

Entrevista Director de operaciones de Europa de Renault

Jean Christophe Kugler

“Renault seguirá siendo el segundo fabricante en Europa”

Los lanzamientos del Captur y Zoe reforzarán sus ventas en el Viejo Continente

La Alianza Renault-Nissan trabaja para traer la conducción autónoma

NOEMI NAVAS
GINEBRA

Jean Christophe Kugler, directivo responsable de las operaciones del grupo Renault (que suma Dacia) en Europa, analiza para Cinco Días en el último Salón Internacional del Automóvil en Ginebra las próximas incertidumbres de los mercados europeos, las nuevas tendencias en la automoción y cómo la enseña que dirige va a hacer frente a los futuros retos aprovechando las sinergias de tecnologías que consiguen gracias a la Alianza Renault-Nissan, que acaba de incluir a Mitsubishi tras su crisis de las emisiones.

¿Cómo evalúa el mercado europeo en este momento y cómo espera que se desenvuelva en los próximos meses?

Las matriculaciones en Europa han registrado un crecimiento muy fuerte en los últimos años, como recuperación a los periodos de crisis, y Renault se ha beneficiado de esta alza. Hemos crecido mucho estos años. Ahora, el mercado se estabilizará porque ya está llegando a su nivel natural y esperamos que las matriculaciones se incrementen solo un 2% en 2017.

Europa atraviesa un momento lleno de incertidumbres, como el Brexit. En el sector del automóvil, en concreto, la operación de compra de PSA sobre Opel va a cambiar el panorama de las automovilísticas en Europa, también para su compañía, que puede perder su puesto como segundo fabricante en el Viejo Continente. ¿Cómo van a hacer frente a todos estos retos?

Pese a todos estos elementos, estamos seguros de que el mercado en Europa está estabilizándose y no vemos amenazas ciertas que afecten a esta evolución. En nuestro caso, vamos a seguir siendo el segundo fabricante en Europa. Tenemos dos marcas que están creciendo y estabilizándose entre ellas, en paralelo. Renault se está beneficiando de la renovación total de su marca, con lo que está creciendo más que Dacia, pero esta última también está creciendo con un ciclo de producto más avanzado. Tenemos todas las armas para seguir creciendo.

Han presentado en el Salón de Ginebra la nueva versión del Renault Captur, que se fabrica en la planta de Valladolid. ¿Qué pers-

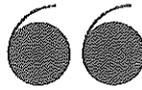
pectivas de crecimiento tienen para este nuevo modelo?

Puedo decir que el Renault Captur se ensambla en una de nuestras mejores plantas. Es una factoría muy reconocida en el grupo en términos de productividad y calidad. Captur tiene mucho éxito, es un best seller en Europa y se comercializa muy bien en Corea y Japón. Vendrán muchas más novedades para este modelo. No damos provisiones de ventas, pero creemos que es un producto muy fuerte que se va a ver aún más reforzado. Los resultados serán muy buenos. Somos muy optimistas sobre el futuro de Captur.

Están en proceso de lanzamiento también del nuevo Renault Zoe, un vehículo eléctrico con una autonomía de 400 kilómetros. ¿Cómo esperan el desarrollo de este modelo?

Es importante subrayar que nosotros fuimos pioneros en este campo. Muchos competidores dijeron que no había futuro en el vehículo eléctrico, los mismos que ahora están lanzando sus propios modelos. La ansiedad por la falta de autonomía era una barrera fuerte, pero ahora la nueva gama con esta autonomía más amplia nos da un nuevo horizonte para el vehículo eléctrico. Veremos acercarse a clientes que antes ni siquiera consideraban comprar un coche eléctrico. El hecho de que otros competidores también estén ofreciendo estos rangos de autonomía o similares es bueno, porque significa que la oferta es creíble.

¿Cómo está siendo la evolución de Dacia?



La fábrica de Valladolid, donde se ensambla el Captur, está muy bien reconocida en el grupo en términos de productividad y calidad

Dacia está creciendo bastante en Europa, si bien más despacio que Renault porque el ciclo de producto es distinto. Hemos vendido cuatro millones de vehículos Dacia hasta 2016, de los que 580.000 se han vendido el año pasado. Más de medio millón vendido en solo un año. Es una marca muy joven, solo tiene 12 años en Europa y no sabemos cuál será el tope, dónde estará el techo de ventas.

¿Qué peso considera que tendrá el diésel en Europa a medio plazo? ¿Tendrá su hueco? Lo más importante para los próximos 10 años es ser muy flexible. Hay que tener en cartera todas las tecnologías disponibles de la manera más competitiva y tan flexible como se pueda a nivel industrial y tecnológico. Gracias a la Alianza, y ahora Mitsubishi se acaba de unir a ella, nos beneficiamos de todas las tecnologías punteras que podemos ne-

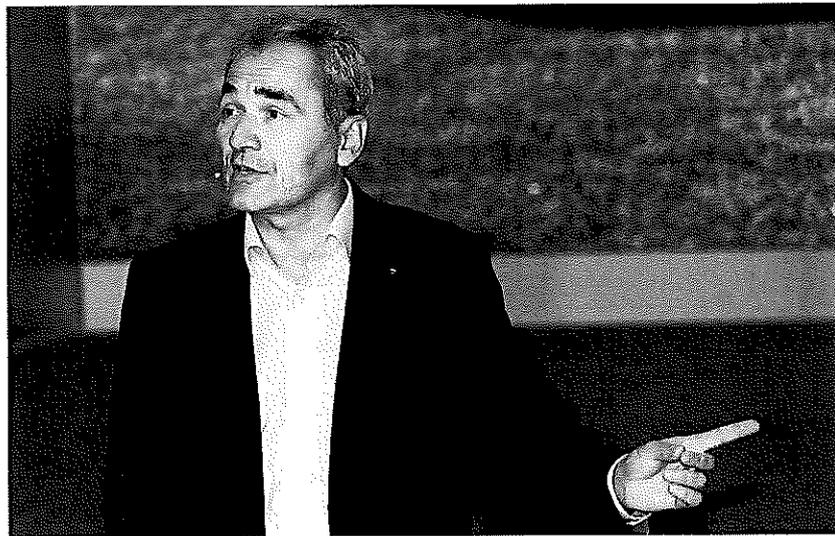
cesitar en los próximos 10 años. Tenemos que tener unas fábricas lo suficientemente flexibles como para adaptarnos a la demanda, que será cambiante.

¿Existirá demanda de diésel?

Creemos que sí, que tendrá su hueco, pero el espacio que ocupará dependerá mucho de la regulación de cada país y de cada ciudad. Nadie dice ahora que el diésel vaya a desaparecer. Se mantendrá sobre todo para los coches grandes porque los costes medioambientales encarecerán demasiado esta tecnología para los vehículos pequeños. El diésel desaparecerá de los coches urbanos. Pero, siendo totalmente sincero, creo que es difícil hacer una buena previsión. Todo está cambiando muy rápido, con lo que lo principal es tener todas las tecnologías disponibles y ser muy flexible.

¿Tendrá Renault un coche autónomo en diez años?

¡Todos lo tendrán! Las marcas están anunciando que sus coches autónomos llegarán a las carreteras de hecho antes de 10 años. El nivel de asistencia a la conducción está creciendo de manera exponencial y están ya relevando al conductor en ciertas tareas. Este nivel de autoconducción progresiva se irá desvolviendo en los próximos lanzamientos de Renault. Además, nosotros nos beneficiamos de la fuerza de la Alianza, tenemos ingenieros por todo el planeta trabajando en estas nuevas tecnologías de futuro y veremos avances en las tres marcas coordinadas. Siempre que una de nuestras enseñas muestra una tecnología, las demás se benefician.



GETTY IMAGES

press reader
 Printed and distributed by PUBLISHING
 PressReader.com, s. l. 424 278 1884
 CONTENT AND DESIGN BY SPAIN 1984