

Polska



Sprzedaż samochodów w Portugalii w 2015 roku

2016-01-17 18:13:57



W 2015 roku sprzedaż samochodów w Portugalii wzrosła o 24% w porównaniu do roku 2014. Pomimo skandalu związanego z manipulacją emisji zanieczyszczeń Volkswagen pozostał drugim najczęściej sprzedawanym lekkim pojazdem osobowym, nawet przy odnotowanym w grudniu zmniejszeniu sprzedaży tej marki o 7,6%. Według wstępnych danych opublikowanych w dniu 4 stycznia br. przez portugalskie Stowarzyszenie Przemysłu Motoryzacyjnego (ACAP) w całym roku 2015 zostało sprzedanych 231645 pojazdów, w tym lekkich osobowych, dostawczych i ciężarowych.

ACAP informuje jednak, że pomimo wzrostu w porównaniu do poprzedniego roku, rynek w 2015 roku odnotował spadek o 11% w stosunku do średniej z ostatnich 15 lat. Od 2013 roku zauważalne jest ożywienie rynku samochodowego po bardzo silnym spadku w latach 2011 i 2012, mimo to nie został osiągnięty poziom wartości ze sprzedaży adekwatny do wielkości kraju. Jednakże należy zaznaczyć, że od 2010 roku, kiedy sprzedano 272754 samochodów, nie zarejestrowano tak pozytywnych danych.

Według kategorii, w przypadku pojazdów lekkich osobowych sprzedaż wzrosła o 25% r/r do 178496 pojazdów., dostawczych o 17,9% do 30856 pojazdów oraz ciężkich o 27,6% do 4293. W grudniu sprzedaż wzrosła o 7,7% r/r do 17 283 pojazdów.

Według marek, Renault pozostaje najlepiej sprzedającą się marką samochodów osobowych w Portugalii, podobnie jak miało to miejsce w 2014 roku. W ubiegłym roku Renault sprzedał 20447 samochodów (+25,3%). Volkswagen plasuje się na drugim miejscu pomimo afery spalinowej. Sprzedaż wzrosła o 21,8% na rynku krajowym do 16 900 szt.. Jednakże w grudniu sprzedaż tej niemieckiej marki widocznie skurczyła się, aż o 7,6% w stosunku do analogicznego miesiąca w 2014 roku, rejestrując łącznie 1048 sprzedanych pojazdów.

Trzecia marka najczęściej zakupywana przez Portugalczyków to, bez zmian wobec poprzedniego roku, Peugeot, którego sprzedaż wzrosła o 25,7% do 16566 lekkich samochodów osobowych.

Z drugiej strony, pomimo niższego wolumenu sprzedaży niż ww. marki, należy wyróżnić znaczący wzrost sprzedaży niektórych innych, jak np. Jeep, której sprzedaż zwiększyła się aż o 755% do łącznie 171 pojazdów w 2015 r, Suzuki o 516% do 154 pojazdów, lub Lamborghini, która w 2014 roku sprzedała tylko jeden pojazd, natomiast w 2015 roku cztery (+ 300%).



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego