

Continental zwiększa produkcję i zapowiada kolejne inwestycje

data aktualizacji: 2011.09.23

Umacnianie pozycji lidera na rynku europejskim oraz realizacja ambitnego programu inwestycyjnego wartego 4 mld PLN to główne cele, jakie postawił sobie Continental na nadchodzące lata. Koncern, który w 2010 r. osiągnął 104 mld PLN przychodu ze sprzedaży, zamierza w dalszym ciągu podnosić wydajność produkcji, aby zaspokoić rosnący popyt na ogumienie.

Plany i strategię rozwoju firmy przedstawił Nikolai Setzer, członek zarządu spółki Continental AG podczas konferencji prasowej zorganizowanej z okazji 100-lecia obecności firmy w Polsce. Koncern zapowiedział zwiększanie istniejących mocy produkcyjnych oraz rozbudowę fabryk na rynku europejskim, co pozwoli zwiększyć dostępność nowego ogumienia i zaspokoi szybko rosnący popyt. Firma zamierza również wybudować nową fabrykę w Stanach Zjednoczonych zdolną wyprodukować 4 mln opon rocznie. Ponadto w brazylijskim zakładzie koncernu planowane jest podwojenie ilości wytwarzanego ogumienia z 4,5 mln do 9 mln sztuk. Globalna strategia niemieckiego producenta opon przewiduje także zwiększanie zaangażowania na rynku azjatyckim. Dwoma kluczowymi filarami koncernu na Dalekim Wschodzie są uruchomiony wiosną tego roku zakład w Chinach oraz przejęta fabryka opon Modi Tyres Ltd. w Indiach.

[img_full]9175|12324[/img_full]**Nikolai Setzer, członek zarządu spółki Continental AG**

Nikolai Setzer podsumował również dotychczasowe osiągnięcia firmy w Polsce. Krajowy rynek ze swoim potencjałem oraz szybko rosnącym zapotrzebowaniem na nowe ogumienie pozostaje jednym z kluczowych rynków w Europie. Continental ze sprzedażą 2,4 mln opon do samochodów osobowych i dostawczych jest drugim największym dostawcą ogumienia w Polsce i w dalszym ciągu zamierza zwiększać swoje zaangażowanie we wszystkich segmentach rynku. Silna pozycja krajowego oddziału Continental umożliwia także skuteczną koordynację działań na wschodzie Europy i zwiększanie zaangażowania firmy w krajach nadbałtyckich i na Ukrainie.

Szeroko zakrojone plany inwestycyjne są możliwe do realizacji dzięki dobrym wynikom finansowym koncernu. W ubiegłym roku firma osiągnęła 104 mld PLN (26 mld EUR) przychodu, z czego ponad 27% stanowiła sprzedaż opon. Równie istotną pozycję w strukturze przychodów firmy stanowią produkty z segmentów: wyposażenie wnętrza samochodu (Interior 21%), podwozie i bezpieczeństwo (Chassis & Safety 22%) oraz układ napędowy (Powertrain 18%). Produkty z kauczuku, inne niż opony oraz z tworzyw sztucznych pochodzące z oferty ContiTech stanowiły 12% sprzedaży.

Continental w swojej 140-letniej historii zawsze stawiał na innowacyjność i rozwój nowych technologii. Taka strategia zapewniła spółce pozycję lidera w Europie oraz największego dostawcy opon stanowiących oryginalne wyposażenie samochodów produkowanych na starym kontynencie. Dzięki temu koncern zajmuje także pierwsze miejsce w Europie pod względem ilości sprzedanego ogumienia zimowego i do pojazdów użytkowych.

Źródło: