όμιλος BMW	39
3.2. Οι πέντε κορυφαίες μάρκες αυτοκινήτων στην Ευρώπη.	42

3.2.1. Volkswagen	42
3.2.2. Renault	45
3.2.3. Ford	46
3.2.4. Opel/ Vauxhall	49
3.2.5. Peugeot	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	54
ΧΩΡΕΣ ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ	54
4.1. Γερμανία	54
4.2. Γαλλία	56
4.3. Ιταλία	58
4.4. Ισπανία	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	61
ΤΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ: ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	62
5.1. Η σταθερή ανάπτυξη στις πωλήσεις των ηλεκτρικών αυτοκίνητων	64
5.2. Χαράζοντας τον δρόμο για την νέα γενιά πλήρους αυτόνομων αυτοκινήτων	66
5.3. Η νέα τάση του car sharing	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	72
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	87
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β	89
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ	91
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ	95
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε	98
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ	102

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1. Πωλήσεις επιβατηγών οχημάτων σε εκατομμύρια στο διάστημα 2007-2017	88
Πίνακας 3.1. Οι πέντε ποιο επιτυχημένοι σε πωλήσεις όμιλοι στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2018	91
Πίνακας 4.1. Οι πέντε ποιο επιτυχημένες σε πωλήσεις μάρκες στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2018	95
Πίνακας 4.2. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Volkswagen μεταξύ 2010-2018	95
Πίνακας 4.3. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Renault μεταξύ 2010-2018	96
Πίνακας 4.4. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Ford μεταξύ 2010-2018	96
Πίνακας 4.5. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Opel/Vauxhall μεταξύ 2010-2018 ...	97
Πίνακας 4.6. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Peugeot μεταξύ 2010-2018	97
Πίνακας 5.1. Πωλήσεις οχημάτων στην Γερμανία μεταξύ 2010-2017	98
Πίνακας 5.2. Πωλήσεις PC και LCV στην Ισπανία μεταξύ 2010-2018	101

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1.1. Τα ποσοστά αλλαγής χρόνο με τον χρόνο στην καταγραφή επιβατηγών οχημάτων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2006 μέχρι και το 2019 σε συνδυασμό με τα ποσοστά ανάπτυξης του ΑΕΠ.....	87
Σχεδιάγραμμα 1.2. Τα ποσοστά αλλαγής χρόνο με τον χρόνο στην εμπορικών οχημάτων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2006 μέχρι και το 2019 σε συνδυασμό με τα ποσοστά ανάπτυξης του ΑΕΠ.....	87
Σχεδιάγραμμα 2.1. Καταγραφές οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2019	89
Σχεδιάγραμμα 2.2. Καταγραφές βενζινοκίνητων, ντίζελ και ηλεκτρικών οχημάτων στην Ευρώπη μεταξύ 2000-2017	90
Σχεδιάγραμμα 3.1. Πωλήσεις του ομίλου Volkswagen (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018	92
Σχεδιάγραμμα 3.2. Πωλήσεις του ομίλου PSA (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018	92
Σχεδιάγραμμα 3.3. Πωλήσεις του ομίλου Renault (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018	93
Σχεδιάγραμμα 3.4. Πωλήσεις του ομίλου Ford Motor Company (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018	93
Σχεδιάγραμμα 3.5. Πωλήσεις του ομίλου General Motors (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018	94
Σχεδιάγραμμα 5.1. Πωλήσεις οχημάτων σε εκατομμύρια στην Γαλλία μεταξύ 2010-2017	99
Σχεδιάγραμμα 5.2. Πωλήσεις οχημάτων σε μονάδες στην Ιταλία μεταξύ 2005-2017	100
Σχεδιάγραμμα 6.1. Προβλέψεις στην εξέλιξη της αγοράς αυτοκινήτων στην Ευρώπη μέχρι το 2035	102
Σχεδιάγραμμα 6.2. Εξέλιξη των πωλήσεων και προβλέψεις μέχρι το 2100.....	103

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση

ΕΖΕΖ: Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών

ΗΠΑ: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

ΟΕΚ: Όχημα Εναλλακτικού Καυσίμου

ACEA: European Automobile Manufacturers Association

BEV: Battery Electric Vehicle

CNG: Compressed Natural Gas

FCA: Fiat Chrysler Automobiles

FCEV: Fuel Cell Electric Vehicle

GHG: Greenhouse Gas

GM: General Motors

LCV: Light Commercial Vehicles

LPG: Liquefied Petroleum Gas

MPV: Compact Multi-Purpose Vehicles

NEDC: New European Driving Cycle

NHTSA: National Highway Transportation Safety Administration

OEM: Original Equipment Manufacturer

OICA: International Organization of Motor Vehicle Manufacturers

PHEV: Plug-in Hybrid Electric Vehicle

PSA: Peugeot Société Anonyme

PV: Passenger Vehicles

R&D: Research & Development

SEAT: Sociedad Española de Automóviles de Turismo

SUV: Sport Utility Vehicles

OECD: Organization for Economic Co-operation and Development

VW: Volkswagen

WLTP: Worldwide Harmonized Light Vehicle Test

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία ίσως είκοσι χρόνια το αυτοκίνητο έχει γίνει ένα απαραίτητο αγαθό για τις ζωές όλων μας ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες χώρες του δυτικού κόσμου. Ο τομέας της αυτοκινητοβιομηχανίας για κάποιες χώρες της Ευρώπης αποτελεί τον πυλώνα του επιχειρηματικού τομέα, προσφέροντας τεράστια έσοδα στο κράτος και συμβάλλοντας δυναμικά στην αύξηση του εγχώριου ακαθάριστου προϊόντος (ΑΕΠ). Ταυτόχρονα όμως η Ευρωπαϊκή αγορά προσφέρει ένα τεράστιο εύρος επιλογών για τον καταναλωτή, κάνοντας την αρκετά ανταγωνιστική. Οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την πορεία της αγοράς αυτοκινήτων ποικίλουν. Οι πολιτικές εξελίξεις, η οικονομική κατάσταση αλλά και οι κοινωνικές τάσεις, σε παγκόσμιο αλλά και Ευρωπαϊκό επίπεδο, είναι μόνο μερικοί από αυτούς τους παράγοντες.

Η παρούσα εργασία στοχεύει στο να δώσει μια όσον το δυνατόν ποιο ολοκληρωμένη εικόνα για την αγορά των αυτοκινήτων στην Ευρώπη από το 2010 και μετά. Για την εκπλήρωση αυτού του στόχου γίνεται μια πολύπλευρη προσέγγιση της Ευρωπαϊκής αγοράς αυτοκινήτων η οποία περιλαμβάνει την ανάλυση πολιτικοοικονομικών παραγόντων για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα όπως και την μελέτη κοινωνικών παραγόντων που σχετίζονται κυρίως με το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Επίσης στοχεύοντας στην ποιο λεπτομερή και εις βάθος κατανόηση της αγοράς, παρουσιάζονται οι εταιρίες και οι μάρκες αυτοκινήτων που κατάφεραν να ξεχωρίσουν τα τελευταία χρόνια σε ότι αφορά τις πωλήσεις. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η σημαντικότητα του επιχειρηματικού τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας είναι διαφορετική για κάθε κράτος της Ευρώπης, προς το τέλος της εργασίας γίνεται μια παρουσίαση των Ευρωπαϊκών χωρών που διαμορφώνουν κάθε χρόνο το τοπίο της αγοράς. Η εργασία ολοκληρώνεται με μια προσπάθεια πρόβλεψης για το μέλλον της Ευρωπαϊκής αγοράς, σύμφωνα με εγκεκριμένες πηγές αλλά και μια παρουσίαση των τάσεων που από τώρα δείχνουν ότι θα μας απασχολήσουν στο μέλλον.

Η εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια ανασκόπηση των πολιτικοοικονομικών εξελίξεων των τελευταίων χρόνων στην Ευρώπη. Το κεφάλαιο ξεκινά με μια ανάλυση της οικονομικής κατάστασης στην Ευρώπη από το 2008 όταν ξέσπασε η οικονομική κρίση και αναλύει με ποιους

τρόπους η κρίση αυτή έπληξε και την αγορά αυτοκινήτων. Στη συνέχεια παρουσιάζει την πορεία ανάκαμψης της αγοράς αλλά και τις προσπάθειες που έγιναν σε παγκόσμιο και κρατικό επίπεδο. Η πτώση στις τιμές του πετρελαίου το 2014 αλλά και το ζήτημα εξόδου του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση, ή αλλιώς το λεγόμενο Brexit, είναι δύο ακόμη ζητήματα ύψιστης σημασίας που αναλύονται συνοπτικά στο τέλος του κεφαλαίου.

Το δεύτερο κεφάλαιο επικεντρώνεται στις κοινωνικές τάσεις που επηρεάζουν την πορεία της αγοράς αυτοκινήτων. Συγκεκριμένα, γίνεται μια ανάλυση των πιο σημαντικών τάσεων στις προτιμήσεις του αγοραστικού κοινού της Ευρώπης, που σχετίζονται είτε με τον τύπο του οχήματος, είτε με τον τύπο καυσίμου, είτε με την επίδραση της τεχνολογικής ανάπτυξης στον τομέα των αυτοκινήτων. Παρατηρώντας την τάση των καταναλωτών να εγκαταλείπουν τα βενζινοκίνητα οχήματα τους και να στρέφονται προς τα εναλλακτικά καύσιμα, ένα υποκεφάλαιο αφιερώνεται στην πορεία της αγοράς οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου στην Ευρώπη. Στο τέλος του κεφαλαίου, γίνεται μια ανάλυση διάφορων Ευρωπαϊκών πολιτικών που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος και τους τρόπους με τους οποίους επηρεάζουν τις πωλήσεις αυτοκινήτων.

Το τρίτο κεφάλαιο χωρίζεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος παρουσιάζεται ξεχωριστά η πορεία των πωλήσεων χρόνο με τον χρόνο, των πέντε κορυφαίων εταιριών αυτοκινήτων στην Ευρώπη, σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Ευρωπαϊών Κατασκευαστών Αυτοκινήτων (ACEA) αλλά και τις ετήσιες αναφορές της κάθε εταιρίας. Στο δεύτερο μέρος, παρουσιάζονται οι πέντε κορυφαίες μάρκες αυτοκινήτων στην Ευρώπη αναλύοντας πάλι τις ετήσιες πωλήσεις σύμφωνα με τις πηγές που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, γίνεται μια ανάλυση τεσσάρων χωρών που κινούν τα νήματα στην Ευρωπαϊκή αγορά αυτοκινήτων τα τελευταία χρόνια. Με κριτήριο τα νούμερα των πωλήσεων, την ιστορία της κάθε χώρας αλλά και την πρόοδο της στο κομμάτι της έρευνας και της ανάπτυξης, στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η Γερμανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, γίνεται μια προσπάθεια σύνδεσης του παρελθόντος με το μέλλον στην αυτοκινητοβιομηχανία της Ευρώπης. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται έρευνες που δίνουν διαφορετικά σενάρια

για το μελλοντική πορεία της αγοράς. Ακόμη, με κριτήριο το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα οχήματα εναλλακτικού καυσίμου αλλά και τις διαφοροποιημένες ανάγκες των Ευρωπαίων σε ότι αφορά την κινητικότητα (mobility), αναλύεται η ανάπτυξη στις πωλήσεις των ηλεκτρικών οχημάτων αλλά και η νέα τάση του car-sharing. Τέλος, ένα υποκεφάλαιο αφιερώνεται στο όχι και τόσο μακρινό σενάριο των πλήρους αυτόνομων οχημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ Η ΑΝΑΚΑΨΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

1.1. Η οικονομική κρίση στα τέλη της δεκαετίας του 2000

Η οικονομική κρίση στα τέλη της δεκαετίας του 2000 θεωρείται ίσως η μεγαλύτερη κρίση στην Ευρώπη αλλά και παγκόσμια, μετά από την μεγάλη ύφεση του 1930. Οι επιπτώσεις της για την οικονομία διάφορων χωρών της Ευρώπης είναι αισθητές μέχρι και σήμερα. Μπορούμε να διακρίνουμε πως η οικονομική κρίση επηρέασε την Ευρώπη, μελετώντας διάφορους οικονομικούς δείκτες όπως το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), το εμπόριο, η αγορά εργασίας και η καταναλωτική συμπεριφορά. Ο σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να κάνει μια σύντομη παρουσίαση των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης όσον αφορά την Ευρώπη, και στην συνέχεια να παρουσιάσει μια ποιο αναλυτική μελέτη του αντίκτυπου της οικονομικής κρίσης στην αγορά αυτοκινήτων, τις προσπάθειες ανάκαμψης και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Ευρωπαϊκή αγορά μέχρι και σήμερα.

Το 2009 η παγκόσμια οικονομία έφτασε σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα ενώ σε ότι αφορά την Ευρώπη η οικονομική κρίση μετατράπηκε σε μια κρίση χρέους. Ο ρυθμός ανάπτυξης στα επίπεδα του παγκόσμιου Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (world GPA growth rate) παρέμεινε υποτονικός χρόνο με τον χρόνο, μέχρι και το 2011, ενώ τα επίπεδα ανεργίας στις ανεπτυγμένες χώρες παρέμειναν αρκετά υψηλά. Ακόμη και το 2011, τα επίπεδα ανάπτυξης για τις ανερχόμενες οικονομίες όπως η Κίνα έδειχναν σημεία εξασθένησης. Το 2013, ανεπτυγμένες οικονομίες έδειξαν σημάδια ανάκαμψης: η οικονομία των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής παρέμεινε ισχυρή ενώ η Ευρωπαϊκή οικονομία παρουσίασε σημάδια ανάκαμψης μετά από μια παρατεταμένη στασιμότητα.

Σε ότι αφορά την λεγόμενη κρίση χρέους στην Ευρώπη, η κατάσταση φαίνεται να είναι αρκετά ανησυχητική αφού πέντε κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) ακόμη και σήμερα αντιμετωπίζουν έντονο κρατικό χρέος και έχουν ενταχθεί σε κύκλους διάσωσης και σε καθεστώς λιτότητας από το 2009. Πολλοί είναι αυτοί που αμφισβητούν την βιωσιμότητα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και προτείνουν ακόμη και την

αποκοπή ορισμένων κρατών από την Ευρωπαϊκή Ένωση βλέποντας ως πιθανό ενδεχόμενο την χρεοκοπία αυτών των κρατών. Μεταξύ των χωρών που βίωσαν ποιο έντονα την κρίση χρέους και εκ των οποίων το μέλλον διαγράφεται αβέβαιο είναι η Ιταλία, η Ισπανία, η Γαλλία και η Ελλάδα. Το χρέος αυτών των χωρών είναι τόσο εκτεταμένο καθώς από το 2011, το συνολικό χρέος σαν ποσοστό της ετήσιας οικονομίας αυξήθηκε περισσότερο από 300% για την Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία, και περισσότερο από 250% για την Ελλάδα. Ακόμη και για την «συντηρητική» Γερμανία, το ποσοστό του χρέους επί της ετήσιας οικονομίας ήταν περίπου 240%.

Κάνοντας μια ανασκόπηση των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης μελετώντας συγκεκριμένους οικονομικούς δείχτες, βλέπουμε ότι τα επίπεδα του ΑΕΠ για ανεπτυγμένες οικονομίες όπως η Ευρώπη από το 2009 μέχρι και το 2014 κινούνταν σε αρκετά χαμηλούς ρυθμούς, ενώ η σημαντική ανάπτυξη σε ανερχόμενες οικονομίες όπως η Κίνα και οι χώρες της Ανατολικής Ασίας δρούσαν ως κινητήριες δυνάμεις της παγκόσμιας οικονομίας, παρόλα τα σημάδια εξασθένησης από το 2011 και μετά. Σε ότι αφορά το εμπόριο, ο παγκόσμιος όγκος εμπορίου μειώθηκε απότομα εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, φτάνοντας στα χαμηλότερα επίπεδα τον Μάιο του 2009, ενώ τον Νοέμβριο του 2010 σημείωσε τα υψηλότερα νούμερα από τον Απρίλιο του 2008 αμέσως πριν την παγκόσμια οικονομική κρίση. Από την άλλη μεριά, πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν ότι στις ανεπτυγμένες οικονομίες όπως η Ευρώπη, τα επίπεδα των εισαγωγών και των εξαγωγών μέχρι και το 2014 δεν κατάφεραν να ανακάμψουν και να φτάσουν στα υψηλά επίπεδα προ κρίσεως.

Σχετικά με τα επίπεδα ανεργίας, παρόλο που στις ανεπτυγμένες οικονομίες τα ποσοστά μειώνονται με μέτριο βαθμό, σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες τα επίπεδα παρέμειναν υψηλά μέχρι και το 2014, με μόνη εξαίρεση ίσως την Γερμανία. Ποιο συγκεκριμένα στην Γαλλία η ανεργία αυξήθηκε ενώ στην Ισπανία και στην Ελλάδα τα επίπεδα παρέμειναν αρκετά υψηλά της τάξης του 25-30%. Τέλος, σε ότι αφορά την καταναλωτική συμπεριφορά η οποία συνδέεται άμεσα και με τις πωλήσεις, σε μεγάλες χώρες, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης των δαπανών τελικής κατανάλωσης από τα νοικοκυριά μειώθηκε αισθητά εξαιτίας της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και της Ευρωπαϊκής κρίσης του χρέους. Αν και γενικά τα επίπεδα ανάπτυξης δείχνουν σημάδια ανάκαμψης, ο ρυθμός ανάπτυξης στη ζώνη του ευρώ μέχρι και το 2012 δείχνει να μειώνεται σταδιακά.

1.2. Το αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στις πωλήσεις αυτοκινήτων

Η αυτοκινητοβιομηχανία είναι από τους λίγους επιχειρηματικούς τομείς στους οποίους οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης ήταν ποιο έντονες. Ο τομέας της αυτοκινητοβιομηχανίας είναι βασικός πυλώνας της Ευρωπαϊκής οικονομίας αφού αποτελεί το 2% του συνολικού ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και απασχολεί το 1,5% του συνολικού εργατικού δυναμικού της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η πτώση στην ζήτηση και η αδυναμία των καταναλωτών να προχωρήσουν στην αγορά ενός αυτοκινήτου είχε σημαντικό αντίκτυπο στις πωλήσεις. Οι χαμηλές πωλήσεις οδήγησαν στο πρόβλημα της πλεονάζουσας παραγωγικότητας, αναγκάζοντας πολλούς Ευρωπαίους κατασκευαστές να μειώσουν το εργατικό δυναμικό και να κλείσουν κάποια εργοστάσια παραγωγής. Από την άλλη πλευρά η ανάπτυξη των πωλήσεων σε αγορές εκτός Ευρώπης οδήγησαν σε μια τάση αρκετών εταιριών να επικεντρωθούν στις εξαγωγές έτσι ώστε να αποζημιωθούν από τα χαμηλά έσοδα στην Ευρωπαϊκή αγορά.

Από τις αρχές του 2000, οι Ευρωπαίοι καταναλωτές είχαν εύκολη πρόσβαση στην πίστωση, δηλαδή στην δυνατότητα παροχής δανείων, και σε συνδυασμό με μηδενικές προκαταβολές και μηδενικούς τόκους η αγοραστική τους ικανότητα ήταν σε αρκετά καλά επίπεδα, πράγμα που αντικατοπτρίζεται και στα νούμερα των πωλήσεων. Με την οικονομική κρίση του 2008, η πρόσβαση στην πίστωση μειώθηκε αισθητά με αποτέλεσμα οι επίδοξοι αγοραστές να αναβάλουν την αγορά ενός νέου αυτοκινήτου. Πέρα από το θέμα της πίστωσης, πολλοί Ευρωπαίοι καταναλωτές εξαιτίας της κρίσης είδαν τις περιουσίες τους να χάνονται και να ξεμένουν από μετρητά, πράγμα που δημιούργησε ακόμη μεγαλύτερη αβεβαιότητα και ανησυχία για το μέλλον. Έτσι το 2008, παρατηρούμε μια απότομη μείωση των εγχώριων πωλήσεων εντός Ευρώπης αλλά και μια μείωση στις εξαγωγές σε χώρες-κλειδιά για την Ευρώπη.

Η απότομη πτώση στα νούμερα των πωλήσεων αποτελεί μια βραχυπρόθεσμη πρόκληση για τις εταιρίες αυτοκινήτων (περίπου διάρκειας ενός ή δύο ετών). Από την άλλη μεριά η απώλεια στο μερίδιο αγοράς και ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στις εγχώριες αγορές είναι μια μακροπρόθεσμη πρόκληση που μπορεί να έχει διάρκεια πέντε ως επτά χρόνια. Από το καλοκαίρι του 2008 τα επίπεδα των πωλήσεων έφτασαν στα χαμηλότερο επίπεδο ενώ η κατάρρευση αυτή συνεχίστηκε μέχρι και το τέλος του έτους. Παρόλο που πολλοί υποστηρίζουν ότι η κρίση στην Ευρωπαϊκή αγορά είχε

ξεκινήσει ήδη πριν από το 2008, ακόμη και οι ποιο «υποψιασμένοι» κατασκευαστές δεν είχαν προβλέψει το μέγεθος της κατάρρευσης, που συνεχίστηκε και για το 2009.

Από το 2010 ξεκινά η ανάκαμψη στην αγορά σε παγκόσμιο επίπεδο παρά τις παρατεταμένες συνέπειες της κρίσης στην Ευρώπη και στην Βόρεια Αμερική. Για να έχουμε μια ποιο ολοκληρωμένη εικόνα όσον αφορά την πορεία της αγοράς, στο σχεδιάγραμμα 1.1. του Παραρτήματος Α, παρουσιάζονται τα ποσοστά αλλαγής χρόνου με τον χρόνο στην καταγραφή επιβατηγών οχημάτων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2006 μέχρι και το 2019 σε συνδυασμό με τα ποσοστά ανάπτυξης του ΑΕΠ. Παρατηρούμε ότι από το 2008 με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης μέχρι και το 2013 η ετήσια διαφορά στην καταγραφή των επιβατηγών οχημάτων έχει αρνητικό πρόσημο. Μετά τη απότομη πτώση του 2008, βλέπουμε ότι η διαφορά μειώνεται κάπως το 2009 σε σχέση με το προηγούμενο έτος (-1.2% για το 2009 έναντι -7.8% για το 2008), για να μεγαλώσει ξανά το 2010 (-5.6%). Το 2011 φτάνει το -1.6% ενώ το 2012 η διαφορά είναι αισθητή φτάνοντας το -8.2%. Από το 2013 και για τα επόμενα τρία χρόνια η διαφορά αυτή μειώνεται σταδιακά για να φτάσει στην κορυφή το 2015 με θετική πλέον διαφορά της τάξης του 9.3%. Έκτοτε και μέχρι και το 2018, η διαφορά στην καταγραφή οχημάτων από χρόνο σε χρόνο έχει θετικό πρόσημο αν και παρατηρούμε ξανά μια σταδιακή μείωση. Στο παράρτημα Α παρουσιάζεται επίσης ένα ακόμη σχεδιάγραμμα (1.2.), ίδιο με αυτό που αναλύθηκε παραπάνω, που αφορά τις καταγραφές εμπορικών οχημάτων.

1.3. Η ανάκαμψη της αγοράς αυτοκινήτων στην Ευρώπη

Ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο η ανάκαμψη από την οικονομική κρίση είχε ξεκινήσει ήδη από το 2010, δύο χρόνια αργότερα η Ευρώπη αντιμετώπιζε σημαντικές προκλήσεις. Πρώτον, υπήρχε μια εξαιρετικά μειωμένη πρόσβαση στην πίστωση, πράγμα που δυσκολεύει τόσο την αγοραστική δυνατότητα των καταναλωτών όσο και την βιωσιμότητα των κατασκευαστών, των οποίων τα επίπεδα ρευστότητας ήταν αρκετά χαμηλά. Δεύτερων, εξαιτίας της μειωμένης αγοραστικής δυνατότητας των καταναλωτών, η ζήτηση για επιβατηγά οχήματα αλλά και για εμπορικά οχήματα έπεσε κατακόρυφα. Τρίτον, δομικά πολλές εταιρίες αυτοκινήτων αναγκάστηκαν να αλλάξουν πολλά πράγματα (π.χ. στην παραγωγή, στο κομμάτι της έρευνας και της τεχνολογίας, στα λογιστικά, στο ατζέντα των προϊόντων, κλπ.) για να

προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και στην πίεση από την πλευρά των κυβερνήσεων σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι κυβερνήσεις διάφορων χωρών υιοθέτησαν μια σειρά από μέτρα με κύριο στόχο την ανόρθωση της αυτοκινητοβιομηχανίας. Τα μέτρα που υιοθετήθηκαν είναι κυρίως τα ακόλουθα: κυβερνητικά δάνεια για την προώθηση της αυτοκινητοβιομηχανίας με συγκεκριμένο σκοπό (π.χ. επένδυση στον τομέα της έρευνας και τεχνολογίας), επιδοτούμενες πιστωτικές διευκολύνσεις, επιδοτήσεις αγορών για τους καταναλωτές και άμεσα δάνεια ή επιδοτήσεις σε κατασκευαστικές εταιρίες που αντιμετώπιζαν δυσκολίες. Πολλά από αυτά τα μέτρα έχουν επικριθεί κυρίως γιατί εμπόδισαν διαρθρωτικές αλλαγές που έπρεπε να γίνουν από τις κατασκευαστικές εταιρίες μέσα στα επόμενα χρόνια αλλά και γιατί λειτούργησαν ως προστατευτικά μέτρα. Ωστόσο, οι περισσότεροι αναλυτές φαίνεται να συμφωνούν στον απαραίτητο ρόλο τους για την επιβίωση της αυτοκινητοβιομηχανίας μετά την κρίση.

Σε ότι αφορά την Ευρώπη, το μόνο σημαντικό μέτρο που υιοθετήθηκε είναι τα δάνεια της Ευρωπαϊκής τράπεζας επενδύσεων προς τους κατασκευαστές και τους προμηθευτές το 2009, ύψους 8.5 δισεκατομμυρίων. Σε εθνικό επίπεδο, οι παρεμβάσεις από την πλευρά των κρατών της Ευρώπης είχαν κυρίως την μορφή μέσων διάσωσης, αν και η έλλειψη συντονισμού μεταξύ των κρατών είχε ως αποτέλεσμα ένα δυσμενές ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών διάφορων χωρών. Το αντίκτυπο των μέτρων αυτών ήταν διαφορετικό σε κάθε περίπτωση καθώς οι κατασκευαστικές εταιρίες χωρίστηκαν σε δύο «στρατόπεδα»: από την μία εταιρίες όπως η Volvo, Jaguar και Land Rover στόχευαν στην επιθετική επέκταση τους στις ανερχόμενες οικονομίες (π.χ. Κίνα και Ινδία) και από την άλλη εταιρίες όπως η Peugeot, Renault και Fiat επικεντρώνονταν στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων στην Ευρωπαϊκή αγορά. Οι «χαμένοι» από την οικονομική κρίση ανάμεσα στις δύο κατηγορίες ήταν σίγουρα οι τελευταίοι, ενώ σχετικά με συγκεκριμένες χώρες, η Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία είχαν τις μεγαλύτερες συνέπειες από την οικονομική κρίση αλλά και την πιο ενισχυμένη υποστήριξη από την πλευρά των κυβερνήσεων.

Η αδυναμία μιας δυναμικής επέμβασης από την πλευρά της Ευρώπης και η έλλειψη συντονισμού μεταξύ των κρατών σε ότι αφορά τα μέτρα διάσωσης, φαίνεται και στην πορεία των πωλήσεων επιβατηγών αυτοκινήτων σύμφωνα με στοιχεία από

τον διεθνές οργανισμό κατασκευαστών αυτοκινήτων (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers -OICA), που παρουσιάζονται στον πίνακα 1.1. του παράρτηματος Α. Παρατηρώντας τα στοιχεία αυτά, βλέπουμε ότι από το 2011 και για τα επόμενα 2 χρόνια παρατηρείται μια πτώση στις πωλήσεις (17.167, 16.191, 15.942 εκατομμύρια πωλήσεις για το 2011, 2012 και 2013 αντίστοιχα). Από το 2014 και για τα επόμενα τρία χρόνια παρατηρούμε ότι ουσιαστικά η Ευρωπαϊκή αγορά αρχίζει να ανακάμπτει με αργό αλλά σταθερό ρυθμό, χωρίς ωστόσο να φτάσει τα νούμερα του 2007, πριν την οικονομική κρίση (πωλήσεις σε εκατομμύρια: 2014: 16.154, 2015: 16.410, 2016: 17.291, 2017: 17,937).

1.4. Η πτώση της τιμής του πετρελαίου μεταξύ 2014-2015

Από το καλοκαίρι του 2014 παγκοσμίως οι τιμές του πετρελαίου σημείωσαν μία απότομη πτώση η οποία δεν έχει ξανά καταγραφεί από το 2008. Η μεγαλύτερη μείωση σημειώθηκε μεταξύ Ιουνίου του 2014 και Ιανουαρίου του 2015 (-60%). Αυτή η πτώση παραμένει ακόμη χαμηλότερη από εκείνη που σημειώθηκε κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, όταν οι τιμές έπεσαν κατά 75% μεταξύ Ιουλίου και Δεκεμβρίου του 2008. Από το 2016 και μετά οι τιμές του πετρελαίου αρχίζουν να σταθεροποιούνται σε περίπου 17 δολάρια το βαρέλι. Οι παράγοντες που οδήγησαν σε αυτή τη μεγάλη πτώση των τιμών δεν είναι μέσα στα πλαίσια ανάλυσης της συγκεκριμένης εργασίας, γι αυτό και εδώ θα αναλυθεί πως η πτώση αυτή στις τιμές επηρέασε ενδεχομένως την πορεία της Ευρωπαϊκής αγοράς αυτοκινήτων.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση εισάγει το 88% της κατανάλωσης πετρελαίου, η πτώση στην τιμή του πετρελαίου για πολλούς αποτέλεσε μια ανακούφιση για την Ευρωπαϊκή βιομηχανία, η οποία μέχρι και τότε πάλευε με τον σκληρό ανταγωνισμό σε σχέση με τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ). Η πτώση στην τιμή του πετρελαίου είχε θετικό αντίκτυπο στην αγορά των ΗΠΑ. Η ζήτηση των ημιφορηγών (pick-up trucks) και των οχημάτων κοινής ωφέλειας (utility vehicles) αυξήθηκε απότομα ενώ πολλές κατασκευαστικές εταιρίες που ειδικεύονται σε αυτές τις κατηγορίες, όπως οι General Motors (GM), Ford, και Fiat Chrysler, είδαν τις πωλήσεις τους να αυξάνονται αρκετά.

Σε ότι αφορά την Ευρώπη, κάνοντας μια ανασκόπηση στις πωλήσεις των αυτοκινήτων μεταξύ 2012-2015, βλέπουμε ότι ενώ μέχρι και το 2013, χρόνο με τον

χρόνο οι πωλήσεις μειώνονταν, καθώς η Ευρώπη ακόμη ανέκαμπτε από την οικονομική κρίση, το 2014 είναι η πρώτη χρονιά που στην ουσία σημειώνεται μια αύξηση στις πωλήσεις κατά 5.4% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Το 2015, η αυξητική πορεία των πωλήσεων συνεχίζεται, και στο τέλος του έτους οι πωλήσεις σημειώνουν αύξηση της τάξης 9.2%. Και ενώ αυτή η ανοδική πορεία μπορεί να οφείλεται σε ποικίλους παράγοντες, η πτώση στην τιμή του πετρελαίου κατά την ίδια περίοδο ενδεχομένως να σχετίζεται άμεσα.

Κάποιοι υποστηρίζουν ότι εξαιτίας των χαμηλών τιμών του πετρελαίου, οι καταναλωτές θα έχουν την δυνατότητα να εξοικονομήσουν χρήματα, ενώ μέσα σε ένα τέτοιο κλίμα, η αγορά ενός νέου αυτοκινήτου μπορεί να είναι πιο πιθανή για τον καταναλωτή. Ωστόσο, καλό είναι να κρατάμε μια επιφυλακτική στάση απέναντι σε τέτοιες υποθέσεις, καθώς ιστορικά βλέπουμε ότι αυτή η μεταβλητότητα στις τιμές του πετρελαίου και οι διακυμάνσεις είτε προς τα πάνω είτε προς τα κάτω, δημιουργούν ένα κλίμα αβεβαιότητας που ωθεί τους καταναλωτές στο να παγώσουν μια επικείμενη αγορά οχήματος. Με άλλα λόγια, ένας επίδοξος αγοραστής είναι πολύ πιθανό να περιμένει μέχρι οι τιμές του πετρελαίου να σταθεροποιηθούν, έτσι ώστε να ξέρει αν θα αγοράσει ένα πετρελαιοκίνητο αν οι τιμές του πετρελαίου είναι χαμηλές ή ένα όχημα εναλλακτικού καυσίμου (ΟΕΚ) αν οι τιμές είναι υψηλές.

1.5. Το ζήτημα του Brexit και η αβεβαιότητα στην Ευρωπαϊκή αγορά

Η έξοδος του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η αλλιώς το λεγόμενο «Brexit», είναι ένα γεγονός που έχει προκαλέσει ποικίλες αντιδράσεις, ιδιαίτερα μετά το δημοψήφισμα του 2016. Ενώ επίσημα από τις 26 Μαρτίου του 2019 το Ηνωμένο Βασίλειο δεν θα άνηκε πια στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ημερομηνία αυτή παίρνει συνεχόμενες αναβολές. Αυτές οι αναβολές σε συνδυασμό με τις συνεχόμενες διαπραγματεύσεις μεταξύ Ηνωμένου Βασιλείου και Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει δημιουργήσει ένα κλίμα αβεβαιότητας ιδιαίτερα όσον αφορά τον κλάδο του εμπορίου και τον τομέα των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα για την Ευρωπαϊκή αγορά αυτοκινήτων το Brexit αναμένεται να έχει μεγάλο αντίκτυπο, αν σκεφτούμε ότι το Ηνωμένο Βασίλειο είναι μια από τις μεγαλύτερες αγορές εισαγωγών αλλά και εξαγωγών για την Ευρωπαϊκή Ένωση. Για το 2018 το 17% των αυτοκινήτων και των ελαφρών εμπορικών οχημάτων που πωλήθηκαν στην Ευρώπη διακινήθηκαν μεταξύ

Ηνωμένου Βασιλείου και Ευρωπαϊκής Ένωσης, είτε ως εισαγωγές ή εξαγωγές, είτε ως αυτοκίνητα που κατασκευάστηκαν και πωλήθηκαν εντός του Ηνωμένου Βασιλείου.

Αρχικά ένα μεγάλο ζήτημα που σχετίζεται με το Brexit είναι αυτό των δασμών. Μεταξύ των 28 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπάρχει ελεύθερη διακίνηση εμπορευμάτων με μηδενικούς δασμούς. Εάν δεν επιτευχθεί μια συμφωνία που να επιτρέπει το ελεύθερο εμπόριο και μετά το Brexit, για την εξαγωγή εξαρτημάτων οι εταιρίες θα έρθουν αντιμέτωπες με έναν δασμό της τάξης του 4,5% ενώ οι αυτοκινητοβιομηχανίες με έναν δασμό της τάξης του 10%. Μια κατασκευαστική εταιρία για να μπορέσει να αντισταθμίσει αυτό το κόστος θα πρέπει είτε να αυξήσει τις τιμές των οχημάτων είτε να κάνει σημαντικές περικοπές στα έξοδα παραγωγής. Από την άλλη μεριά το Ηνωμένο Βασίλειο είναι πολύ πιθανό να χάσει την ανταγωνιστικότητά του γι αυτό και η επιβολή δασμών θα πρέπει να αποφευχθεί με κάθε κόστος.

Σύμφωνα με μία έρευνα του διεξήγαγε το η εταιρία IHS Automotive, το Brexit θα κόστιζε στους κατασκευαστές αυτοκινήτων περισσότερες από 2.8 εκατομμύρια πωλήσεις μέσα στα επόμενα δύο χρόνια μετά το 2016, ενώ σύμφωνα με την ίδια έρευνα ήδη η πτώση για περισσότερες από 200.000 παραδόσεις οχημάτων το 2016 οφείλεται κατά μεγάλο βαθμό στο Brexit. Αυτοί που θα επηρεαστούν περισσότερο είναι φυσικά οι εταιρίες που έχουν σαν βάση τους το Ηνωμένο Βασίλειο αλλά και ξένες εταιρίες που στεγάζουν εκεί τα εργοστάσια τους. Ποιο συγκεκριμένα εταιρίες όπως η Toyota, Nissan, Peugeot, Citroen, και Honda που στεγάζουν εκεί κάποια από τα εργοστάσια τους θα επιβαρυνθούν με το κόστος των δασμών. Από την άλλη μεριά οι Ford και Volkswagen, οι μεγαλύτερες εταιρίες εισαγωγής για το Ηνωμένο Βασίλειο θα αντιμετωπίσουν το ρίσκο της πτώσης της λίρας έναντι του ευρώ, πράγμα που θα μπορούσε να μειώσει κατά πολύ τις πωλήσεις προς την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου. Η BMW που πουλάει περισσότερο από το 11% των οχημάτων της στο Ηνωμένο Βασίλειο, με την πτώση στην αξία της λίρας θα αναγκαστεί να ανεβάσει τις τιμές και ίσως να αποτρέψει μελλοντικούς αγοραστές από το να προχωρήσουν στην αγορά ενός αυτοκινήτου BMW.

Ένα άλλο σημαντικό αντίκτυπο του Brexit που αφορά την αγορά των αυτοκινήτων έχει να κάνει με το κλίμα αβεβαιότητας που επηρεάζει και την αυτοπεποίθηση των καταναλωτών. Από το 2016 έχει καταγραφεί μια πτώση σε ότι αφορά τις καταγραφές οχημάτων και για πολλούς αυτό σχετίζεται άμεσα με ζητήματα

που αφορούν το Brexit. Σύμφωνα με έρευνες, το 2016 μετά το δημοψήφισμα, ένας στους πέντε πιθανούς αγοραστής δήλωσαν ότι σκέφτονται να αλλάξουν το αυτοκίνητο τους για τους επόμενους τρεις με πέντε μήνες, ενώ 47,7% προέβλεψαν ότι θα περιμένουν δύο ή και περισσότερα χρόνια μέχρι να προβούν σε μια νέα αγορά. Το 2019, το 47,5% δήλωσε ότι δεν σκοπεύει να αλλάξει αυτοκίνητο τουλάχιστον για τα επόμενα δύο χρόνια, ενώ μόνο το 4.8% δήλωσε ότι πρόκειται να προβεί σε αγορά τους επόμενους 3 μήνες. Λίγους μήνες μετά το δημοψήφισμα 4% των αγοραστών δήλωσαν ότι θα περιμένουν τις εξελίξεις σχετικά με το θέμα του Brexit πρώτου αποφασίσουν να αλλάξουν το αυτοκίνητο τους ενώ το 2019 το ποσοστό αυτό έφτασε στο 10%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ Η ΣΤΡΟΦΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΟΧΗΜΑΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΚΑΥΣΙΜΟΥ

2.1. Οι πιο σημαντικές τάσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών τα τελευταία οκτώ χρόνια

Η αγορά των αυτοκινήτων θεωρείται μια αρκετά απαιτητική αλλά και ανταγωνιστική αγορά, συνεχώς μεταβαλλόμενη και με μια πληθώρα από μεγάλες και μικρές εταιρίες που μπαίνουν στο παιχνίδι του ανταγωνισμού. Η έρευνα και η μελέτη των προτιμήσεων αλλά και των προσδοκιών του αγοραστικού κοινού είναι σημαντικοί παράγοντες που πρέπει να λάβει υπόψη της μια εταιρία για να ξεχωρίσει, ιδιαίτερα σε έναν τέτοιο τομέα που ο παραγωγικός κύκλος είναι αρκετά μεγάλος. Σήμερα, το 38% των επίδοξων αγοραστών συμβουλεύεται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με την αγορά ενός αυτοκινήτου ενώ εκτιμάται ότι μέχρι και το 2020 το 88% θα κάνει έρευνα στο διαδίκτυο σχετικά με την αγορά ενός αυτοκινήτου. Και ενώ η πρόοδος της τεχνολογίας είναι σίγουρα ένας παράγοντας που επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά, τα τελευταία χρόνια βλέπουμε επίσης διάφορες τάσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών να γίνονται όλο και πιο έντονες, και σχετίζονται είτε με τον τύπο καυσίμου, είτε με την κατηγορία του οχήματος, είτε με τις πρωτοπόρες δυνατότητες που ένα όχημα μπορεί να προσφέρει.

Σχετικά με τις προτιμήσεις των Ευρωπαίων οδηγών στην κατηγορία ή τον τύπο οχήματος, παρατηρούμε ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον προς τα μοντέλα ελεύθερου χρόνου (Sport Utility Vehicles-SUV). Ταυτόχρονα, τα «θύματα» της έκρηξης των SUV είναι κυρίως τα μοντέλα σεντάν (Sedan), τα πολυμορφικά (Compact Multi-Purpose Vehicles- MPV) και τα αυτοκίνητα δύο όγκων (hatchbacks), τα οποία εμφανίζουν χαμηλή ζήτηση και χαμηλές πωλήσεις τα τελευταία χρόνια. Η δημοτικότητα των SUV όπως και η έκρηξη στις πωλήσεις είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο, καθώς το μερίδιο αγοράς τους αυξήθηκε σχεδόν τρεις μονάδες το 2016-17, περίπου 11.5 μονάδες από το 2014 ενώ σύμφωνα με στοιχεία για το 2017 το 9% των συνολικών πωλήσεων στην αγορά της Ευρώπης ήταν SUV. Η τάση αυτή δεν πέρασε απαρατήρητη από μεγάλες κατασκευαστικές εταιρίες όπως η Renault-Nissan, η Volkswagen, η Skoda, η Seat και η Hyundai-Kia, οι οποίες λάνσαραν καινούργια μοντέλα τύπου SUV ακολουθώντας τις απαιτήσεις της αγοράς. Σύμφωνα με έρευνα του 2016, η έκρηξη αυτή στις πωλήσεις των SUV οφείλεται σε τρεις κατηγορίες καταναλωτών: μητέρες με μικρά παιδιά, «millennials» ή αλλιώς γενιά Y (Generation Y) και «ενεργούς» πολίτες ηλικίας περίπου 50 ετών. Οι οδηγοί αυτών των κατηγοριών βλέπουν τα SUV ως φιλικά προς το περιβάλλον, με καλύτερη απόδοση καυσίμου, εφικτά ως προς την αγορά τους, ασφαλή όταν πρόκειται για την ασφάλεια της οικογένειάς τους, με καλή απόδοση σε δύσκολες καιρικές συνθήκες και αρκετά καλό σχεδιασμό.

Μια άλλη μεγάλη τάση στις προτιμήσεις των καταναλωτών σχετίζεται με τα τεχνολογικά προηγμένα οχήματα και κυρίως τα αυτόνομα οχήματα. Σύμφωνα με έρευνα της Deloitte για το 2012, η γενιά Y η οποία περιλαμβάνει άτομα γεννημένα μεταξύ 1980 και 1994, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα τεχνολογικά χαρακτηριστικά με κύριο κίνητρο την ευκολία και την ασφάλεια. Το στοιχείο της συνδεσιμότητας ήδη από το 2013 φαίνεται να κινεί το ενδιαφέρον των Ευρωπαίων καταναλωτών. «Έξυπνα αυτοκίνητα» που θα προσφέρουν επιπλέον ασφάλεια, έξυπνη πλοήγηση και το στοιχείο της εξατομίκευσης φαίνεται να είναι αρκετά ελκυστικά για το αγοραστικό κοινό. Η αυξημένη ασφάλεια κατά την οδήγηση είναι ίσως το πιο σημαντικό κίνητρο για την αγορά ενός οχήματος με αυτά τα χαρακτηριστικά, όπως και η ευκολία και η εξοικονόμηση καυσίμου. Από την άλλη μεριά οι ανησυχίες των καταναλωτών μέχρι και σήμερα σχετίζονται με το θέμα της ιδιωτικότητας και της προστασίας προσωπικών δεδομένων. Σε ότι αφορά τα αυτόνομα οχήματα, σύμφωνα με έρευνα του 2016, το

76% των Ευρωπαίων δηλώνει ενδιαφέρον προς αυτή την κατηγορία οχημάτων αν και μόνο το 18% σκοπεύουν κάποια στιγμή να προβούν σε αγορά. Ανάμεσα στα θετικά στοιχεία των αυτόνομων αυτοκινήτων είναι η αυξημένη ασφάλεια, η καλύτερη απόδοση καυσίμου και η μειωμένη κυκλοφοριακή συμφόρηση. Οι επιφυλάξεις των οδηγών έγκειται κυρίως στο θέμα της αποκάλυψης ιδιωτικών πληροφοριών, της εμπορικής χρήσης αυτών των προσωπικών τους στοιχείων, και της δυνατότητας παρακολούθησης και πειρατείας (hacking) του οχήματος.

Μελετώντας έρευνες από το 2010 και μετά παρατηρούμε ότι μια από τις πιο κυρίαρχες τάσεις είναι αυτή των αυτοκινήτων εναλλακτικού καυσίμου (π.χ. υβριδικά, ηλεκτρικά οχήματα) ή αυτοκινήτων φιλικών προς το περιβάλλον. Οι πιέσεις από τις κυβερνήσεις της Ευρώπης αλλά και οι διάφορες πολιτικές σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος φαίνεται πως έχουν επηρεάσει αρκετά το αγοραστικό κοινό. Η προτίμηση των καταναλωτών για τα υβριδικά οχήματα εμφανίζεται ήδη από το 2012 σύμφωνα με έρευνα της Deloitte, ενώ το κύριο κίνητρο σε αυτή την περίπτωση είναι η το μειωμένο κόστος ιδιαίτερα σε μια εποχή που οι τιμές του καυσίμου διακρίνονται από συχνές μεταπτώσεις. Σε ότι αφορά τα ηλεκτρικά οχήματα, ήδη από το 2012 βλέπουμε ότι υπάρχει ένα έντονο ενδιαφέρον από την πλευρά των καταναλωτών αν και οι περισσότεροι δηλώνουν ότι δεν γνωρίζουν και πολλά σε σχέση με αυτό τον τύπο οχήματος. Αυτή η μειωμένη γνώση εξηγείται από το γεγονός ότι για την περίοδο αυτή τα διαθέσιμα ηλεκτρικά αυτοκίνητα στην αγορά ήταν ελάχιστα και αρκετά ακριβά. Και ενώ βλέπουμε ότι Ευρωπαίοι είναι αρκετά θετικοί στο ενδεχόμενο αγοράς ενός ηλεκτρικού αυτοκινήτου, τα πιο σημαντικά εμπόδια είναι το υψηλό κόστος αγοράς, το ανεπαρκές δίκτυο υποδομών και το μικρό εύρος μοντέλων.

Σύμφωνα με στοιχεία για το 2014, το 44% των Ευρωπαίων οδηγών θα προτιμούσαν να οδηγούν ένα όχημα εναλλακτικού καυσίμου, με το μεγαλύτερο ποσοστό εξ αυτών να υποστηρίζει υβριδικά ηλεκτρικά οχήματα. Κατά την ίδια περίοδο, το υψηλό κόστος αγοράς παραμένει ως βασικό εμπόδιο όπως και το μειωμένο εύρος τέτοιων οχημάτων στην αγορά, ενώ αναγνωρίζεται από τους καταναλωτές και η ανάγκη υποστήριξης από την πλευρά των κυβερνήσεων με σκοπό την διαδεδομένη χρήση τέτοιου είδους οχημάτων. Το τοπίο παραμένει σχετικά ίδιο μέχρι και σήμερα σε ότι αφορά τα εμπόδια που προαναφέρθηκαν, αν και σύμφωνα με έρευνα για το 2018, ένα μεγάλο εμπόδιο για τους καταναλωτές είναι επίσης η έλλειψη υποδομών και

συγκεκριμένα σταθμών φόρτισης. Ένα μεγάλο ποσοστό επίσης τάσσεται υπέρ της δημιουργίας κινήτρων από την πλευρά των κυβερνήσεων, ενώ ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί το ότι το 60% των Ευρωπαίων πιστεύει ότι η κυβέρνηση θα πρέπει να απαιτεί από τους κατασκευαστές αυτοκινήτων να πωλούν ηλεκτρικά οχήματα στις χώρες τους.

Σχετικά με τις προτιμήσεις σε συγκεκριμένες χώρες της Ευρώπης, ήδη από το 2012 οι οδηγοί στην Πολωνία, Ισπανία και Ιταλία φαίνεται να είναι πιο θετικά διακείμενοι προς τα οχήματα εναλλακτικού καυσίμου ενώ οι οδηγοί στην Γαλλία, στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη Γερμανία φαίνεται να είναι πιο επιφυλακτικοί. Για το 2018 τα στοιχεία είναι σχεδόν ίδια αφού το ποσοστό των Ιταλών και Ισπανών οδηγών που δηλώνουν πιο πιθανό να αγοράσουν ένα ηλεκτρικό όχημα στο μέλλον είναι το μεγαλύτερο στην Ευρώπη, ενώ το μικρότερο είναι αυτό των Γάλλων και Γερμανών οδηγών.

2.2. Η αγορά οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου (ΟΕΚ) στην Ευρώπη

Σύμφωνα με τον νόμο περί ενεργειακής πολιτικής του 1992, καύσιμα όπως η μεθανόλη, η αιθανόλη, το φυσικό αέριο, το προπάνιο, το υδρογόνο, η ηλεκτρική ενέργεια και το βιοντίζελ μπορούν να οριστούν ως εναλλακτικά καύσιμα. Την τελευταία δεκαετία, όλο και περισσότερα οχήματα εναλλακτικού καυσίμου και κυρίως διάφορων ειδών υβριδικά, ηλεκτρικά οχήματα, και οχήματα που κινούνται με υδρογόνο είναι διαθέσιμα στην αγορά. Όπως είδαμε και παραπάνω, η ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών για αυτή την κατηγορία οχημάτων είναι αυξημένη τα τελευταία χρόνια. Από την άλλη μεριά, η πίεση των κυβερνήσεων της Ευρώπης για την προστασία του περιβάλλοντος και την μείωση των ρύπων, είτε μέσω της νομοθεσίας είτε μέσα από διάφορα προγράμματα, είναι μεγάλη. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, ακολουθεί μια ανασκόπηση των πωλήσεων οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου, που όπως φαίνεται αποτελεί κινητήριο μοχλό στην αγορά της Ευρώπης τα τελευταία χρόνια.

Σύμφωνα με στοιχεία από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και των χωρών της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών (ΕΖΕΖ), παρατηρείται μια αύξηση στις καταγραφές επιβατηγών οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου από το 2014 μέχρι και το 2016. Δύο παράγοντες οδήγησαν σε αυτή την αύξηση. Πρώτον, τα διάφορα κίνητρα από την πλευρά των κυβερνήσεων έπαιξαν σημαντικό ρόλο. Φορολογικές διευκολύνσεις, επιδοτήσεις και παροχή ειδικών προνομίων είναι μερικά

από αυτά. Δεύτερον, η μεγάλη ποικιλία σε μοντέλα με μηχανές εναλλακτικού καυσίμου και το εύρος των τιμών δίνουν ένα εύρος επιλογών για τους καταναλωτές. Για το 2016, η Πολωνία, η Ιταλία και Η Νορβηγία έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό αυτής της κατηγορίας οχημάτων σε σχέση με τις συνολικές καταγραφές (8,2%, 7,9% και 16,9% αντίστοιχα). Τα χαμηλότερα ποσοστά είναι αυτά της Γερμανίας και της Σουηδίας που κινούνται περίπου στο 2%, ενώ όλες οι υπόλοιπες χώρες κινούνται σε ποσοστά κάτω του 2%.

Μελετώντας αυτά τα ποσοστά είναι σημαντικό να λάβουμε υπόψη μας τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες της κάθε χώρας. Ας πάρουμε για παράδειγμα την Νορβηγία. Παρόλο που είναι μια χώρα η οποία παράγει πετρέλαιο αλλά και φυσικό αέριο, η χρήση ηλεκτρικών οχημάτων είναι αρκετά διαδεδομένη και ένας λόγος είναι τα κίνητρα που δίνει η κυβέρνηση στους πολίτες, όπως φορολογικές ελαφρύνσεις, το δωρεάν παρκινγκ και η δωρεάν φόρτιση του οχήματος. Επίσης η Νορβηγία είναι μια χώρα με σημαντικούς υδροηλεκτρικούς πόρους, έτσι ένα μεγάλο μέρος του ηλεκτρικού ρεύματος που χρησιμοποιείται για να τροφοδοτήσει τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα προέρχεται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Σε ότι αφορά συγκεκριμένα τον τύπο εναλλακτικού καυσίμου, στο σχεδιάγραμμα 2.1. του παραρτήματος Β παρουσιάζονται οι καταγραφές οχημάτων στην Ευρώπη από το 2008 μέχρι και σήμερα, των ακόλουθων τύπων οχημάτων: οχήματα που κινούνται με ηλεκτρισμό από μπαταρία (Battery Electric Vehicle- BEV), οχήματα με συμπιεσμένο φυσικό αέριο (Compressed Natural Gas - CNG), ηλεκτρικά οχήματα με κυψέλες καυσίμου (Fuel Cell Electric Vehicle -FCEV), οχήματα LPG (liquefied petroleum gas) και ηλεκτροκίνητα υβριδικά οχήματα (plug-in hybrid electric vehicle – PHEV).

Μια πρώτη παρατήρηση έχει να κάνει με τα ηλεκτρικά οχήματα με κυψέλες καυσίμου, τα οποία είναι ίσως τα λιγότερο διαδεδομένα στην Ευρώπη αφού μέχρι και το 2012, είχαν μηδενικές καταγραφές ενώ μέχρι και σήμερα ελάχιστα οχήματα αυτού του είδους κυκλοφορούν στους δρόμους της Ευρώπης (υψηλότερο νούμερο καταγραφών: 221 οχήματα για το 2018). Τα οχήματα με συμπιεσμένο φυσικό αέριο και τα LPG οχήματα παρατηρούμε ότι κυριαρχούσαν στην αγορά από το 2008 μέχρι και το 2010, ενώ από το 2011 και μετά αρχίζουν να σημειώνουν όλο και λιγότερες καταγραφές και σταδιακά να χάνουν ποσοστά από το μερίδιό τους στην αγορά. Εν

μέρει αυτό μπορεί να οφείλεται στην άνοδο των ηλεκτρικών οχημάτων η οποία όπως βλέπουμε ξεκινά από το 2011 και κορυφώνεται το 2018. Τα οχήματα που κινούνται με ηλεκτρισμό από μπαταρία σημειώνουν μια θεαματική άνοδο από το 2011 και μετά για να φτάσουν το 2018 να σημειώνουν εξαψήφια νούμερα στις καταγραφές (2018: 199,661 καταγεγραμμένα οχήματα έναντι 11.495 το 2011). Παρόμοια πορεία ακολουθούν και τα ηλεκτροκίνητα υβριδικά οχήματα με ελάχιστα ποιο χαμηλές καταγραφές αλλά με μεγαλύτερο ίσως ρυθμό ανάπτυξης (2018: 186,422 καταγεγραμμένα οχήματα έναντι 375 το 2011).

2.3. Ευρωπαϊκές πολιτικές για την προστασία του περιβάλλοντος και πωλήσεις αυτοκινήτων

Σημαντικό ρόλο στην αποδοχή των οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου από το αγοραστικό κοινό αλλά και στην παρακίνηση μεγάλων κατασκευαστών να αυξήσουν την παραγωγή τέτοιων μοντέλων έπαιξαν οι διάφορες πολιτικές και αλλαγές στην νομοθεσία από την πλευρά της Ευρώπης. Πέρα όμως από τα ΟΕΚ, οι φιλικές προς το περιβάλλον πολιτικές επηρέασαν και τις πωλήσεις των οχημάτων πετρελαίου (ντίζελ), τα οποία από πολύ νωρίς θεωρούνταν η εναλλακτική επιλογή σε σχέση με βενζινοκίνητα οχήματα. Με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος, οι κανονισμοί σε ότι αφορά την εκπομπή ρύπων στην Ευρώπη ξεκίνησαν ήδη από το 1992. Από τότε μια σειρά από μέτρα και κανονισμούς στοχεύουν στην μείωση διάφορων ειδών ρύπων (CO, HC, NOx κλπ.), αναγκάζοντας τις αυτοκινητοβιομηχανίες να προσαρμοστούν με τους στόχους της περιβαλλοντολογικής πολιτικής της Ευρώπης.

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, η Ευρωπαϊκή Ένωση με τους φιλόδοξους κανονισμούς της σχετικά με την εκπομπή ρύπων, κατέστησε την Ευρώπη πρωτοπόρο σε αυτό τον τομέα, με αποτέλεσμα άλλες μεγάλες αγορές ανά τον κόσμο να υιοθετούν το μοντέλο της Ευρώπης (εκτός από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής). Αυτό βοήθησε αρκετά Ευρωπαϊκές εταιρίες αυτοκινήτων να αποκτήσουν εύκολη πρόσβαση στις ξένες αγορές. Μέχρι και σήμερα το τοπίο παραμένει περίπου ίδιο, αν και είναι αβέβαιο αν θα είναι το ίδιο και στο μέλλον. Η Ευρώπη χάνει σιγά σιγά την αξιοπιστία της και μεγάλο ρόλο σε αυτό έπαιξε το σκάνδαλο της Volkswagen το 2015. Η Volkswagen, μια από τις μεγαλύτερες αυτοκινητοβιομηχανίες της Ευρώπης, κατηγορήθηκε ότι πολλά από τα οχήματα της που πωλούνταν στην Αμερική είχαν προσαρμοσμένη μια

συσσκευή ή λογισμικό σε κινητήρες ντίζελ, που θα μπορούσε να ανιχνεύσει πότε το όχημα ελέγχονταν, αλλάζοντας την απόδοση ανάλογα με τα αποτελέσματα. Ως αποτέλεσμα οι κινητήρες των οχημάτων αυτών εξέπεμπαν σαράντα φορές περισσότερους ρύπους οξειδίου του αζώτου (NOx) από ότι επιτρέπεται σύμφωνα με τους κανονισμούς των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής.

Πέρα από τις επιπτώσεις στις πωλήσεις του ομίλου και την δυσπιστία που δημιουργήθηκε εκ μέρους των καταναλωτών προς τα αυτοκίνητα με ντίζελ κινητήρες, το σκάνδαλο αυτό ίσως είχε και ποιο μακροπρόθεσμες συνέπειες. Για πολλούς αποτέλεσε ένα δείγμα της αδυναμίας των ίδιων των κρατών της Ευρώπης να ελέγξουν τις αυτοκινητοβιομηχανίες τους και να επιβάλλουν τα αντίστοιχα πρόστιμα. Σταδιακά μεγάλες και ανερχόμενες αγορές όπως αυτή της Κίνας και της Βραζιλίας, στρέφονται προς την υιοθέτηση του μοντέλου των ΗΠΑ σε ότι αφορά την εκπομπή ρύπων, έναντι αυτού της Ευρώπης. Αυτό αναμένεται να κάνει ποιο δύσκολη την εξαγωγή προϊόντων από κατασκευαστές της Ευρώπης, οι οποίοι θα πρέπει να προσαρμόσουν τα οχήματά τους με εξελιγμένα συστήματα για να μπορέσουν να συμμορφωθούν με τους κανονισμούς εκτός Ευρώπης.

Εκτός από το θέμα με τις ξένες αγορές, το σκάνδαλο της Volkswagen επηρέασε κατά πολύ και την αποδοχή των καταναλωτών σε ότι αφορά τα ντίζελ οχήματα, πράγμα που γίνεται φανερό και στα νούμερα των πωλήσεων. Η λεγόμενη «κρίση των ντίζελ» ήταν εμφανής πολύ πριν το 2015 αν και το σκάνδαλο αυτό έπληξε ακόμα περισσότερο τις πωλήσεις αυτής της κατηγορίας. Κάνοντας μια ανασκόπηση στις πωλήσεις των ντίζελ στην Ευρώπη μέχρι και το 2017, παρατηρούμε ότι το 2007 οι πωλήσεις των ντίζελ κορυφώθηκαν φτάνοντας τα 8.4 εκατομμύρια, ξεπερνώντας ακόμη και τις πωλήσεις των βενζινοκίνητων οχημάτων. Από το 2007 μέχρι και το 2009 σημειώνουν μια μικρή πτώση, ενώ από το 2010 και μετά βλέπουμε συχνές εναλλαγές στα νούμερα των πωλήσεων, χωρίς όμως να πέφτουν κάτω από 6 εκατομμύρια. Το 2017 οι καταγραφές οχημάτων ντίζελ φτάνουν τα 6.77 εκατομμύρια, σημειώνοντας μια πτώση της τάξης του 7,9%. Η κατάσταση χειροτερεύει αν δούμε τα νούμερα για το 2018. Οι καταγραφές ντίζελ οχημάτων σημειώνουν μια πτώση της τάξης του 18%. Στο σχεδιάγραμμα 2.2. του παραρτήματος Β παρουσιάζονται οι καταγραφές οχημάτων ντίζελ μεταξύ 2000-2017 συγκριτικά με τις καταγραφές βενζινοκίνητων και ηλεκτρικών οχημάτων.

Ένα άλλο ζήτημα που αξίζει να αναφερθεί είναι αυτό του νέου εργαστηριακού τρόπου μέτρησης της κατανάλωσης ρύπων WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicle Test) ο οποίος αντικατέστησε τον προηγούμενο τύπου ελέγχου NEDC (New European Driving Cycle) που είχε σχεδιαστεί το 1980. Ο WLTP μετρά την κατανάλωση καυσίμου και εκπομπών CO₂ σύμφωνα με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ έχει σχεδιαστεί σύμφωνα με την μελέτη ρεαλιστικών στοιχείων που αφορούν την οδήγηση και δεν βασίζεται σε κάποια θεωρία. Ο WLTP τέθηκε σε ισχύ τον Σεπτέμβριο του 2018 και η επίδραση του στις πωλήσεις ήταν ήδη εμφανή από τον προηγούμενο μήνα. Οι πωλήσεις αυτοκινήτων στην Ευρώπη αυξήθηκαν κατακόρυφα τον Αύγουστο του 2018 (άνοδος της τάξης του 31.5% στις καταγραφές οχημάτων), καθώς οι καταναλωτές έσπευσαν να προβούν σε αγορά πριν ο WLTP τεθεί σε ισχύ. Φανερό αντίκτυπο στις πωλήσεις είχαν οι ανησυχίες των καταναλωτών για μια ενδεχόμενη αύξηση τιμών εξαιτίας του κόστους των αυτοκινητοβιομηχανιών έτσι ώστε να διενεργήσουν τις απαραίτητες επιθεωρήσεις στα καινούργια μοντέλα. Έτσι τον Σεπτέμβριο του 2018 παρατηρήθηκε μια πτώση της τάξης του 23.5% στις πωλήσεις σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 2017. Οι Fiat Chrysler, Volkswagen Group και Renault είδαν τις πωλήσεις τους να πέφτουν κατά 23.5%. Συγκεκριμένα για τα επιβατηγά Volkswagen σημείωσαν πτώση 48% στις πωλήσεις του Σεπτεμβρίου, ενώ τα Audi 60.7% στο ίδιο διάστημα. Πολλοί ωστόσο υποστηρίζουν ότι αυτά τα χαμηλά νούμερα στις πωλήσεις οφείλονται κυρίως στο μεταβατικό στάδιο μεταξύ των δύο τύπων εργαστηριακών ελέγχων, άρα δεν θα συνεχιστούν για μεγάλο χρονικό διάστημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΣΕ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

3.1. Οι πέντε κορυφαίες κατασκευαστικές εταιρίες αυτοκινήτων στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με την Ένωση Ευρωπαίων Κατασκευαστών Αυτοκινήτων (European Automobile Manufacturers Association- ACEA), για το έτος 2018, η Volkswagen Group παρέμεινε η μεγαλύτερη σε πωλήσεις κατασκευαστική εταιρία αυτοκινήτων

στην Ευρώπη, με την PSA group, Renault και BMW και FCA group να την ακολουθούν στην δεύτερη, τρίτη, τέταρτη πέμπτη θέση αντίστοιχα. Η δεκάδα των ποιοι επικερδών εταιριών συμπληρώνεται με τις Ford, Daimler, Toyota Group, Hyundai και Kia.


Στο διάστημα 2010-2018, οι ακόλουθες εταιρίες εναλλάσσονται στην πεντάδα με τις ποιο επικερδείς εταιρίες αυτοκινήτων στην Ευρώπη: Volkswagen group, PSA group, Renault group, Ford Motor Company, BMW Group, General Motors group, Opel group και FCA group. Την δεκάδα συμπληρώνουν οι ακόλουθες εταιρίες: Fiat Group (αργότερα FCA group), Daimler, Toyota Group, Nissan, Hyundai και Kia. Στον πίνακα 3.1. του παραρτήματος Γ, παρουσιάζεται η κατάταξη τους αναλυτικά από το 2010 μέχρι και το 2018. Όπως παρατηρούμε στον πίνακα, η Volkswagen Group διατηρεί την πρώτη από το 2010 μέχρι και σήμερα, όπως και η PSA group που παραμένει στην δεύτερη θέση, με μόνη εξαίρεση το 2016 που χάνει την δεύτερη θέση από την Renault group. Τις επόμενες τρεις θέσεις την πεντάδα συμπληρώνουν οι εταιρίες που αναφέρθηκαν παραπάνω, με την Renault group να μένει σταθερά στην τρίτη θέση και τις υπόλοιπες εταιρίες να εναλλάσσονται στην τέταρτη και πέμπτη θέση. Όσον αφορά τις υπόλοιπες εταιρίες, παρατηρούμε ότι η Kia καταφέρνει να αποκτήσει την δέκατη θέση για πρώτη φορά το 2018, η Daimler παραμένει σχεδόν κάθε χρόνο στην όγδοη θέση, ενώ οι Toyota Group, Hyundai και Nissan συναγωνίζονται για την ένατη και δέκατη θέση.

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται μια λεπτομερής παρουσίαση των παραπάνω κατασκευαστικών εταιριών που αυτή την στιγμή ηγούνται στην αγορά αυτοκινήτων στην Ευρώπη. Συγκεκριμένα, με κριτήριο το πόσο συχνά ένας όμιλος εμφανίζεται στην πεντάδα, στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν η Volkswagen Group, η PSA group, η Renault group, η Ford Motor Company και η BMW group. Παρουσιάζονται επίσης αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων της κάθε εταιρίας στα σχεδιαγράμματα 3.1., 3.2., 3.3., 3.4. και 3.5. του παραρτήματος Δ. Σε αυτά τα σχεδιαγράμματα παρουσιάζονται οι πωλήσεις των ομίλων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών. Η μελέτη των πωλήσεων που παρουσιάζεται για κάθε όμιλο στα παρακάτω υποκεφάλαια, βασίζεται στα νούμερα των πωλήσεων σύμφωνα με το σύστημα κατάταξης που επιλέγει ο κάθε όμιλος στις ετήσιες αναφορές του. Γι αυτό και πολλές φορές τα νούμερα μπορεί να διαφέρουν κάπως, καθώς ενδέχεται να περιλαμβάνουν και τις πωλήσεις σε χώρες

όπως για παράδειγμα η Ρωσία, που δεν ανήκει στις παραπάνω κατηγορίες που παρατίθενται στα σχεδιαγράμματα.

3.1.1. Ο όμιλος Volkswagen

Ο όμιλος Volkswagen είναι μια από τις μεγαλύτερες κατασκευαστικές εταιρίες αυτοκινήτων στον κόσμο, και η νούμερο ένα εταιρία στην Ευρώπη. Η γερμανική Volkswagen ιδρύθηκε το 1937 με σκοπό την μαζική παραγωγή χαμηλού κόστους αυτοκινήτων. Μετά το ξέσπασμα του Δευτέρου Παγκοσμίου πολέμου το 1939, κύριος σκοπός του ομίλου ήταν η παραγωγή στρατιωτικού εξοπλισμού και στρατιωτικών οχημάτων. Ενώ μέχρι το τέλος του πολέμου, το εργοστάσιο του ομίλου που καταστράφηκε από τις συμμαχικές δυνάμεις, αργότερα χτίστηκε ξανά υπό την επίβλεψη των Βρετανών, και το 1946 ξεκίνησε η μαζική παραγωγή οχημάτων. Η παραγωγή αυξήθηκε με γοργούς ρυθμούς τις δεκαετίες του '50 και του '60 όταν η Volkswagen άρχισε να λανσάρει νέα μοντέλα με βάση το Volkswagen τύπου 1, η αλλιώς το κλασικό «σκαθάρι».

Σήμερα, τα κεντρικά του ομίλου βρίσκονται στη πόλη Wolfsburg της Γερμανίας. Ο όμιλος περιλαμβάνει έντεκα μάρκες αυτοκινήτων από επτά Ευρωπαϊκές πόλεις: Volkswagen Passenger Cars,  Audi, SEAT, SKODA, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, Ducati, Volkswagen Commercial Vehicles, Scania και MAN. Κάθε μάρκα έχει το δικό της χαρακτήρα και έχει αφήσει το δικό της στίγμα στην Ευρωπαϊκή αλλά και την παγκόσμια αγορά. Τα επιβατηγά οχήματα Volkswagen είναι ο πυρήνας του ομίλου. Στο επόμενο υποκεφάλαιο («Οι πέντε κορυφαίες μάρκες αυτοκινήτων στην Ευρώπη») παρουσιάζεται αναλυτικά η πορεία της μάρκας Volkswagen από το 2010 μέχρι και το 2018.

Ο όμιλος Volkswagen έχει ένα τεράστιο εύρος προϊόντων που περιλαμβάνει από μοτοσυκλέτες και χαμηλής κατανάλωσης μικρά οχήματα μέχρι οχήματα της κατηγορίας premium, πολυτελή αυτοκίνητα, λεωφορεία και φορτηγά. Σε ότι αφορά τα επιβατηγά οχήματα, η παρουσία της Volkswagen είναι αισθητή στις τρεις πιο σημαντικές κατηγορίες οχημάτων: λειτουργικά, οχήματα πολυτελείας αλλά και σπορ αυτοκίνητα. Σχετικά με τα εμπορικά οχήματα, τα τελευταία οκτώ χρόνια η Volkswagen έχει εδραιώσει την θέση της μετά την αγορά των Scania και MAN, τα οποία στοχεύουν

κυρίως στην παραγωγή ελαφρών εμπορικών οχημάτων, βαρέων εμπορικών οχημάτων, λεωφορείων και φορτηγών.


Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση των πωλήσεων στην αγορά της Ευρώπης, αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια ο όμιλος Volkswagen έρχεται πρώτος στις πωλήσεις αυτοκινήτων παγκόσμια, αφήνοντας πίσω του τον όμιλο Toyota και τον όμιλο Renault-Nissan-Mitsubishi. Το 2016, η παραγωγή άγγιξε τα 10.3 εκατομμύρια, ενώ η τα νούμερα της Toyota, στην δεύτερη θέση, έφτασαν λίγο παραπάνω από 10.2 εκατομμύρια. Το 2016 επίσης, για πρώτη χρονιά, ένας γερμανικός όμιλος ανακηρύσσεται ο ποιο επιτυχημένος όμιλος σε πωλήσεις παγκόσμια, με πάνω από 10 εκατομμύρια καταγραφές οχημάτων του ομίλου Volkswagen. Σημαντικό ρόλο σε αυτή την επιτυχημένη πορεία, έπαιξαν σίγουρα οι Audi, Porsche και Scoda, που κατέγραψαν αύξηση στις πωλήσεις κατά 3.8%, εξαιτίας της αυξημένης ζήτησης στην αγορά της Κίνας. Αξίζει επίσης να λάβουμε υπόψη ότι παρόλο που η Volkswagen είχε επιπτώσεις μετά το σκάνδαλο των ντίζελ το 2015 σε ότι αφορά τις πωλήσεις, μόλις ένα χρόνο μετά, τα νούμερα για το 2016 στην Ευρώπη αλλά και παγκόσμια, είναι κάθε άλλο παρά απογοητευτικά. Το 2017, οι πωλήσεις παγκοσμίως, αυξήθηκαν περίπου στα 10.7 εκατομμύρια, δίνοντας στην για άλλη μια φορά την πρωτιά στον γερμανικό όμιλο. Το 2018, οι καταγραφές των οχημάτων του ομίλου Volkswagen έφτασαν τα 10.83 εκατομμύρια, ενώ οι καταγραφές των επιβατηγών αυτοκινήτων άγγιξαν τα 10.1 εκατομμύρια. Για τρίτη συνεχόμενη χρονιά ο όμιλος έρχεται πρώτος παγκόσμια, αφήνοντας πίσω του στην δεύτερη θέση την Toyota.

Σε ότι αφορά την αγορά της Ευρώπης, η Volkswagen από το 2010 μέχρι και σήμερα είναι ο ποιο επιτυχημένος όμιλος σε ότι αφορά τις πωλήσεις αυτοκινήτων. Όπως βλέπουμε και στο σχεδιάγραμμα 3.1. του παραρτήματος Γ, όπου παρουσιάζονται τα νούμερα των πωλήσεων ετησίως, σχεδόν κάθε χρόνο σημειώνεται μια αύξηση στα νούμερα των πωλήσεων, ενώ από το 2011 και μετά δεν πέφτει κάτω από 3 εκατομμύρια πωλήσεις ετησίως. Κάνοντας μια ανασκόπηση στις ετήσιες αναφορές της Volkswagen μεταξύ 2010-2018, για το 2010 οι πωλήσεις στην δυτική Ευρώπη υπολογίζονταν στο 40.3% εκ των συνολικών πωλήσεων του ομίλου, μειωμένες κατά -0,5 σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο, εξαιτίας της απότομης πτώσης στην γερμανική αγορά αλλά και της γενικότερης μειωμένης ζήτησης εξαιτίας της οικονομικής κρίσης. Μοντέλα της Volkswagen, Audi, Seat και Škoda είχαν

αυξημένη ζήτηση για το 2010. Αντίθετα με την δυτική Ευρώπη, στην κεντρική και ανατολική Ευρώπη σημειώθηκε μια αύξηση στις πωλήσεις της τάξης του 11.5% κυρίως λόγω της ανάπτυξης της ρώσικης αγοράς όπου οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 40.2% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Το 2011, στην δυτική Ευρώπη σημειώνεται μια μικρή αύξηση της τάξης του 8.6% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο αν και παρατηρείται μια μείωση στην ζήτηση σε αρκετές χώρες. Όλες οι μάρκες του ομίλου αύξησαν τις πωλήσεις τους, ενώ οι πωλήσεις υπολογίζονται στο 38.4% εκ των συνολικών πωλήσεων του ομίλου. Στην κεντρική και ανατολική Ευρώπη, σημειώνεται μια μεγάλη αύξηση της τάξης του 24.9% εξαιτίας των εξαιρετικά υψηλών πωλήσεων που σημειώθηκαν στις αγορές της Ρωσίας και της Ουκρανίας. Το 2012, σε όλες τις χώρες της δυτικής Ευρώπης, εκτός από την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο οι πωλήσεις είναι μειωμένες, ενώ όλες οι μάρκες σημειώνουν αυξημένη ζήτηση εκτός από την Seat. Το μερίδιο εκ των συνολικών πωλήσεων του ομίλου είναι 33.3%. Αντίθετα στην κεντρική και ανατολική Ευρώπη η ανοδική πορεία συνεχίζεται, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 17.6%. Το 2013 οι πωλήσεις στην δυτική Ευρώπη φτάνουν στο χαμηλότερο σημείο για τα τελευταία 20 χρόνια, με πτώση 1.9% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Χώρες οι οποίες επηρεάστηκαν αρκετά από την χρηματοπιστωτική κρίση αρχίζουν να σταθεροποιούνται σε ένα χαμηλό επίπεδο, ενώ η αγορά του Ηνωμένου βασιλείου συνεχίζει να σημειώνει αυξημένη ζήτηση (+13.8%). Για πρώτη φορά σημειώνεται και πτώση στις πωλήσεις της ανατολικής και κεντρικής Ευρώπης (-0.2%) εξαιτίας της αρκετά μειωμένης ζήτησης στην ρώσικη αγορά, η οποία θεωρούνταν η κινητήρια δύναμη στις πωλήσεις του ομίλου στην ανατολική και κεντρική Ευρώπη.

Το 2014 είναι μια καλή χρονιά για την Volkswagen, αφού στην δυτική Ευρώπη οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 6.5% και το μερίδιο αγοράς αγγίζει το 25.1%. Αύξηση σημειώνεται και στην ανατολική και κεντρική Ευρώπη (1.3%) με τις αγορές της Τσεχίας και της Πολωνίας να σημειώνουν την μεγαλύτερη ζήτηση, ενώ η ζήτηση στην αγορά της Ρωσίας ακόμη είναι μειωμένη. Το 2015 η ανάκαμψη στις χώρες της δυτικής Ευρώπης συνεχίζεται αφού οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 5.1% και το μερίδιο αγοράς μένει σχεδόν ίδιο (24.4%). Από την άλλη μεριά στην ανατολική και κεντρική Ευρώπη σημειώνεται άλλη μια μεγάλη πτώση (7.7%) εξαιτίας της δύσκολης οικονομικής και πολιτικής κατάστασης στην Ρωσία και στην Ουκρανία. Για το 2016 το μερίδιο αγοράς

του ομίλου στην  ανατολική Ευρώπη είναι 22.3% ενώ σημειώνεται μια μικρή αύξηση στις πωλήσεις κατά 1.7%. Στην ανατολική και κεντρική Ευρώπη το μερίδιο αγοράς είναι 21.9% με την Τσεχία και Πολωνία πλέον να είναι οι πιο μεγάλες αγορές για την Volkswagen.

Το 2017 στην δυτική Ευρώπη οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 1.4% κυρίως λόγω των αλλαγών στα μοντέλα Golf και Polo, αν και όπως η ίδια η Volkswagen αναγνωρίζει ότι η αυτοπεποίθηση των καταναλωτών και το κλίμα αβεβαιότητας μετά το σκάνδαλο diesel έχουν ακόμη αρνητικό αντίκτυπο στα νούμερα των πωλήσεων. Για πρώτη φορά σημειώνεται και μια μεγάλη αύξηση (12.9%) στην αγορά της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης, με την αγορά της Ρωσίας να ανακάμπτει σιγά σιγά. Φτάνοντας το 2018, στην δυτική Ευρώπη σημειώνεται μια πτώση του 0.7% η οποία οφείλεται κυρίως στο ζήτημα που προέκυψε με τον νέο εργαστηριακό τρόπο μέτρησης της κατανάλωσης ρύπων WLTP, που έχει αναλυθεί και παραπάνω, αλλά και στο συνεχόμενο κλίμα αβεβαιότητας για το σκάνδαλο των ντίζελ. Τέλος, σε ότι αφορά την κεντρική και ανατολική Ευρώπη, οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 6.8% καθώς η ρωσική αγορά πλέον φαίνεται να έχει ξανά αυξημένη ζήτηση.

3.1.2. Ο όμιλος PSA

Ο όμιλος PSA, πρώην PSA Peugeot Citroën δημιουργήθηκε από την συγχώνευση της εταιρίας Peugeot και Citroën το 1976. Η ιστορία της Peugeot ξεκινά από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, ενώ η μαζική παραγωγή οχημάτων έγινε το 1929 όταν λανσάρεται και το πρώτο μοντέλο με αρκετή επιτυχία. Η Citroën ιδρύεται το 1914 κατά τη διάρκεια του πρώτου παγκοσμίου πολέμου και γνωρίζει αρκετά μεγάλη επιτυχία μέχρι το τέλος του πολέμου καθώς ήταν μια από τις βασικές εταιρίες μαζικής παραγωγής χαμηλού κόστους οχημάτων όπως και μαζικής παραγωγής οχημάτων ταξί στην πόλη του Παρισιού. Κατά τη διάρκεια της μεγάλης ύφεσης η Citroën καταρρέει οικονομικά και μετά από διάφορες συγχωνεύσεις με άλλες εταιρίες, το 1974 η Peugeot παίρνει την πλήρη ιδιοκτησία και έτσι δημιουργείται η μητρική εταιρία PSA (Peugeot Société Anonyme).

Σήμερα ο γαλλικός όμιλος περιλαμβάνει τις ακόλουθες μάρκες: Peugeot, Citroën, Ds Automobiles, Opel και Vauxhall. Ανάμεσα στους στόχους του ομίλου είναι να παραμείνει ανταγωνιστικός στην παγκόσμια αγορά, δίνοντας έμφαση στην

αξιοπιστία, στην ασφάλεια και στην αισθητική των οχημάτων, ακολουθώντας ταυτόχρονα τους ισχύοντες κανονισμούς για την προστασία του περιβάλλοντος.

Ο όμιλος PSA από το 2010 μέχρι και σήμερα βρίσκεται στην δεύτερη θέση σε ότι αφορά τις πωλήσεις αυτοκινήτων στην Ευρώπη, με μόνη εξαίρεση το 2016 που κατεβαίνει στην τρίτη θέση μετά την Renault. Όπως παρατηρούμε και στο σχεδιάγραμμα 3.2. του παραρτήματος Γ, ο γαλλικός όμιλος από το 2010 και μετά σημειώνει μια σταθερή πτώση στις πωλήσεις, χωρίς ωστόσο να πέφτει κάτω του ενός εκατομμυρίου. Από το 2015 όμως, σιγά σιγά οι πωλήσεις σημειώνουν αύξηση, για να εκτοξευθούν το 2018 στις 2.499.522, μένοντας όμως ακόμη πολύ πίσω από τα νούμερα που σημειώνει η Volkswagen στην πρώτη θέση.

Το 2010 ο όμιλος PSA αυξάνει το μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη, φτάνοντας το 14.2%. Η ζήτηση μειώνεται στην Ευρωπαϊκή αγορά κατά 5.1% κυρίως λόγω της περικοπής μέτρων που αφορούν οικονομικά κίνητρα για τους καταναλωτές εν μέσω της οικονομικής κρίσης, σε χώρες όπως η Γερμανία, η Γαλλία και η Ισπανία. Το 2011, η καθοδική πορεία για τον όμιλο PSA συνεχίζεται αφού το μερίδιο αγοράς μειώνεται σχεδόν κατά μια μονάδα, φτάνοντας το 13.3%. Η πτώση αυτή ίσως οφείλεται στις εξαιρετικά χαμηλές πωλήσεις του Peugeot 207 το οποίο και δεν θα επανακυκλοφορήσει τον επόμενο χρόνο. Παρά τις αντιξοότητες, η απόδοση του ομίλου σε οχήματα με υψηλότερες τιμές είναι αρκετά καλή, αφού διατηρεί σταθερό το μερίδιο αγοράς όσον αφορά τα οχήματα Γ κατηγορίας (C segment) χάριν της υψηλής ζήτησης για το Citroen C4, ενώ αυξάνει το μερίδιο αγοράς και σε υψηλότερες κατηγορίες. Για το 2012, η πτώση φτάνει το 8.6% σε ότι αφορά την Ευρωπαϊκή αγορά, ενώ το μερίδιο αγοράς υπολογίζεται στο 12.7%. Αγορές όπως αυτές της Γαλλίας, της Ισπανίας, της και της Ιταλίας στις οποίες η παρουσία του ομίλου ήταν ισχυρή, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης σημείωσαν αρκετά μειωμένη ζήτηση. Ωστόσο η επιτυχία συγκεκριμένων μοντέλων της Peugeot και Citroen στην ακμάζουσα αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου βοήθησε στο να κρατηθούν τα νούμερα των πωλήσεων σε ένα ίσως ικανοποιητικό επίπεδο.

Το 2013 είναι μια ακόμη δύσκολη χρονιά, καθώς η πτώση στην Ευρωπαϊκή αγορά φτάνει το 1.6%, με μόνες εξαιρέσεις την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ισπανίας (αύξηση 11% και 4.1% αντίστοιχα). Ωστόσο, τα νούμερα των πωλήσεων στις προαναφερθείσες αγορές δεν είναι καθόλου κοντά σε εκείνα πριν το ξέσπασμα της

οικονομικής κρίσης (π.χ. καταγραφές οχημάτων στην Ισπανία το 2013 ανέρχονταν στις 809,000 χιλιάδες, ενώ το 2007 άγγιζαν το 1,892,000). Η μεγαλύτερη πτώση σημειώθηκε στις αγορές της Γαλλίας και της Ιταλίας, όπου οι πωλήσεις έφτασαν το χαμηλότερο σημείο από το 1979. Το 2014 είναι η πρώτη χρονιά μετά από καιρό που οι πωλήσεις του γαλλικού ομίλου σημειώνουν αύξηση, και μάλιστα της τάξης του 8.1%. Στα θετικά αυτά νούμερα βοήθησαν αρκετά οι πωλήσεις του Peugeot 308, το οποίο ψηφίστηκε και αυτοκίνητο **GROUPE RENAULT** της χρονιάς για το 2013. Γενικά οι πωλήσεις της μάρκας Peugeot αλλά και της Citroen σημείωσαν αύξηση στην Ευρωπαϊκή αγορά, κατά 6.2% και 7.2% αντίστοιχα. Το 2015 η άνοδος στις πωλήσεις συνεχίζεται, κατά 5.9% για αυτόν τον χρόνο. Οι πωλήσεις των Peugeot και Citroen αυξάνονται κατά 9.4% και 6% αντίστοιχα εξαιτίας της αυξημένης ζήτησης στις αγορές της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου.

Το 2016, οι πωλήσεις στην Ευρώπη αυξάνονται κατά 3.6% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο, ενώ σχεδόν όλες οι μάρκες του ομίλου έχουν ανοδική πορεία. Το 2017 για πρώτη φορά από το 2010, σημειώνεται μια αύξηση 0.3% στο μερίδιο αγοράς, φτάνοντας το 11.1%. Η αύξηση στα νούμερα των πωλήσεων είναι θεαματική (23.2%), πράγμα το οποίο οφείλεται κυρίως στα καλά νούμερα που σημείωσε η νεοαποκτηθείσα μάρκα Opel/Vauxhall αλλά και στην ανάκαμψη βασικών ευρωπαϊκών αγορών. Τέλος, το 2018 είναι μια αισιόδοξη χρονιά για τον όμιλο PSA αφού αυξάνει κατά 3.8 το μερίδιο αγοράς, φτάνοντας στο 17.1% ενώ οι μάρκες Peugeot και Citroen σημειώνουν αύξηση της τάξης του 5%.

3.1.3. Ο όμιλος Renault

Ο όμιλος Renault ιδρύθηκε το 1899 με την ονομασία Renault Frères (“Renault Brothers”) από τον Louis Renault και τα αδέρφια του Marcel και Fernand. Πολύ σύντομα απέκτησε την κυριαρχία στην παραγωγή αυτοκινήτων την εποχή εκείνη, ιδιαίτερα μετά από την απόδοση της σε διαδεδομένους αγώνες αυτοκινήτων. Κατά τη διάρκεια του πρώτου παγκοσμίου πολέμου τα οχήματα της Renault λειτουργούσαν ως taxicabs, μεταφέροντας στρατιώτες, ενώ μετά το τέλος του πολέμου ο όμιλος δραστηριοποιήθηκε και στην παραγωγή λεωφορείων και φορτηγών. Κατά τη διάρκεια του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου και την απελευθέρωση του Παρισιού το 1944, ο όμιλος άνηκε πλέον στην κυβέρνηση της Γαλλίας υπό την ονομασία Régie Nationale

des Usines Renault και στόχευε στην παραγωγή δημοφιλών, οικονομικών, οικογενειακών αυτοκινήτων (όπως το μοντέλο 4CV, που σημείωσε μεγάλη επιτυχία και έμεινε στην αγορά μέχρι και το 1961).

Μετά από πολλές οικονομικές δυσκολίες και προσπάθειες ανάκαμψης (π.χ. άνοιγμα στην αμερικάνικη αγορά, προσπάθειες συγχώνευσης με την Volvo, κτλ.), το 1996 η εταιρία ιδιωτικοποιείται, ενώ μέχρι και σήμερα η κυβέρνηση της Γαλλίας έχει ένα ελάχιστο μερίδιο στον όμιλο Renault (15.7%). Το 1999 πραγματοποιείται η πολύ επιτυχημένη συνεργασία με την Ιαπωνική εταιρία Nissan και ο όμιλος αποκτά άλλες δύο μάρκες, τις Samsung Motors και Dacia. Μετά από πολλές επιτυχίες σε αγώνες Formula 1, την δυναμική παρουσία του ομίλου σε ανερχόμενες αγορές (κυρίως εξαιτίας της Dacia) και το λανσάρισμα επιτυχημένων μοντέλων όπως το Laguna και Megane, ο όμιλος Renault έχει αποκτήσει πλέον μια αξιόλογη θέση στην παγκόσμια αγορά. Σήμερα ο όμιλος Renault έχει τις ακόλουθες μάρκες: Renault, Dacia, Alpine, Renault Samsung Motors και Lada. Προσφέρει ένα μεγάλο εύρος αυτοκινήτων ανάλογα με την χρήση και τις ανάγκες του κάθε αγοραστή. Από οικογενειακά αυτοκίνητα, χαμηλού κόστους οχήματα πόλης μέχρι οχήματα πολυτελείας (Alpine) και ελαφρά εμπορικά οχήματα. Τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται επίσης με μεγάλη επιτυχία στην παραγωγή ηλεκτρικών αυτοκινήτων (π.χ. ZOE, Twizy, κτλ.).

Η παρουσία του ομίλου Renault ήταν και είναι αρκετά ισχυρή στην Ευρωπαϊκή αγορά, αφού για τα τελευταία οκτώ χρόνια βρίσκεται σταθερά στην πρώτη τριάδα με τις πιο επιτυχημένες σε πωλήσεις εταιρίες αυτοκινήτων. Πιο συγκεκριμένα, βλέπουμε ότι κάθε σχεδόν χρόνο καταφέρνει να φτάσει στην τρίτη θέση της κατάταξης, με μόνη εξαίρεση το 2016, όταν κατακτά την δεύτερη θέση, αφήνοντας πίσω του τον όμιλο PSA. Σε ότι αφορά τα νούμερα των πωλήσεων ετησίως, όπως παρατηρούμε και στο σχεδιάγραμμα 3.33 του παραρτήματος Γ, από το 2010 και για τα επόμενα δύο χρόνια όταν η χρηματοπιστωτική κρίση ακόμη επηρεάζει αρνητικά τις Ευρωπαϊκές αγορές, σημειώνει μια πτώση στις πωλήσεις, φτάνοντας το 2012, με μόλις ένα εκατομμύριο πωλήσεις (1.052.824). Ωστόσο, μετά το 2012 μέχρι και σήμερα οι πωλήσεις του ομίλου έχουν μια σταθερά ανοδική πορεία, με το υψηλότερο νούμερο να καταγράφεται το 2018 (1.641.156).


Μελετώντας τις ετήσιες αναφορές της Renault, βλέπουμε ότι το 2010, ενώ η Ευρωπαϊκή αγορά συρρικνώνεται λόγω της οικονομικής κρίσης, ο όμιλος αυξάνει το

μερίδιο αγοράς του κατά 1.1 μονάδες, φτάνοντας το 7.4%. Ο όμιλος κυριαρχεί στην αγορά ελαφρών εμπορικών οχημάτων (LCV), ενώ σημαντική αύξηση στο μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη παρουσιάζει και η Dacia (+0.3 σε σχέση με το 2009). Η πολιτική του ομίλου, λαμβάνοντας υπόψη το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον της Ευρώπης, στοχεύει πλέον σε ξένες αγορές, όπως αυτή της Βραζιλίας και της Τουρκίας, στις οποίες και σημειώνει αύξηση στις πωλήσεις για το 2011. Ωστόσο, στην Ευρώπη παραμένει στην πρώτη θέση για δέκατη τέταρτη συνεχόμενη χρονιά σε ότι αφορά τις πωλήσεις LCV. Γενικά όμως, οι πωλήσεις αυτοκινήτων στην Ευρώπη μειώνονται κατά 5.7%, καθώς σημειώνονται τεράστιες μειώσεις σε χώρες όπως η Πορτογαλία (-30%) η Ισπανία (-17%), η Ιταλία (-10%), ενώ αγορές όπως αυτή της Ολλανδίας και της Γερμανίας παρουσιάζουν άνοδο (+16% και +9, αντίστοιχα).

Το 2012 σημειώνεται ρεκόρ πωλήσεων σε αγορές εκτός Ευρώπης, αν και όπως εκπρόσωποι του ομίλου δηλώνουν, η επεκτατική στρατηγική και το άνοιγμα σε ξένες αγορές δεν αποζημιώνει εντελώς τις απώλειες στις πωλήσεις στην Ευρωπαϊκή αγορά. Σε μια αγορά που συρρικνώνεται κατά 8.6%, οι προσπάθειες του ομίλου στοχεύουν στο να κρατήσουν τις πωλήσεις σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο, αν και βλέπουμε ότι σημειώνουν πτώση της τάξης του 18% ενώ το μερίδιο αγοράς πέφτει κατά μια ολόκληρη μονάδα. Το 2013 είναι μια χρόνια προόδου για την Renault, αφού αυξάνει τις πωλήσεις στην Ευρώπη κατά 2.4% και το μερίδιο αγοράς κατά 0.4%, φτάνοντας το 9.5%. Η άνοδος αυτή σε μια αγορά η οποία συνολικά ακόμη παρουσιάζει μια πτωτική πορεία, οφείλεται κυρίως στην επιτυχία της μάρκας Renault (ιδιαίτερα του νέου Clio και του Captur) αλλά και στην επιτυχία της Dacia, η οποία αύξησε τις πωλήσεις της κατά 2.1%. Το 2014, είναι μια ακόμη καλή χρονιά για τον όμιλο, αφού το μερίδιο αγοράς ξεπερνάει το 10% (αύξηση 0.6 μονάδων), ενώ οι πωλήσεις σημειώνουν αύξηση της τάξης του 12.5%. Σε όλες τις Ευρωπαϊκές αγορές σημειώνεται ανάπτυξη, με τις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου (+41.9%), της Πορτογαλίας (+42.1%), της Ισπανίας (+30.2%) και της Ιταλίας (+28.9%) να ξεχωρίζουν.

Άλλη μια καλή χρονιά για την Renault είναι και το 2015, αφού το μερίδιο αγοράς φτάνει το 10.1% ενώ παρατηρείται αύξηση της τάξης του 10.2% στις πωλήσεις. Σε αυτή τη θετική πορεία συμβάλλει η κυριαρχία του ομίλου στην κατηγορία LCV αλλά και στην αγορά ηλεκτρικών οχημάτων (σημειώνοντας αύξηση 49%), όπως και η γρήγορη ανάπτυξη της Dacia η οποία χρόνο με τον χρόνο αυξάνει τις πωλήσεις της.

Η απόδοση της Renault παραμένει σχεδόν ίδια και για το 2016, καθώς η Ευρωπαϊκή αγορά αυτοκινήτων ακολουθεί πλέον ανοδική πορεία. Οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 11.8%, ενώ το μερίδιο αγοράς υπολογίζεται στο 10.6%. Η μάρκα Renault, εξαιτίας του επιτυχημένου προγράμματος ανανέωσης του εύρους των προϊόντων (π.χ. Espace, Talisman και Megane) διατηρεί την κυριαρχία της στην Β κατηγορία οχημάτων πόλης.

Η πρόοδος της Renault συνεχίζεται και για το 2017, καθώς οι πωλήσεις αυξάνονται  κατά 5.6%. Το μερίδιο αγοράς επίσης παρουσιάζει αύξηση αν και ακόμη δεν καταφέρνει να ξεπεράσει το 10%. Η Dacia σημειώνει ρεκόρ πωλήσεων στην Ευρωπαϊκή αγορά (+11.7%), ενώ η κυριαρχία του ομίλου στην αγορά ηλεκτρικών οχημάτων διατηρείται, αφού το μοντέλο ZOE είναι το πιο επιτυχημένο σε πωλήσεις ηλεκτρικό αυτοκίνητο της Ευρώπης. Τέλος, το 2018 βρίσκει την Renault σχετικά στάσιμη σε ότι αφορά τα νούμερα των πωλήσεων καθώς παρατηρείται μια ελάχιστη άνοδος στις πωλήσεις (+0.5%) και στο μερίδιο αγοράς (+0.2%). Η ανοδική πορεία της Renault εξακολουθεί να στηρίζεται στην δυνατή παρουσία του ομίλου στην Β κατηγορία (B segment: Clio, Captur, Sandero) αλλά και στην επιτυχία του νέου Dacia Duster, το οποίο συμβάλει αρκετά στην αύξηση των πωλήσεων της Dacia κατά 10.3% για το 2018.

3.1.4. Ο όμιλος Ford

Η αμερικάνικη Ford Motor Company ιδρύθηκε το 1903 από τον Henry Ford, σαν μια οικογενειακή επιχείρηση η οποία εξελίχθηκε γοργά, ιδιαίτερα μετά το 1908 με την εμφάνιση του μοντέλου T (Model T), του οποίου η μεγάλη επιτυχία οδήγησε στην δημιουργία εργοστασιακών μονάδων για μαζική παραγωγή. Μέχρι το τέλος του 1920, η Ford είχε εργοστασιακές μονάδες σε διάφορα μέρη του κόσμου, κατασκευάζοντας περισσότερα από τα μισά αυτοκίνητα που κυκλοφορούσαν στην Αμερική τότε. Το 1922 η Ford αποκτά την Lincoln Motor Company με σκοπό την παραγωγή αυτοκινήτων πολυτελείας, ενώ το 1938 λανσάρει το πρώτο μοντέλο Mercury, ένα όχημα μέτριου κόστους. Μετά από διάφορες ανακατατάξεις στην στρατηγική της εταιρίας αλλά και στην διοίκηση, φτάνουμε στην δεκαετία του 1990 όταν η Ford πλέον κατέχει την Jaguar και την Aston Martin, ενώ στα τέλη του '90 αποκτά την Volvo, την Land Rover και σημαντικό μερίδιο της Mazda Motor Corporation. Ωστόσο, τον 21^ο αιώνα η Ford αντιμετωπίζει τεράστιες οικονομικές δυσκολίες και αναγκάζεται να

πουλήσει αρκετές μάρκες (π.χ. οι Jaguar, Aston Martin και Land Rover πωλήθηκαν στην Tata Motors Ltd. of India).

Το 2008, η κυβέρνηση των ΗΠΑ ανακοινώνει επείγον οικονομικό πλάνο διάσωσης με στόχο την βοήθεια των τριών μεγάλων κατασκευαστών της χώρας («Big Three»), δηλαδή των Chrysler LLC, General Motors Corporation, και Ford. Με την βοήθεια της κυβέρνησης, αλλά και διάφορων μέτρων που πήρε ο όμιλος, το 2009 η Ford καταφέρνει να αποφύγει την χρεοκοπία. Το 2010 πουλά την Volvo στην κινέζικη εταιρία Zhejiang Geely Holding, ενώ μερικούς μήνες μετά ανακοινώνεται και το τέλος της σειράς Mercury. Σήμερα ο όμιλος κατέχει πλέον μόνο την Ford και την Lincoln και δραστηριοποιείται στην παραγωγή οχημάτων πόλης, SUV, φορτηγών αλλά και αυτοκινήτων πολυτελείας. Για πολλά χρόνια από το 1990 και μετά, οι πωλήσεις των επιβατηγών αυτοκινήτων σημείωναν σταθερή μείωση, ενώ οι πωλήσεις SUV και φορτηγών σημείωναν μεγάλη αύξηση. Πολλοί υποστηρίζουν ότι μέχρι και σήμερα η επιτυχία του ομίλου οφείλεται κυρίως στις πωλήσεις ελαφρών φορτηγών και SUV. Ακόμη και τα κλασικά μοντέλα της στην κατηγορία των επιβατηγών (Taurus και Focus) τα τελευταία χρόνια σημειώνουν χαμηλές πωλήσεις, όπως και η απόδοση της Lincoln στην κατηγορία των οχημάτων πολυτελείας.

Σε ότι αφορά την στην Ευρωπαϊκή αγορά, η πορεία του ομίλου Ford είναι σχετικά σταθερή, διατηρώντας από το 2010 μέχρι και το 2016 την θέση του στην πρώτη πεντάδα με τις πιο επιτυχείς σε πωλήσεις εταιρίες. Από το 2010 μέχρι και το 2013, ο όμιλος βρίσκεται στην πέμπτη θέση ενώ για τα επόμενα τρία, μέχρι δηλαδή και το 2016, ανεβαίνει στην τέταρτη θέση της κατάταξης. Ωστόσο, τα τελευταία δύο χρόνια τα νούμερα των πωλήσεων ρίχνουν τον όμιλο στην έκτη θέση, αφού την πεντάδα συμπληρώνουν ο όμιλος BMW και ο όμιλος FCA. Όπως παρατηρούμε και στο σχεδιάγραμμα 3.4. του παραρτήματος Γ, υπάρχουν αρκετές διακυμάνσεις στα νούμερα των πωλήσεων, ενώ φαίνεται ότι χρόνο με τον χρόνο ο όμιλος παλεύει να φτάσει και να διατηρήσει τις πωλήσεις στο ένα εκατομμύριο. Η χειρότερη χρονιά είναι το 2013, όπου οι πωλήσεις φτάνουν μόλις τα 902.883 οχήματα, ενώ μέχρι και το 2018, δεν καταφέρνει να φτάσει την απόδοση του εν έτη 2010 και νωρίτερα.

Σύμφωνα με τις ετήσιες αναφορές της Ford (οι οποίες περιλαμβάνουν την Ρωσία και την Τουρκία κάτω από τον τίτλο «Ford Europe»), το 2010 το μερίδιο αγοράς του ομίλου στην Ευρώπη είναι 8.4%, μειωμένο κατά 0.7 μονάδες σε σχέση με το 2009,

πράγμα το οποίο οφείλεται εν μέρει και στον τερματισμό των προγραμμάτων απόσυρσης από πολλές Ευρωπαϊκές κυβερνήσεις. Ωστόσο, οι πωλήσεις παρουσιάζουν μια αύξηση της τάξης του 4%, το οποίο οφείλεται κυρίως στα υψηλά νούμερα στην αγορά της Ρωσίας. Το 2011, Ιαπωνικές και Κορεάτικες εταιρίες κάνουν ποιο αισθητή την παρουσία τους στην Ευρώπη, ενώ και μάρκες που ειδικεύονται στα premium οχήματα μεγαλώνουν το εύρος των προϊόντων που προσφέρουν, με αποτέλεσμα να μεγαλώνει και ο ανταγωνισμός. Για την Ford το μερίδιο αγοράς παραμένει σχεδόν ίδιο (8.3%) ενώ οι πωλήσεις αυξάνονται ελάχιστα. Οι αγορές της Γερμανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου, θεωρούνται κινητήριες δυνάμεις για την ανάπτυξη της Ford στην Ευρώπη. Το μερίδιο αγοράς στο Ηνωμένο Βασίλειο παραμένει στο 17.6% ενώ στην Γερμανία οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 9.6%, κυρίως λόγω της επιτυχίας των μοντέλων Ford Focus, C-MAX και S-MAX αλλά και του ρεκόρ πωλήσεων που σημείωσαν τα Ford Transit.

Το 2012, το τοπίο παραμένει σχεδόν ίδιο για την Ford. Σημειώνεται μια πτώση κοντά στο 10% όσον αφορά τις πωλήσεις, το οποίο αντανάκλα την δυσμενή οικονομική κατάσταση λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά και ποιο συγκεκριμένα το εξαιρετικά δυσμενές οικονομικό περιβάλλον στην Ιταλία και στην Ισπανία. Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου είναι η μόνη που παρουσιάζει αύξηση (3.8%), ενώ οι πωλήσεις στην Γερμανία κινούνται στους ίδιους ρυθμούς σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Για το 2013, παραμένουν σχεδόν στα ίδια επίπεδα, με το μερίδιο αγοράς να αγγίζει το 7.8%. Σε πολλές από τις χώρες της Ευρώπης το αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης είναι φανερό και στις πωλήσεις (-4% στην σημαντική για την Ford αγορά της Γερμανίας), ιδιαίτερα στο πρώτο μισό του χρόνου. Ωστόσο, η αύξηση της τάξης του 11% στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου και η καλή σχετικά απόδοση του ομίλου στις αγορές της Τουρκίας και της Ρωσίας, καταφέρνουν να κρατούν τα επίπεδα των πωλήσεων σε σχεδόν ίδια με τον προηγούμενο χρόνο. Το 2014, το μερίδιο αγοράς για την Ford παραμένει σχεδόν ίδιο (7.2%), ενώ ο όγκος των πωλήσεων για τις χώρες της Ευρώπης (εκτός Ρωσίας και Τουρκίας) φτάνει το 18.6, ελάχιστα ποιο υψηλά από τον προηγούμενο χρόνο.


Το 2015 βρίσκει την Ford με αυξημένο μερίδιο αγοράς (7.7%), αυξημένο όγκο πωλήσεων (19.2) και ανοδική πορεία στις πωλήσεις. Ωστόσο, στην ετήσια αναφορά της για το 2015, περιλαμβάνει την Τουρκία και την Ρωσία, οι οποίες ανέκαθεν

ανέβαζαν τα συνολικά νούμερα των πωλήσεων σε ότι αφορά την Ευρωπαϊκή αγορά. Για τα επόμενα τρία χρόνια, δηλαδή μέχρι και το 2018 ο όμιλος Ford μένει σχεδόν στάσιμος. Το μερίδιο αγοράς είναι 7.7%, 7.5% και 7.2% για το 2016, 2017 και 2018 αντίστοιχα, παρουσιάζοντας μια σταθερή πτώση, καταφέροντας όμως να μην πέσει κάτω του 7%. Από την άλλη μεριά, ο όγκος των πωλήσεων ξεκινώντας από το 2016 με 20.1%, ανεβαίνει το 2017 απότομα σχεδόν μια μονάδα φτάνοντας το 20.9%, ενώ το 2018 παραμένει σταθερός.

3.1.5. Ο όμιλος BMW

Η γερμανική BMW (Bayerische Motoren Werke AG) ιδρύθηκε το 1916 με την ονομασία Bayerische Flugzeug-Werke, και δραστηριοποιούνταν αρχικά στην κατασκευή κινητήρων αεροσκαφών. Το 1917 παίρνει την ονομασία που έχει σήμερα, ενώ το 1920 ξεκινά την παραγωγή μοτοσυκλετών και το 1928 κάνει την εμφάνιση της στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας. Μετά το τέλος του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου η εταιρία προσπαθεί να μπει στην αγορά μικρών αυτοκινήτων, αν και ήταν αδύνατο να κερδίσει το παιχνίδι του ανταγωνισμού με την Volkswagen στην κατηγορία αυτή. Μέχρι και το 1959 η BMW ήταν στα πρόθυρα της χρεοκοπίας, ενώ μέσα στα πλάνα της εταιρίας ήταν και η πώληση της στην Daimler-Benz. Τον ίδιο χρόνο ωστόσο, κατάφερε να ανακάμψει οικονομικά, λανσάροντας την σειρά μοντέλων 700 και αργότερα την σειρά 1500, οι οποίες σημείωσαν μεγάλη επιτυχία. Το ίδιο περίπου διάστημα, μια καινούργια σειρά μοτοσυκλετών κάνει την εμφάνιση της και σημειώνει τεράστια επιτυχία ιδιαίτερα στις ΗΠΑ.

Μέχρι το τέλος του 20^{ου} αιώνα η BMW εδραιώνει την θέση της στην κατηγορία premium οχημάτων, ενώ σε μια προσπάθεια να μπει στην αγορά των SUV, η εταιρία αγοράζει την Rover Group το 1994. Λίγο αργότερα, το 2000, μετά από τεράστιες απώλειες, πουλά την Land Rover στην Ford. Σήμερα ο όμιλος BMW έχει τις ακόλουθες μάρκες: BMW, MINI και Rolls Royce και δραστηριοποιείται στον χώρο των αυτοκινήτων premium κατηγορίας και οχημάτων πολυτελείας.

Ο όμιλος BMW  έχει μια σχετικά σταθερή πορεία στην Ευρωπαϊκή αγορά, που τα τελευταία χρόνια θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και ανοδική. Κάθε χρόνο, από το 2010, βρίσκεται μέσα στην δεκάδα με τις πιο επιτυχημένες εταιρίες πωλήσεων αυτοκινήτων στην Ευρώπη. Το 2010 και 2011

κατακτά την έβδομη θέση, ενώ από το 2012 και για τα επόμενα τρία χρόνια κατέχει την έκτη θέση στην κατάταξη. Το 2015 ξεκινά μια ανοδική πορεία, αφού ο όμιλος έρχεται πέμπτος, διατηρώντας την θέση του και για το 2016, ενώ το 2018 φτάνει στην τέταρτη θέση, αφήνοντας πίσω του τον όμιλο FCA. Σε ότι αφορά συγκεκριμένα τα νούμερα των πωλήσεων, όπως παρατηρούμε και στο σχεδιάγραμμα 3.5. του παραρτήματος Γ, από το 2010 και για τα επόμενα πέντε χρόνια, οι πωλήσεις κινούνται σε χαμηλά επίπεδα, κάτω του ενός εκατομμυρίου. Ωστόσο, από το 2016 και μετά οι πωλήσεις είναι κάτι παραπάνω του ενός εκατομμυρίου και διατηρούνται σταθερές σχεδόν μέχρι και το 2018.

Κάνοντας μια ανασκόπηση στις ετήσιες αναφορές της BMW, παρατηρούμε ότι το 2010 ήταν μια δύσκολη χρονιά όπως και για τις περισσότερες εταιρίες αυτοκινήτων, αφού η ζήτηση σε χώρες όπως η Ιταλία και η Γαλλία ήταν αρκετά μειωμένη λόγω οικονομικής κρίσης, ενώ πολλά κυβερνητικά προγράμματα απόσυρσης αυτοκινήτων όπως αυτό της Γερμανίας, έφτασαν στο τέλος τους. Παρόλα αυτά, συνολικά για την BMW οι πωλήσεις στην Ευρώπη αυξήθηκαν κατά 3.9% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο, καθώς αυξημένη ζήτηση σημειώθηκε στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου (+12.9%), στην Γαλλία (+2.4%) και στην Ισπανία (1.4%), ενώ οι πωλήσεις στην σημαντική αγορά της Γερμανίας έμειναν ίδιες με τον προηγούμενο χρόνο. Το 2011, η αγορά στην Ευρώπη συνεχίζει να αντιμετωπίζει δυσκολίες, ενώ κυβερνητικά προγράμματα που δημιουργήθηκαν για να τονώσουν την αγορά, λήγουν σταδιακά. Και οι τρεις μάρκες της BMW παρουσιάζουν αύξηση στις πωλήσεις, της τάξης του 8.5%, με μεγάλες αυξήσεις στα νούμερα των πωλήσεων στην αγορά της Γερμανίας (+6.8%), του Ηνωμένου Βασιλείου (+8.2%) αλλά και της Ιταλίας (+4.9%). Η μόνη αγορά που σημείωσε μεγάλη πτώση είναι αυτή της Ισπανίας (-10.3%).

Το 2012, οι πωλήσεις σημειώνουν οριακή αύξηση, της τάξης του 0.8%, καθώς οι πωλήσεις στην Γαλλία και στη Ιταλία δεν καταφέρνουν να ακολουθήσουν μια ανοδική πορεία, σημειώνοντας πτώση 4.4% και 16.5% αντίστοιχα, εξαιτίας της κρίσης δημόσιου χρέους που αφορά κυρίως την Ιταλία. Τις απώλειες αυτές με κάποιο τρόπο καλύπτει η αύξηση στις πωλήσεις του Ηνωμένου Βασιλείου (+4.2%) και της Ρωσίας (+33%). Παρά το κλίμα αβεβαιότητας που κυριαρχεί στην Ευρωπαϊκή οικονομία, το 2013 η BMW καταφέρνει να κρατήσει σχεδόν σταθερές τις πωλήσεις της, σημειώνοντας μια ελάχιστη πτώση (-0.7%). Η αγορά της Γερμανίας σημειώνει πτώση

της τάξης του 9.8%, ενώ αντίθετα η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου ακμάζει (+8.4%), με την παράδοση 189,219 μοντέλων BMW, MINI και Rolls-Royce σε βρετανούς πελάτες. Το 2014, η BMW κάνει ρεκόρ πωλήσεων στην παγκόσμια αγορά, ενώ καθώς η Ευρωπαϊκή αγορά αρχίζει να σταθεροποιείται, οι πωλήσεις του ομίλου αυξάνονται κατά 6.4%. Το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία πλέον, συνεχίζουν να είναι οι πυλώνες των πωλήσεων της BMW στην Ευρώπη. Το 2015 είναι μια ακόμη καλή χρονιά για την BMW, αφού και οι τρεις μάρκες του ομίλου συμβάλουν στην αύξηση της τάξης του 9.4% στις πωλήσεις, ενώ άνοδο σημειώνουν και οι αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου (12.6%) και της Γερμανίας (+5%).

Το 2016, η ανάπτυξη στις πωλήσεις των χωρών της νότιας Ευρώπης συνεχίζεται ενώ τα νούμερα των πωλήσεων παραμένουν σταθερά στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου παρά το θέμα του Brexit. Έτσι οι πωλήσεις ξεπερνούν το ένα εκατομμύριο αφού αυξάνονται κατά 9.6%. Το 2017 η BMW διατηρεί τα νούμερα των πωλήσεων σε κάτι παραπάνω από ένα εκατομμύριο (+0.9% σε σχέση με το 2016) παρά το σκάνδαλο των νίζελ που επηρέασε κατά πολύ την Γερμανική αγορά αλλά και το ζήτημα του Brexit το οποίο ακόμη προκαλεί αναταράξεις. Έτσι, στην αγορά της Γερμανίας σημειώνεται πτώση (-1%), όπως στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου (-4.2%). Τέλος, το 2018 οι πωλήσεις κινούνται σχετικά στα ίδια επίπεδα (με μια μικρή μείωση της τάξης του 0.3%), αφού στο Ηνωμένο Βασίλειο σημειώνεται πτώση (-1.4%) κυρίως λόγω των συνεχόμενων διαπραγματεύσεων για το ζήτημα του Brexit. Από την άλλη μεριά, η αγορά της Γερμανίας δίνει θετικά σημάδια καθώς οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 4.9%.

3.2. Οι πέντε κορυφαίες μάρκες αυτοκινήτων στην Ευρώπη.

Σύμφωνα με την Ένωση Ευρωπαίων Κατασκευαστών Αυτοκινήτων (European Automobile Manufacturers Association- ACEA), οι πέντε πιο επικερδείς σε πωλήσεις μάρκες στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2018 είναι οι ακόλουθες: Volkswagen, Renault, Ford, Opel-Vauxhall και Peugeot. Παρατηρούμε ότι τα τελευταία οκτώ χρόνια η γερμανική Volkswagen βρίσκεται σταθερά στην πρώτη θέση, όπως και η γαλλική Peugeot βρίσκεται σταθερά στην πέμπτη θέση με μόνη εξαίρεση το 2018 που ανεβαίνει στην τέταρτη θέση. Οι υπόλοιπες μάρκες εναλλάσσονται χρόνο με τον χρόνο στην δεύτερη, τρίτη και τέταρτη θέση. Την δεκάδα συμπληρώνουν οι ακόλουθες

μάρκες: Citroen, Fiat, Audi, BMW, Mercedes, Skoda και Toyota. Στον πίνακα 4.1 του παραρτήματος Δ παρουσιάζεται η κατάταξη τους αναλυτικά από το 2010 μέχρι και το 2018.


Το κεφάλαιο αυτό, παρουσιάζει και αναλύει τις πέντε αυτές μάρκες αυτοκινήτων που ξεχωρίζουν τα τελευταία χρόνια στην Ευρωπαϊκή αγορά ενώ παρουσιάζονται επίσης αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων και το μερίδιο αγοράς της κάθε μάρκας στους πίνακες 4.2., 4.3., 4.4., 4.5 και 4.6. του παραρτήματος Δ.

3.2.1. Volkswagen

Τα αυτοκίνητα Volkswagen φημίζονται εδώ και χρόνια για την αξιοπιστία, την ασφάλεια και την υψηλή τους ποιότητα παγκοσμίως. Η φήμη αυτή μπορεί να κλονίστηκε με το σκάνδαλο των ντίζελ το 2015, ωστόσο όπως γίνεται φανερό και από τα νούμερα των πωλήσεων, οι καταναλωτές της Ευρώπης αλλά και παγκόσμια συνεχίζουν να αγοράζουν και να στηρίζουν κάθε νέο μοντέλο της Volkswagen. Η Volkswagen προσφέρει μια αρκετά μεγάλη ποικιλία σε ότι αφορά τον σχεδιασμό, τα τεχνικά χαρακτηριστικά αλλά και τον τύπο καυσίμου. Από μικρά ή μεσαίου μεγέθους επιβατηγά και SUV διάφορων ειδών μέχρι καλοσχεδιασμένα σπορ μοντέλα, πετρελαιοκίνητα και ηλεκτρικά οχήματα. Οι τιμές των Volkswagen είναι ανάλογες της υψηλής ποιότητας που προσφέρουν γι αυτό και πολλοί υποστηρίζουν ότι η αγορά ενός Volkswagen αποδεικνύει την αξία του στο μέλλον πολύ περισσότερο από την αγορά ενός Ford ή Opel αυτοκινήτου της ίδιας κατηγορίας.

Οι πωλήσεις των Volkswagen στην Ευρώπη αλλά και το μερίδιο αγοράς από το 2010 και μετά παρουσιάζουν διάφορες διακυμάνσεις, με τα μεγαλύτερα νούμερα να σημειώνονται το 2018 (πουλήθηκαν 1.717.108 μοντέλα Volkswagen), ενώ το 2013 σημειώνεται η μεγαλύτερη πτώση (πουλήθηκαν 1.541.890 μοντέλα Volkswagen). Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς σημειώθηκε το 2012, με ποσοστό 12.82%, ενώ το χαμηλότερο μερίδιο αγοράς σημειώνεται το 2017, με ποσοστό 10.88%. Αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων και τα ποσοστά στο μερίδιο αγοράς της Volkswagen από το 2010 μέχρι το 2018



παρουσιάζονται στον πίνακα 4.2. του παράρτημα Δ. Το ποιο  επιτυχημένο μοντέλο της Volkswagen είναι αναμφισβήτητα το Volkswagen Golf, του οποίου οι πωλήσεις κυμαίνονται στο μισό

εκατομμύριο μονάδες. Μεγάλη επιτυχία σημειώνει επίσης και η δεύτερη γενιά του μεσαίου μεγέθους SUV, Tiguan, αν και δεν έχει ξεπεράσει σε πωλήσεις το Golf. Η Volkswagen επίσης κυριαρχεί με το μικρού μεγέθους Passat, αλλά και με τα μεσαίου μεγέθους MPV, Touran, Golf και Sportvan. Η σειρά Up! minicars, φαίνεται επίσης να συμβάλει δυναμικά στις ετήσιες πωλήσεις, ενώ τα υπόλοιπα μοντέλα κινούνται σε μικρότερα επίπεδα πωλήσεων. Χαμηλότερες πωλήσεις σημειώνουν τα Beetle, Eos convertible, Scirocco coupe και Phaeton limousine.

Κάνοντας μια ανασκόπηση στις ετήσιες αναφορές της Volkswagen μεταξύ 2010-2018, παρατηρούμε ότι σε γενικές γραμμές οι πωλήσεις σημείωναν αύξηση χρόνο με τον χρόνο, ενώ μεταξύ 2010 και 2014, η ζήτηση σε αγορές εκτός Ευρώπης (π.χ. Κίνα, Ρωσία) ήταν αυξημένη σε σχέση με τις Ευρωπαϊκές χώρες. Για το 2010, παρατηρούμε ότι σημειώνεται μια αύξηση σε μονάδες πωλήσεων κατά 11.7% με τα μοντέλα Golf, Polo, Tiguan να έχουν την πιο αυξημένη ζήτηση. Η αύξηση στις μονάδες πωλήσεων φτάνει το 15.2% το 2011, καθώς οι πωλήσεις σε ΗΠΑ, Αργεντινή και Νότια Αφρική φαίνεται να σημειώνουν υψηλά επίπεδα ανάπτυξης. Το 2012 συνεχίζεται η θετική πορεία ανάπτυξης, αν και η αύξηση σε μονάδες πωλήσεων είναι ελάχιστα πιο μικρή από ότι τα δυο προηγούμενα χρόνια (9%). Το 2013, οι πωλήσεις σε μονάδες για την Volkswagen έχουν αρνητικό πρόσημο καθώς μειώνονται κατά 3%, αφού η ζήτηση στην Ευρωπαϊκή αγορά αλλά και στην Γερμανία πιο συγκεκριμένα, είναι εξαιρετικά χαμηλή λόγω της οικονομικής ύφεσης.

Το 2014 συνεχίζεται η μείωση στις μονάδες πωλήσεων (κατά 2.6% για τον χρόνο αυτό), καθώς η ζήτηση σε Ρωσία και Νότια Αμερική μειώνεται αισθητά, αν και οι πωλήσεις στην Δυτική Ευρώπη, και ιδιαίτερα στο Ηνωμένο Βασίλειο σημειώνουν αύξηση σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Το 2015 έρχεται στο φως το σκάνδαλο των ντίζελ και επηρεάζει αισθητά την απόδοση στις πωλήσεις, ιδιαίτερα στις χώρες της Ευρώπης. Παρότι οι πωλήσεις σε Ιταλία, Ισπανία, Τουρκία και Μεξικό ήταν ενθαρρυντικές, σημειώνεται μια πτώση στις μονάδες πωλήσεων της τάξης του 3.5%. Η πτώση στις μονάδες πωλήσεων συνεχίζει και το 2016 (κατά 1.7%) εξαιτίας του δυσμενούς οικονομικού περιβάλλοντος στις αγορές της Βραζιλίας και της Ρωσίας, ενώ βλέπουμε ουσιαστικές αυξήσεις στις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου, της Τσεχίας, της Πολωνίας, του Μεξικό και της Κίνας. Το 2017 ενώ οι πωλήσεις είναι ακόμη μειωμένες στην Γερμανία λόγω του σκανδάλου των ντίζελ, σε όλες τις υπόλοιπες

περιοχές
τα νούμερα



βλέπουμε να έχουν αυξητική πορεία. Ωστόσο, παρατηρώντας βλέπουμε μια πτώση της τάξης του 17%, η οποία όμως εξηγείται λόγω ανακατανομών των εταιριών στην εσωτερική δομή του ομίλου Volkswagen. Τέλος, το 2018 φαίνεται να ήταν μια αρκετά ενθαρρυντική χρονιά για την Volkswagen, αφού σταδιακά ανακτά την εμπιστοσύνη των Ευρωπαίων καταναλωτών μετά το σκάνδαλο των ντίζελ. Ανάπτυξη στις πωλήσεις σημειώνονται κυρίως στην Ιταλία, Βραζιλία και Ρωσία, ενώ για πρώτη φορά μετά από αρκετό καιρό οι μονάδες σε πωλήσεις δείχνουν αισθητή αύξηση, συγκεκριμένα κατά 4%.

3.2.2. Renault

Η Renault είναι μια από τις μακροβιότερες γαλλικές μάρκες αυτοκινήτων που μέχρι και σήμερα συνεχίζει να κυριαρχεί στην αγορά της Ευρώπης, ιδιαίτερα μετά την συνεργασία της με την Ιαπωνική μάρκα Nissan. Η Renault ειδικεύεται κυρίως σε μικρά αυτοκίνητα πόλης αλλά και σε οικογενειακά αυτοκίνητα που είναι καλοσχεδιασμένα, με αρκετά καλό εξοπλισμό ενώ έχουν λάβει και καλές κριτικές σε ότι αφορά την ασφάλεια. Το εύρος των τιμών είναι προσιτό για μια μεγάλη μερίδα καταναλωτών. Πέρα από τα επιβατηγά οχήματα, η Renault πρωτοπορεί στην αγορά ηλεκτρικών οχημάτων, ιδιαίτερα στην Ευρώπη αλλά και στην αγορά ελαφρών εμπορικών οχημάτων (LCV).

Η Renault το 2010 βρίσκεται στην δεύτερη θέση με τις μεγαλύτερες πωλήσεις στην Ευρώπη μετά την Volkswagen, ενώ μεταξύ 2011-2015 κατατάσσεται στην τρίτη και τέταρτη θέση, μετά την Ford και την Opel/Vauxhall. Το 2016 και μέχρι το 2018 ανεβαίνει ξανά στην δεύτερη θέση, κυρίως λόγω της επιτυχίας που σημειώνουν τα μικρά αυτοκίνητα της γαλλικής μάρκας. Οι πωλήσεις των Renault στην Ευρώπη αλλά και το μερίδιο αγοράς από το 2010 και μετά δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερα μεγάλες αλλαγές. Συγκεκριμένα το 2010 σημειώνεται το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (8,36%), ενώ μέχρι το 2018 βλέπουμε μια σταδιακή μείωση, με το χαμηλότερο μερίδιο πωλήσεων να σημειώνεται το 2013 (6,51%). Ενώ το 2010 πωλήθηκαν 1.164.277 οχήματα Renault, το 2013 αυτός ο αριθμός πέφτει αρκετά, κάτω του ενός εκατομμυρίου (797.577). Αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων και τα ποσοστά στο μερίδιο αγοράς των μοντέλων της Renault από το 2010 μέχρι το 2018 παρουσιάζονται στον πίνακα 4.3. στο Παράρτημα Δ.

Το ποιο επιτυχημένο μοντέλο της Renault σε ότι αφορά τις πωλήσεις είναι το Clio με περισσότερες από 300.000 πωλήσεις ετησίως, ενώ δεύτερο έρχεται το μικρό crossover Captur με περισσότερες από 200.000 πωλήσεις ετησίως, το ποιο επιτυχημένο στην κατηγορία του. Επίσης, το αυτοκίνητο πόλης Zoe, είναι το ποιο επικερδές σε πωλήσεις ηλεκτρικό αυτοκίνητο της Ευρώπης, με 30.000 πωλήσεις ετησίως. Μοντέλα με λιγότερη απήχηση είναι τα Megane, Kadjar και Koleos, αν και το τελευταίο δεν σχεδιάστηκε για τις ανάγκες της ευρωπαϊκής αγοράς. Ωστόσο μοντέλα όπως το Koleos και το Talisman δεν εξαρτώνται από την ευρωπαϊκή αγορά, αφού έχουν μεγάλη απήχηση κυρίως στην αγορά της Κίνας, της Μέσης Ανατολής και της Νότιας Κορέας. Τέλος μια κατηγορία που πάντα κυριαρχούσε η Renault ήταν τα πολυμορφικά αυτοκίνητα (MPV) αφού ήταν η πρώτη που λάνσαρε το πρώτο μεγάλο πολυμορφικό αυτοκίνητο στην Ευρώπη (Espace) στις αρχές της δεκαετίας του '80. Τα τελευταία χρόνια οι πωλήσεις σε αυτή τη κατηγορία μειώνονται χρόνο με το χρόνο, με το Espace και το Scenic να σημειώνουν πωλήσεις κάτω από 20.000 και 100.000 ετησίως αντίστοιχα.

Κάνοντας μια ανασκόπηση στις ετήσιες αναφορές της Renault μεταξύ 2010-2018, βλέπουμε ότι υπάρχουν διακυμάνσεις στα επίπεδα των πωλήσεων αν και γενικά κινούνται σε ρυθμούς ανάπτυξης. Η επιτυχημένη πορεία της Renault στην αγορά ηλεκτρικών αυτοκινήτων αλλά και η μακρόχρονη κυριαρχία της στις πωλήσεις ελαφρών εμπορικών οχημάτων (LCV) βλέπουμε ότι κρατάει την γαλλική μάρκα σε μια σταθερά αναπτυξιακή πορεία. Το 2010 είναι μια καλή χρονιά για την Renault, εφόσον διατηρεί την δεύτερη θέση στις πωλήσεις στην Ευρώπη, μετά την Volkswagen. Το μερίδιο αγοράς για την γαλλική μάρκα είναι αυξημένο σε σχέση με το 2009, ενώ ο όγκος των πωλήσεων συγκεκριμένα αυξάνεται κατά 14% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Η σειρά Mégane σημειώνει αύξηση στο μερίδιο αγοράς στην κατηγορία αυτή, ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Το 2011, μεγάλη ανάπτυξη σημειώνουν οι πωλήσεις της Renault εκτός Ευρώπης, ενώ στην Ευρώπη βλέπουμε πως πέφτει από την δεύτερη στην τρίτη θέση, μετά την Volkswagen και την Ford που βρίσκονται στην πρώτη και δεύτερη θέση αντίστοιχα. Οι πωλήσεις των Renault αντιπροσωπεύουν το 83% των συνολικών πωλήσεων του ομίλου Renault, σημειώνοντας αύξηση κατά 6.8% σε σχέση με το 2010. Η κυριαρχία της Renault στα LCV συνεχίζεται καθώς το μερίδιο αγοράς για αυτή την κατηγορία ανέρχεται στο 15.6%.

Για το 2012 οι πωλήσεις μειώνονται κατά 6% σε σχέση με το 2011 κυρίως λόγω της οικονομικής ύφεσης στην Ευρώπη, αφού οι πωλήσεις εκτός Ευρώπης σημειώνουν αύξηση κατά 13.9%. Η Renault συνεχίζει να έρχεται πρώτη στις πωλήσεις LCV ενώ ταυτόχρονα έχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στην Ευρώπη σε ότι αφορά τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα (28%). Το 2013 οι πωλήσεις αυξάνονται μόλις 0.4%, ενώ το νέο Clio είναι το πιο επιτυχημένο μοντέλο σε πωλήσεις στην Γαλλία και το τρίτο πιο επιτυχημένο μοντέλο σε πωλήσεις στην Ευρώπη. Το 2014 το μερίδιο αγοράς της Renault φτάνει το 7.6% σημειώνοντας μια μικρή αύξηση της τάξης του 0.2 μονάδων σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Μεγάλη επιτυχία συνεχίζουν να σημειώνουν τα μοντέλα Clio και Captur, ενώ η Renault είναι η νούμερο ένα μάρκα σε πωλήσεις την Γαλλία και η τρίτη πιο επιτυχημένη μάρκα σε πωλήσεις στην Ισπανία.


Για το 2015 η Renault συνεχίζει να κυριαρχεί στην αγορά ηλεκτρικών αυτοκινήτων αλλά και στην αγορά LCV για 18^η συνεχή χρονιά. Η Renault θεωρείται η πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη μάρκα του ομίλου Renault, κυρίως λόγω της κυριαρχίας της στην κατηγορία των LCV, ενώ σημειώνει μια αύξηση της τάξης του 2.4% στις πωλήσεις σε σχέση με το 2014, σε ότι αφορά επιβατηγά οχήματα και LCV. Το 2016 η γαλλική μάρκα επανέρχεται δυναμικά καθώς ξαναπαίρνει την δεύτερη θέση στις πωλήσεις στην Ευρώπη. Το μερίδιο αγοράς αυξάνεται κατά 0.4% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο φτάνοντας το 8.1%. Η αύξηση αυτή οφείλεται κυρίως στο επιτυχημένο πρόγραμμα ανανέωσης μια σειράς από μοντέλα, συμπεριλαμβανομένου και του Espace, Talisman και Megane όπως και στην επιτυχία των Clio και Captur που κυριαρχούν στην B κατηγορία αυτοκινήτων πόλης.

Το 2017 η Renault διατηρεί την δεύτερη θέση στις πωλήσεις στην Ευρώπη, σημειώνοντας αύξηση κατά 3.7% στο μερίδιο αγοράς. Η αύξηση αυτή στις πωλήσεις οφείλεται κυρίως στην ολοκληρωμένη ανανέωση της σειράς Megane, στην παρουσίαση του νέου μοντέλου Koleos αλλά και στην σταθερή επιτυχία των μοντέλων Clio και Captur. Τέλος, το 2018 ενώ η Renault παραμένει στην δεύτερη θέση στην Ευρώπη, οι πωλήσεις σημειώνουν μια πτώση της τάξης του 5.2%. Είναι φανερό ότι η ανάπτυξη στις πωλήσεις του ομίλου αλλά και της μάρκας βασίζονται στην επιτυχία B κατηγορίας αυτοκινήτων πόλης (Clio, Captur, Sandero), στις σταθερά αυξανόμενες πωλήσεις LCV αλλά και στην κυριαρχία της Renault στην αγορά ηλεκτρικών αυτοκινήτων.

3.2.3. Ford

Η αμερικάνικη μάρκα Ford είναι γνωστή για τα καλοσχεδιασμένα οχήματα που προσφέρει στην αγορά, όπως και για την έμφαση που δίνει στην εμπειρία της οδήγησης και στον άριστο εσωτερικό σχεδιασμό. Η Ford προσφέρει ένα ολοκληρωμένο εύρος από επιβατηγά οχήματα, SUV και LCV ενώ έχει λανσάρει μοντέλα κυρίως μικρού και μεσαίου μεγέθους οχημάτων. Για δεκαετίες τα αυτοκίνητα Ford είναι η πρώτη επιλογή για το Ηνωμένο Βασίλειο καθώς προσφέρει τεχνολογικά προηγμένα οχήματα τα οποία κινούνται σε ένα μεσαίου εύρους τιμές, καθώς το πιο φθινό μοντέλο της Ford, το αυτοκίνητο πόλης Ford Ka+, ξεκινάει από τα 11.000 ευρώ.

Η απήχηση της Ford στους Ευρωπαίους καταναλωτές είναι φανερή, καθώς από το 2010 μέχρι και το 2018 η Ford βρίσκεται πάντα στην πρώτη τριάδα με τις πιο επιτυχημένες σε πωλήσεις μάρκες στην Ευρώπη. Το 2010 βρίσκεται στην τρίτη θέση μετά την Renault, αλλά μεταξύ 2011-2015 ξεπερνάει σε πωλήσεις την Renault, παίρνοντας την δεύτερη θέση μετά την Volkswagen. Ενώ τα αυτοκίνητα Ford συνεχίζουν να είναι αγαπητά στους Ευρωπαίους καταναλωτές, από το 2016 μέχρι και το 2018 η Ford βρίσκεται ξανά στην τρίτη θέση μετά την Renault. Το μερίδιο αγοράς της μάρκας στην ευρωπαϊκή αγορά από το 2009 έως και το 2016 σημειώνει πτώση όπως και άλλες κυρίαρχες ευρωπαϊκές μάρκες (π.χ. Fiat, Opel, Citroën), καθώς όπως φαίνεται οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται προς ανώτερης κατηγορίας οχήματα (premium cars) ή οχήματα χαμηλού κόστους.

Από το 2011 μέχρι και το 2016 το μερίδιο αγοράς μειώνεται παραπάνω από μια ποσοστιαία μονάδα. Το 2014 και το 2015 οι πωλήσεις ανεβαίνουν ελάχιστα, χωρίς να ακολουθούν όμως τους ρυθμούς της αγοράς, γι αυτό και η Ford χάνει την δεύτερη θέση στις πωλήσεις από την Renault. Η πτώση αυτή οφείλεται κυρίως στην έλλειψη νέων μοντέλων στην ευρωπαϊκή αγορά. Κλείνοντας το εργοστάσιο της στο Βέλγιο και αντικαθιστώντας το με ένα νέο στην Ισπανία, είχε ως αποτέλεσμα μοντέλα όπως το Mondeo,  που το αντίστοιχο του στην Αμερική και την Κίνα ήταν στην αγορά από το 2012, να εμφανίζεται στην Ευρώπη το 2015, με 3 χρόνια καθυστέρηση. Παρόμοια πορεία ακολούθησε και Ford Galaxy και S-Max αν και το τελευταίο αμέσως είχε απήχηση σε σχέση με άλλα αυτοκίνητα της κατηγορίας του.

Το πιο επιτυχημένο μοντέλο της αμερικάνικης μάρκας είναι το Ford Fiesta, το οποίο αν και ανανεώθηκε στην όψη το 2013, θυμίζοντας μοντέλα της Aston Martin,

από το 2010 μέχρι και το 2014 σημείωνε μια συνεχόμενη πτώση στις πωλήσεις. Η τρίτη γενιά Ford Focus αν και είχε επιτυχία τον πρώτο χρόνο κυκλοφορίας του (2011), αργότερα σημείωνε σταδιακή πτώση στις πωλήσεις. Το 2012 η Ford λανσάρει το B-Max το οποίο κυριαρχεί στην κατηγορία πολυμορφικών οχημάτων αν και γρήγορα πέφτει στην τέταρτη θέση το 2014, και συνεχίζει να παρουσιάζει πτώση στις πωλήσεις. Τέλος το νέο μικρό SUV Ecosport προσπαθεί να ανταγωνιστεί άλλα μοντέλα της κατηγορίας όπως το Captur της Renault, ωστόσο βρίσκεται αρκετά πίσω στις πωλήσεις σε σχέση με παρόμοια μοντέλα της κατηγορίας του κυρίως γιατί δεν δημιουργήθηκε ειδικά για τις ανάγκες της ευρωπαϊκής αγοράς.

Κάνοντας μια ανασκόπηση χρόνο με τον χρόνο στις πωλήσεις της Ford στην Ευρώπη, σε ότι αφορά το μερίδιο αγοράς βλέπουμε μια σταδιακή πτώση από το 2010 μέχρι και το 2018. Το δυσμενές κλίμα και οι οικονομικές δυσκολίες που αντιμετώπιζε η αμερικάνικη μάρκα άρχισε να βελτιώνεται σταδιακά από το 2010 και μετά κυρίως λόγω των αυξημένων πωλήσεων στην Βόρεια Αμερική, αν και η ευρωπαϊκή αγορά αποδείχτηκε αρκετά απαιτητική. Ο ανταγωνισμός με κυρίαρχες μάρκες όπως η Renault και η Volkswagen αλλά και η οικονομική κρίση που είχε αρνητικό αντίκτυπο στην ευρωπαϊκή αγορά από το 2007, συμβάλλουν επίσης στην πτώση των πωλήσεων της αμερικάνικης μάρκας. Το 2010 το μερίδιο αγοράς φτάνει το 8,11% ενώ το 2011 σημειώνει ελάχιστη πτώση φτάνοντας το 7,99%. Και ενώ το 2011 η Ford βρίσκεται στην δεύτερη θέση όσον αφορά τις πωλήσεις στην Ευρώπη την οποία κρατά μέχρι και το 2015, η πτώση στο μερίδιο αγοράς συνεχίζει με σταθερό ρυθμό, καθώς από το 2012 μέχρι το 2017, σημειώνει 7,57%, 7,50%, 7,41%, 7,34%, 6,94% και 6,65% για τον κάθε χρόνο αντίστοιχα. Αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων και τα ποσοστά στο μερίδιο αγοράς των μοντέλων της Ford από το 2010 μέχρι το 2018 παρουσιάζονται στον πίνακα 4.4. στο παράρτημα Δ.

3.2.4. Opel-Vauxhall

Η ιστορία της Opel ξεκινά από τις αρχές της δεκαετίας του 1900 όταν η αμερικάνικη General Motors αγοράζει την Opel ως θυγατρική της. Τα μοντέλα της Opel πωλούνται με το εταιρικό σήμα Vauxhall στην Αγγλία. Η Opel και η βρετανική Vauxhall δραστηριοποιούνται κυρίως στην παραγωγή αυτοκινήτων πόλης και οικογενειακών αυτοκινήτων, μικρού αλλά και μεγάλου μεγέθους. Τα μοντέλα της στοχεύουν κυρίως

στην άνεση και στην σταθερότητα κατά την οδήγηση αλλά και στην αξιοπιστία. Τα μοντέλα της Opel κινούνται σε μεσαίου εύρους τιμές με το ποιο φθηνό να ξεκινά από 10.000 ευρώ, προσεγγίζοντας μια μεγάλη μερίδα του καταναλωτικού κοινού.

Σε ότι αφορά τις πωλήσεις στην Ευρώπη, η Opel τα έτη 2010-2011 βρίσκεται στην τέταρτη θέση με τις πιο επικερδείς μάρκες αυτοκινήτων στην Ευρώπη, ενώ από το 2012 μέχρι και το 2014 ανεβαίνει στην τρίτη θέση. Από το 2015 μέχρι και το 2017 κατεβαίνει άλλη μια θέση στην κατάταξη, ενώ το 2018 φτάνει μόλις στην πέμπτη θέση μετά την Peugeot. Οι πωλήσεις της Opel και της βρετανικής Vauxhall δείχνουν μια σταθερή μείωση από το 2004 έως και το 2013 όπως και οι πωλήσεις των περισσότερων μεγάλων ανταγωνιστών της. Από το 2010 μέχρι και το 2017, η Opel παρουσιάζει συνεχόμενες απώλειες στις πωλήσεις που οφείλεται κυρίως στην απόφαση της General Motors (ο όμιλος που άνηκε η Opel μέχρι και το 2017) να μειώσει τις επενδύσεις στον τομέα έρευνας και ανάπτυξης (R&D). Ως αποτέλεσμα η Opel έμεινε πίσω σε ότι αφορά τον τομέα εξοικονόμησης καυσίμου, ενώ η εισαγωγή νέων μοντέλων, όπως η νέα γενιά Opel Corsa, καθυστέρησε επίσης.

Το 2013 η Opel αγγίζει τα χαμηλότερα νούμερα (824.000 πωλήσεις), μια απώλεια μεγαλύτερη του μισού εκατομμυρίου μονάδων σε μόλις 5 χρόνια. Το 2016 επανέρχεται φτάνοντας κάτι λιγότερο από ένα εκατομμύριο πωλήσεις, κυρίως εξαιτίας της σχετικής επιτυχίας των μοντέλων Adam minicar και Mokka crossover και της νέας γενιάς Astra, που κάνει την εμφάνιση του 2016 με μεγάλη επιτυχία. Ωστόσο, η πτωτική πορεία στο μερίδιο αγοράς συνεχίζει αφού η Opel χάνει περίπου μισή ποσοστιαία μονάδα από το 2011, και πάνω από μια ολόκληρη ποσοστιαία μονάδα από το 2008. Το 2017 παρατηρείται μια πτώση των πωλήσεων της τάξης των 50.000 καθώς η Opel πωλείται από την αμερικάνικη General Motors στον γαλλικό όμιλο PSA.

Το πιο επιτυχημένο μοντέλο της Opel είναι το Opel Corsa. Το 2017 η PSA αποφασίζει να σταματήσει τις πωλήσεις του Corsa σε εταιρίες ενοικιάσεων και έτσι οι πωλήσεις του Corsa πέφτουν αισθητά φτάνοντας μόλις τις 300.000 για το 2017, αφού σε μεγάλες Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Γερμανία μόνο το 18% των συνολικών πωλήσεων του μοντέλου αυτού αντιστοιχούσε σε ιδιώτες. Μια εντελώς καινούργια γενιά του μοντέλου λανσάρεται το 2006 αν και αναμένεται να ολοκληρωθεί το 2019. Το δεύτερο πιο επιτυχημένο μοντέλο της Opel για πολλά χρόνια θεωρείται ότι είναι το Astra, το οποίο όμως στο διάστημα 2008 – 2014 σημειώνει το χαμηλότερο ρεκόρ

πωλήσεων στην ιστορία του, για να επανέλθει δυναμικά το 2016 με την καινούργια γενιά Astra.

Παρακολουθώντας την πορεία της Opel στις πωλήσεις χρόνο με τον χρόνο, παρατηρούμε ότι από το 2010 μέχρι και το 2018 τα νούμερα των πωλήσεων και το μερίδιο αγοράς έχουν μια σταθερή πτωτική πορεία. Η καταστροφική, θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε, οικονομική πορεία της General Motors τα τελευταία χρόνια όπως και το δυσμενές κλίμα στην Ευρώπη εξαιτίας της οικονομικής κρίσης βλέπουμε ότι επηρεάζει και τις πωλήσεις της Opel. Το 2010 είναι και η τελευταία χρονιά που οι πωλήσεις των μοντέλων της Opel στην Ευρώπη αγγίζουν το ένα εκατομμύριο, με μερίδιο αγοράς να φτάνει το 7,23%. Από το 2011 μέχρι και το 2013 το μερίδιο αγοράς και της Opel στην Ευρώπη συνεχίζει να μειώνεται σταδιακά φτάνοντας το 7,20%, 6,66%, 6,72% για το 2011, 2012 και 2013 αντίστοιχα. Καθώς η ευρωπαϊκή αγορά ανακάμπτει σιγά σιγά, το 2014 είναι μια καλή χρονιά για την Opel αφού παρατηρούμε μια μικρή αύξηση στο μερίδιο αγοράς που αγγίζει το 6,81%.

Το 2015 είναι ίσως η καλύτερη χρονιά από το 2011, σε ότι αφορά τα νούμερα των πωλήσεων (934.368 μοντέλα πουλήθηκαν στην Ευρώπη). Αν και οι πωλήσεις δείχνουν να παίρνουν ανοδική πορεία σε αρκετές Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Γαλλία, η Γερμανία και η Ιταλία, το μερίδιο αγοράς δεν ακολουθεί τον ίδιο ρυθμό αφού για το 2015 φτάνει μόλις το 6,62%. Για το 2016 ο αριθμός των πωλήσεων αυξάνεται, φτάνοντας τα 984.769 έναντι 934.368 του 2015 αλλά το μερίδιο αγοράς συνεχίζει να κινείται σε μικρά ποσοστά (6,62% για το 2016). Το 2017 είναι μια κρίσιμη χρονιά για την Opel αφού ανακοινώνεται επίσημα η πώληση της από την General Motors στην PSA. Για το 2017 οι πωλήσεις των μοντέλων Opel συνεχίζουν να είναι κάτω του ενός εκατομμυρίου ενώ το μερίδιο αγοράς φτάνει μόλις το 6,04%. Αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων και τα ποσοστά στο μερίδιο αγοράς των μοντέλων της Opel από το 2010 μέχρι το 2018 παρουσιάζονται στον πίνακα 4.5. του παραρτήματος Δ.

3.2.5. Peugeot



Η Peugeot είναι μια από τις παλαιότερες γαλλικές μάρκες αυτοκινήτων που ξεχωρίζουν για τα καλοσχεδιασμένα και ξεχωριστά μοντέλα της που προσφέρουν μια εξαιρετική άνεση στην οδήγηση και τον χειρισμό του αυτοκινήτου. Το

εύρος της Peugeot είναι μεγάλο αφού προσφέρει επιβατηγά οχήματα μικρού, μεσαίου και μεγάλου μεγέθους, αξιόλογα μοντέλα της κατηγορίας SUV αλλά και καθαρά σπορ μοντέλα. Το εύρος των τιμών κινείται προσιτά νούμερα για την αγορά ενός οικογενειακού αυτοκινήτου, καθώς το φθηνότερο μοντέλο της είναι το αυτοκίνητο πόλης Peugeot 108. Ενώ ο κύριος άξονας της Peugeot είναι τα μικρά μεγέθους οχήματα όπως το Peugeot 108, τα τελευταία χρόνια προσπαθεί να προσεγγίζει και ποιο ευκατάστατους αγοραστές προσφέροντας premium μοντέλα όπως το Peugeot 3008.

Σε ότι αφορά τα νούμερα των πωλήσεων στην Ευρωπαϊκή αγορά μεταξύ 2010-2018, η Peugeot από το 2010 και για τα επόμενα επτά έτη βρίσκεται σταθερά στην πέμπτη και τελευταία θέση της πεντάδας με τις ποιο επικερδείς σε πωλήσεις μάρκες αυτοκινήτων στην Ευρώπη. Το 2018 όμως η Peugeot φαίνεται να ξεπερνά την Opel, κατακτώντας την τέταρτη θέση. Τα νούμερα των πωλήσεων για την γαλλική μάρκα όπως και το μερίδιο αγοράς φαίνεται να ακολουθούν μια σταθερή πτώση από το 2010 μέχρι και το 2013, ενώ η περίοδος 2014-2017 φαίνεται να είναι καλύτερη για τα νούμερα των πωλήσεων αν και το μερίδιο αγοράς συνεχίζει να κινείται σε ποσοστά κάτω του 6%.

Το ποιο επιτυχημένο μοντέλο της Peugeot είναι το αυτοκίνητο πόλης Peugeot 208 και το μικρό crossover 2008. Ωστόσο το ποιο επικερδές μοντέλο το οποίο αύξησε αρκετά τις πωλήσεις της γαλλικής μάρκας για το 2017 είναι η νέα γενιά του crossover Peugeot 3008. Στην ίδια λογική, η αύξηση των πωλήσεων για το 2018 η οποία πλησίασε αρκετά στο ένα εκατομμύριο πωλήσεις οφείλεται κυρίως στις πωλήσεις του Peugeot 5008. Το μικρό και οικονομικό Peugeot 308 αρχίζει να χάνει έδαφος σε ότι αφορά τις πωλήσεις, κυρίως εξαιτίας της εισαγωγής των νέων crossover μοντέλων. Καθώς οι πωλήσεις του μεσαίου μεγέθους σεντάν 508 κινούνταν σε όλο και χαμηλότερα νούμερα, πολλοί πίστευαν ότι σύντομα θα αντικατασταθεί αν και πρόσφατα η Peugeot λάνσαρε το νέο Peugeot 508 κουπέ, ελπίζοντας να κερδίσει το αγοραστικό κοινό με μια ανανέωση στον σχεδιασμό του και μια αναβάθμιση στα χαρακτηριστικά του. Το μικρού μεγέθους Peugeot 108 αντιμετωπίζει μεγαλύτερο ανταγωνισμό από το προηγούμενο μοντέλο στην ίδια κατηγορία (Peugeot 107) αν και σε ότι αφορά τις πωλήσεις φαίνεται να είναι πολύ καλύτερες.

Μελετώντας τα νούμερα των πωλήσεων και το μερίδιο αγοράς της Peugeot χρόνο με τον χρόνο, βλέπουμε μια σταθερή πτώση στο μερίδιο αγοράς, το οποίο ανέρχεται στο 7,29% για το 2010 και φτάνει μόλις το 5,92% το 2017. Το 2010 ήταν η τελευταία χρονιά που οι πωλήσεις της Peugeot αγγίζουν το ένα εκατομμύριο, καθώς μετά μειώνονται σταδιακά μέχρι και το 2014, όταν ξεκινάει μια ανοδική πορεία για να φτάσει το 2018 τις 962.201 πωλήσεις. Αναλυτικά τα νούμερα των πωλήσεων και τα ποσοστά στο μερίδιο αγοράς των μοντέλων της Peugeot από το 2010 μέχρι το 2018 παρουσιάζονται πίνακα 4.6. στο παράρτημα Δ.

Το μερίδιο αγοράς της Peugeot για το 2010 αυξήθηκε αρκετά σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο (7,29% για το 2010 έναντι 6,89% για το 2009), εξαιτίας της επιτυχίας του πρώτου Peugeot crossover 3008 αλλά και του νέου πολυμορφικού αυτοκινήτου πόλης Peugeot 5008 που έφτασε τις 74.400 πωλήσεις για το 2010. Το 2011 το μερίδιο αγοράς της γαλλικής μάρκας αλλά και του ομίλου στην Ευρώπη πέφτει κυρίως λόγω των χαμηλών πωλήσεων σε οχήματα Β κατηγορίας όπως το Peugeot 207 το οποίο δεν κατάφερε να κερδίσει τον ανταγωνισμό με άλλα μοντέλα της ίδιας κατηγορίας. Η στρατηγική του ομίλου PSA αλλάζει και προσανατολίζεται στην ανάπτυξη πολυτελών μοντέλων (premium cars), όπως η εισαγωγή του Peugeot 508, προσπαθώντας να προσεγγίσει μια άλλη μερίδα του αγοραστικού κοινού. Το 2012 το μερίδιο αγοράς αλλά και οι πωλήσεις συνεχίζουν να έχουν πτωτική πορεία αν και το νέο Peugeot 208 σημειώνει μεγάλη επιτυχία στην κατηγορία του, ενώ στην Γαλλία γίνεται το ποιο επικερδές σε πωλήσεις αυτοκίνητο σε όλες τις κατηγορίες. Για το 2013 το μερίδιο αγοράς για την Peugeot μειώνεται ακόμη περισσότερο, φτάνοντας μόλις το 6,01% παρόλη την επιτυχία που σημειώνουν τα Peugeot 2008 και 308. Μοντέλα με υβριδική τεχνολογία φαίνεται να σημειώνουν μια σχετική επιτυχία καθώς τα υβριδικά Peugeot 308 και 508 αντιπροσωπεύουν το 11% και 16% εκ των συνολικών πωλήσεων στην Ευρώπη.

Το 2014 είναι μια σχετικά καλή χρονιά για την Peugeot αφού σημειώνεται για πρώτη φορά εδώ και τέσσερα χρόνια μια μικρή αύξηση στις πωλήσεις και στο μερίδιο αγοράς χωρίς ωστόσο να πλησιάζει τα νούμερα του 2010. Οι καταχωρήσεις των οχημάτων Peugeot στην Ευρώπη αυξάνονται κατά 6,2% κυρίως εξαιτίας της θετικής υποδοχής του Peugeot 308 η οποία συνεχίστηκε μετά την διάκριση του ως αυτοκίνητο της χρονιάς για το 2013. Το 2015 το μερίδιο αγοράς κινείται σχεδόν στα ίδια ποσοστά

ενώ τα νούμερα των πωλήσεων αυξάνονται αισθητά. Οι πωλήσεις της γαλλικής μάρκας αυξάνονται κυρίως εξαιτίας της εξαιρετικής απόδοσης του Peugeot 308 αλλά και της σταθερής επιτυχίας των Peugeot 2008 και 208. Τα δύο τελευταία μοντέλα κατατάσσονται στα 3 κορυφαία μοντέλα της κατηγορίας τους σε ότι αφορά την Ευρώπη. Το 2016 ενώ οι πωλήσεις αυξάνονται ελάχιστα, το μερίδιο αγοράς μειώνεται, παρόλη την επιτυχία του νέου μοντέλου Peugeot 3008 SUV το οποίο είναι ενδεικτικό της προσπάθειας της γαλλικής μάρκας να προσεγγίσει ευκατάστατους αγοραστές προσφέροντας μοντέλα της κατηγορίας premium. Για τα έτη 2017-2018 τα νούμερα των πωλήσεων αυξάνονται, φτάνοντας τις 962.201 πωλήσεις για το 2018 αν και το μερίδιο αγοράς συνεχίζει να κινείται σε χαμηλά ποσοστά. Στην κατηγορία SUV το Peugeot 308 συνεχίζει την δυναμική του πορεία και το 2017 ενώ το Peugeot 2008 κατατάσσεται δεύτερο στην Ευρώπη σε σχέση με άλλα μοντέλα της κατηγορίας του. Για το 2018 η Peugeot θεωρείται από τις πιο αναπτυσσόμενες μάρκες του ομίλου στην Ευρώπη καθώς εδραιώνει την θέση της στην ευρωπαϊκή αγορά της κατηγορίας SUV.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΧΩΡΕΣ ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Κάνοντας μια ανασκόπηση από το 2010 μέχρι και σήμερα οι Ευρωπαϊκές χώρες που ξεχωρίζουν τόσο σε επίπεδο πωλήσεων όσο και σε τεχνογνωσία και πρωτοπορία είναι οι εξής: Γερμανία, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία και Ισπανία. Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται μια λεπτομερής ανάλυση σε ότι αφορά την κάθε χώρα, αναφορικά με την ιστορία της στον χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας, δίνοντας έμφαση στον τομέα των πωλήσεων.

4.1. Γερμανία

Η
της εγχώριας



αυτοκινητοβιομηχανία στην Γερμανία θεωρείται πυλώνας οικονομίας και της επιχειρηματικότητας και όχι άδικα. Τα γερμανικά οχήματα έχουν μια μακρά ιστορία και έχουν αναγνωρισθεί παγκόσμια για

την ασφάλεια, την αξιοπιστία, την πρωτοπορία και το design τους. Η χώρα ηγείται στην παραγωγή και στις πωλήσεις αυτοκινήτων στην Ευρώπη, καθώς το 30% της παραγωγής νέων οχημάτων στην Ευρώπη είναι γερμανικά ενώ το 20% της Ευρωπαϊκής καταγραφής οχημάτων είναι στην Γερμανία. Από το 2010 μέχρι και σήμερα, οι πωλήσεις οχημάτων στην Γερμανία ακολουθούν ανοδική πορεία, με μόνη εξαίρεση το 2012-13 όπου βλέπουμε μια πτώση στις πωλήσεις κατά 2.2% και 4.2% αντίστοιχα.

Ποιο συγκεκριμένα, από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, η γερμανική αγορά αυτοκινήτων κυμάνθηκε μεταξύ 3,1 εκατομμυρίων και 4 εκατομμυρίων πωλήσεων, σημειώνοντας μεγάλη απότομη αύξηση το 2009 για να σπάσει σχεδόν το ρεκόρ του 1999, πριν φθάσει το 21,7% το επόμενο έτος λόγω της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης. Από το 2013, οι πωλήσεις αυτοκινήτων στη Γερμανία βρίσκονται σε αργό αλλά σταθερό δρόμο προς την ανάκαμψη. Τα τελευταία χρόνια, οι πωλήσεις LCV αντιπροσωπεύουν συνήθως περίπου το 6,5% των συνολικών πωλήσεων αυτοκινήτων στη Γερμανία. Αναλυτικά οι πωλήσεις αυτοκινήτων στην Γερμανία μεταξύ 2010-2017 παρατίθενται στον πίνακα 5.1. στο παράρτημα Ε.


Όσον αφορά τις εξαγωγές, το 2017 σημειώνεται αύξηση κατά 6% σε σύγκριση με το 2016, καταγράφοντας έσοδα από την εξωτερική αγορά ύψους 272 δισεκατομμυρίων. Ο τομέας των εξαγωγών φαίνεται να παίζει βασικό ρόλο στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας της χώρας, αφού μεγάλο μέρος της παραγωγής στηρίζεται σε κάποιο βαθμό στις Ευρωπαϊκές αγορές. Για το 2016, η εξαγωγή επιβατηγών οχημάτων σε 28 Ευρωπαϊκές χώρες, έφτασε τα 2.5 εκατομμύρια το οποίο υπολογίζεται ότι είναι το 56% των συνολικών πωλήσεων. Σχετικά με τις εξαγωγές εκτός Ευρώπης, η Γερμανία στηρίζεται κυρίως στην αγορά της Κίνας και λιγότερο σε αυτή των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής. Για το 2017, στα 3 οχήματα που κατασκευάζονταν στην Γερμανία, το 1 εξάγονταν στην Κίνα.

Η Γερμανία παράγει επίσης τον μεγαλύτερο αριθμό οχημάτων ανώτερης κατηγορίας παγκόσμια. Σχεδόν τα 2/3 (63%) των οχημάτων ανώτερης κατηγορίας κατασκευάζονται και πωλούνται από Γερμανικούς κατασκευαστές πρωτότυπου εξοπλισμού (OEM), ενώ οι Audi, BMW και Mercedes έχουν μεγάλο προβάδισμα στις πωλήσεις σε σχέση με τους παγκόσμιους ανταγωνιστές τους. Οι τρεις αυτές μεγάλες μάρκες έχουν ένα αρκετά καλό μερίδιο στην παγκόσμια αγορά (73%), ενώ φαίνεται να

αναπτύσσονται με ποιο γρήγορο ρυθμό από την συνολική αγορά. Μεγάλη ανάπτυξη γνωρίζει και η παραγωγή SUV οχημάτων(Sports Utility vehicles). Το 2011 η παραγωγή SUV κυμαίνονταν στο 13.3.% της συνολικής παραγωγής οχημάτων στην Γερμανία, ενώ το 2016, 1 στα 5 αυτοκίνητα που κατασκευάζονταν στην χώρα ήταν SUV.

Η Γερμανία ξεχωρίζει σαν χώρα στον τομέα της έρευνας και της ανάπτυξης (R&D) στον χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας και κάποιος θα μπορούσε να υποστηρίξει πως η επένδυση σε αυτό το τομέα αποφέρει καρπούς. Για το 2016, η γερμανική αυτοκινητοβιομηχανία επένδυσε σχεδόν 39 δισεκατομμύρια στον τομέα της έρευνας και της ανάπτυξης, 13% περισσότερο από το 2015. Οι Γερμανικοί κατασκευαστές πρωτότυπου εξοπλισμού (OEM) επένδυσαν σχεδόν 22 δισεκατομμύρια στο R&D για το 2017 ενώ από τις συνολικές επενδύσεις της χώρας στον τομέα έρευνας και της ανάπτυξης, το 33% είναι στην αυτοκινητοβιομηχανία. Η έντονη ερευνητική δραστηριότητα φαίνεται ότι επηρεάζει και στον τομέα της πρωτοπορίας της χώρας, καθώς για το 2016, το 32% των ευρεσιτεχνιών στον χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας παγκόσμια, ανήκει σε γερμανικές εταιρίες.

4.2. Γαλλία

Από  το 1900, η γαλλική αυτοκινητοβιομηχανία κατέχει μια σημαντική θέση στην παγκόσμια αγορά, παράγοντας 30.000 οχήματα από 30 βασικούς κατασκευαστές. Τα τελευταία χρόνια ωστόσο, 2 είναι οι βασικοί όμιλοι που εκπροσωπούν την χώρα επάξια στον χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας, ο όμιλος PSA και ο όμιλος Renault. Σε ότι αφορά την εξέλιξη της αυτοκινητοβιομηχανίας στην Γαλλία, η οικονομική κρίση του 2009 και η μετέπειτα ύφεση, επηρέασε σε μεγάλο βαθμό όλες τις Ευρωπαϊκές αγορές, όπως και αυτή της Γαλλίας. Ωστόσο, από το 2014 και μετά βλέπουμε μια σταθερή ανάπτυξη των γαλλικών ομίλων ανά τον κόσμο, τόσο στην παραγωγή όσο και στις πωλήσεις.

Ποιο συγκεκριμένα, από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, η γαλλική αγορά αυτοκινήτων κυμάνθηκε μεταξύ 2 με 2,7 εκατομμυρίων πωλήσεων, φθάνοντας το 2009 σε πάνω από 2,6 εκατομμύρια μονάδες πριν ξεκινήσει μια τετραετή πτώση, χαμηλότερη από αυτή του 1997, μετά την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση. Η

μεγαλύτερη πτώση σημειώθηκε το 2012, κατά 13,3%, αφού από 2.204 εκατομμύρια πωλήσεις ετησίως, το 2012 ο αριθμός αυτός πέφτει στα 1.898 εκατομμύρια. Από το 2014 η αγορά αναπτύσσεται με αργό αλλά σταθερό ρυθμό. Το 2015, η πλειονότητα των κατασκευαστών φαίνονταν να είναι αρκετά αισιόδοξοι καθώς οι πωλήσεις των επτά πρώτων μηνών του 2015 σημείωσαν αύξηση κατά 5% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου χρόνου. Μετά το 2015, φαίνεται ότι γίνονται βήματα προς την ανάκαμψη της αγοράς αυτοκινήτων στην Γαλλία, όπως φαίνεται και στα νούμερα των πωλήσεων στο σχεδιάγραμμα 5.1. που παρατίθεται στο παράρτημα Ε.


Η αυτοκινητοβιομηχανία στην Γαλλία αποτελεί έναν από τους βασικούς επιχειρηματικούς τομείς της χώρας όσον αφορά τις εξαγωγές, καθώς υπολογίζεται περίπου στο 10% των συνολικών εξαγωγών. Οι πωλήσεις στην «ώριμη» αγορά της Δυτικής Ευρώπης συνεχίζουν μέχρι και σήμερα να αποτελούν την επιχειρηματική βάση για τους μεγαλύτερους γάλλους κατασκευαστές. Κατά την περίοδο 2007-2013 οι πωλήσεις σημείωσαν πτώση κατά 2.8 εκατομμύρια μονάδες. Όμως, από το 2013 και μετά βλέπουμε μια αξιοσημείωτη αύξηση καθώς οι καταγραφές αυτοκινήτων από γαλλικούς κατασκευαστές στην Δυτική Ευρώπη αυξήθηκαν κατά 647.000 μονάδες, πράγμα που οφείλεται κατά μεγάλο βαθμό στην αύξηση των επενδύσεων (+46% μεταξύ 2014 και 2016) όπως και στην δυναμική παρουσία της αγοράς του Ηνωμένου Βασιλείου αλλά και της σταδιακής ανάκαμψης της αγοράς στην Ιταλία και Ισπανία. Όσον αφορά τις αγορές εκτός Δυτικής Ευρώπης, σημειώνεται μια αύξηση των πωλήσεων περισσότερο από 1.1 εκατομμύρια μονάδες από το 2007, για να φτάσει τα 3.3 εκατομμύρια μονάδες το 2016. Χώρες όπως η Κίνα και η Ινδία, φαίνεται ότι αποτελούν πόλους έλξης για επενδύσεις γαλλικών ομίλων.

Η ανάκαμψη της γαλλικής αυτοκινητοβιομηχανίας μετά το 2014 φαίνεται να οφείλεται κατά μεγάλο ποσοστό στην συνολική ανάπτυξη των Ευρωπαϊκών αγορών μετά την κρίση του 2009, στο αυξημένο ενδιαφέρον για επενδύσεις εκτός Ευρώπης αλλά και σε κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που αφορούν την εγχώρια αγορά και το καταναλωτικό κοινό της Γαλλίας. Για παράδειγμα βλέπουμε ότι μετά το 2014, καταγράφεται μια αυξημένη ζήτηση των οικονομικών αυτοκινήτων (αύξηση στο μερίδιο αγοράς από 52.7% σε 53,9%) σε σύγκριση με τα μεσαίου μεγέθους οχήματα όπου σημειώνεται πτώση στο μερίδιο αγοράς μετά το 2014. Οι Γάλλοι καταναλωτές φαίνεται επίσης να προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό πετρελαιοκίνητα οχήματα. Για το 2016, η

Γαλλία παραμένει στην τρίτη θέση στην αγορά πετρελαιοκίνητων οχημάτων της Ευρώπης με 1.1. εκατομμύρια καταγραφές αυτού του τύπου οχημάτων, μετά την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Η εγχώρια αγορά αυτοκινήτων της Γαλλίας φαίνεται να είναι μια «ώριμη» αγορά καθώς περίπου το 85% των νοικοκυριών στην Γαλλία φαίνεται να έχουν τουλάχιστον ένα αυτοκίνητο, ενώ ο «μέσος όρος ζωής» ενός ιδιωτικού αυτοκινήτου είναι 8.7 έτη. Ακόμη, η μέση τιμή αγοράς φαίνεται να αυξάνεται σταδιακά, όπως και στην πλειονότητα των χωρών της Ευρώπης. Η πολιτική των διάφορων κατασκευαστών όσον αφορά τον τομέα της διαφήμισης φαίνεται να προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες, καθώς από το 2013 και μετά φαίνεται να δίνεται ιδιαίτερη βάση στις προσφορές χαμηλών μηνιαίων δόσεων παρά στην αρχική τιμή αγοράς. Κάτι που αξίζει επίσης να αναφερθεί είναι ότι οι Γάλλοι καταναλωτές αποτελούν το κέντρο της ανάπτυξης μιας νέας και ανερχόμενης οικονομίας, της «από κοινού χρήσης αυτοκινήτων» (car-sharing). Υπηρεσίες car-sharing ηλεκτρικών αυτοκινήτων όπως και ιστοσελίδες car-sharing για μεγάλες αποστάσεις κάνουν όλο και πιο αισθητή την παρουσία τους τα τελευταία χρόνια αλλάζοντας το τοπίο στην εγχώρια αγορά αυτοκινήτων της Γαλλίας.

4.3. Ιταλία

Η  Ιταλική αυτοκινητοβιομηχανία έχει μια μακρά ιστορία η οποία ξεκινά από το 1884 όταν ο Enrico Bernardi κατασκευάζει το πρώτο τρίκυκλο βενζινοκίνητο όχημα. Το 1899 ιδρύεται η Fiat από τον Giovanni Angelli και τους συνεργάτες του και κυκλοφορεί επίσημα το πρώτο μοντέλο, ενώ μέχρι και σήμερα όμιλος της Fiat κυριαρχεί στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας της χώρας. Η Ιταλία αναγνωρίζει παγκόσμια φήμη σε ότι αφορά ιδιαίτερα την παραγωγή και τις πωλήσεις σπορ και πολυτελών αυτοκινήτων, ενώ παρόλη την οικονομική κρίση των τελευταίων ετών που επηρέασε αρκετά τον επιχειρηματικό τομέα της χώρας, η Ιταλική αυτοκινητοβιομηχανία συνεχίζει να μας προσφέρει ένα μεγάλο εύρος καλαίσθητων και ανταγωνιστικών για την παγκόσμια αγορά, αυτοκινήτων.

Ο τομέας της αυτοκινητοβιομηχανίας αποτελεί μια από τις κινητήριες δυνάμεις της Ιταλικής οικονομίας, γι' αυτό και λαμβάνει μεγάλη κρατική υποστήριξη μέσω

προγραμμάτων στον τομέα της έρευνας και της πρωτοπορίας. Με περισσότερες από 3.000 εταιρίες που απασχολούν περίπου 1.2 εκατομμύρια εργαζομένους, ο τομέας της αυτοκινητοβιομηχανίας υπολογίζεται περίπου στο 4.4% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας. Οι συνολικές εξαγωγές της χώρας επίσης βασίζονται σε αυτόν τον τομέα, καθώς περίπου το 50% αυτών απευθύνεται στις ευρωπαϊκές αγορές, το 12% στην αγορά της Αμερικής και το 8% στην αγορά της Ασίας.

Πυλώνες για την αυτοκινητοβιομηχανία της χώρας είναι το Τορίνο και η περιοχή του Piedmont αφού περίπου το 50% των εταιριών συγκεντρώνονται σε αυτές τις δύο πόλεις. Ο όμιλος FCA (Fiat-Chrysler Automobiles) είναι ίσως ο μοναδικός σημαντικός κατασκευαστής της χώρας στην παραγωγή αυτοκινήτων και επαγγελματικών οχημάτων. Η δυναμική παρουσία του ομίλου στην εγχώρια αγορά οφείλεται κυρίως στην παραγωγή οικονομικών οχημάτων κατάλληλα σχεδιασμένων για την μετακίνηση στην πόλη, κάτι που εξηγείται από την αυξημένη ανάγκη μετακίνησης με αυτοκίνητα στις πόλεις της Ιταλίας αφού ο τομέας των δημόσιων συγκοινωνιών της χώρας φαίνεται να είναι αρκετά ελλιπής. Συγκεκριμένα ανά 100 κατοίκους αντιστοιχούν περίπου 62.4 οχήματα, ένα από τα πιο υψηλά ποσοστά στην Ευρώπη.

Κάνοντας μια ανασκόπηση στον τομέα των πωλήσεων, από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, η ιταλική αγορά αυτοκινήτων κυμάνθηκε μεταξύ 1,4 και 2,8 εκατομμυρίων πωλήσεων, φθάνοντας το 2006 σε πάνω από 2,7 εκατομμύρια μονάδες, πριν ξεκινήσει μια δετή πτώση, συμπεριλαμβανομένων διψήφιων ζημιών το 2008, το 2011 και το 2012, σημειώνοντας τα χαμηλότερα νούμερα στη σύγχρονη ιστορία μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση. Το 2015 και το 2016 η αγορά ανέκαμψε απότομα με διψήφιες αυξήσεις, ακολουθούμενη από μια ακόμη υγιή ανάπτυξη περίπου 7% το 2017, αλλά παραμένει πολύ πιο κάτω σε σχέση με τις αποδόσεις πριν από την κρίση, όπως φαίνεται και από το σχεδιάγραμμα 5.2 του παραρτήματος Ε. Οι πωλήσεις LCV αντιπροσωπεύουν συνήθως περίπου το 8% των συνολικών πωλήσεων αυτοκινήτων στην Ιταλία. Αναλυτικά οι πωλήσεις αυτοκινήτων σε μονάδες στην Ιταλία παρατίθεται στο σχεδιάγραμμα 5.2. στο παράρτημα Ε.

Η κατασκευή ανταλλακτικών φαίνεται να διαδραματίζει βασικό ρόλο στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας αν σκεφτούμε ότι το 75% ενός οχήματος σήμερα αποτελείται από διάφορα μέρη και ανταλλακτικά. Στον τομέα αυτό, η Ιταλία ξεχωρίζει για την δυναμική και συνεχόμενα αναπτυσσόμενη απόδοση της καθώς οι Ιταλικοί

κατασκευαστές ανταλλακτικών θεωρούνται από τους σημαντικότερους παγκοσμίως, με την αξία των εξαγόμενων προϊόντων να αγγίζει τα 23.9 δισεκατομμύρια. Για το 2015 οι εξαγωγές ανταλλακτικών αντιπροσώπευαν το 4.8% των συνολικών εξαγωγών της χώρας, ενώ οι εισαγωγές κυμαίνονταν περίπου στο 3.8%. Οι παραγγελίες για ανταλλακτικά αυξήθηκαν κατά 4.4% το 2016, ενώ η νούμερο ένα αγορά για εξαγωγές ανταλλακτικών παραμένει η Γερμανία. Αναφορικά με τις εξαγωγές σε χώρες της Ασίας, η Ιαπωνία είναι η νούμερο ένα χώρα ζήτησης ξεπερνώντας ακόμη και την Κίνα. Όπως φαίνεται η Ιταλία θα πρέπει να επενδύσει σε μεγάλο βαθμό στον τομέα των ανταλλακτικών και τα επόμενα χρόνια, καθώς θα πρέπει και να ανοίξει τους ορίζοντες της σε νέες αγορές όπως αυτή της Βόρειας Αφρικής και του Ιράν που προσφέρουν νέες, ελκυστικές δυνατότητες ανάπτυξης και ζήτησης ιταλικών ανταλλακτικών.

4.3. Ισπανία

Η ιστορία της αυτοκινητοβιομηχανίας στην Ισπανία χρονολογείται ήδη από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, όταν κάνουν την εμφάνισή τους οι πρώτες μικρές κατασκευαστικές Ισπανικές εταιρίες ενώ από το 1920 και μετά ξένοι κατασκευαστές ιδρύουν θυγατρικές εταιρίες στην Ισπανία. Από τις πρώτες θυγατρικές που ιδρύθηκαν στην χώρα είναι αυτή της Ford στην πόλη Cádiz και αυτή της General Motors στην πόλη Málaga. Σήμερα, η Ισπανία είναι ίσως η μόνη χώρα στην οποία βρίσκονται οι περισσότερες εγκαταστάσεις παραγωγής οχημάτων μεγάλων πολυεθνικών εταιριών, όπως η Renault, η PSA Peugeot Citroën και η Opel. Η SEAT (Sociedad Española de Automóviles de Turismo), η οποία ιδρύθηκε το 1950 είναι η μόνη ενεργή ισπανική μάρκα με δυνατότητα μαζικής παραγωγής και κατασκευής δικών της μοντέλων. Η SEAT πουλήθηκε το 1980 στον όμιλο Volkswagen ενώ μέχρι και σήμερα λειτουργεί ως θυγατρική του ομίλου.

Ο τομέας της αυτοκινητοβιομηχανίας ήταν και παραμένει αρκετά σημαντικός για την οικονομία της χώρας καθώς αντιπροσωπεύει το 10% του εγχώριου ακαθάριστου προϊόντος, προσφέροντας 300.00 άμεσες θέσεις εργασίας και περισσότερες από 2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας που συνδέονται έμμεσα με αυτόν τον επιχειρηματικό κλάδο. Σε ότι αφορά την παραγωγή οχημάτων, τα τελευταία σημειώνει σταδιακή αύξηση, ενώ την περίοδο 2012-2016 η παραγωγή αυξήθηκε κατά 45%. Το 2017

σημειώνεται πτώση στην παραγωγή κατά 1.5%, ενώ το 2018, η πτώση αυτή αυξάνεται και το ποσοστό φτάνει στο 4.2% κυρίως εξαιτίας της κατάρρευσης της αγοράς στο Ηνωμένο Βασίλειο λόγω του Brexit, αλλά και εξαιτίας του ασταθούς σκηνικού στον χώρο των πωλήσεων στην Τουρκία. Το 85% των οχημάτων που παράγονται στην χώρα εξαγονται σε περισσότερες από 100 χώρες, σύμφωνα με στοιχεία για το έτος 2016, σημειώνοντας αύξηση κατά 7% σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο. Το 60% των εξαγωγών αυτών απευθύνονταν σε χώρες της Ευρώπης, ενώ τα τελευταία χρόνια υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για αγορές εκτός Ευρώπης όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η Τουρκία και το Μαρόκο. Τέλος, ο τομέας της κατασκευής ανταλλακτικών φαίνεται να παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της αυτοκινητοβιομηχανίας της χώρας. Ο τομέας των ανταλλακτικών τιμολογείται περίπου στα 33 δισεκατομμύρια από τα οποία το 60% αντιστοιχεί σε εξαγωγές, ενώ οι χρόνιες επενδύσεις στον τομέα αυτό (κυρίως στο κομμάτι της έρευνας και της πρωτοπορίας) κοστολογούνται περίπου στα 2 δισεκατομμύρια.

Κάνοντας μια ανασκόπηση στον χώρο των πωλήσεων τα τελευταία χρόνια, από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 η αγορά αυτοκινήτων της Ισπανίας κυμαίνονταν μεταξύ 750.000 με 2 εκατομμύρια μονάδες, ενώ το 2005 οι πωλήσεις κορυφώνονται ξεπερνώντας τις 1.9 εκατομμύρια μονάδες. Το 2008 ξεκινά μια μακρά πτώση στις πωλήσεις, της τάξης του 60% μέσα σε 5 χρόνια, φθάνοντας στα χαμηλότερα ποσοστά στην ιστορία της χώρας εξαιτίας της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Από το 2014 έως το 2018 η αγορά ανέκαμψε με γρήγορους ρυθμούς, διπλασιάζοντας σχεδόν τα ποσοστά των πωλήσεων μέσα σε ένα διάστημα έξι ετών. Συγκεκριμένα οι εγχώριες πωλήσεις οχημάτων από το 2012 και μετά σημειώνουν σταδιακή αύξηση κάθε χρόνο, πράγμα που οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως η ισχυρή ιδιωτική κατανάλωση, η μείωση της ανεργίας, η αυξημένη πρόσβαση σε τραπεζικά προγράμματα οικονομικής στήριξης αλλά και στα διάφορα κυβερνητικά προγράμματα που προωθούν την ανανέωση των παλιών οχημάτων και την αγορά ηλεκτρικών οχημάτων.

Οι πωλήσεις ελαφρών οχημάτων (LCV) που αντιπροσωπεύουν συνήθως το 15% των συνολικών πωλήσεων στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας στην Ισπανία, κορυφώθηκαν το 2005 φθάνοντας στο 20% των συνολικών πωλήσεων, ενώ το 2012 σημειώνουν κατακόρυφη πτώση κάτω του 10% μέσα στο δυσμενές σκηνικό της

οικονομικής ύφεσης στην Ευρώπη. Αναλυτικά οι πωλήσεις PV και LCV στην Ισπανία μεταξύ 2010-2018 παρατίθενται στον πίνακα 5.2. στο παράρτημα Ε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΤΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ: ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ

Παρότι η βιομηχανία αυτοκινήτων έχει μια μακρά ιστορία με ενεργή παραγωγή οχημάτων για περισσότερα από 100 χρόνια, πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν ότι ακόμη βρίσκεται σε ένα πρόωρο επίπεδο ανάπτυξης. Η μαζική επέκταση στις πωλήσεις αλλά και στην παραγωγή ξεκίνησε ουσιαστικά το 1960, περίπου 70 χρόνια μετά από την γένεση της αυτοκινητοβιομηχανίας. Σήμερα, μετά από δεκαετίες με αρκετές κοινωνικοπολιτικές αναταραχές και πληθώρα γεγονότων που άλλαξαν τον κόσμο μας, η δραστηριότητα της αυτοκινητοβιομηχανίας κινείται γοργά προς μία διαφορετική κατεύθυνση από αυτή της παραδοσιακής «τριάδας» (Ευρώπη, Ιαπωνία, Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής), δίνοντας έμφαση σε χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου, και ιδιαίτερα σε χώρες της Ασίας. Οι προβλέψεις για τις αναπτυσσόμενες χώρες δείχνουν μαζική αύξηση στις πωλήσεις και στην παραγωγή οχημάτων που βρίσκονται σε κυκλοφορία μέχρι το 2100, κυρίως λόγω της αναμενόμενης αύξησης του πληθυσμού. Ωστόσο, για τις χώρες αυτές αναμένεται μέχρι το 2100 να αντιστοιχούν 263 οχήματα ανά 1000 κατοίκους, ένα νούμερο που είναι ίδιο με αυτό των αναπτυγμένων χωρών για το έτος 1965. Όπως γίνεται λοιπόν φανερό, οι αναπτυγμένες χώρες της Ευρώπης, Αμερικής αλλά και Ιαπωνίας θα συνεχίσουν να κυριαρχούν στον χώρο της αυτοκινητοβιομηχανίας και για τα επόμενα τουλάχιστον 60 χρόνια, με τις χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου να ακολουθούν αργά αλλά σταθερά.

Η πλειοψηφία των πωλήσεων στην ιστορία της αγοράς αυτοκινήτων αφορά τις G7 χώρες (Καναδάς, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Αγγλία, Ιαπωνία και Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής) και γενικά τις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες (OECD nations). Το μερίδιο αγοράς για αυτές τις δύο κατηγορίες υπολογίζονταν στο 80% για τα έτη 1960 με 2000 και στο 50% μεταξύ 2000 και 2010. Σύμφωνα με τις προβλέψεις για τα

επόμενα χρόνια αυτό το ποσοστό αναμένεται να πέσει ακόμη περισσότερο, αγγίζοντας το 20 με 30% στο μερίδιο αγοράς για το 2100. Στο σχεδιάγραμμα 6.1. του παραρτήματος Z παρουσιάζεται αναλυτικά η εξέλιξη των πωλήσεων και οι προβλέψεις σχετικά με το μερίδιο αγοράς μεταξύ 1960 και 2100.

Κάνοντας μια στροφή σε ποιο μετριοπαθείς προβλέψεις που αφορούν το ποιο πρόσφατο μέλλον, αξίζει να σημειωθούν τα αποτελέσματα έρευνας του 2015 σχετικά με τις προβλέψεις των πωλήσεων για ελαφρά, μεσαίου εύρους, και βαρέα οχήματα στην Ευρώπη αλλά και παγκόσμια. Η έρευνα αυτή λαμβάνει υπόψη διάφορους που παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν το μέλλον στον χώρο των πωλήσεων, όπως η οικονομία, οι πολιτικές που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και οι τάσεις και η ζήτηση στον χώρο της ενέργειας. Όπως βλέπουμε και στο σχεδιάγραμμα 6.2. που παρατίθεται στο παράρτημα Z, η αγορά των πωλήσεων ελαφρών οχημάτων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα κινηθεί σε ανοδικούς ρυθμούς, φτάνοντας κοντά στα 16 εκατομμύρια για το 2035, ενώ η αναλογία στην ιδιοκτησία αυτού του είδους οχημάτων επίσης θα αυξηθεί αγγίζοντας το 0.6.

Παρότι κανείς δεν μπορεί να προβλέψει με σιγουριά το μέλλον σε κανένα τομέα της ζωής, μεγάλες εταιρίες ερευνών έχουν αναλύσει την μέχρι τώρα πορεία στον τομέα της παραγωγής και αγοράς αυτοκινήτων και έχουν μελετήσει σημάδια που προμηνύουν το πώς θα κινηθεί η αγορά στο μέλλον, όπως για παράδειγμα η εισαγωγή των αυτόνομων αυτοκινήτων και οι δηλώσεις σε δελτία τύπου στις οποίες μεγάλες εταιρίες ανακοινώνουν περικοπές για χιλιάδες εργαζομένους. Έχοντας ως βάση ένα εκτεταμένο σώμα έρευνας, διάφορα πιθανά σενάρια έχουν δημιουργηθεί σε σχέση με το πώς θα κινηθεί η αγορά μέχρι το 2025 αλλά και μεταγενέστερα. Μελετώντας μια έρευνα για την αξία της αλυσίδας των αυτοκινήτων στον μέλλον από την μεγάλη πολυεθνική εταιρία επαγγελματικών υπηρεσιών Deloitte, βλέπουμε τέσσερα πιθανά μελλοντικά σενάρια. Στα δύο πρώτα, βλέπουμε την εισχώρηση τεχνολογικών γιγάντων στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας με τα λεγόμενα white label cars, και την κυριαρχία των αυτόνομων, συνδεδεμένων μεταξύ τους οχημάτων που θα κινούνται με καύσιμα φιλικά προς το περιβάλλον. Στα άλλα δύο σενάρια το τοπίο αλλάζει, καθώς το ενδιαφέρον προς τεχνολογικά προηγμένα οχήματα μειώνεται αισθητά και εμποδίζεται η εισαγωγή εταιριών τεχνολογικού χαρακτήρα στην αγορά, ενώ σημαντικό

ρόλο παίζει η οικονομία στην μετακίνηση, με εταιρίες όπως η Uber να μπαίνουν δυναμικά στον τομέα της αγοράς.

Σύμφωνα με έρευνες, το αυτοκίνητο του μέλλοντος θα διαθέτει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Αρχικά θα είναι ηλεκτρικό, ακολουθώντας την τάση για εναλλακτικές μορφές ενέργειας που θα προστατεύουν το περιβάλλον. Θα είναι επίσης αυτόνομο και θα έχει την δυνατότητα συνδεσιμότητας με άλλα οχήματα, όπως υποδεικνύει η ραγδαία εξέλιξη στον τομέα της τεχνολογίας. Τέλος θα έχει δυνατότητες κοινής χρήσης (car-sharing) αλλά και δυνατότητες χρονιας αναβάθμισης, δηλαδή βελτιώσεις σε οχήματα 5ετίας ή 10ετίας που ήδη βρίσκονται σε κυκλοφορία. Λαμβάνοντας υπόψη όλα αυτά, στα επόμενα κεφάλαια γίνεται μια σύντομη ανάλυση των τριών μεγαλύτερων τάσεων στον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας, δίνοντας έμφαση στον χώρο της Ευρώπης, ξεκινώντας από τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα που εδώ και μερικά χρόνια έχουν κάνει μια δυναμική παρουσία στον τομέα των πωλήσεων.

5.1. Η σταθερή ανάπτυξη στις πωλήσεις των ηλεκτρικών αυτοκινήτων

Τα πρώτα ηλεκτρικά οχήματα δημιουργήθηκαν πριν από την εμφάνιση των αυτοκινήτων με εσωτερική μηχανή καύσης ενώ το πρώτο ηλεκτρικό όχημα χρονολογείται στις αρχές του 19^{ου} αιώνα. Η διαφορά τους με τα άλλα οχήματα είναι ότι αποθηκεύουν την ηλεκτρική ενέργεια σε μια μπαταρία και η ενέργεια αυτή μέσω ενός ηλεκτρικού κινητήρα χρησιμοποιείται ως καύσιμο για να κινηθεί το όχημα. Τα κύρια πλεονεκτήματα αυτών των οχημάτων είναι ότι εκπέμπουν μηδενικούς ρύπους, θεωρούνται μια πιο φθηνή λύση για τον καταναλωτή σε σχέση με βενζινοκίνητα ή πετρελαιοκίνητα οχήματα, και είναι λιγότερο θορυβώδη. Τα κύρια μειονεκτήματα τους είναι τα λίγα μίλια που μπορούν να διανύσουν με μια φόρτιση της μπαταρίας τους, η μεγάλη διάρκεια μιας μεμονωμένης φόρτισης, η έλλειψη σταθμών φόρτισης και γενικά κρατικών υποδομών, η λειτουργία τους υπό δύσκολες καιρικές συνθήκες (π.χ. κρύο) και η φθορά της μπαταρίας που οδηγεί στην αρκετά ακριβή αντικατάσταση της.

Η Tesla πρωτοπορεί στην παραγωγή και τις πωλήσεις ηλεκτρικών αυτοκινήτων ενώ το Tesla Roadster είναι το πρώτο σπορ ηλεκτρικό αυτοκίνητο που λάνσαρε η εταιρία το 2006 ενώ το 2007 ξεκίνησε η μαζική παραγωγή του. Αυτή τη στιγμή ένα εκατομμύριο ηλεκτρικά αυτοκίνητα κινούνται στους δρόμους των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής, ενώ υπολογίζεται ότι μέχρι το 2030 ο αριθμός αυτός θα αυξηθεί στα 18.7

εκατομμύρια αντικατοπτρίζοντας το 7% του συνολικού αριθμού οχημάτων. Όσον αφορά τις πωλήσεις, οι ετήσιες πωλήσεις προβλέπεται να ξεπεράσουν τα 3.5 εκατομμύρια οχήματα το 2030, φτάνοντας σε μια αύξηση του 20% των ετήσιων πωλήσεων. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι αυτές οι προβλέψεις προϋποθέτουν και την δημιουργία ανάλογων υποδομών, κυρίως σταθμών φόρτισης που αν και υπάρχουν ήδη σε αρκετά σημεία των ΗΠΑ, σύμφωνα με ανακοινώσεις των Tesla, Nissan, VW και GM υπάρχουν σχέδια για την δημιουργία περισσότερων σταθμών στο μέλλον.

Το 2017 οι παγκόσμιες πωλήσεις ηλεκτρικών οχημάτων πέρασαν το κατώφλι του ενός εκατομμυρίου μονάδων. Παρόλο που το 2016 η ανάπτυξη των πωλήσεων ήταν ποιο αργή σε σχέση με το 2015, το 2017 κορυφώθηκαν σημειώνοντας αύξηση από τον προηγούμενο χρόνο της τάξης του 54%. Αυτή τη στιγμή, η Κίνα κατέχει το μισό της παγκόσμιας αγοράς ηλεκτρικών οχημάτων, καθώς για το 2017 πουλήθηκαν περίπου 580.000 ηλεκτρικά οχήματα, 72% περισσότερα από τον προηγούμενο χρόνο. Σε ότι αφορά την Ευρώπη, 882,081 ηλεκτρικά αυτοκίνητα καταγράφηκαν στον Ευρωπαϊκό χώρο μεταξύ 2010-2017. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σταθερή αύξηση στις πωλήσεις ηλεκτρικών οχημάτων μπαταρίας (Battery Electric Vehicles- BEV) και υβριδικών ηλεκτρικών οχημάτων (Plug-in Hybrid Electric Vehicles – PHEV). Συγκεκριμένα, ενώ τα ηλεκτρικά οχήματα μπαταρίας κυριαρχούσαν στην αγορά μέχρι το 2012, από το 2012 και μετά τα υβριδικά ηλεκτρικά οχήματα παρουσίασαν μια αύξηση στο μερίδιο αγοράς και μέχρι το 2015 είχαν ξεπεράσει σε πωλήσεις τα ηλεκτρικά οχήματα μπαταρίας. Η Νορβηγία ηγείται σε ότι αφορά το μερίδιο αγοράς, αφού περίπου το 36% των πωλήσεων των αυτοκινήτων στην χώρα είναι ηλεκτρικά, ένα ποσοστό έξι φορές μεγαλύτερο από αυτό της Σουηδίας που κατέχει το 3^ο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς παγκοσμίως. Σχετικά με την μεγαλύτερη ανάπτυξη στις πωλήσεις αυτής της κατηγορίας, η Γερμανία μαζί με την Ιαπωνία σημείωσαν τα μεγαλύτερα ποσοστά αφού οι πωλήσεις τους για το 2017 διπλασιάστηκαν σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο.

Όπως είναι φανερό τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα κάνουν όλο και ποιο έντονη την εμφάνιση τους παγκόσμια αλλά και στην Ευρώπη. Το ενδιαφέρον για αυτή την εναλλακτική επιλογή οχημάτων αυξάνεται σταθερά για αυτό και αποτελεί μια τάση που θα επηρεάσει καθοριστικά την παγκόσμια αλλά και Ευρωπαϊκή αγορά τα επόμενα

χρόνια. Καθοριστικό ρόλο στην μελλοντική ανάπτυξη και διάδοση των ηλεκτρικών αυτοκινήτων παίζουν οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί για τις εκπομπές ρύπων και την προστασία του περιβάλλοντος. Οι κανονισμοί αυτοί για την προστασία του περιβάλλοντος σκοπεύουν στην παραγωγή οχημάτων χαμηλών ή και μηδενικών ρύπων που θα φτάσουν το 15% το 2025 και το 30% ή και περισσότερο το 2030. Για την ακρίβεια το σχέδιο που έχει προταθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση είναι να μειωθούν οι εκπομπές των αερίων του θερμοκηπίου (GHG emissions) κατά 80% μέχρι το 2050 σε σχέση με τα επίπεδα του 1990. Τα ηλεκτρικά οχήματα λοιπόν, αποτελούν ίσως μια βιώσιμη λύση σε ότι αφορά την προστασία του περιβάλλοντος και την επίτευξη των παραπάνω στόχων.

Τέλος, σημαντικό ρόλο παίζουν οι διάφορες πολιτικές που υπάρχουν στο κάθε κράτος της Ευρώπης και δημιουργούν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την μαζική χρήση και την διάδοση των ηλεκτρικών οχημάτων. Αποτελεσματικές πολιτικές έχουν αποδειχθεί ότι παίζουν καταλυτικό ρόλο στο πόσο ελκυστικά μοιάζουν τα ηλεκτρικά οχήματα για το καταναλωτικό κοινό αλλά και στα ρίσκα που παίρνουν οι επενδυτές, όπως και στην πρόθεση των κατασκευαστών να αυξήσουν την παραγωγή. Παραδείγματα που θα πρέπει να ακολουθηθούν στο μέλλον από τα ευρωπαϊκά κράτη είναι η δημιουργία προγραμμάτων δημόσιων συμβάσεων, η προώθηση οικονομικών κινήτρων για την αγορά ηλεκτρικών αυτοκινήτων αλλά και την μείωση του κόστους χρήσης (π.χ. δωρεάν παρκινγκ) και η λήψη μέτρων σε διοικητικό επίπεδο, όπως περιορισμοί στην κυκλοφορία οχημάτων με βάση την εκπομπή ρύπων.

5.3. Χαράζοντας τον δρόμο για την νέα γενιά πλήρους αυτόνομων αυτοκινήτων

Τα πλήρως αυτοματοποιημένα οχήματα μπορεί μοιάζουν για πολλούς ένα μακρινό μέλλον, αλλά στην πραγματικότητα είμαστε πολύ ποιο κοντά στην μαζική παραγωγή τέτοιων οχημάτων. Μερικοί από τους μεγαλύτερους κατασκευαστές οχημάτων στοχεύουν στην διάδοση μερικώς έως πλήρων αυτόνομων οχημάτων μέχρι το 2020. Ωστόσο η διαδεδομένη χρήση πλήρους αυτόνομων οχημάτων δεν θα λάβει χώρα νωρίτερα από το 2030.

Η Εθνική Υπηρεσία Ασφάλειας Μεταφορών (National Highway Transportation Safety Administration – NHTSA) έχει αναγνωρίσει πέντε επίπεδα αυτοματοποίησης οχημάτων, τα οποία είναι τα ακόλουθα:

- *Επίπεδο 0:* Ο οδηγός έχει τον πλήρη έλεγχο του οχήματος καθ' όλη την διάρκεια της οδήγησης.
- *Επίπεδο 1:* Αυτοματοποίηση μίας ή περισσότερων συγκεκριμένων λειτουργιών, με την χρήση ενός συστήματος βοήθειας. Ο οδηγός έχει τον πλήρη έλεγχο όλων των υπόλοιπων λειτουργιών.
- *Επίπεδο 2:* Αυτοματοποίηση τουλάχιστον δύο βασικών λειτουργιών, που έχουν σχεδιαστεί να λειτουργούν σαν μονάδα. Παράδειγμα: προσαρμοστικό σύστημα ελέγχου ταχύτητας σε συνδυασμό με επικέντρωση λωρίδας (lane centering).
- *Επίπεδο 3:* Πλήρης έλεγχος όλων των λειτουργιών που σχετίζονται με την ασφάλεια, ο οποίος εναλλάσσεται μεταξύ του οδηγού και του οχήματος, ανάλογα με τις συνθήκες.
- *Επίπεδο 4:* Το όχημα μπορεί να ελέγχει όλες τις βασικές λειτουργίες ασφάλειας για μια ολοκληρωμένη διαδρομή, καθώς ο οδηγός εισάγει τον προορισμό και την πορεία που θα ακολουθήσει το όχημα, χωρίς να χρειάζεται να επέμβει ξανά κατά την διάρκεια της διαδρομής.

Επί του παρόντος, πολλοί κατασκευαστές έχουν εισάγει στοιχεία αυτοματοποίησης στα οχήματά τους, όπως ο έξυπνος έλεγχος ταχύτητας, η αποφυγή ατυχημάτων, ο έλεγχος και αναφορά συγκρούσεων, κλπ. Για παράδειγμα η Volvo, η οποία φημίζεται για την ασφάλεια των οχημάτων της, εγγυάται ότι μέχρι το 2020, θα εξαλείψει τις συγκρούσεις για τον κάθε καταναλωτή που οδηγεί κάποιο από τα οχήματά της. Άλλοι κατασκευαστές όπως οι BMW, Audi, Nissan, GM, Mercedes, Ford και Toyota, εισάγουν αυτοματοποιημένες λειτουργίες στα οχήματά που είναι ήδη σε κυκλοφορία, όπως αυτόματο parking και προειδοποίηση απόκλισης, με σκοπό να προετοιμάσουν το καταναλωτικό κοινό για την εισαγωγή πλήρους αυτόνομων οχημάτων στο μέλλον. Άλλοι κατασκευαστές όπως η Ford και η Renault, ξεκινούν συνεργασίες με «γίγαντες» της τεχνολογίας όπως η Google και η Apple. Αυτή τη στιγμή το σύστημα autopilot της Tesla είναι το μόνο μερικώς αυτόνομο σύστημα που υπάρχει στην αγορά. Στο «ring» της αυτοματοποίησης μπαίνουν και άλλες εταιρίες όπως η Uber, η οποία έχει ξεκινήσει να δοκιμάζει αυτόνομα οχήματα στην California, αλλά και η Waymo, η εταιρία αυτόματης οδήγησης της Alphabet, η οποία έχει ολοκληρώσει εκατομμύρια μίλια δοκιμάζοντας πλήρες αυτόνομα οχήματα.

Τα πλεονεκτήματα της διαδεδομένης χρήσης αυτόνομων οχημάτων είναι πολλά. Το βασικότερο όλων είναι ίσως η δραματική μείωση των ατυχημάτων και της θνησιμότητας λόγω των αυτοκινητιστικών ατυχημάτων, αν λάβουμε υπόψη ότι το 90% των ατυχημάτων οφείλεται στο ανθρώπινο λάθος και την έλλειψη προσοχής κατά τη διάρκεια της οδήγησης. Ως αποτέλεσμα το κοινωνικό κόστος για την πρόληψη ατυχημάτων και την διαχείριση αυτών, όπως και το κόστος στο σύστημα υγείας θα μειωθεί. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η μείωση χρόνου που απαιτείται για την οδήγηση η οποία μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της εργασιακής παραγωγικότητας των πολιτών αλλά και την μείωση της κίνησης στους δρόμους. Τέλος, μέσω της καλύτερης πορείας που θα εκτελείται από το αυτοματοποιημένο σύστημα του οχήματος και της συγχρονισμένης οδήγησης, θα επιτευχθεί και μια μείωση στις εκπομπές ρύπων και θα μειωθεί το βάρος από την πλευρά της πολιτείας για επένδυση στις υποδομές (π.χ. πρόσθετες λωρίδες ή πινακίδες σήμανσης).

Δεν είναι πλήρως ξεκάθαρο το πώς η αυτοματοποίηση των οχημάτων θα επηρεάσει την αγορά των αυτοκινήτων παγκόσμια αλλά και στην Ευρώπη. Είναι ενδεικτικό όμως ότι η τεχνολογία έχει εξελιχτεί γοργά τα τελευταία χρόνια, και οι μεγάλοι κατασκευαστές αυτοκινήτων ανά τον κόσμο δεν μπορούν να το παραβλέψουν γι αυτό και βλέπουμε όλο και περισσότερες συνεργασίες με τεχνολογικούς γίγαντες όπως η Google και η Apple αλλά και επενδύσεις στον τομέα R&D του κάθε ομίλου. Από την άλλη, είναι αρκετά δύσκολο να γίνουν προβλέψεις διότι είναι αμφιλεγόμενο εάν οι υποδομές της κάθε χώρας είναι έτοιμες να δεχτούν αυτόνομα οχήματα και αν οι πολίτες εν τέλει είναι έτοιμοι να βάλουν στην καθημερινότητα τους αυτά τα οχήματα. Σύμφωνα με έρευνα στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής στις αρχές του 2017, το 70% των καταναλωτών δηλώνουν ότι φοβούνται να οδηγήσουν ένα πλήρες αυτόνομο όχημα ενώ το 63% δήλωσαν ακριβώς το ίδιο, στα τέλη του 2017.

Πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν ότι οι δυναμικές και η μορφή της αγοράς αυτοκινήτων όπως την ξέρουμε σήμερα θα αλλάξει δραστικά με την εισαγωγή αυτόνομων οχημάτων. Για κάποιους η τάση αυτή θα επηρεάσει μάλλον αρνητικά τις πωλήσεις για μεγάλους ομίλους της Ευρώπης αλλά και παγκόσμια, για δύο λόγους. Πρώτον, λιγότεροι καταναλωτές θα αγοράζουν αυτοκίνητο εφόσον οι μετακινήσεις θα πραγματοποιούνται πιο εύκολα και φθηνότερα μέσω αυτόνομων οχημάτων εταιριών όπως η Uber. Δεύτερον, στον αγώνα για το μερίδιο αγοράς θα μπουν και τεχνολογικές

εταιρίες οι οποίες θα αυξήσουν τον ανταγωνισμό. Και ενώ εταιρίες όπως η Alphabet δηλώνουν ότι θα ασχοληθούν μόνο με το κομμάτι της τεχνολογίας και όχι της παραγωγής οχημάτων, άλλες εταιρίες όπως η Apple φημολογείται ήδη ότι σχεδιάζει να λανσάρει το δικό της ηλεκτρικό αυτοκίνητο. Συμπερασματικά, είναι μάλλον πολύ νωρίς να κάνουμε προβλέψεις για την επίδραση των αυτόνομων οχημάτων στην αγορά, καθώς δεν γνωρίζουμε ακριβώς πως θα υποδεχτεί το καταναλωτικό κοινό τέτοια οχήματα, την στρατηγική που θα ακολουθήσουν οι μεγάλοι όμιλοι σε σχέση με τον ανταγωνισμό από τεχνολογικές εταιρίες αλλά και κατά πόσο οι κρατικές πολιτικές θα βοηθήσουν στην προώθηση και εν τέλει μαζική χρήση πλήρους αυτόνομων οχημάτων.

5.3. Η νέα τάση του car sharing

Ο όρος «car sharing» είναι αρκετά ευρύς και περιλαμβάνει τρία κύρια και ξεχωριστά μεταξύ τους, επιχειρησιακά μοντέλα. Το πρώτο αναφέρεται στην βιβλιογραφία ως «free floating car sharing» και προσφέρει την δυνατότητα στους καταναλωτές να παραλάβουν ένα όχημα και να το επιστρέψουν μετά την χρήση, μέσα σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Σε αυτή την περίπτωση, συνήθως προσφέρονται μικρά και μεσαίου μεγέθους οχήματα. Μεγάλοι όμιλοι αυτοκινήτων έχουν στην ιδιοκτησία τους πάροχους υπηρεσιών free floating, όπως για παράδειγμα η car2go της Daimler. Σύμφωνα με τους ειδικούς, το κύριο κίνητρο επένδυσης μεγάλων ομίλων στο car sharing δεν είναι τόσο οικονομικό, όσο στρατηγικό. Βλέπουν τις υπηρεσίες car sharing ως ένα μέσο για να προωθήσουν τα οχήματα τους και να αποκτήσουν άμεση πρόσβαση στις τάσεις προτίμησης του καταναλωτικού κοινού.

Το δεύτερο επιχειρησιακό μοντέλο αναφέρεται ως «stationary car sharing» και έχει συγκεκριμένους σταθμούς, οι οποίοι προσφέρουν μόνο κυκλικές διαδρομές, με τα σημεία εκκίνησης και τερματισμού να είναι τα ίδια. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται κυρίως για μεγαλύτερες διαδρομές, ενώ συνήθως οι πάροχοι των υπηρεσιών αυτών βρίσκονται σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους πόλεις και σε αγροτικές περιοχές. Συνήθως, οι υπηρεσίες stationary car sharing υποστηρίζονται από το κράτος ή από ιδιώτες και όχι από μεγάλους ομίλους αυτοκινήτων, με μόνη ίσως εξαίρεση την επένδυση της Volkswagen, η οποία κατέχει το 60% της εταιρίας Greenwheels. Τέλος, το τρίτο επιχειρησιακό μοντέλο αναφέρεται ως «Peer-to-peer car sharing», το οποίο προσφέρει μέσω μιας πλατφόρμας οχήματα που ανήκουν σε ιδιώτες μέσα στα πλαίσια

μιας συγκεκριμένης κοινότητας χρηστών. Η πλατφόρμα αυτή φροντίζει για θέματα συναλλαγών, ασφάλειας και προηγμένων υπηρεσιών τεχνολογίας που διασφαλίζουν ευκολότερη πρόσβαση.

Οι υπηρεσίες car sharing παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως αλλά και στην Ευρώπη, γι αυτό και αποτελούν μία τάση που αξίζει να μελετηθεί καθώς αντανακλά μια μεταβολή στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών που αναπόφευκτα επηρεάζει και την αγορά αυτοκινήτων. Το μερίδιο αγοράς των υπηρεσιών car sharing στην Ευρώπη αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια, καθώς αποτελεί μια ποιο οικονομική λύση και ποιο φιλική προς το περιβάλλον σε σχέση με τις υπηρεσίες ταξί ή την ιδιοκτησία οχημάτων και συμβάλει στην μείωση της κυκλοφοριακής συμφόρησης. Όπως φαίνεται μεγάλοι όμιλοι αυτοκινήτων ανά τον κόσμο, βλέποντας αυτή την νέα τάση στην μετακίνηση δείχνουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για επενδύσεις σε αυτόν τον τομέα. Πέρα από την στρατηγική των μεγάλων ομίλων να προωθήσουν τα οχήματά τους και να αποκτήσουν πρόσβαση στις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού, ένας ακόμη σημαντικός στόχος είναι να προωθήσουν και να τεστάρουν μέσω του car sharing ηλεκτρικά ή αυτόνομα οχήματα και να βοηθήσουν τους καταναλωτές στην ομαλότερη μετάβαση τους σε μια νέα εποχή εναλλακτικών μορφών ενέργειας και μετακίνησης.

Παρότι η τάση του car sharing ξεκίνησε από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, για το 2017, η Ευρώπη εκπροσωπούσε το 50% του μεριδίου αγοράς παγκοσμίως. Το μερίδιο αγοράς των υπηρεσιών car sharing στην Ευρώπη υπολογίζονταν στα 570 εκατομμύρια δολάρια για το 2017, ενώ αναμένεται να φτάσει τα 4 δισεκατομμύρια από το 2018 ως το 2024, σημειώνοντας μια ετήσια αύξηση της τάξης του 33.7%. Τι μπορεί να σημαίνουν αυτά τα νούμερα για την αγορά αυτοκινήτων; Οι ειδικοί προβλέπουν μια παγκόσμια μείωση μεγαλύτερη του μισού εκατομμυρίου στην ιδιοκτησία οχημάτων μέχρι το 2020, εξαιτίας της έντονης παρουσίας των υπηρεσιών car sharing. Ωστόσο μελετώντας αυτές τις προβλέψεις, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε χώρας. Για παράδειγμα, στον Ευρωπαϊκό χώρο, η Γερμανία κυριαρχεί σε ότι αφορά υπηρεσίες car sharing, καθώς υπήρξε αξιοσημείωτη αύξηση από το 2012 (0.26 εκατομμύρια χρήστες), ενώ προβλέπεται να φτάσει τα 3.1 εκατομμύρια χρήστες μέχρι το 2020. Παρόλα αυτά, οι ειδικοί δεν προβλέπουν μείωση στην ιδιοκτησία οχημάτων, λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορές μεταξύ αστικών και

αγροτικών περιοχών και το γεγονός ότι μια μεγάλη μερίδα Γερμανών καταναλωτών δηλώνουν συναισθηματικά δεμένοι με τα αυτοκίνητα τους, ενώ πολλοί νέοι οδηγοί δίνουν ακόμη έμφαση σε δυνατά οχήματα από αναγνωρισμένες μάρκες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Acea.be. Consolidated Registrations - By Manufacturer. [online] Available at:
<https://www.acea.be/statistics/tag/category/by-manufacturer-registrations>
- Atradius.gr, (2018). Market Monitor Automotive Spain 2018. [online] Available at:
<https://atradius.gr/reports/market-monitor-automotive-spain-2018.html>
- Atradius.gr, (2018). Market Monitor Automotive France 2018. [online] Available at:
<https://atradius.gr/reports/market-monitor-automotive-france-2018.html>
- Atradius.gr, (2017). Market Monitor Automotive Italy 2017. [online] Available at:
<https://atradius.nl/rapport/market-monitor-automotive-italy-2017.html>

- Allbrands.net. (2017). Ford Motor Company (US). [online] Available at:
https://www.adbrands.net/us/ford_us.htm
- Bannister., K. (2017). Consumer Trends in the Auto Industry: Disruption, Millennials and Changing Buying Behavior. [online] Available at:
<https://www.brandwatch.com/blog/consumer-trends-auto-industry/>
- Bansal, R. (2005). Electric Vehicles. In: A. Ali Emadi, ed., Handbook of Automotive Power Electronics and Motor Drives, 1st ed. CRC Press.
- Bai, X. (2012). The Effects of the 2007-2009 Economic Crisis on Global Automobile Industry. Applied Economics Theses. Paper 2.
- Bbc.com. (2017). *Volkswagen overtakes Toyota as the world's biggest carmaker.* [online] Available at: <https://www.bbc.com/news/business-38793253>
- Bekker, H. (2018). 2017 (Full Year) Germany: Best-Selling Car Manufacturers and Brands. [online]. Car Sale Statistics. Available at: <https://www.best-selling-cars.com/germany/2017-full-year-germany-best-selling-car-manufacturers-brands/>
- Bmwgroup.com. Bmwgroup Official Website. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en.html>
- BMW Group. (2011). ANNUAL REPORT 2010. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2012). ANNUAL REPORT 2011. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2013). ANNUAL REPORT 2012. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2014). ANNUAL REPORT 2013. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2015). ANNUAL REPORT 2014. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>

- BMW Group. (2016). ANNUAL REPORT 2015. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2017). ANNUAL REPORT 2016. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2018). ANNUAL REPORT 2017. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- BMW Group. (2019). ANNUAL REPORT 2018. [online] Available at:
<https://www.bmwgroup.com/en/investor-relations/financial-reports.html>
- Berk, B. (2017). This Is How Volkswagen Topped Toyota to Become the World's Biggest Carmaker. [online] Available at:
<https://www.architecturaldigest.com/story/how-volkswagen-topped-toyota-become-worlds-biggest-carmaker>
- Bowman, J. (2019). Driverless Cars Will Impact These 5 Industries. [online] The Motley Fool. Available at:
<https://www.fool.com/investing/2018/06/11/driverless-cars-will-impact-these-5-industries.aspx>
- Bonneau, V., Yi, H., Probst, L., Pedersen, B. and Lonkeu, O. (2017). Autonomous cars: a big opportunity for European industry. Digital Transformation Monitor.
- Bormann, R., Fink, P., Holzapfel, H., Rammler, S., Sauter-Servaes, T., Tiemann, H., Waschke, T. and Weirauch, B. The future of the German automotive industry, transformation by disaster or by design? Friedrich-Ebert-Stiftung, Division for Economic and Social Policy.
- Bruce, C. (2018). Europe's new Emissions rules cause new car sales to plummet [online] Available at: <https://www.motor1.com/news/272949/eu-car-sales-drop-significantly/>
- Bule, G. C., Galofé, G.,M. and Garriga, P.R. (2013). Volkswagen Group, Analyzing the company, Universitat de Barcelona.
- Carsguide.com. Peugeot Reviews. [online] Available at:
<https://www.carsguide.com.au/Peugeot>

Carsguide.com. Ford Reviews. [online] Available at:
<https://www.carsguide.com.au/ford>

Carbuyer.co.uk. Renault. [online] Available at:
<https://www.carbuyer.co.uk/reviews/Renault>

Carsalesbase.com, Spain car sales data. [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/total-market-sales-country/spain-car-sales-data/>

Carsalesbase.com, Opel-Vauxhall. [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/european-car-sales-data/opel-vauxhall/>

Carsalesbase.com, Ford. [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/european-car-sales-data/ford/>

Carsalesbase.com, Volkswagen. [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/european-car-sales-data/volkswagen/>

Carsalesbase.com, Peugeot. [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/european-car-sales-data/peugeot/>

Carsalesbase.com, Renault . [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/european-car-sales-data/renault/>

Carsalesbase.com, Volkswagen Group. [Blog] CARSALESBASE. Available at:
<http://carsalesbase.com/european-car-sales-data/volkswagen-group/>

Cnbc.com. (2016). Driving growth? The future of Europe's car industry. [online]
Available at: <https://www.cnbc.com/2016/04/18/driving-growth-the-future-of-europes-car-industry.html>

Cebos.com. How Brexit Could Affect The Automobile Industry. [online] Available at:
<https://www.cebos.com/blog/how-brexit-could-affect-the-automobile-industry/>

Comité des Constructeurs Français d'Automobiles (CCFA). (2018). The French automotive industry, analysis & statistics 2017.

Companyincorporationitaly.com. (2013). Automobile Industry, one of the best sectors in Italy. [online] Available at:

<https://www.companyincorporationitaly.com/blog/2016/07/automobile-industryone-of-the-best-sectors-in-italy>

Cooper A., and Scheffer K. (2018). Electric Vehicle Sales Forecast and the Charging Infrastructure Required Through 2030. Edison Electric Institute and Institute for Electric Innovation.

Cramer, A. (2018). *VW Group 2017 sales rose to 10.7M cars, beating Toyota, paper says*. [online] Automotive News Europe. Available at: <https://europe.autonews.com/article/20180107/ANE/180109829/vw-group-2017-sales-rose-to-10-7m-cars-beating-toyota-paper-says>

Creditplus. (2019). The impact of Brexit on the Automotive Industry. [online] Available at: creditplus.co.uk

Davies, A. (2019). What Is a Self-Driving Car? The Complete WIRED Guide. [online] WIRED. Available at: <https://www.wired.com/story/guide-self-driving-cars/>

Deloitte. (2017). The Future of the Automotive Value Chain: 2025 and beyond.

Deloitte. (2014). Global Automotive Consumer Study Exploring consumer Study: Preferences and mobility choices in Europe.

Deloitte. (2012). Fourth annual Gen Y automotive survey: Executive summary of key themes and findings.

Detlev Mohr, D., Müller, N., Krieg, A., Gao, P., Kaas, H., Krieger, A. and Hensley, R. (2013). The road to 2020 and beyond: What's driving the global automotive industry?. McKinsey & Company, Inc.

Driving Vision News. (2008). PSA PeugeotCitroën profile, History, strategy, development and production. lighting and driver assistance at Peugeot and Citroën.

Economic Bulletin. (2016). Global implications of low oil prices. [online] Available at: <https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/html/eb201604.en.html#IDofChapter8>

Ernst & Young (EY). (2017). The evolution in self-driving vehicles: Trends and implications for the insurance industry.

- Espanaglobal.gob.es, (2017). Cars, a driving force of the Spanish economy. [online] Available at: <https://espanaglobal.gob.es/en/current-news/cars-driving-force-spanish-economy>
- Export.gov. (2018). Italy - Automotive Sector. [online] Available at: <https://www.export.gov/article?id=Italy-Automotive-Sector>
- Eurostat. (2018). Passenger cars in the EU, Statistics explained. [online] Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Passenger_cars_in_the_EU
- Felix Kuhnert, F., Stürmer, C. and Koster, A. (2018). Five trends transforming the Automotive Industry. PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC).
- Federation Internationale de l'Automobile, Region I – Europe, the Middle East and Africa. (2016). What Europeans think about connected cars.
- Ford.com. (2016). Look who's driving Europe's SUV boom: 'Modern mums,' millennials and 'quintastics' [online] Available at: https://media.ford.com/content/fordmedia/feu/en/news/2016/05/11/look-who_s-driving-europes-suv-boom--modern-mums--millennials-an.html
- Ford Motor Company. (2011). Ford Motor Company Annual Report 2010. [online] Available at: <http://www.annualreports.com/Company/ford-motor-company>
- Ford Motor Company. (2012). Ford Motor Company Annual Report 2011. [online] Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>
- Ford Motor Company. (2013). Ford Motor Company Annual Report 2012. [online] Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>
- Ford Motor Company. (2014). Ford Motor Company Annual Report 2013. [online] Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>

Ford Motor Company. (2015). Ford Motor Company Annual Report 2014. [online]
Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>

Ford Motor Company. (2016). Ford Motor Company Annual Report 2015. [online]
Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>

Ford Motor Company. (2017). Ford Motor Company Annual Report 2016. [online]
Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>

Ford Motor Company. (2018). Ford Motor Company Annual Report 2017. [online]
Available at: <https://shareholder.ford.com/investors/financials/annual-reports/default.aspx>

Gelmanova, Z., Zhabalova, G., Sivyakova, G., Lelikova, O., Onishchenko, O., Smailova, A. and Kamarova, S. (2018). Electric cars. Advantages and disadvantages. Journal of Physics: Conference Series, 1015, p.052029

Germany Trade and Invest. (2018). The automotive industry in Germany.

Gibbs N. and the CAR news team. (2019). The latest on Brexit and the UK car industry [online] Available at: <https://www.carmagazine.co.uk/car-news/industry-news/brexit/>

Giles., C. (2014). Winners and losers of oil price plunge. Financial Times. [online]
Available at: <https://www.ft.com/content/3f5e4914-8490-11e4-ba4f-00144feabdc0>

GM authority staff. (2016). Opel-Vauxhall Reports Best European Sales Since 2011, Delivering Over 1.1 Million Vehicles. Gmauthority.com. [online] Available at: <http://gmauthority.com/blog/2016/01/opel-vauxhall-attains-best-european-sales-since-2011-delivering-over-1-1-million-vehicles/>

GM authority staff. (2015). Opel-Vauxhall Sales Up 7.4 Percent To 72,200 Vehicles In Europe In January 2015. Gmauthority.com. [online] Available at:

<http://gmauthority.com/blog/2015/02/opel-vauxhall-sales-up-7-4-percent-to-72200-vehicles-in-europe-in-january-2015/>

Graphical Research Report. (2018). Europe Car Sharing Market Statistics By Business Model (Round Trip, One Way), By Model (P2P, Station-Based, Free-Floating), By Application (Business, Private), Industry Analysis Report, Regional Outlook (UK, Germany, France, Italy, Spain, Russia, Turkey), Growth Potential, Competitive Market Share & Forecast, 2018 – 2024. [online] Available at: <https://www.graphicalresearch.com/industry-insights/1003/europe-car-sharing-market>

Groupe Renault.com. Groupe Renault Official Website. [online] Available at: <https://group.renault.com/en/>

Groupe Renault, (2019). WORLDWIDE SALES RESULTS 2018: Groupe Renault sales reached 3.9 million vehicles, up 3.2% with Jinbei and Huasong. [online] Available at: <https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/21221101/resultats-commerciaux-monde-2018-les-ventes-du-groupe-renault-atteignent-39-millions-de-vehicules-en>

Groupe Renault, (2018). GLOBAL SALES RESULTS IN 2017: A new record for Groupe Renault with 3.76 million vehicles sold, a rise of 8.5%. [online] Available at: <https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/21202615/resultats-commerciaux-monde-2017-record-pour-le-groupe-renault-avec-376-millions-de-vehicules-vendus>

Groupe Renault, (2017). 2016 WORLD SALES RESULTS. [online] Available at: <https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/86236/resultats-commerciaux-monde-20162>

Groupe Renault, (2016). WORLDWIDE SALES RESULTS 2015. [online] Available at: <https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/74766/resultats-commerciaux-monde-20151>

Groupe Renault, (2015). Worldwide sales results 2014. [online] Available at: <https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/64911/resultats-commerciaux-monde-20142>

- Groupe Renault, (2014). World sales results 2013. [online] Available at:
<https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/53641/resultats-commerciaux-monde-20132>
- Groupe Renault, (2013). World Sales Results 2012. [online] Available at:
<https://media.group.renault.com/global/en-gb/groupe-renault/media/pressreleases/42989/resultats-commerciaux-monde-20121>
- Groupe Renault, (2012). RECORD SALES FOR THE RENAULT GROUP IN 2011. [online] Available at:
https://suppliers.renault.com/pfr_visible/Images/20120117_CP%20WORLD%20SALES%20RESULTS%202011_EN_tcm319-1092744.pdf
- Groupe Renault, (2011). RECORD SALES FOR THE RENAULT GROUP. [online] Available at: <https://www.alliance-2022.com/blog/record-sales-renault-group/>
- Harvard University and European Parliament. (2014). The European Financial Crisis, Analysis and a Novel Intervention.
- Hooftman, N., Messagie, M., Van Mierlo, J. and Coosemans T. (2018). Review of the European passenger car regulations – Real driving emissions vs local air quality, Renewable and Sustainable Energy Reviews, 86, pp. 1-21.
- Howlett., E. (2019). Brexit uncertainty impacts new car sales, says Buyacar. [online] Available at: <https://www.am-online.com/news/market-insight/2019/03/13/brexit-uncertainty-impacts-new-car-sales-says-buyacar>
- International Labour Organization. (2010). The Global Economic Crisis Sectoral Coverage, Automotive Industry: Trends and reflections.
- Int-team.com, (2015). The automobile industry in Spain. [online] Available at: <https://www.int-team.com/en/the-automobile-industry-in-spain/>
- Investinspain.org, (2017). Automotive. [online] Available at: <http://www.investinspain.org/invest/en/sectors/automotive/overview/index.html>
- Jgautomotive.com, (2018). Radiography of the automotive industry in Spain 2018. [online] Available at: <http://jgautomotive.com/en/radiography-of-the-automotive-industry-in-spain-2018/>

- Malan, A. (2018). Spain's 2017 sales get big boost from discounting. [online] Automotive News Europe. Available at: <https://europe.autonews.com/article/20180104/ANE/180109912/spain-s-2017-sales-get-big-boost-from-discounting>
- Marklines.com. (2017). European Market: Decreasing diesel vehicle sales, and the shift to EVs. [online] Available at: https://www.marklines.com/en/report/rep1792_201812
- Mezzana, L. and Arena, F. (2014). The Automotive CO₂ Emissions Challenge. Arthur D. Little.
- Ministry of Economy, Trade and Industry, (2014). White Paper on International Economy and Trade 2014.
- Monitor Deloitte. (2017). Car sharing in Europe: Business models, National Variations and Upcoming Disruptions.
- Munich Reinsurance America, Inc. (2016). Autonomous Vehicles, Considerations for Personal and Commercial Lines Insurers.
- Munoz., F.(2019). What brexit means for the automotive industry: 17% of the car trade in Europe is exposed. [online] Available at: <https://www.jato.com/what-brexit-means-for-the-automotive-industry/>
- Munoz., F.(2019). Diesel car registrations in Europe post their lowest market share since 2001. [online] Available at: <https://www.jato.com/diesel-car-registrations-in-europe-post-their-lowest-market-share-since-2001/>
- Munoz., F.(2018). Ford announcement proves sedans are another victim of the SUV boom. [online] Available at: <https://www.jato.com/sedans-victim-appealing-efficient-suvs/>
- Munoz., F.(2018). The global domination of SUVs continues in 2017. [online] Available at: <https://www.jato.com/global-domination-suvs-continues-2017/>
- Munoz., F.(2018). Ford announcement proves sedans are another victim of the SUV boom. [online] Available at: <https://www.jato.com/sedans-victim-appealing-efficient-suvs/>

- Munoz., F.(2018). Diesel in Europe in 2017: annus horribilis [online] Available at:
<https://www.jato.com/diesel-in-europe-in-2017-annus-horribilis/>
- Munoz., F.(2016). Are we heading to the end of MPVs? [online] Available at:
<https://www.jato.com/heading-end-mpvs/>
- Munoz., F.(2016). Are we heading to the end of MPVs? [online] Available at:
<https://www.jato.com/heading-end-mpvs/>
- Nextcontinent. (2016). Automotive finance study 2016: The European market and its future challenges.
- Newcapitalfunds.com. (2018). The auto sector and the European GDP slowdown. [online] Available at:
<https://www.newcapitalfunds.com/ResearchInsights/LatestInsightsDetail/tabid/529/Article/252/language/en-US/the-auto-sector-and-the-european-gdp-slowdown.aspx>
- Nieuwenhuis, P. and Wells, P. (2012). New Business Models for Alternative Fuel and Alternative Powertrain vehicles; an infrastructure perspective. OECD.
- Novak, M. (2019). 71 Percent of Americans Still Don't Trust Autonomous Cars According to New Survey. [online] Gizmodo.com. Available at:
<https://gizmodo.com/71-percent-of-americans-still-dont-trust-autonomous-car-1833284527>
- Npr.org (2014). Falling Oil Prices Could Affect Manufacturing, Automobile Industries. [online] Available at: <https://www.npr.org/2014/10/15/356451232/falling-oil-prices-could-affect-manufacturing-automobile-industries?t=1557578429438>
- OECD. (2013). Medium-run capacity adjustment in the automobile industry. OECD Economics Department Policy Notes, No. 21.
- Oh., S.,Y. (2014). Shifting Gears: Industrial Policy and Automotive Industry after the 2008 Financial Crisis. *Business and Politics*, (16)4, pp. 641-665.
- Organisation for Economic Co-operation and Development and International Energy Agency. (2018). Global EV Outlook 2018. Towards cross-modal electrification.

Parker., J. (2016). How the Recent Rise in Oil Prices Could Affect the Auto Industry. [online] Available at: <https://articles2.marketrealist.com/2016/12/how-the-recent-rise-in-oil-prices-could-affect-the-auto-industry/>

Pratt, M., Should I Buy a Vauxhall?. Which? [online] Available at: <https://www.which.co.uk/reviews/new-and-used-cars/article/car-brand-reviews/should-i-buy-a-vauxhall-car>

Pratt, M., Should I Buy a Ford car?. Which? [online] Available at: <https://www.which.co.uk/reviews/new-and-used-cars/article/car-brand-reviews/should-i-buy-a-vauxhall-car>

PricewaterhouseCoopers Private Ltd. (2013). Automobiles: The economic outlook and employment situation.

PSA Groupe.com, PSA Groupe Official Website. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en>

PSA, Peugeot Citroen. (2011). 2010 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

PSA, Peugeot Citroen. (2012). 2011 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

PSA, Peugeot Citroen. (2013). 2012 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

PSA, Peugeot Citroen. (2014). 2013 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

PSA, Peugeot Citroen. (2015). 2014 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

PSA, Peugeot Citroen. (2016). 2015 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

PSA, Peugeot Citroen. (2017). 2016 Annual Results. [online] Available at: <https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>

- PSA, Peugeot Citroen. (2018). 2017 Annual Results. [online] Available at:
<https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>
- PSA, Peugeot Citroen. (2019). 2018 Annual Results. [online] Available at:
<https://www.groupe-psa.com/en/finance/publications/presentation-of-results>
- Santos, F., A., (2017). Volkswagen Group, Automotive. Nova School of Business and Economics.
- Sputniknews.com. (2018). New EU Emissions Ratings Cause Auto Sales to Crash in September. [online] Available at:
<https://sputniknews.com/business/201810171068960278-emissions-WLTP-car-sales/>
- Statista.com, (2019). Market share of leading passenger car brands in Spain in 2018. [online] Available at: <https://www.statista.com/statistics/417410/leading-car-brand-sales-in-spain/>
- Statista.com. Automobile industry in Germany - Statistics & Facts. [online] Available at: <https://www.statista.com/topics/3202/automobile-industry-in-germany/>
- Statista.com, (2018). Vehicle sales in France from 2005 to 2017 (in units). [online] Available at: <https://www.statista.com/statistics/265948/vehicle-sales-in-france/>
- Statista.com, (2018). Number of passenger cars sold in Italy by leading car brands from 2015 to 2017. [online] Available at:
<https://www.statista.com/statistics/417582/italy-leading-car-brand-sales/>
- Sutherland Campbell International / Pemberton Associates. (2013). Far Horizons: Managing the Future The automotive world to 2100.
- Schmitt, B. (2017). German Carmakers Are In Serious Trouble. And It's Not Because Of Dieselgate, [online] Forbes. Available at:
<https://www.forbes.com/sites/bertelschmitt/2017/07/31/the-truth-about-those-european-ice-bans-not-exactly/#431421445e38>
- Tarihi, G., Y., Tarihi, O., Y.(2018). Macroeconomic Effect on the Automobile Sales in Top Four Automobile Production Countries. KOSBED, 35, pp. 139 – 161.

- Thiel, C., Krause, J., Dilara, P. (2015). Electric vehicles in the EU from 2010 to 2014 - is full scale commercialisation near?, European Commission, Joint Research Centre Institute for Energy and Transport.
- Thiel., C., Alemanno, A. Scarcella, G., Zubaryeva, A. and Pasaoglu, G. (2012). Attitude of European car drivers towards electric vehicles: a survey. European Commission, and Institute for Energy and Transport.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2019). Ford Motor Company. Encyclopædia Britannica, inc. [online] Available at: <https://www.britannica.com/topic/Ford-Motor-Company>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2019). Bayerische Motoren Werke AG. Encyclopædia Britannica, inc. [online] Available at: <https://www.britannica.com/topic/Bayerische-Motoren-Werke-AG>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2018). Volkswagen Group. Encyclopædia Britannica, inc. [online] Available at: <https://www.britannica.com/topic/Volkswagen-Group>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2017). PSA Group. Encyclopædia Britannica, inc. [online] Available at: <https://www.britannica.com/topic/PSA-Peugeot-Citroen-SA>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2018). Renault. Encyclopædia Britannica, inc. [online] Available at: <https://www.britannica.com/topic/Renault>
- Transport & Environment.(2018). Consumer attitudes to low and zero-emission cars.
- Trebilcock, O., Should I Buy A Peugeot? . Which? [online] Available at: <https://www.which.co.uk/reviews/new-and-used-cars/article/car-brand-reviews/should-i-buy-a-peugeot-car>
- Vw.com, Volkswagen Official Website. [online] Available at: <https://www.vw.com/>
- Volkswagen AG .(2011). Annual Report 2010. [online] Available at: https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html

- Volkswagen AG. (2012). Annual Report 2011. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2013). Annual Report 2012. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2014). Annual Report 2013. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2015). Annual Report 2014. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2016). Annual Report 2015. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2017). Annual Report 2016. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2018). Annual Report 2017. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Volkswagen AG. (2019). Annual Report 2018. [online] Available at:
https://www.volkswagenag.com/en/InvestorRelations/news-and-publications/Annual_Reports.html
- Vora, K. (2015). Future Fleet Trends for the European Automotive Industry. Stratas Advisors.
- Vrontisi, Z., Kitous, A., Saveyn, B and Vandyck, T. (2015). Impact of low oil prices on the EU economy. European Commission.

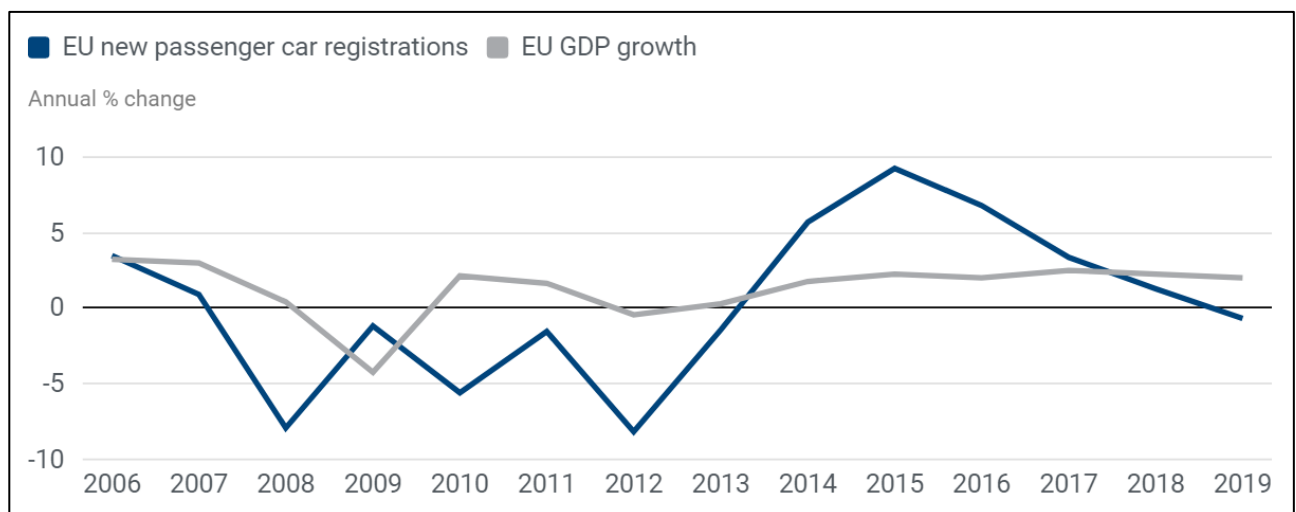
Vynakov, O. F, Savolova, E.V., Skrynnyk, A.I., (2016). Modern electric cars of Tesla Motors Company. Automation of technological and business-processes, 8(2) pp. 9-18

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC).(2016).European Market Review: A dynamic year finished with great result, 2015 showed the strongest car sales growth in 25 years.

Wissmann, M. (2014), Germany's automotive industry goes from strength to strength, [online] The NewEconomy. Available at: <https://www.theneweconomy.com/business/germanys-automotive-industry-goes-from-strength-to-strength>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Σχεδιάγραμμα 1.1. Τα ποσοστά αλλαγής χρόνο με τον χρόνο στην καταγραφή επιβατηγών οχημάτων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2006 μέχρι και το 2019 σε συνδυασμό με τα ποσοστά ανάπτυξης του ΑΕΠ



Πηγή: ACEA

Σχεδιάγραμμα 1.2. Τα ποσοστά αλλαγής χρόνο με τον χρόνο στην εμπορικών οχημάτων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2006 μέχρι και το 2019 σε συνδυασμό με τα ποσοστά ανάπτυξης του ΑΕΠ

Πηγή: ACEA

Πίνακας 1.1. Πωλήσεις επιβατηγών οχημάτων σε εκατομμύρια στο διάστημα 2007-2017

REGIONS/ COUNTRIES	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
EUROPE	19,618	18,821	16,608	16,499	17,167	16,191	15,942	16,154	16,410	17,291	17,937
EU 28 countries + EFTA	16,147	14,911	14,533	13,830	13,642	12,567	12,344	13,061	14,287	15,160	15,659
EU 15 countries + EFTA	14,842	13,602	13,668	12,984	12,815	11,773	11,555	12,148	13,261	13,971	14,318

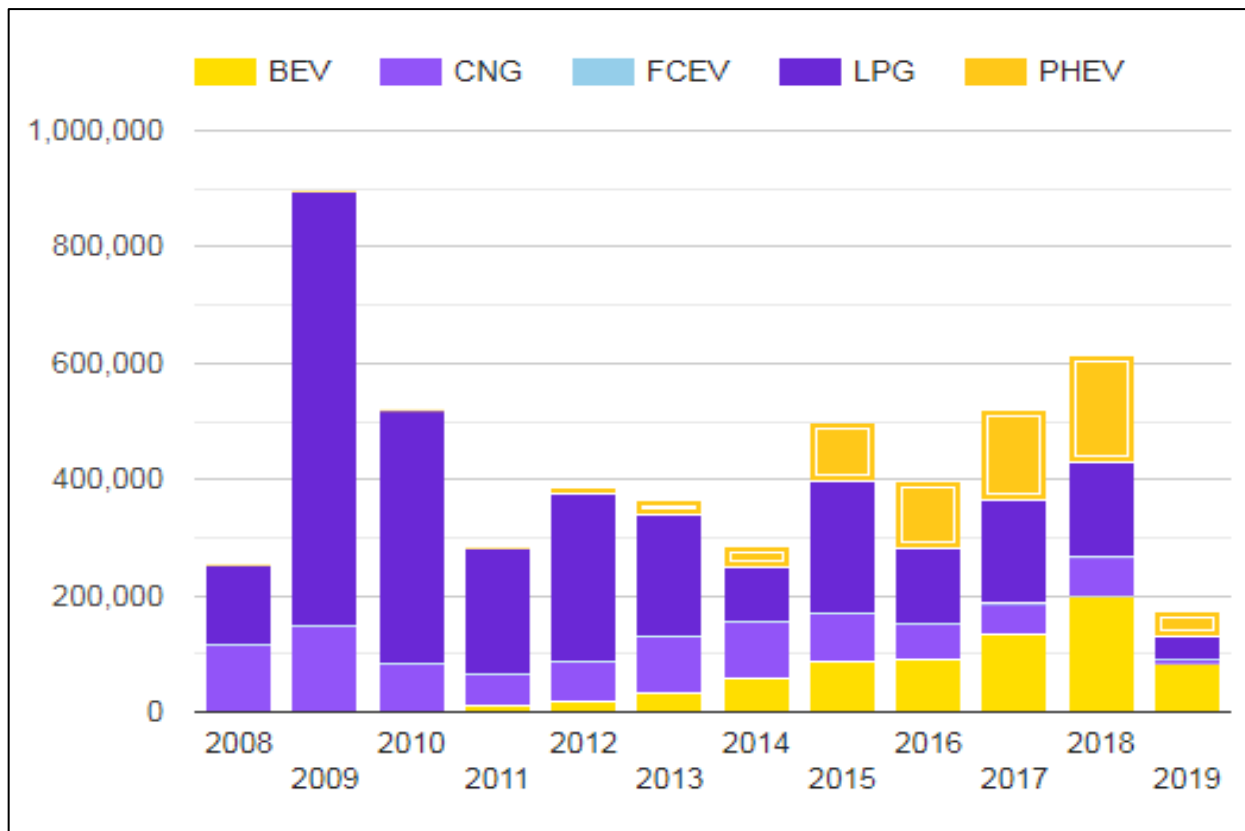
Πηγή: OICA



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

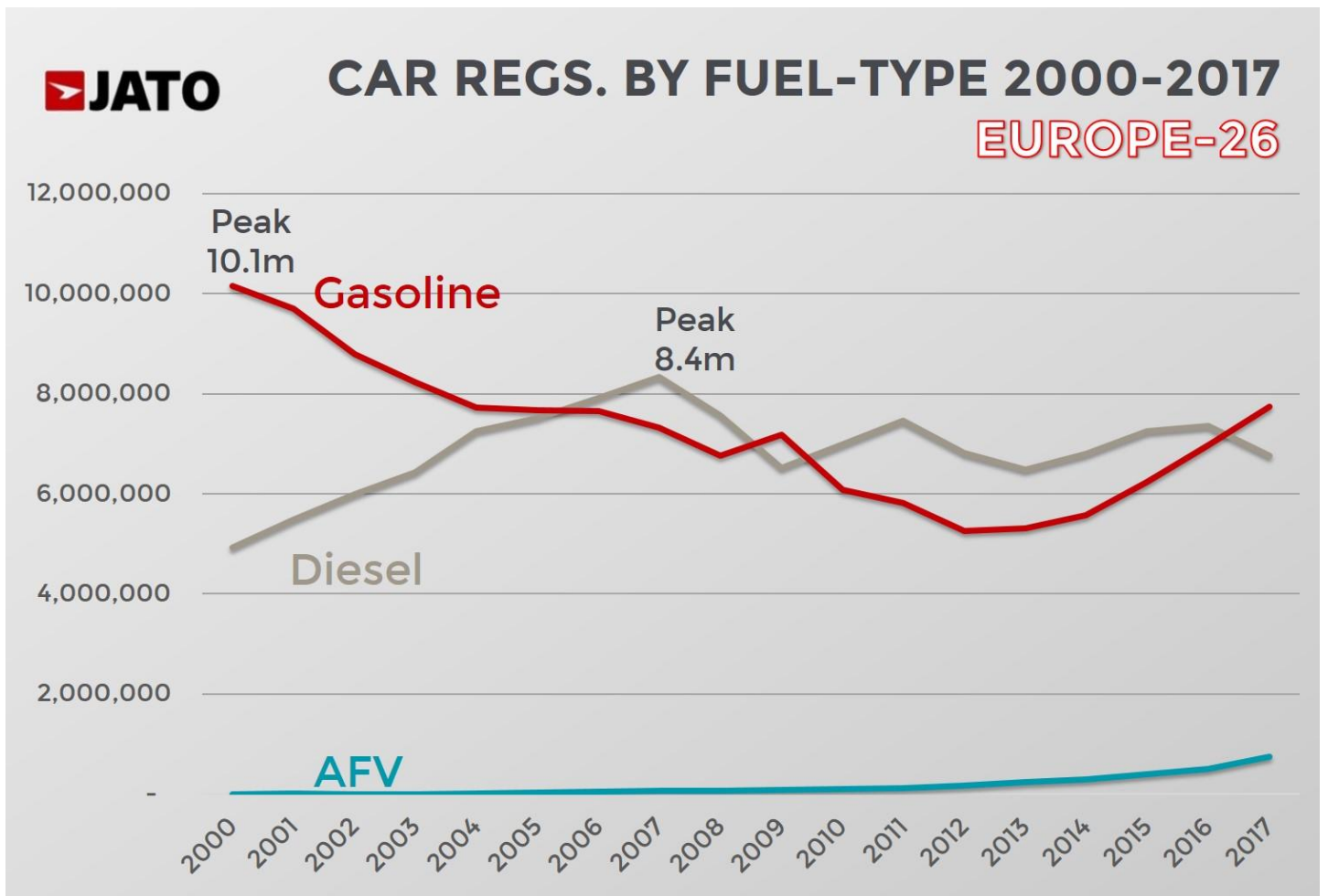
Σχεδιάγραμμα 2.1. Καταγραφές οχημάτων εναλλακτικού καυσίμου στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2019*

* BEV: Battery electric vehicle, CNG: Compressed natural gas, FCEV: Fuel cell electric



vehicle, LPG: Liquefied Petroleum gas, PHEV: Plug-in hybrid electric vehicle
 Πηγή: European Alternative Fuels Observatory

Σχεδιάγραμμα 2.2. Καταγραφές βενζινοκίνητων, ντίζελ και ηλεκτρικών οχημάτων στην Ευρώπη μεταξύ 2000-2017



Πηγή: JATO Dynamics

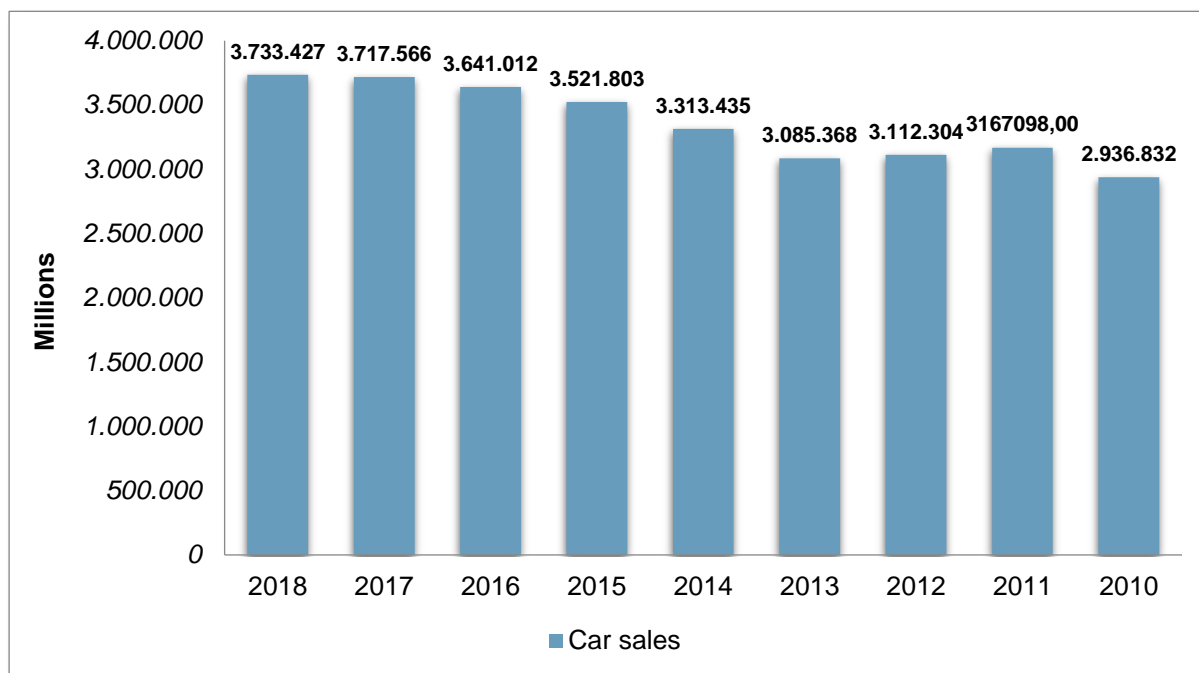
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ

Πίνακας 3.1. Οι δέκα ποιο επιτυχημένοι σε πωλήσεις όμιλοι στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2018

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP	VW GROUP
2.	PSA GROUP	PSA GROUP	PSA GROUP	PSA GROUP	PSA GROUP	PSA GROUP3	RENAULT GROUP	PSA GROUP	PSA GROUP
3.	RENAULT GROUP	RENAULT GROUP	RENAULT GROUP	RENAULT GROUP	RENAULT GROUP	RENAULT GROUP	PSA GROUP	RENAULT GROUP	RENAULT GROUP
4.	GM GROUP	GM GROUP	GM GROUP	GM GROUP	FORD	FORD	FORD	FCA GROUP	BMW GROUP
5.	FORD	FORD	FORD	FORD	OPEL GROUP	OPEL GROUP	BMW GROUP	BMW GROUP	FCA GROUP
6.	FIAT GROUP	FIAT GROUP	BMW GROUP	BMW GROUP	BMW GROUP	BMW GROUP	OPEL GROUP	FORD	FORD
7.	BMW GROUP	BMW GROUP	FIAT GROUP	FIAT GROUP	FCA GROUP	FCA GROUP	FCA GROUP	DAIMLER	DAIMLER
8.	DAIMLER	DAIMLER	DAIMLER	DAIMLER	DAIMLER	DAIMLER	DAIMLER	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP
9.	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP	TOYOTA GROUP	GENERAL MOTORS	HYUNDAI
10.	NISSAN	NISSAN	NISSAN	HYUNDAI	NISSAN	NISSAN	NISSAN	NISSAN	KIA

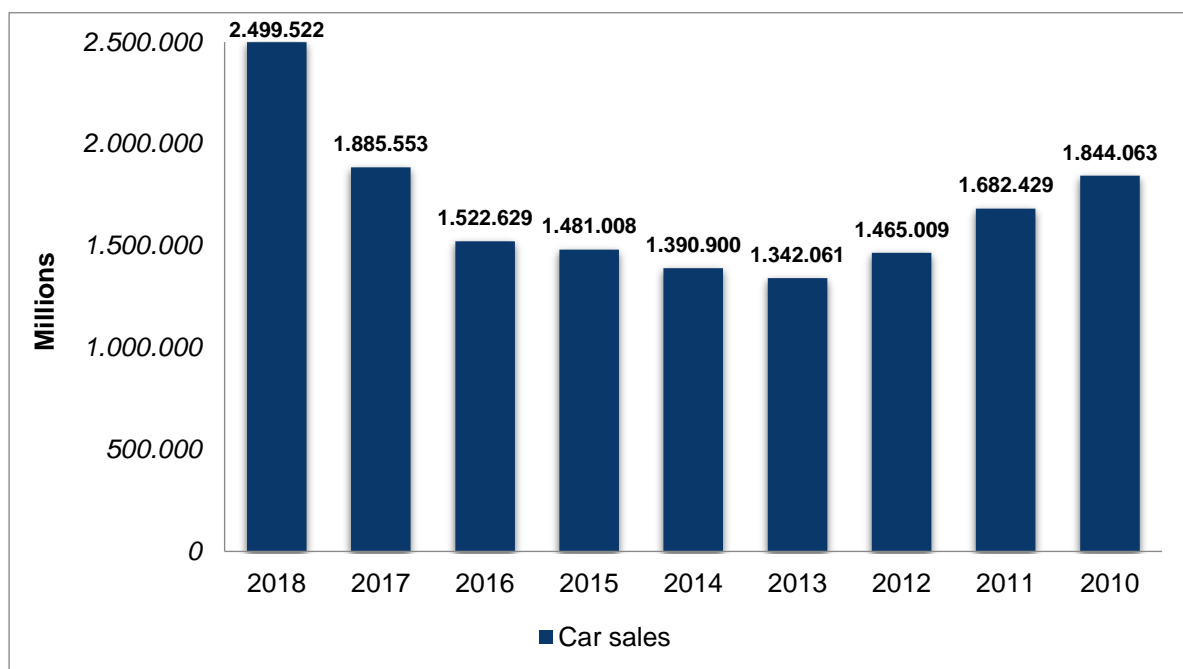
Πηγή: ACEA

Σχεδιάγραμμα 3.1. Πωλήσεις του ομίλου Volkswagen (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018



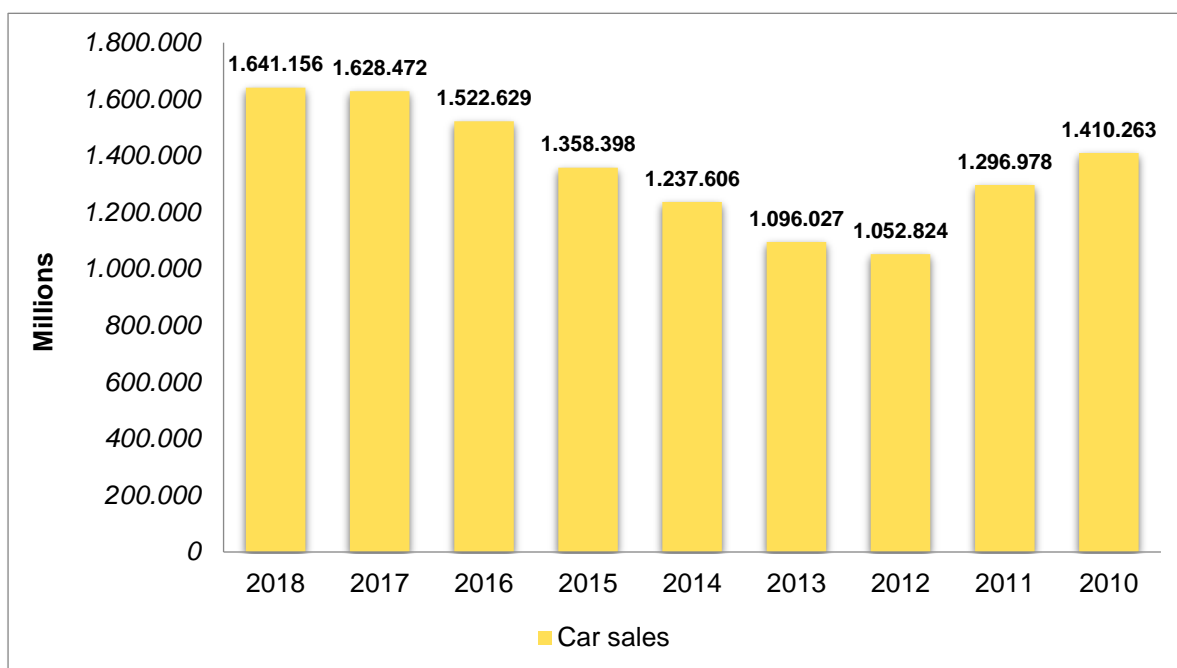
Πηγή: ACEA

Σχεδιάγραμμα 3.2. Πωλήσεις του ομίλου PSA (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018



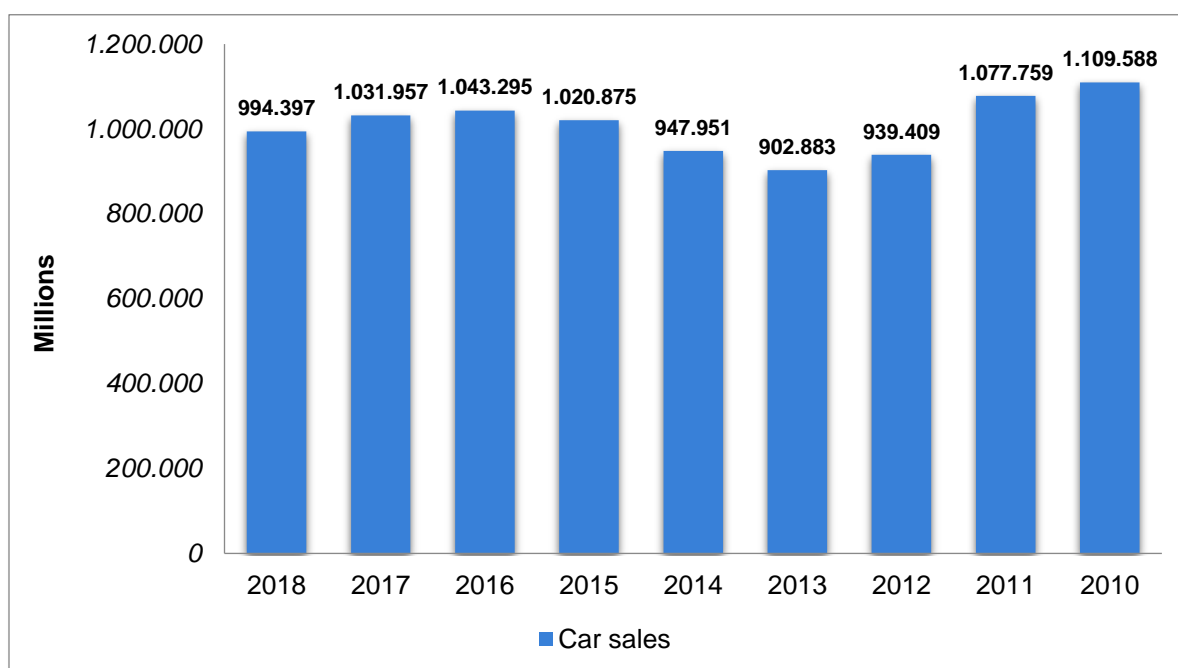
Πηγή: ACEA

Σχεδιάγραμμα 3.3. Πωλήσεις του ομίλου Renault (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018



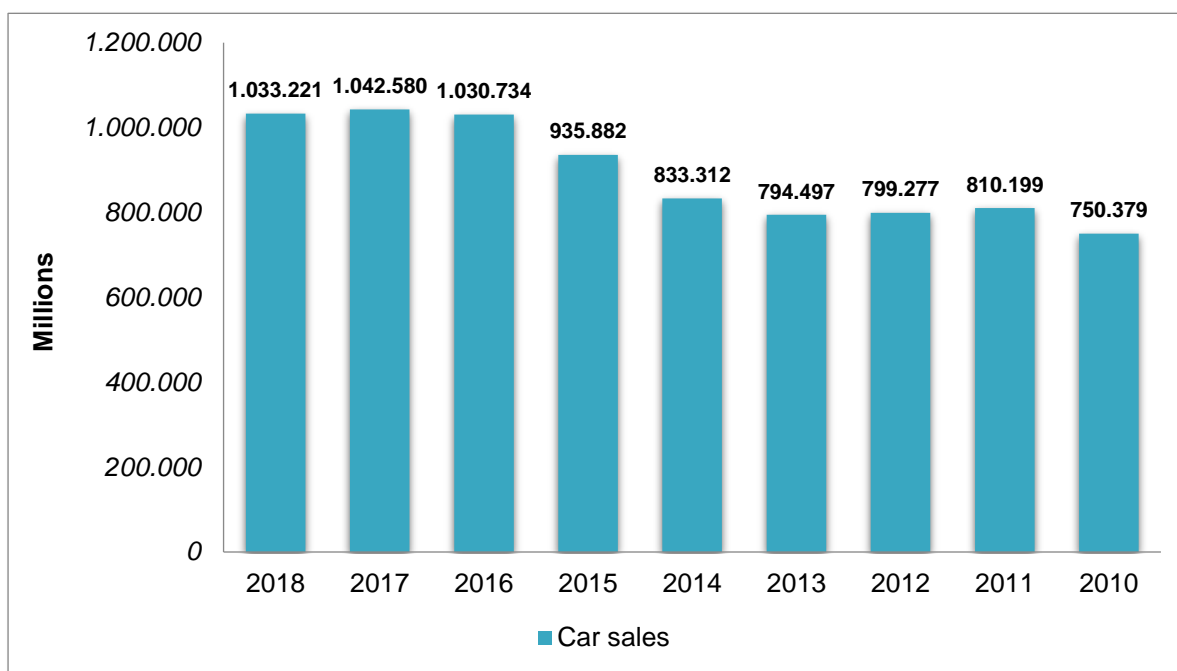
Πηγή: ACEA

Σχεδιάγραμμα 3.4. Πωλήσεις του ομίλου Ford Motor Company (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018



Πηγή: ACEA

Σχεδιάγραμμα 3.5. Πωλήσεις του ομίλου BMW (σε εκατομμύρια) μεταξύ 2010-2018



Πηγή: Πηγή: ACEA

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ

Πίνακας 4.1. Οι δέκα πιο επιτυχημένες σε πωλήσεις μάρκες στην Ευρώπη μεταξύ 2010-2018

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	VW	VW	VW	VW	VW	VW	VW	VW	VW
2.	RENAULT	FORD	FORD	FORD	FORD	FORD	RENAULT	RENAULT	RENAULT
3.	FORD	RENAULT	OPEL/ VAUXHALL	OPEL/ VAUXHALL	OPEL/ VAUXHALL	RENAULT	FORD	FORD	FORD
4.	PEUGEOT	OPEL/ VAUXHALL	RENAULT	RENAULT	RENAULT	OPEL/ VAUXHALL	OPEL/ VAUXHALL	OPEL (PSA & GM)	PEUGEOT
5.	OPEL/ VAUXHALL	PEUGEOT	PEUGEOT	PEUGEOT	PEUGEOT	PEUGEOT	PEUGEOT	PEUGEOT	OPEL
6.	CITROEN	CITROEN	AUDI	AUDI	AUDI	AUDI	MERCEDES	MERCEDES	MERCEDES
7.	FIAT	FIAT	CITROEN	BMW	BMW	BMW	AUDI	BMW	BMW
8.	AUDI	AUDI	BMW	MERCEDES	MERCEDES	MERCEDES	BMW	AUDI	SKODA
9.	BMW	BMW	MERCEDES	CITROEN	CITROEN	FIAT	FIAT	FIAT	AUDI
10.	MERCEDES	MERCEDES	FIAT	FIAT	FIAT	SKODA	SKODA	SKODA	TOYOTA

Πηγή: ACEA

Πίνακας 4.2. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Volkswagen μεταξύ 2010-2018

	Volkswagen All Models	Market Share
2018	1.717.108	0,00%
2017	1.685.053	10,88%
2016	1.704.547	11,35%
2015	1.699.221	12,04%
2014	1.606.145	12,41%
2013	1.541.890	12,58%
2012	1.608.647	12,82%
2011	1.703.915	12,30%
2010	1.558.848	11,20%

Πηγή: <http://carsalesbase.com>

Πίνακας 4.3. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Renault μεταξύ 2010-2018

	Renault All Models	Market Share
2018	1.083.664	0,00%
2017	1.133.277	7,32%
2016	1.094.374	7,29%
2015	970.454	6,88%
2014	872.486	6,74%
2013	797.577	6,51%
2012	818.598	6,52%
2011	1.068.600	7,72%
2010	1.164.277	8,36%

Πηγή: <http://carsalesbase.com>

Πίνακας 4.4. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Ford μεταξύ 2010-2018

	Ford All Models	Market Share
2018	1.014.037	0,00%
2017	1.030.074	6,65%
2016	1.041.431	6,94%
2015	1.036.249	7,34%
2014	959.191	7,41%
2013	919.799	7,50%
2012	950.344	7,57%
2011	1.106.875	7,99%
2010	1.128.782	8,11%

Πηγή: <http://carsalesbase.com>

Πίνακας 4.5. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Opel/Vauxhall μεταξύ 2010-2018

	Opel/Vauxhall All Models	Market Share
2018	878.747	0,00%
2017	935.169	6,04%
2016	984.769	6,56%
2015	934.368	6,62%
2014	880.974	6,81%
2013	823.902	6,72%
2012	835.855	6,66%
2011	996.566	7,20%
2010	1.006.683	7,23%

Πηγή: <http://carsalesbase.com>

Πίνακας 4.6. Πωλήσεις και μερίδιο αγοράς της Peugeot μεταξύ 2010-2018

	Peugeot All Models	Market Share
2018	962.201	0,00%
2017	917.486	5,92%
2016	860.911	5,73%
2015	849.857	6,02%
2014	782.883	6,05%
2013	736.440	6,01%
2012	795.792	6,34%
2011	923.371	6,67%
2010	1.015.057	7,29%

Πηγή: <http://carsalesbase.com>

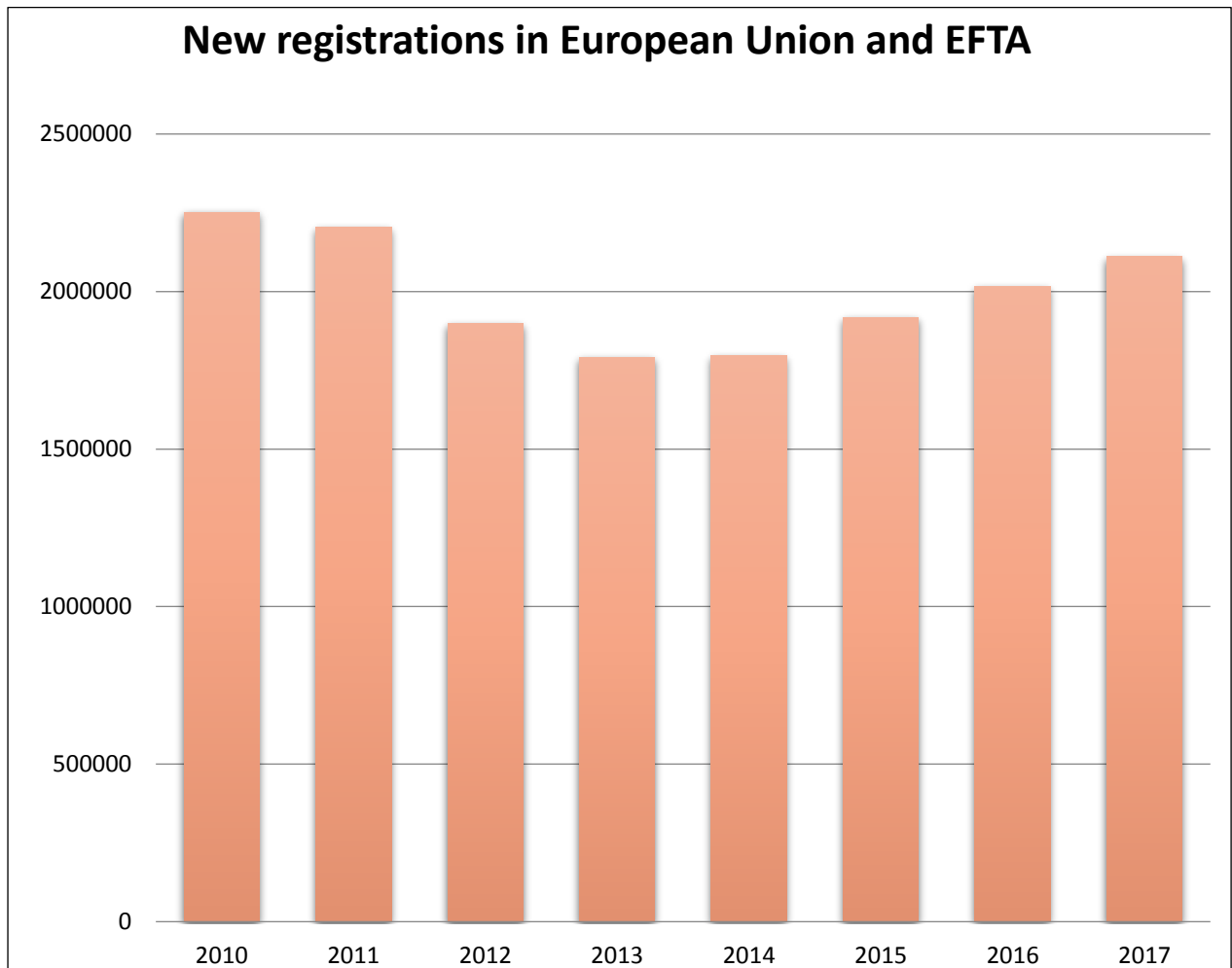
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε

Πίνακας 5.1. Πωλήσεις οχημάτων στην Γερμανία μεταξύ 2010-2017

Year	German Car Sales	% Change
2017	3,441,262	2.7
2016	3,351,607	4.5
2015	3,206,042	5.6
2014	3,036,773	2.9
2013	2,952,431	-4.2
2012	3,082,504	-2.2
2011	3,173,634	9
2010	2,916,260	-23.4

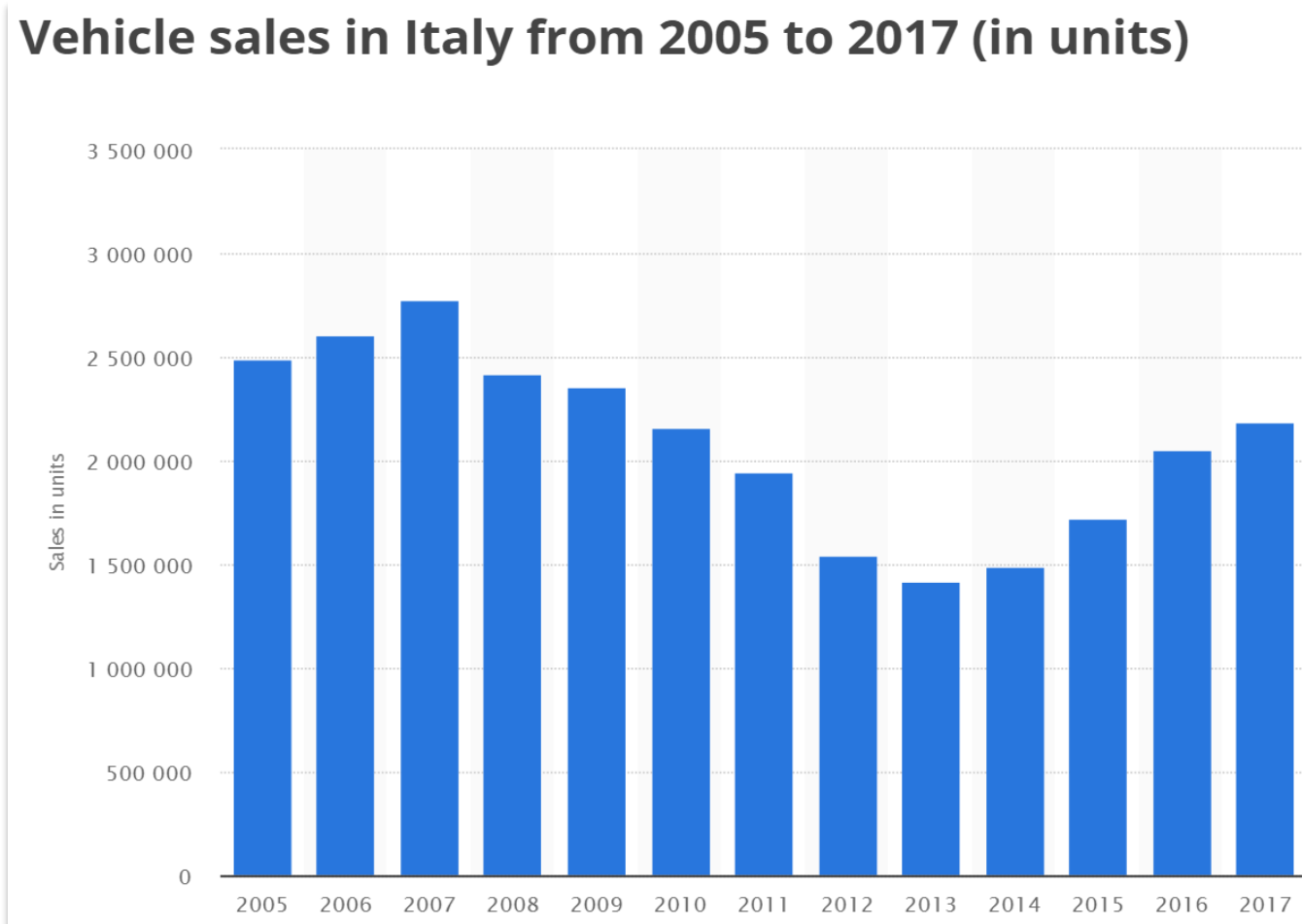
Πηγή: KBA

Σχεδιάγραμμα 5.1. Πωλήσεις οχημάτων σε εκατομμύρια στην Γαλλία μεταξύ 2010-2017



Πηγή: Association Auxiliaire de l'Automobile

Σχεδιάγραμμα 5.2. Πωλήσεις οχημάτων σε μονάδες στην Ιταλία μεταξύ 2005-2017

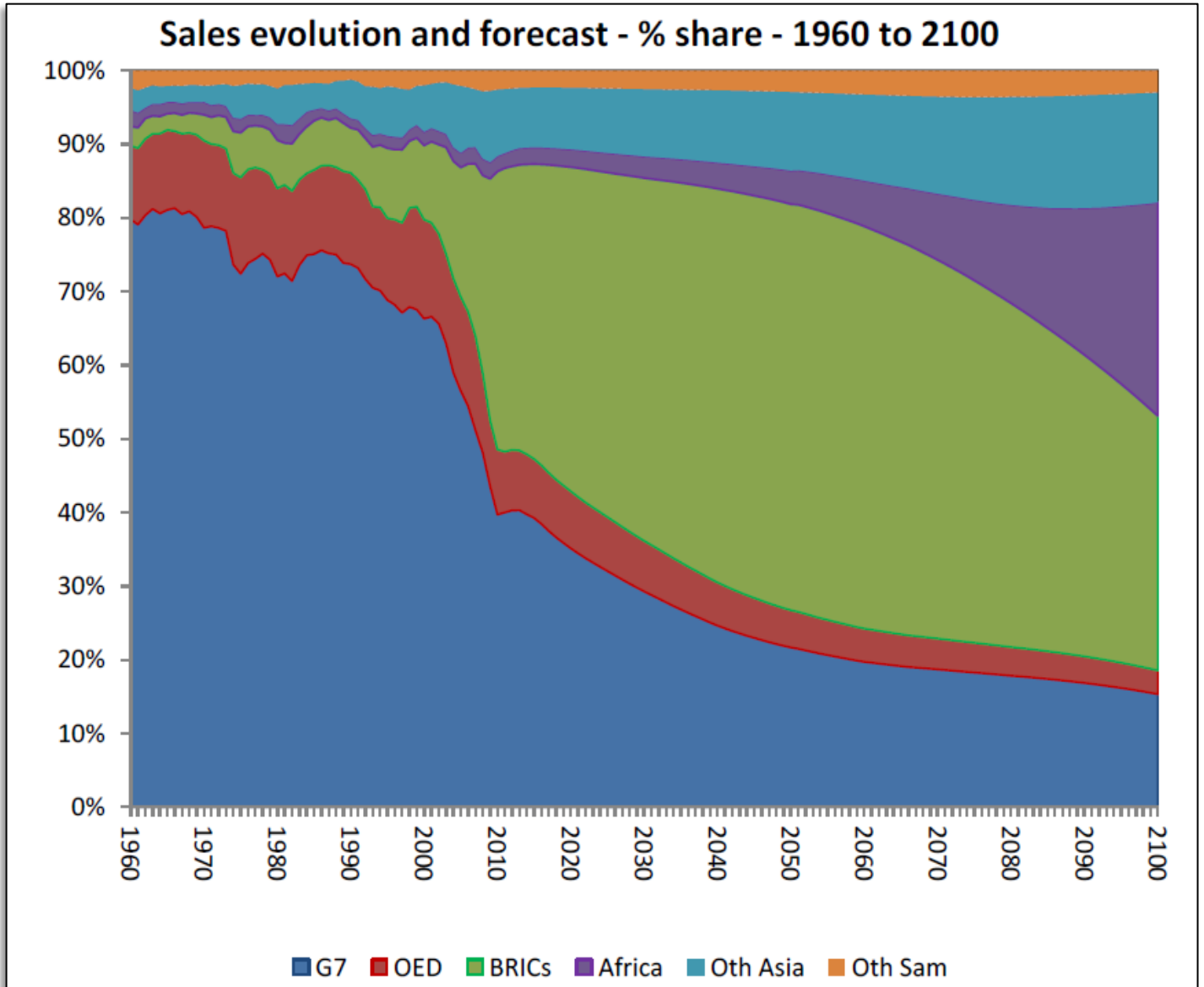


Πηγή: Statista

Πίνακας 5.2. Πωλήσεις PC και LCV στην Ισπανία μεταξύ 2010-2018

Year	Passenger Cars	Light Commercial Vehicles	Total Market Value	YoY Change
2018	1.321.438	214.553	1.535.991	7,1%
2017	1.234.931	199.101	1.434.032	8,7%
2016	1.147.007	172.334	1.319.341	10,9%
2015	1.034.232	154.795	1.189.027	22,7%
2014	855.308	113.787	969.095	19,9%
2013	722.689	85.382	808.071	4,1%
2012	699.589	76.410	775.999	-15,0%
2011	808.051	104.374	912.425	-16,9%
2010	982.015	116.010	1.098.025	3,7%

Πηγή: ACEA



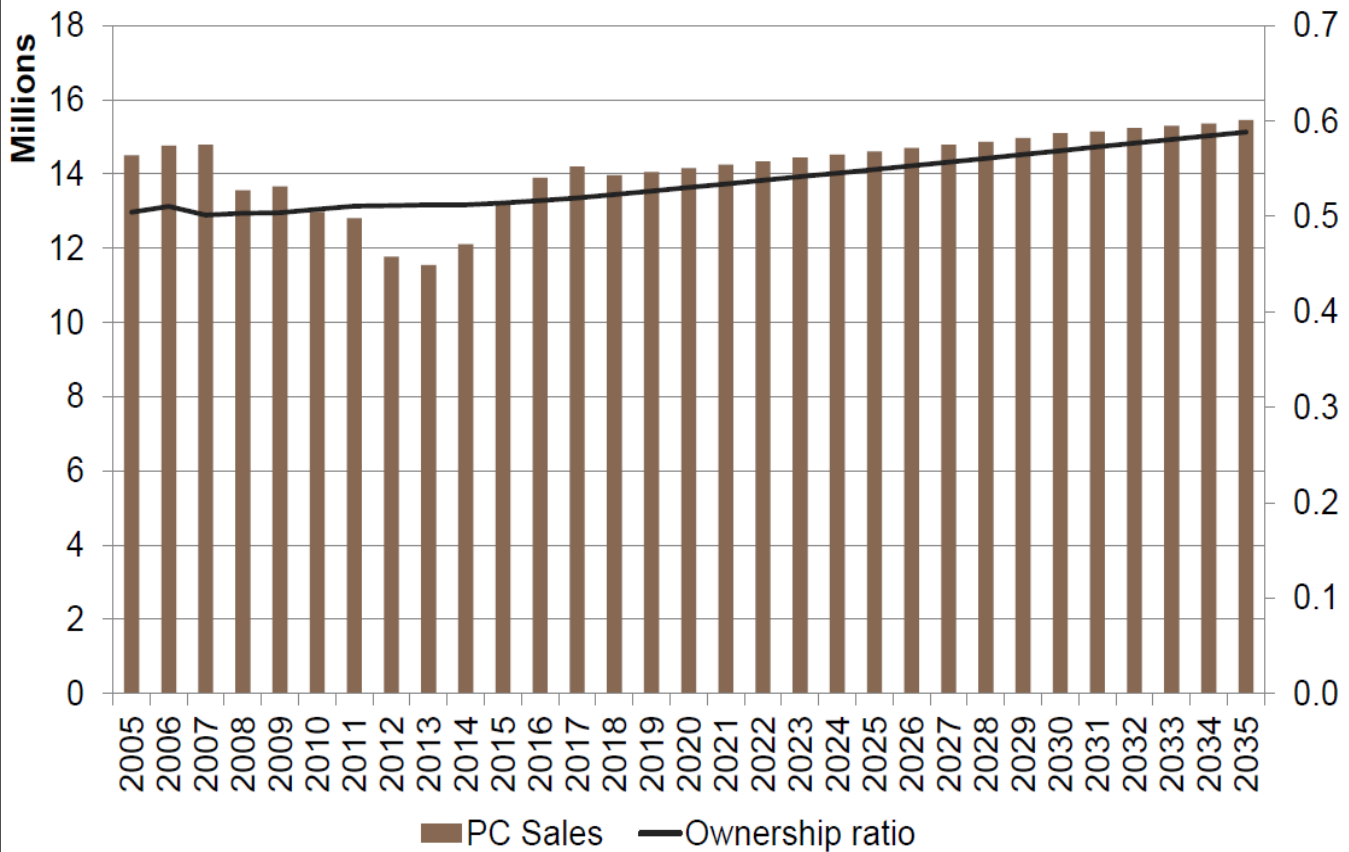
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ

Σχεδιάγραμμα 6.1. Προβλέψεις στην εξέλιξη της αγοράς αυτοκινήτων στην Ευρώπη μέχρι το 2035

Πηγή: Pemberton Associates

EU Light-Duty Vehicle Market

Sales projections for EU15 + EFTA – ownership ratio approximately 0.51



Σχεδιάγραμμα 6.2. Εξέλιξη των πωλήσεων και προβλέψεις μέχρι το 2100.

Πηγή: Stratas Advisors

