

Przejęcie Opla przez PSA? Polska może zyskać

data aktualizacji: 2017.03.07



Konsolidacja rynku motoryzacyjnego widoczna jest już od kilku lat i teraz tak naprawdę zaczyna się rozkręcać. Pierwsze znaczne fuzje i przejęcia mogliśmy zaobserwować już w 2007 roku, jednak to ostatnie dwa lata (2015-2016) były rekordowe w tym zakresie - komentuje Jacek Opala, dyrektor rozwoju sprzedaży w Exact Systems S.A.

Przykładem może być koncern ZF Friedrichshafen, który zdecydował się przejąć zakłady TRW Automotive, czy też decyzja Fiata w sprawie zakupu Chryslera i w konsekwencji powstanie FCA Group. Głównym katalizatorem dla dalszych działań w obszarze M&A w Europie i na świecie będzie konieczność nadążania za szybkimi zmianami technologii motoryzacyjnej. Globalnie, producenci ścigają się nie tylko w obszarze poprawy technologii silników, aby spełniać normy rządowe. Zaczyna się również konkurowanie w budowaniu pojazdów elektrycznych, hybrydowych czy tych z autonomiczną zdolnością jazdy. I to właśnie w celu zagwarantowania sobie właściwego tempa innowacji mamy do czynienia z przejęciami. Branża chętnie się konsoliduje, poprzez nabywanie przedsiębiorstw, w celu zwiększenia wydajności, poprawy wyników finansowych i wzrostu marż. Wynika to również z chęci zwiększenia skali swojej działalności poprzez globalną obecność i różnorodność oferty. Im większa skala działalności, tym większa siła zakupowa, która ma przełożenie na koszty funkcjonowania, a w konsekwencji pozwala znacznie zmniejszyć liczbę bezpośrednich dostawców materiałów.



Przejęcie Opla dla PSA: oszczędności, dostęp do technologii, zbudowanie dobrej marki

Po przyłączeniu Opla do PSA, francuski producent stanie się drugim największym producentem w Europie. Powyżej opisane powody, dla których przedsiębiorstwa wybierają się na zakupy, są aktualne również dla przejęcia dokonanego przez PSA. Francuski koncern w ten sposób zwiększy swoje zdolności produkcyjne i liczy na oszczędności wynikające z dokonanego zakupu poprzez obniżenie kosztów ogólnych. Po drugie, ważny jest też dostęp do technologii. Ponadto, dzięki temu, że Opel to marka rozpoznawalna w Europie, przejęcie może pomóc francuskiemu producentowi w walce z krzywdzącymi stereotypami, które mimo iż niewiele mają wspólnego z rzeczywistością, realnie wpływają na decyzje zakupowe np. u nas w Polsce. Francuskie auta (świetnie sprzedające się we Francji) w porównaniu do japońskich czy nieśmiertelnych niemieckich mają nienajlepszą opinię w naszej części Europy i słabe wyniki sprzedaży.

O rebrandingu nie ma mowy

Rebranding – według mnie nie wchodzi w grę. Kroki, jakie PSA wykonała w ramach wydzielenia marki DS z Citroena pokazują chęć zbudowania różnorodności w grupie. Podobną strategię obrał VW, który posiada wiele marek (np. Audi, Seat czy Skoda) i nigdy nie zdecydował się na wyeliminowanie żadnej z nich, wręcz odwrotnie dba o wyróżnienia w różnych segmentach i przedziałach cenowych. Jeśli PSA miałby wykonać jakieś ruchy, to ewentualnie może nim być transformacja Vauxhalla w Opla.

Polska może zyskać w przyszłości

Scenariusz dla Polski? Moim zdaniem, nie mamy większych podstaw do poważnych obaw. Fabryki w naszym kraju są wydajne i nowoczesne, co w połączeniu z relatywnie niskimi kosztami pracy oraz łatwym dostępem do kadry inżynierskiej jest gwarancją utrzymania miejsc pracy. Co więcej, w gliwickiej fabryce w przyszłości możliwe jest też uruchomienie produkcji jakiegoś modelu z innych marek, które PSA posiada.

Jacek Opala, dyrektor rozwoju sprzedaży w Exact Systems S.A.

Źródło: