

Otomotive iğne yapıldı ama yeniden bayılacak

■ ÖTV teşvikinin sektöre oldukça kazanç sağladığını anlatan Ricoux, "Bu teşvikler, aslında bayılmakta olan birine iğne yapmak gibi. Ancak hastanın tekrar bayılma riski var. Otomotiv sektöründe bu iniş çıkışları engellemek için tercihimiz uzun vadeli vergi teşviklerinin olması" dedi.



Türk malı elektrikli otolar pazarda ciddi rekabet yaratır

PEUGEOT Pazarlama Direktörü Vincent Ricoux, Murat Günak ve Alphan Manas'ın geliştirdiği Türk malı elektrikli otomobil projesinin çok ciddi olduğunu belirterek, "Elektrikli otoda rekabet aynı seviyede. Türk malı elektrikli otomobiller diğer markalardan önce pazara sunulursa ciddi rekabet ortamı yaratacaktır" dedi.

■ Aslan BATUR



FRANSIZ otomobil üreticisi Peugeot'nun Pazarlama Direktörü Vincent Ricoux, dünyaca ünlü tasarımcı Murat Günak ve ünlü fütürist Alphan Manas'ın ortaklığında geliştirilecek "Türk malı" elektrikli otomobil projesi konusunda yapılan yatırım kararının çok ciddi olduğuna dikkat çekti. Ricoux, "Otomotivde yeni bir marka yaratmak gerçekten büyük yatırım gerektiriyor. Ama elektrikli otomobilde rekabet henüz oluşmadığı için Türk malı elektrikli otomobil projesinin diğer markalardan önce pazara sunulması çok önemli. Bu gerçekleşirse Türk malı araçlar ciddi rekabet ortamı yaratacaktır" dedi.

Hibrit hâlâ lider

Peugeot'nun MPV sınıfındaki yeni modeli 5008'in Fransa'nın Annecy kentinde düzenlenen uluslararası tanıtımında konuşan Ricoux, otomotiv sektörünün geleceğine ilişkin önemli açıklamalarda bulundu. Ricoux, Türk malı elektrikli otomobil projesine olumlu değerlendirdiklerini belirtilirken, tamamen elektrikle çalışan otomobillerin halen zamana ihtiyacı olduğunu söylemeyi de ihmal etmedi. Ricoux, "Bu nedenle hibrid modellerin bir süre daha elektrikle doğru giden yolda gelişime liderlik edeceğini düşünüyorum" dedi.

Fetih stratejisi

Türkiye piyasasındaki en dinamik markalardan biri olduklarını söyleyen Peugeot Pazarlama Direktörü Vincent Ricoux, "Pazar payımız yüzde 3.5'ten yüzde 5.6'ya çıktı. Yeni modellerle bunu yüzde 8'lere kadar çıkarmayı hedefliyoruz" dedi. Bu yıl Türk otomotiv sektöründe "Fetih stratejisi" izleyeceklerini dile getiren Ricoux, yeni modelleri Peugeot 5008 ile Türkiye'de daha önce uzanamadıkları bir müşteri kitlesine ulaşacaklarını ifade etti.

Haklılığımızı gösterdik

Türkiye'de yaptıkları 'Blue Lion' kampanyası kapsamında en çevreci modellerine özel bir satış stratejisi uyguladıklarını belirten Ricoux şöyle konuştu: "Peugeot Avrupa, bize böyle bir pazarlama stratejisinin Türkiye gibi çevreciliğe pek önem verilmeyen bir yerde başarılı olmasının imkansız olduğunu söylemişti. Ancak biz ulaştığımız satış rakamlarıyla haklı olduğumuzu gösterdik." Peugeot'nun hem dizel hem de elektrik motoruyla hareket eden hibrid modeli 3008'le 2011'de Türkiye'de etkili bir oyuncu olmayı hedeflediklerini söyleyen Ricoux, bu tip otomobillere vergi teşvikinin kesinleşmesi durumunda ise araç planlanandan daha önce Türkiye'ye getirebileceklerini vurguladı.