

A blurred image of a car's front wheel and lower body, moving across a cobblestone street. The background shows a brick building and some greenery, all out of focus.

Autoalan Vuosimarkkinat 2015

2.10.2014 Sanomatalo

Toimitusjohtaja Pekka Rissa
Autoalan Keskusliitto ry

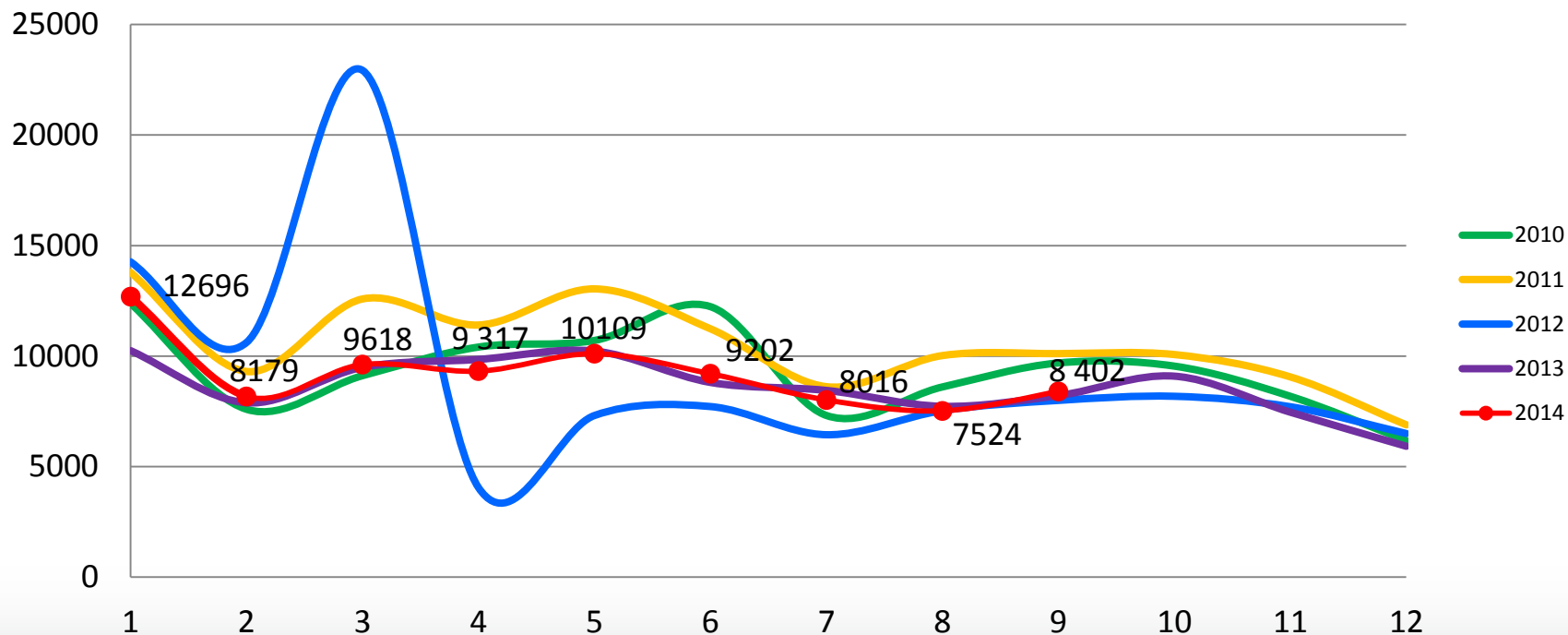




Autoalan tilanne ja markkinanäkymät vuodelle 2015



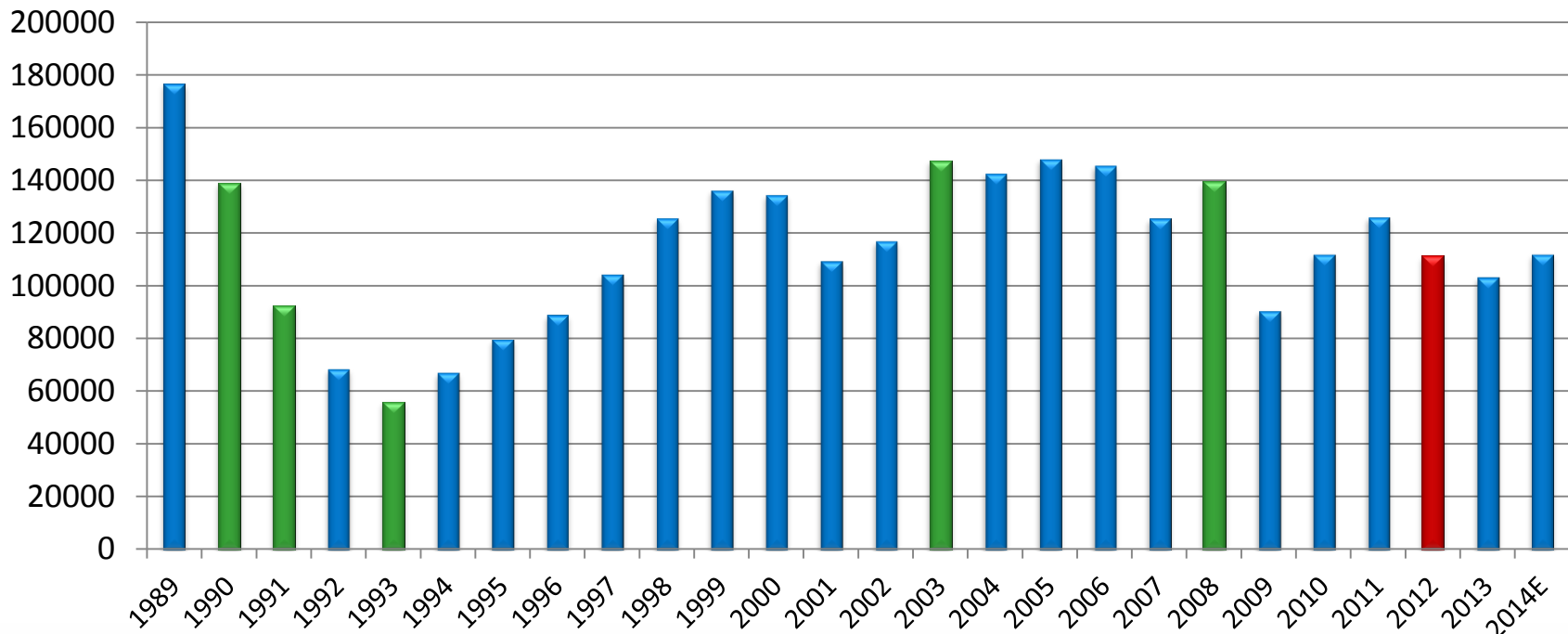
Henkilöautojen ensirekisteröinnit kuukausittain



2.10.2014



Autoalan vuosittaiset myyntimäärät



1990
1991
1993
2003

1990 Henkilöauton autoveron alennus 5 prosenttiyksiköllä
1991 Autoveroa alennettiin jälleen viidellä prosenttiyksiköllä
1993 Henkilöautojen autovero aleni 20 prosenttiyksiköllä
2003 Autoverolain muutos astuu voimaan, autovero alenee

2008

2012

2008 Henkilöautojen autovero muuttuu hiilidioksidipäästöihin perustuvaksi, useimpien henkilöautomallien hinnat laskevat
2012 Autoveron CO₂ käyrää loivennetaan alle 110 g/km päästävien autojen osalta

2.10.2014



Uusien henkilöautojen myynti on jämähtänyt väärälle tasolle !

Vuosi	Rekisteröinnit	
2003	147405	
2004	142642	
2005	148161	
2006	145700	ksm. 145 977
2012	111251	-27,4 %
2013	103450	
2014E	105000	
2015E	104000	ksm. 105 951

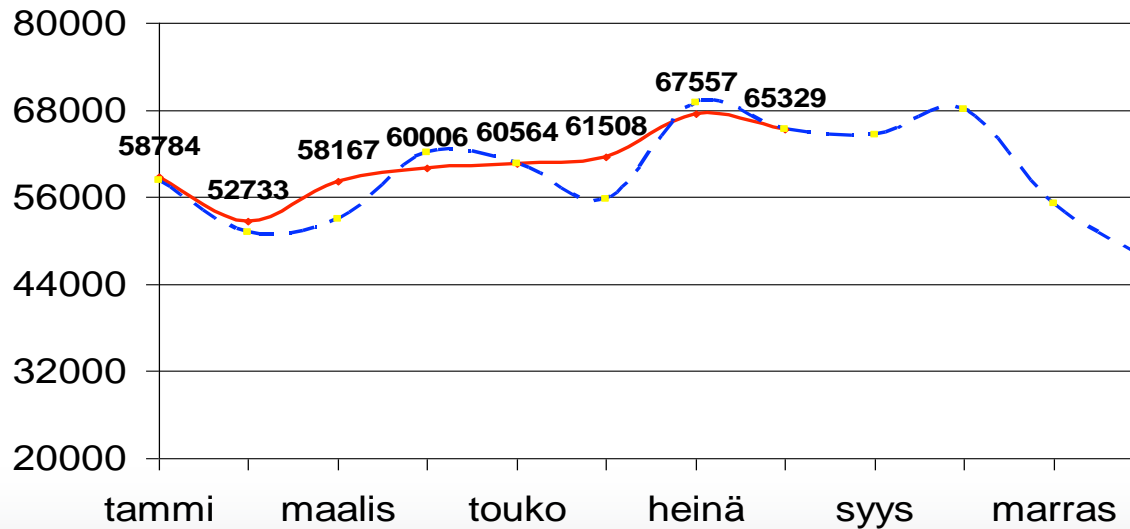
2.10.2014



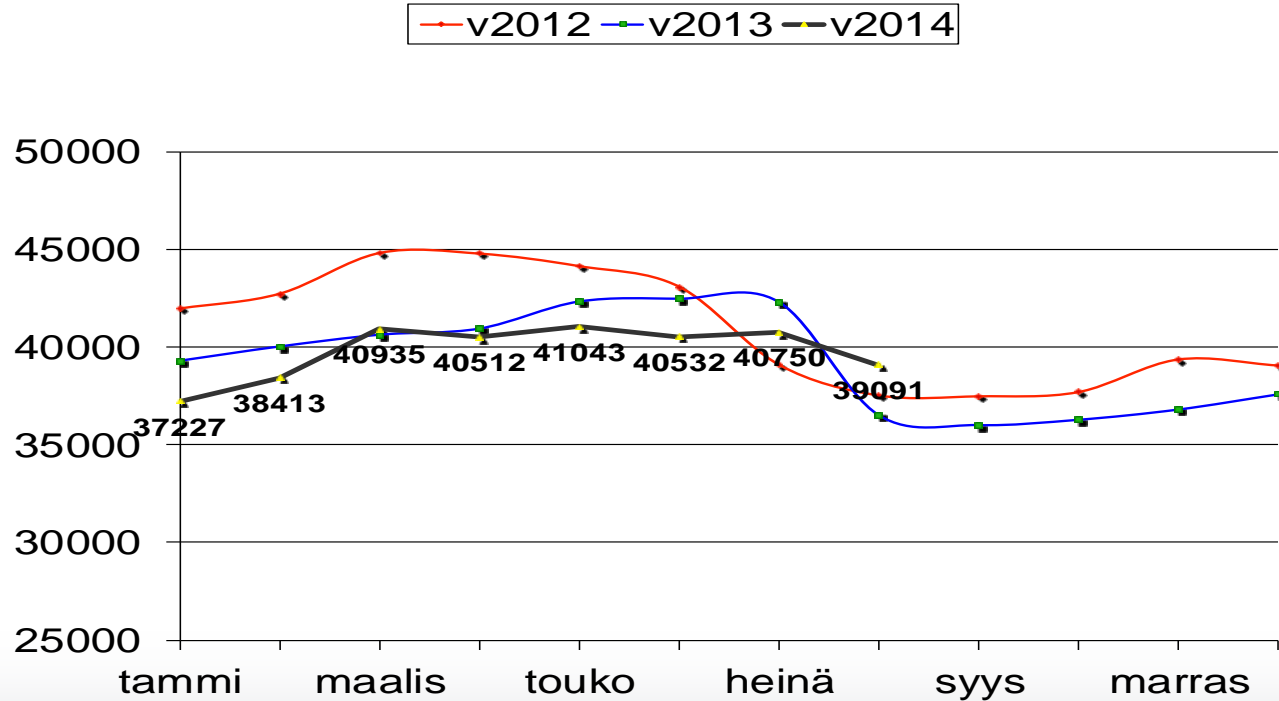
Vaihtoautomarkkinat, total

Henkilö- ja pakettiautot

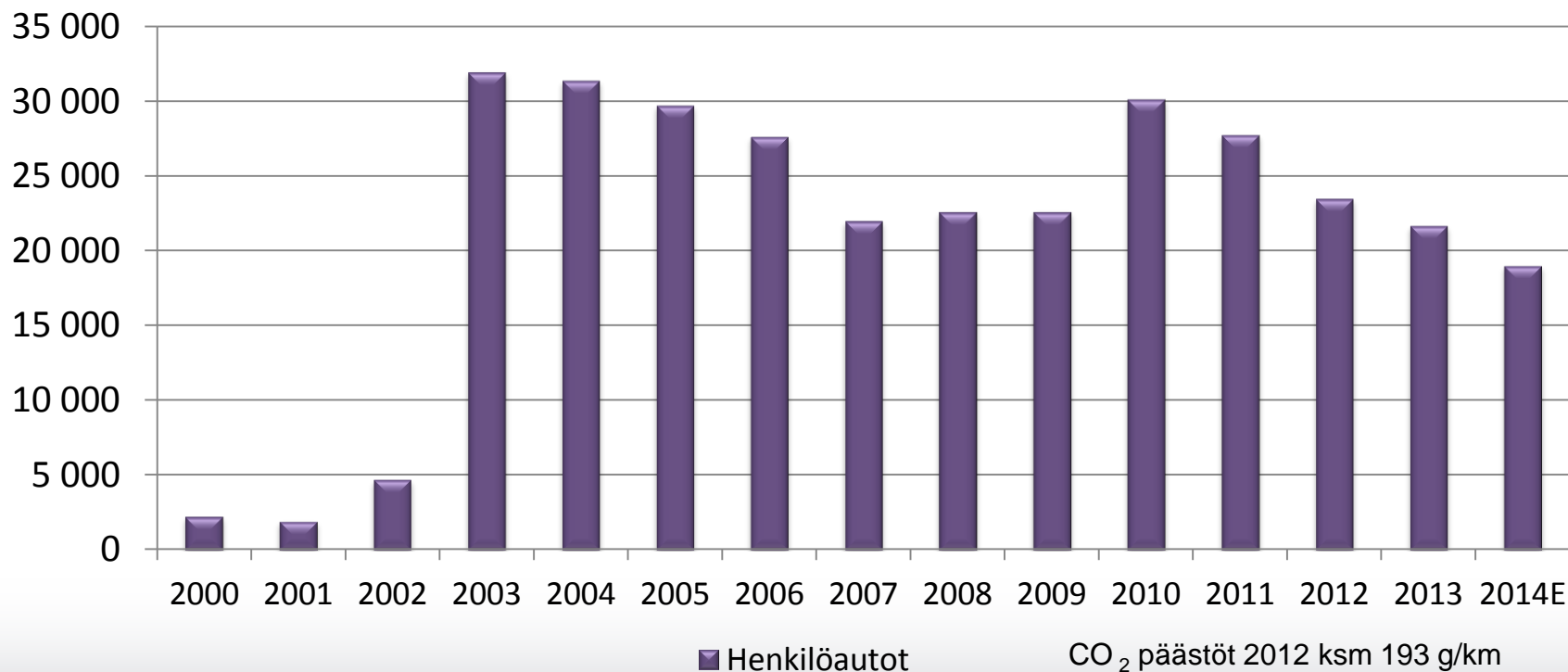
—●— 2014 - - - 2013



Vaihtoautot myynnissä kpl, varastot



Käytettynä maahantuodut autot vuosittain



CO₂ päästöt 2012 ksm 193 g/km

CO₂ päästöt 2013 ksm 187 g/km

2.10.2014



Uusien henkilöautojen rekisteröinnit, Eurooppa

	August '14	August '13	% Chg 14/13	Jan -Aug '14	Jan -Aug '13	% Chg 14/13
AUSTRIA	21 121	23 063	-8,4	212 500	222 810	-4,6
BELGIUM	28 613	29 829	-4,1	351 712	354 581	-0,8
BULGARIA	1 689	1 702	-0,8	13 583	12 340	+10,1
CROATIA*	1 462	1 539	-5,0	25 655	20 147	+27,3
CYPRUS	529	520	+1,7	5 740	4 914	+16,8
CZECH REPUBLIC	13 937	11 595	+20,2	125 695	106 946	+17,5
DENMARK	14 604	14 300	+2,1	127 671	120 592	+5,9
ESTONIA	1 542	1 551	-0,6	14 033	13 604	+3,2
FINLAND	7 524	7 739	-2,8	74 683	72 753	+2,7
FRANCE	83 715	85 953	-2,6	1 186 226	1 167 647	+1,6
GERMANY	213 092	214 044	-0,4	2 021 609	1 969 820	+2,6
GREECE	3 693	3 372	+9,5	48 789	40 198	+21,4
HUNGARY	4 766	4 165	+14,4	43 898	36 369	+20,7
IRELAND	4 869	3 697	+31,7	89 273	68 600	+30,1
ITALY	53 191	53 295	-0,2	925 393	893 954	+3,5
LATVIA	921	752	+22,5	8 445	6 951	+21,5
LITHUANIA	964	830	+16,1	9 795	7 907	+23,9
LUXEMBURG	2 944	2 554	+15,3	34 565	32 868	+5,2
NETHERLANDS	25 722	28 309	-9,1	255 183	269 744	-5,4
POLAND	20 003	19 067	+4,9	221 477	191 389	+15,7
PORTUGAL	7 739	6 141	+26,0	97 699	72 016	+35,7
ROMANIA	6 410	6 319	+1,4	46 003	36 582	+25,8
SLOVAKIA	5 249	4 243	+23,7	47 897	41 996	+14,1
SLOVENIA	3 304	3 373	-2,0	36 143	35 763	+1,1
SPAIN	45 355	39 874	+13,7	583 663	501 260	+16,4
SWEDEN	24 274	21 616	+12,3	196 494	168 677	+16,5
UNITED KINGDOM	72 163	65 937	+9,4	1 532 335	1 391 788	+10,1
EUROPEAN UNION¹	669 395	655 379	+2,1	8 336 159	7 862 216	+6,0
EU15²	608 619	599 723	+1,5	7 737 795	7 347 308	+5,3
EU13³	60 776	55 656	+9,2	598 364	514 908	+16,2
ICELAND	496	429	+15,6	7 617	5 868	+29,8
NORWAY	11 444	11 660	-1,9	95 519	93 616	+2,0
SWITZERLAND	19 783	20 996	-5,8	197 258	203 634	-3,1
EFTA	31 723	33 085	-4,1	300 394	303 118	-0,9
EU28¹ +EFTA	701 118	688 464	+1,8	8 636 553	8 165 334	+5,8
EU15² +EFTA	640 342	632 808	+1,2	8 038 189	7 650 426	+5,1

Lähde: ACEA



Suomen autokauppioiden tuloskehitys 2004 – 2013

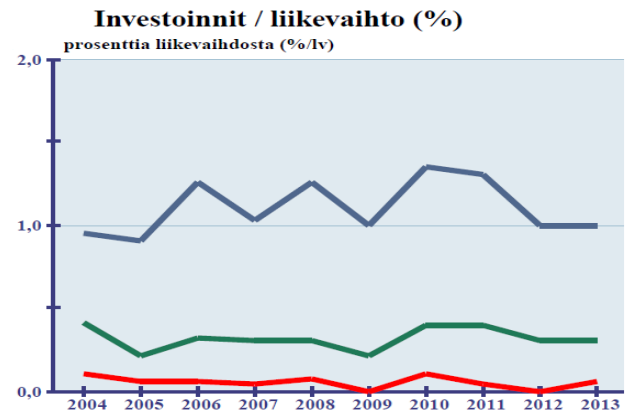
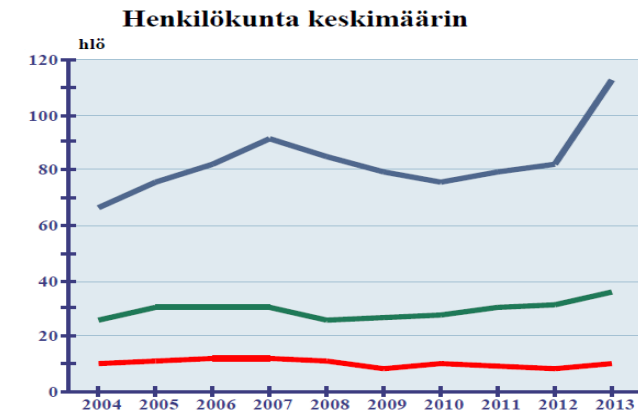
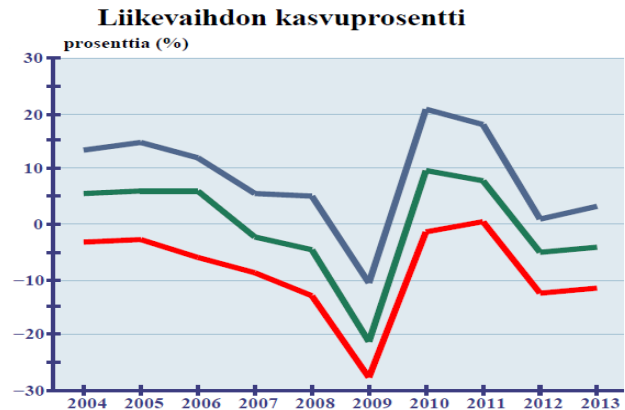
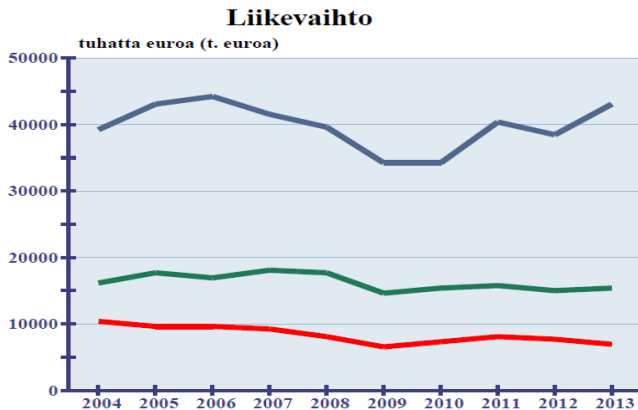
(8/2014 mukana 98 yritystä)

Lähde: ACEA



Tunnuslukugrafiikka I – Kasvu ja kannattavuus

Autojen vähittäiskauppa

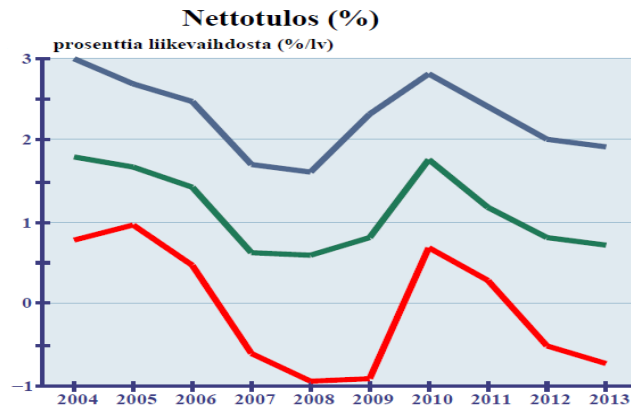
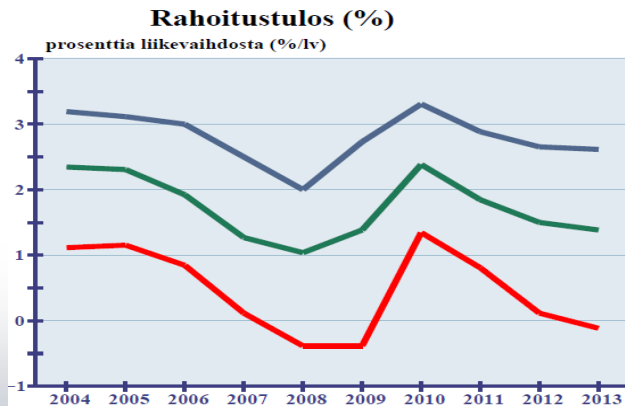
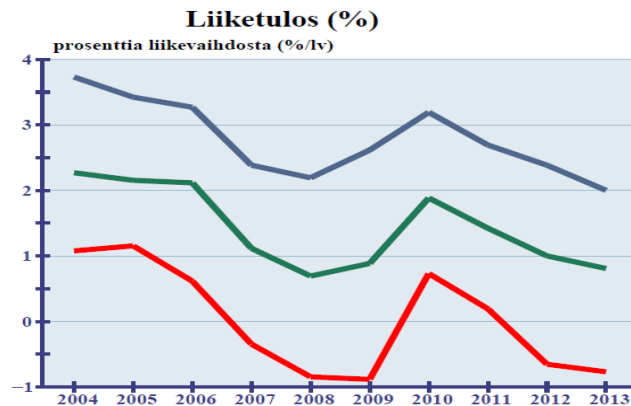
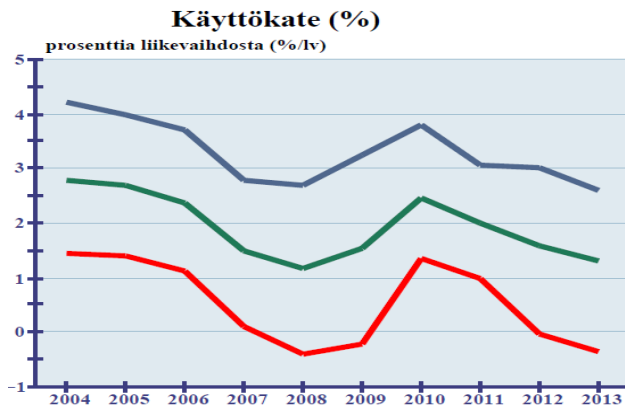


Lähde: Balance Consulting



Tunnuslukugrafiikka I – Kasvu ja kannattavuus

Autojen vähittäiskauppa

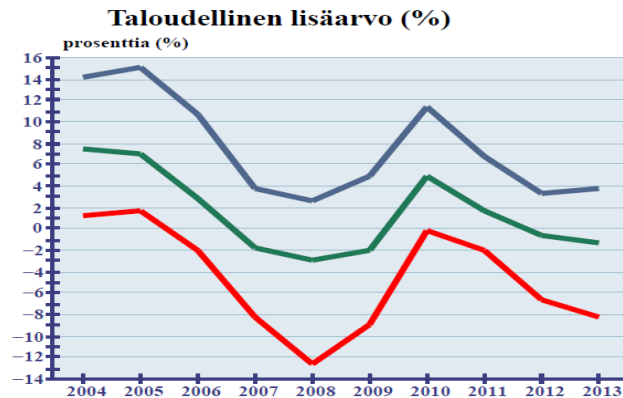
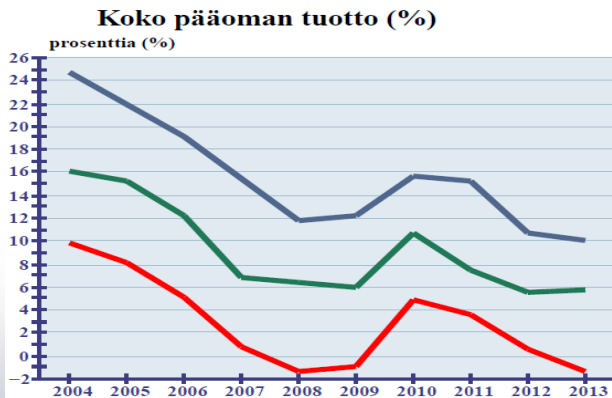
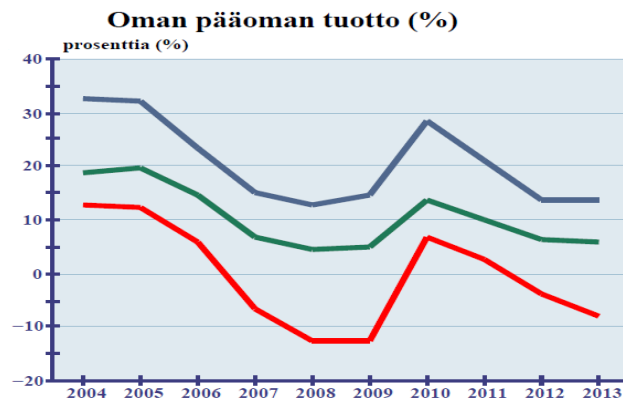
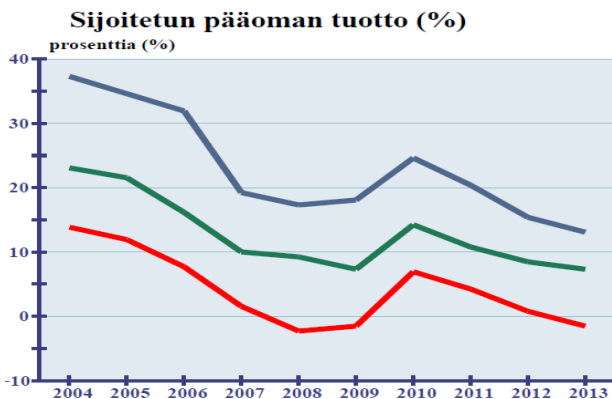


Lähde: Balance Consulting



Tunnuslukugrafiikka II – Pääoman tuotto ja käyttöpääoma

Autojen vähittäiskauppa



Lähde: Balance Consulting

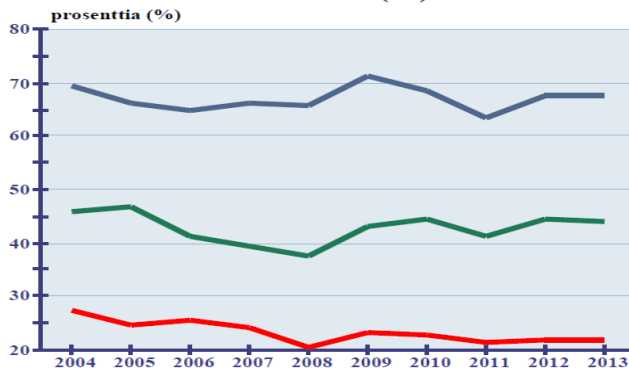


Tunnuslukugrafiikka II – Pääoman tuotto ja käyttöpääoma

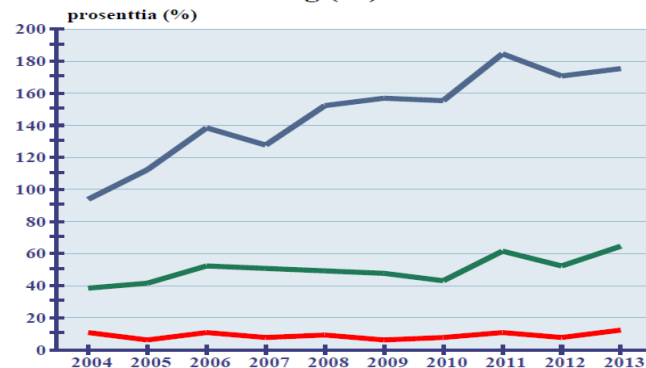
Autojen vähittäiskauppa



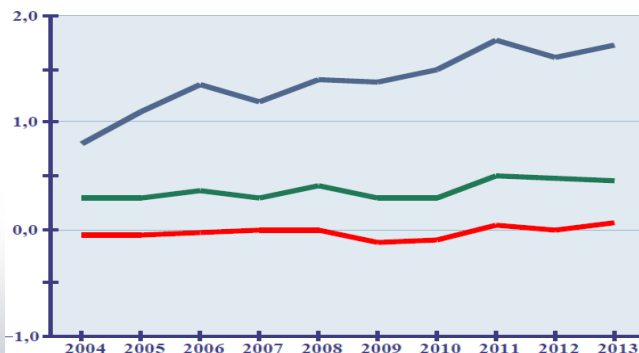
Omavaraisuusaste (%)



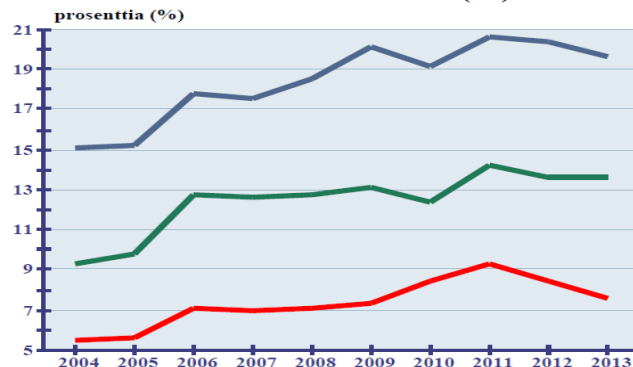
Gearing (%)



Nettovelkaantumisaste



Suhteellinen velkaantuneisuus (%)

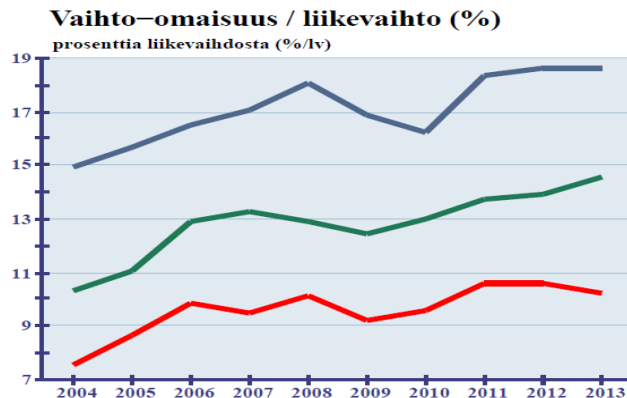
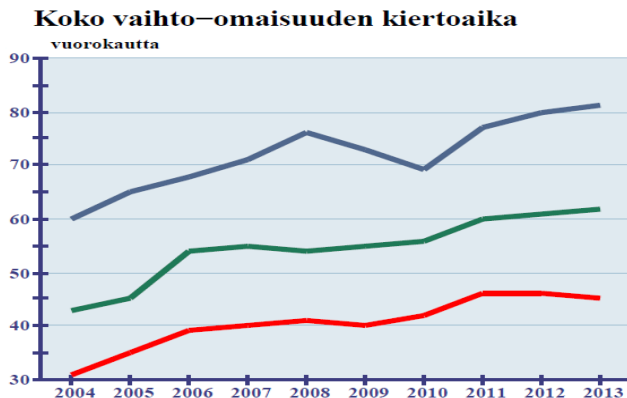
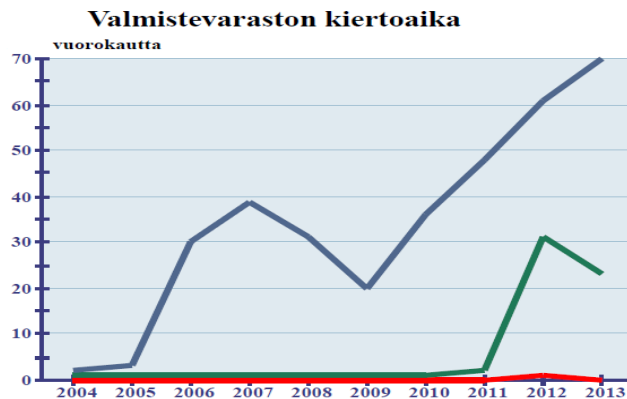
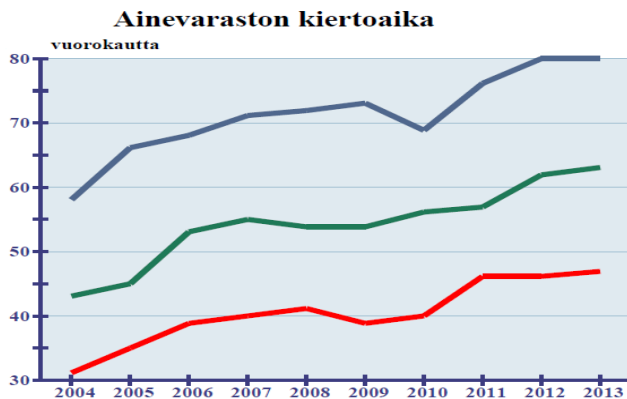


Lähde: Balance Consulting



Tunnuslukugrafiikka IV – Maksuvalmius ja käyttöpääoman kiertoajat

Autojen vähittäiskauppa

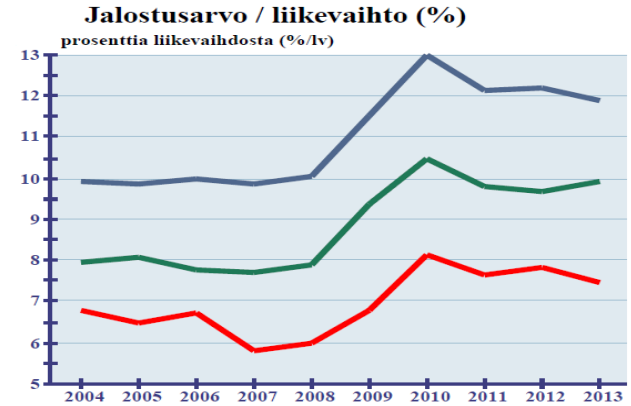
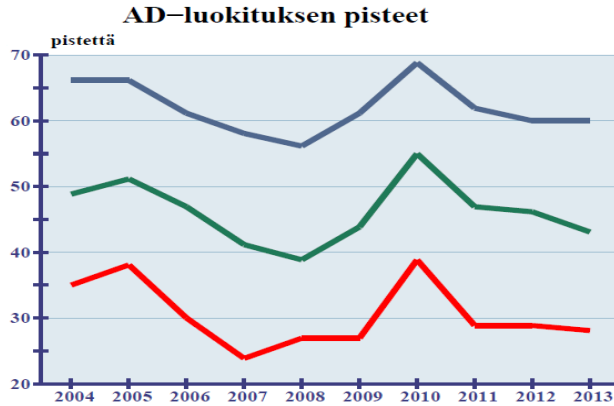


Lähde: Balance Consulting

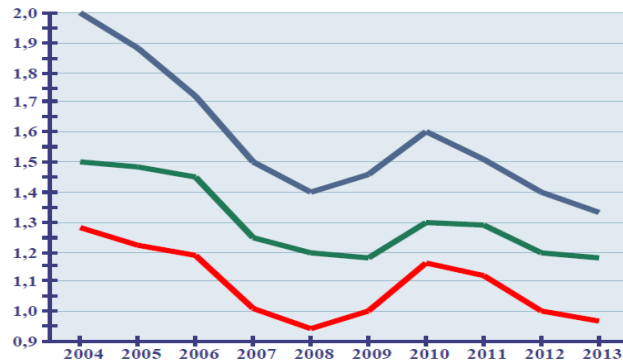


Tunnuslukugrafiikka V – Luokitus ja toiminnan tehokkuus

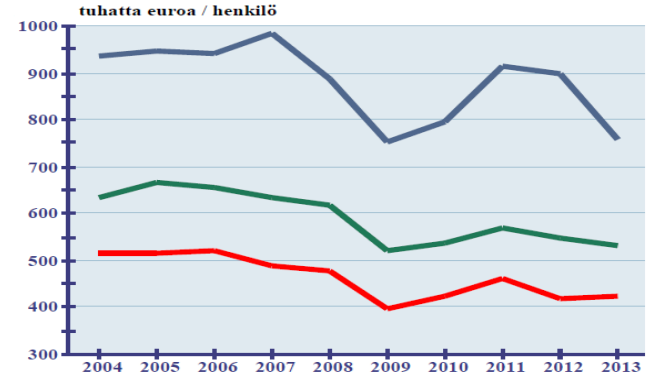
Autojen vähittäiskauppa



Työn reaalitytuottavuus (jalostusarvo/palkat)



Liikevaihto / henkilö



Lähde: Balance Consulting





Ajatuksia autoverosta sekä esittely-, leasing ja tuotantoautojen problematiikasta

Autovero

- **”Keinotekoinen palomuri” Eun sisämarkkinoiden hyödyntämisessä**
 - Estää suomalaisia autokauppiaita toimimasta Eun sisämarkkinoilla vapaasti
 - Suomalaiset autokauppiat huonommassa asemassa kuin eurooppalaiset kilpailijansa
 - Ainoastaan ne ulkomailta tuodut autot, jotka ovat myyntitilissä eikä Suomessa vielä autoverotettuja ovat aidosti sisämarkkinoiden käytettävissä ja vietävissä ulkomaille
 - Kun autot on tuotu suomalaisen autoverotuksen piiriin, niiden myyminen sisämarkkinoille käytännössä todella hankalaa ellei mahdotonta
 - Autoveron vientipalautuskäsittely byrokraattista
 - Rekisteröintipakko liikennekäyttöön ulkomailla
 - Autoveroa ei palauteta, jos auton käyttöönotosta on yli 10 vuotta tai palautus on alle 1000 €
 - Palautettavasta autoverosta vähennetään aina 300 €
- **Estää autokannan modernisoinnin**
 - Käytössä ei ole uusin ympäristöystävällinen sekä mahdollisimman turvallinen teknologia
 - Valtion sitoutuminen päästötavoitteisiin ja niihin pääsemiseen?
 - Tarpeettomien ihmishenkien menetys vuosittain puhumattakaan tarpeettomista inhimillisistä kärsimyksistä mm. vakavien loukkaantumisten johdosta
- Ihmisillä, yrityksillä sekä autoliikkeillä sitoutuu tarpeettomasti pääomia autoveron rasittamiin ajoneuvoihin. Tämä kaikki on muusta liiketoiminnasta ja kulutuksesta pois.

Esittelyautot - punakilpiset

Väliaikaisesti, autoveroa suorittamatta voidaan käyttää:

- Suomessa myytäväksi tarkoitettua ajoneuvoa
- Koeajo- ja esittelykäytössä enintään 9 kuukautta
- Asiakasta kohden luovuttaa korkeintaan 3 vrk ajaksi
- Käyttöönottoilmoitus Tullille – pidettävä ajossa mukana
- Siirtolupa Tullilta / katsastusasemalta
- Punaiset kilvet katsastusasemalta
- Pidettävä kirjaa kaikista ajoista
 - Punakilpisten esittelyautojen hallinnointi yrityksille huomattavan byrokraattista ja prosessi paperinen
 - Punakilpisiä autoja ei voida käyttää esimerkiksi esittelykäytössä huollon sijaisautoina vaan autoliikkeillä on oltava tätä tarkoitusta varten erikseen kovin kilpiin rekisteröityjä autoja
- 9 kuukauden jälkeen auto verotetaan uutena ajoneuvona eli verotusarvo määräytyy esittelykäytön aloitushetken perusteella

Yksinkertainen esimerkkilaskelma normaalisti ostetun ja esittelykäytössä olleen auton hinnan muodostumisesta

	”Normaali uuden auton kauppa”	”Ensin esittelyleasing käytössä, jonka jälkeen auto myydään kuluttajalle”
Auton Ovh. sis alv24	20 000	20 000
Autovero	10 000	10 000
Auton hinta kuluttajalle	30 000	
Autoverolle maksettava alv24		2400
Auton hinta kuluttajalle esittelykäytön jälkeen ilman alennuksia/myyntitappiota		32 400

2.10.2014



Jakelutieneutraliteetti...

- Edellisellä sivulla olevan esimerkin mukaisesti esittelyautoa myytäessä, myyjä tilittää valtiolle ALVia huomattavasti enemmän kuin myytäessä kalliimpaa uutta autoa
- ***Tämä johtuu siitä, että esittelyautoa myytäessä maksetaan ALV myös autoverosta, joka on AKL:n mielestä EU-oikeuden vastaista***
- Mitä kalliimmasta autosta on kyse, sitä suurempi ongelma on
- Suomessa lisäksi vastaava ALV-ongelma on Suomessa kaikilla rahoitusyhtiöillä, sijaisautoilla sekä viime kädessä myös yrittäjillä, jotka ostaessaan auton maksavat siitä liikaa ALVia
- Vastaavasti mikä tahansa yritys, joka ostaa punakilpisen esittelyauton, menettää ALV:a myydessään auton samaan hintaan:
 - Edellisen esimerkin mukaisesti punakilpisen esittelyauton oston ALV on 2 394,19 €. Yritys joutuu myydessään auton samaan hintaan (vaikka samana päivänä) tilittämään ALV 2 999,33 € eli mikä tahansa suomalainen yritys menettää esimerkin mukaisesti ALV:a 605,14 euroa
 - Järjestelmä on epäoikeudenmukainen ja suomalaista yritystoimintaa haittaava

2.10.2014



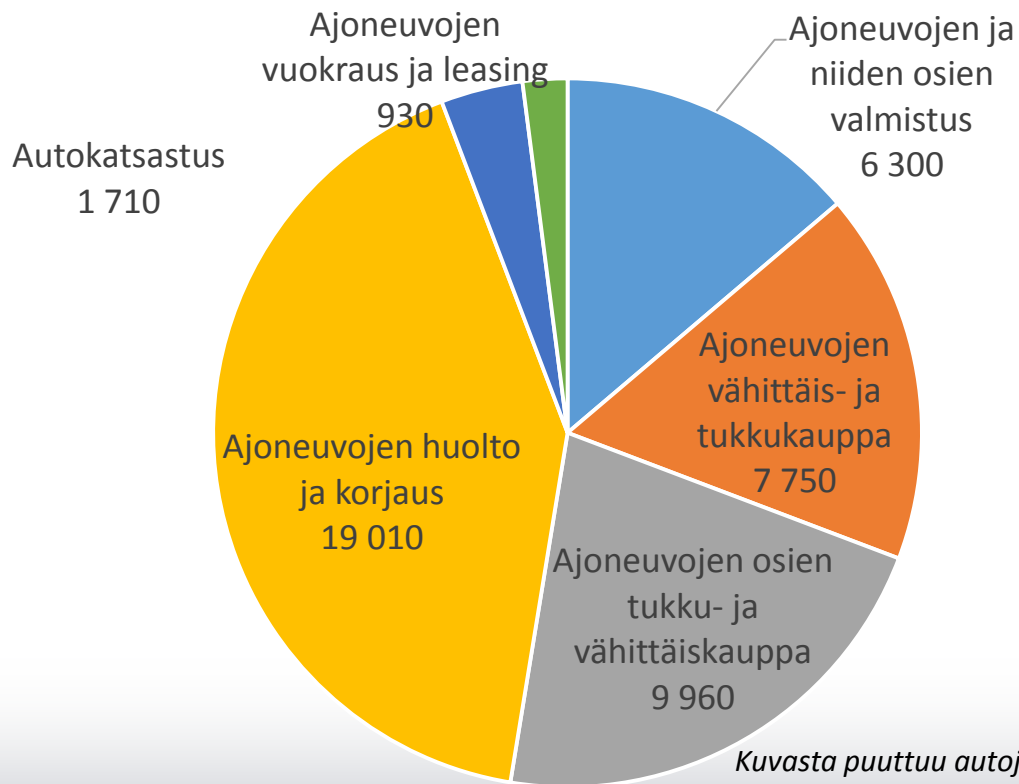
Liite: Vuoden 2011 aikana arvioidut alv tappiot

	2011 Milj euroa
Rahoitusleasing	30
Esittelyleasing	13
Lyhytaikaiset rent -autot	7
Pakettiautot	5
Rahoitusyhtiöt, arvio	20
Yhteensä	75

Kuinka autoala työllistää Suomessa ?



Autoala työllistää noin 46 000 henkilöä

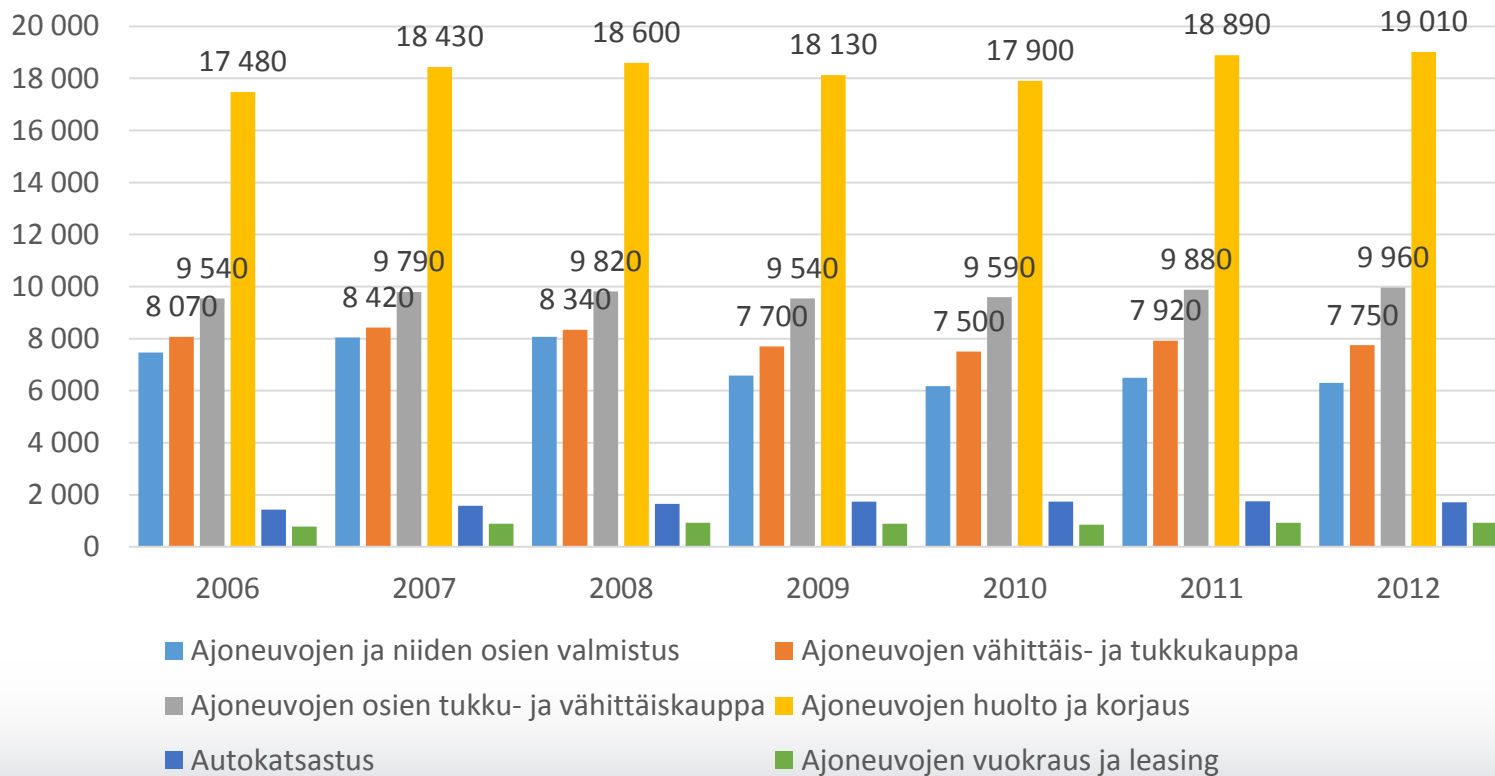


Kuvasta puuttuu autojen kierrätys- ja romutustoiminta, jonka on arvioitu työllistävän yli 1 000 henkilöä.

Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri, tiedot vuodelta 2012



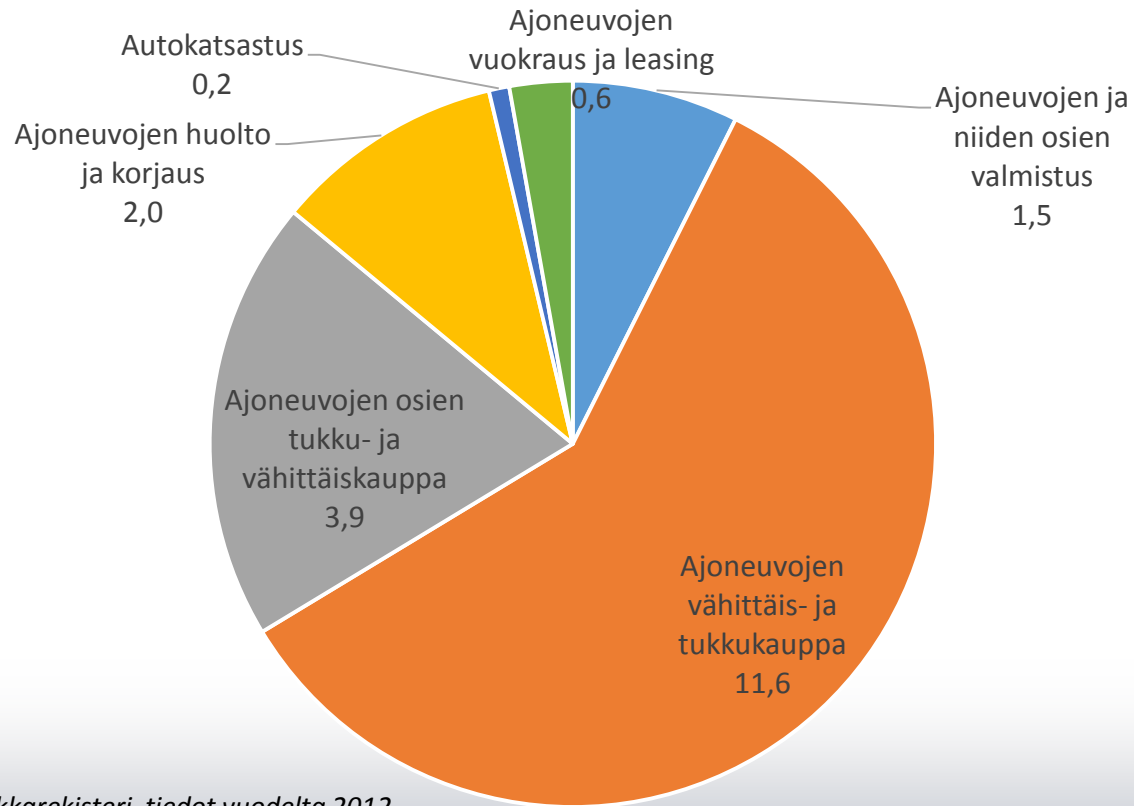
Autoalan työllisyyden kehitys



Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri

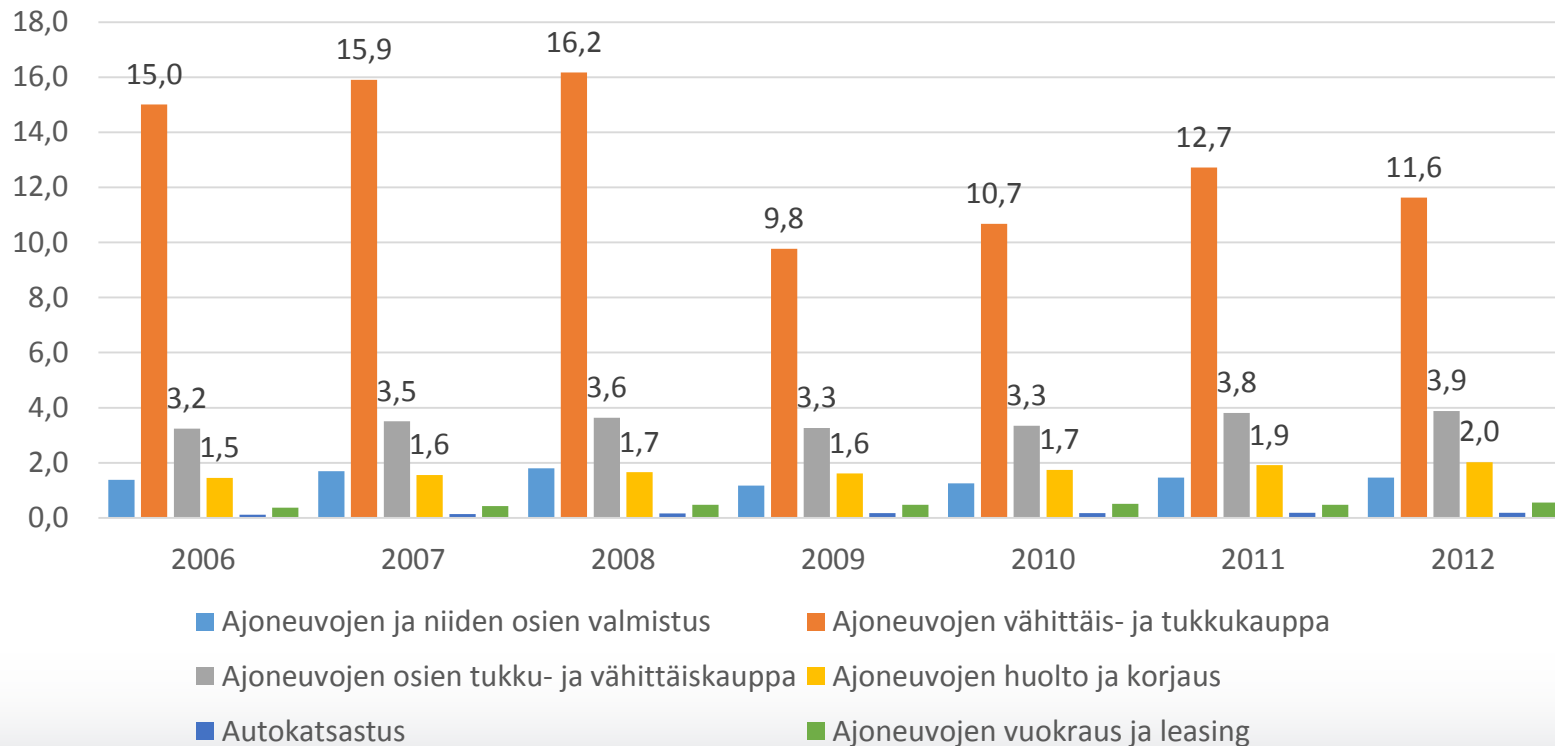


Autoalan liikevaihto on lähes 20 miljardia euroa vuodessa

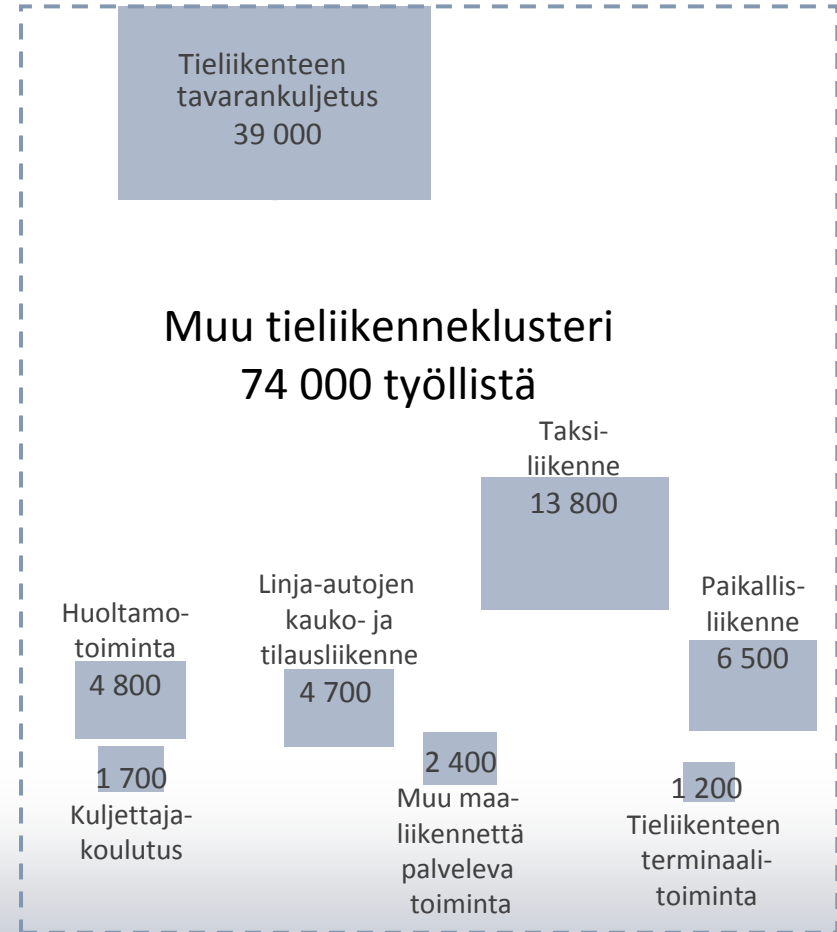
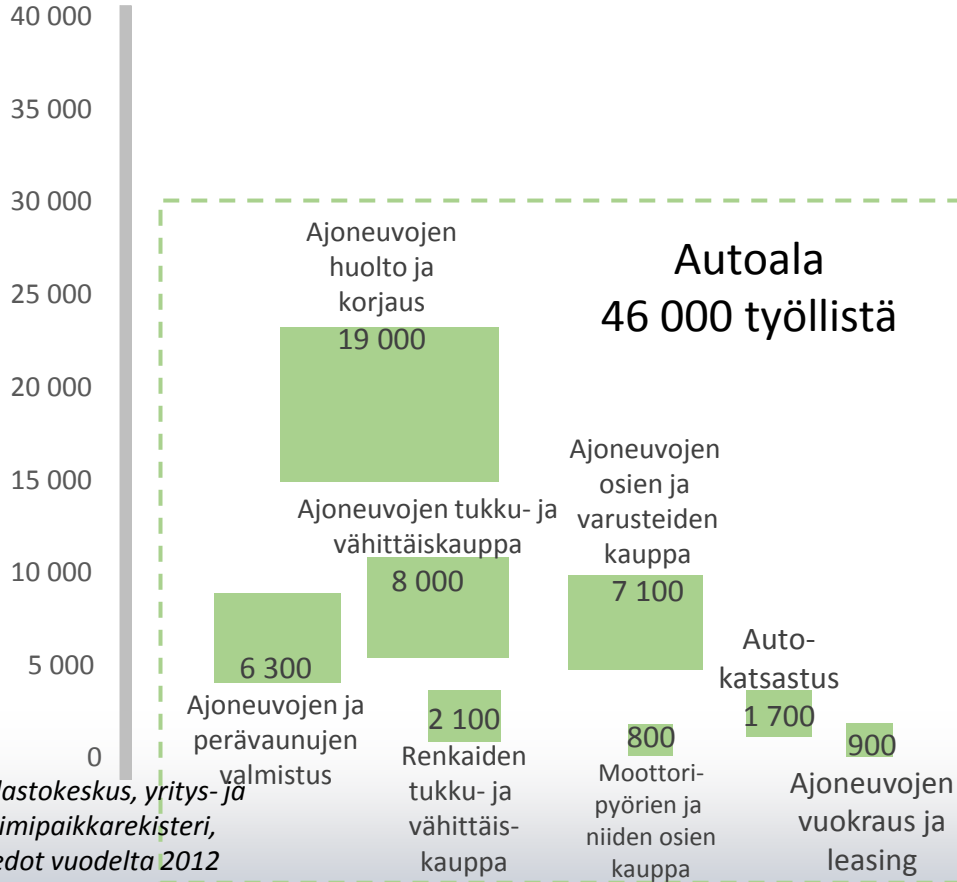


Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri, tiedot vuodelta 2012

Autoalan liikevaihdon kehitys



Autoala osana laajempaa tieliikenneklusteria työllistää noin 120 000 henkilöä



Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri, tiedot vuodelta 2012



Mediakäyttäytyminen Markkinointi

Kilpailukyky Mukavuudenhalu Ajokortti Älyliikenne

Kuluttajakäyttäytyminen

MURROS Väestörakenne
Asiakaskokemus

Digitalisoituminen Pirstaloituminen

Työllisyys Kannattavuus Ajankäyttö

Omistaminen



GENERATION



SODAN SUKUPOLVI
-< 1945



SUURET IKÄLUOKAT
1945-1960



X-SUKUPOLVI
1961-1980



Y-SUKUPOLVI
1981-1995



Z-SUKUPOLVI
1995 ->

YMPÄRISTÖ jossa kehittynyt

Talvisota, Mannerheim, Sotakorvaukset Tarkat sukupuoliroolit, Helsingin Olympialaiset, Rock, kaupungistuminen

OSUUS työvoimasta

3%

Oman kodin omistaminen



Digi-ihmettelijä



Kirje

Elinikäinen työpaikka

Sukuperintö
"Ovelta ovelle"

ELÄMÄN tavoite

ELINTASON osoittaja

ASENNE teknologiaan

VIESTINNÄN ydin

suhtautuminen TYÖURAAAN

TYÖPAIKAN löydän näin

Kylmä sota, Berliini Suuret ikäluokat, Nuorisoradikaalit, Urho Kekkonen, Perhekeskisyys, Avaruuden valloitus, seuramatkailu, markka

33%

Turvallinen työpaikka



VÄRITELVISIO

Digihyväksyjä



Puhelin

Urakehtiyminen omissa käsissä

Sanomalehtien ilmoitukset

Itäblokki murtuu, Amerikkalais-tuminen, McDonalds, Pankikiiri, tasa-arvo, Ronald Reagan, PC, NMT-puhelimit, Interrail, Euro

35%

Työn ja vapaa-ajan tasapaino



KÄNNYKKÄ

Digipioneeri



E-mail, sms

Urakehtiyminen toimialakohtaisesti

Rekrytointiyritykset
Head Hunterit,
Internet sivustot

9/11Terrorismi, PlayStation Nokia, Internet, GSM-puhelimit, WLAN, Tarja Halonen, Työttömyys, EU, Reppumatkailu, AngryBirds

29%

Vapaus ja joustavuus



TABLETTI

Diginatiivi



Sosiaalinen media

Etätö ja pätkä-työ hyväksytään

Internet sivustot
Staattiset cv-pankit

Arabikevät, Globaalisuus, Älykkäät esineet, Kasvihuoneilmiö, Työvoimapula, Kestävyyssvaje, Tosi-TV, Shengen, WhatsApp, Rap

Valmistumassa ammattiin
Vakaus ja turvallisuus

Sähköauto Älylasti
3D-printteri
Nanoteknologia

Digiriippuvainen



Integroidut mediat

Oma osaaminen kauppatavarana

Interaktiivinen ja digitaalinen online-prosessi



Skenaariot yhteenveto

- Suuruuden ekonomia ja megadillerit
- Sopimusvalmistajat ja private label
 - Monimerkkimyyjät
 - Hintalähtöisyys ja asiakkaiden ostosuuskunnat
 - Maahantuonnin rooli katoaa
 - Huolto ja vaihtoautokauppa eriytyy uusien autojen myyntinä
 - Laipalaisit ja

*Walmart, IKEA?
Gigantti, Expert
Pendragon*

C Volyymin voima

*Amazon.com, eBay
Verkkokauppa.com*

D Villi viidakko

- perinteinen myyntimalli, PUSH
- Jatkuvasti heikkenevä kannattavuus
- Toimijoiden määrä harvenee
- Autotehtaan ja -brändin asema vahvistuu
- Kilpailu kannattavista markkina-alueista
- Vahvat merkit

*Inchcape
Hirvox, Veikon Kone
Halonen*

A Tuttu kurjuus

*Motonet?
Konebox
Stockmann*

B Tuunattu tulevaisuus

- Kokonaispalvelu ja einkaariajattelu
- Räätylöidyt palvelut
- Uudet jakelutiet ja useita konsepteja
- Jakelubrändit
- Brokerit
- Paljon uusia toimijoita, kermankuorintaa
- Asiakas hallitsee, PULL
- Vertailu, kilpailutus, ostopoolit
- Pirstaleinen asiakaskunta
- Aito monikanavaisuus
- Valikoimien laajuus
- Dialogi asiakkaan kanssa
- Parantuneet kätteet lisääntyvät

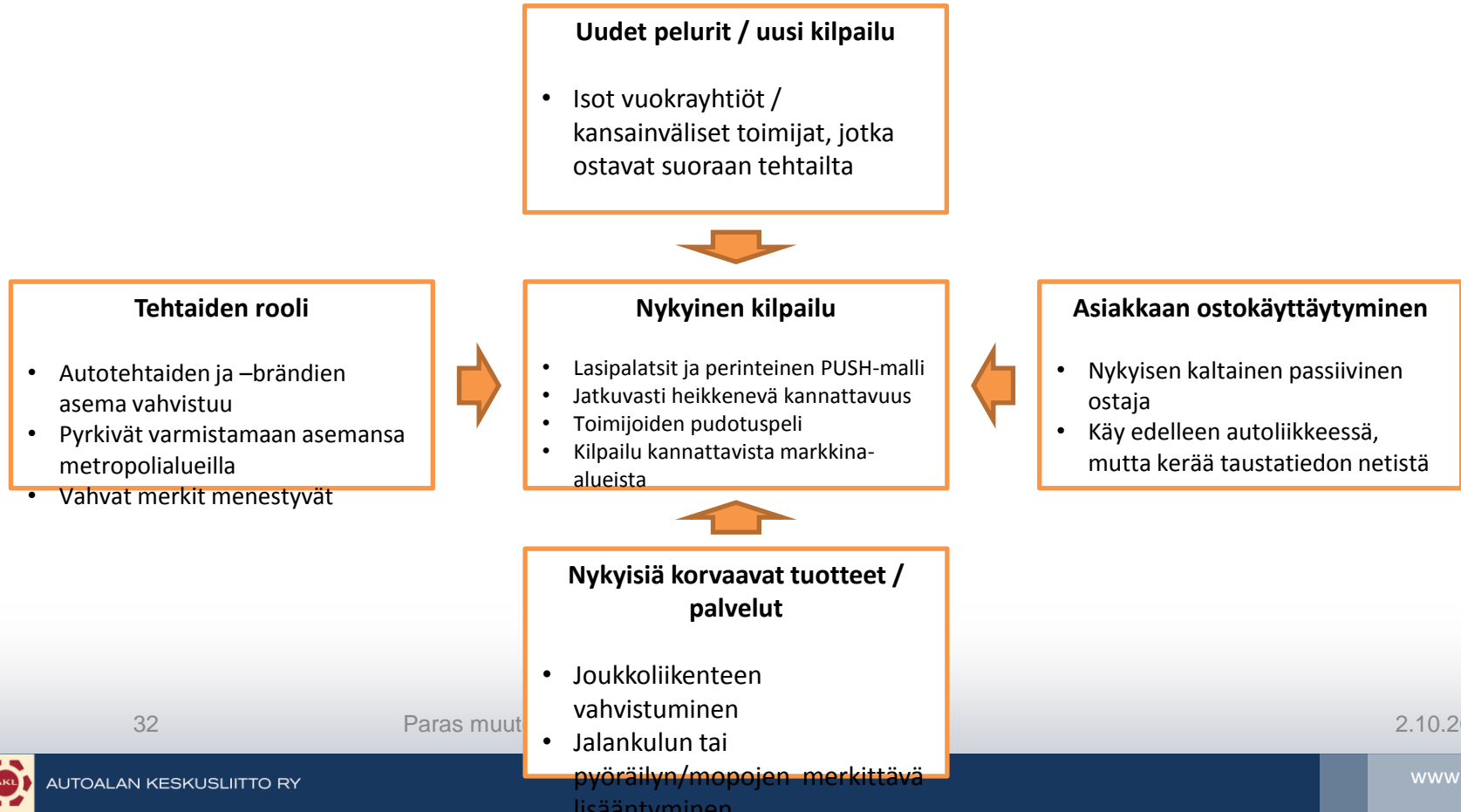
- Vertailu ja läpinäkyvyyden vaatimus lisääntyvät
- Asiakaskunta polarisoituu
- SoMe-temppuilua, isoja volyymejä ei riskeerata
- Kilpailu asiakassuhteen omistuksesta kiristyy
- Alan kannattavuus-ongelma jatkuu
- Uusia jakeluratkaisuja, jakeluverkosto harvenee
- Nykyinen vaihtoauto-logiikka rikkoutuu
- Ei-merkkisidonnaiset huoltoketjut lisääntyvät, uudet

Markkinat vapautuvat
Jakelun rakenne
muotoutuu markkinan ehdoilla, markkinalähtöisyys

Ostokäyttäytymisen

Jakelun rakenne nykyisenlainen,
säännöstelty markkina, tuotantalähtöisyys

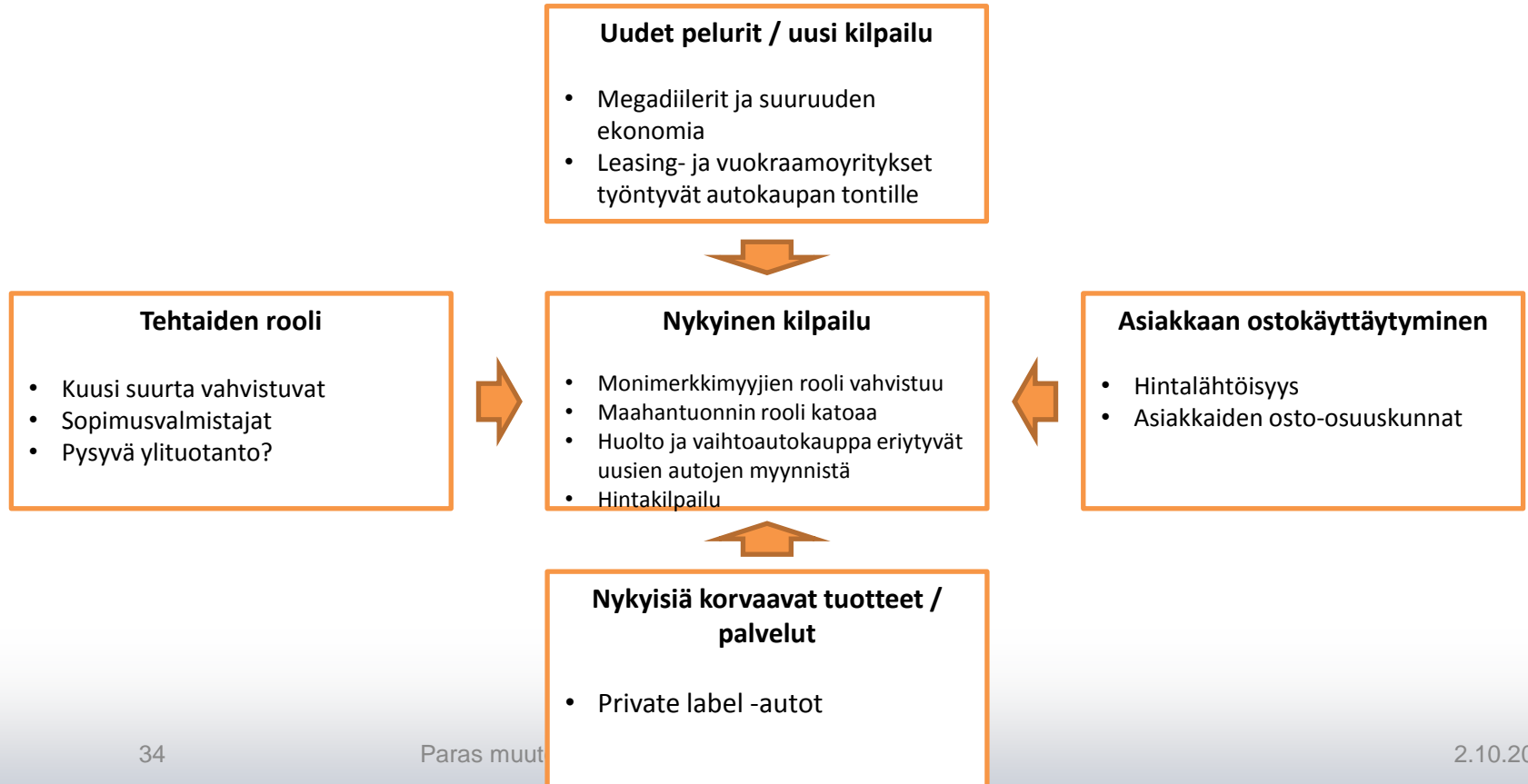
Skenaario A – Tuttu kurjuus



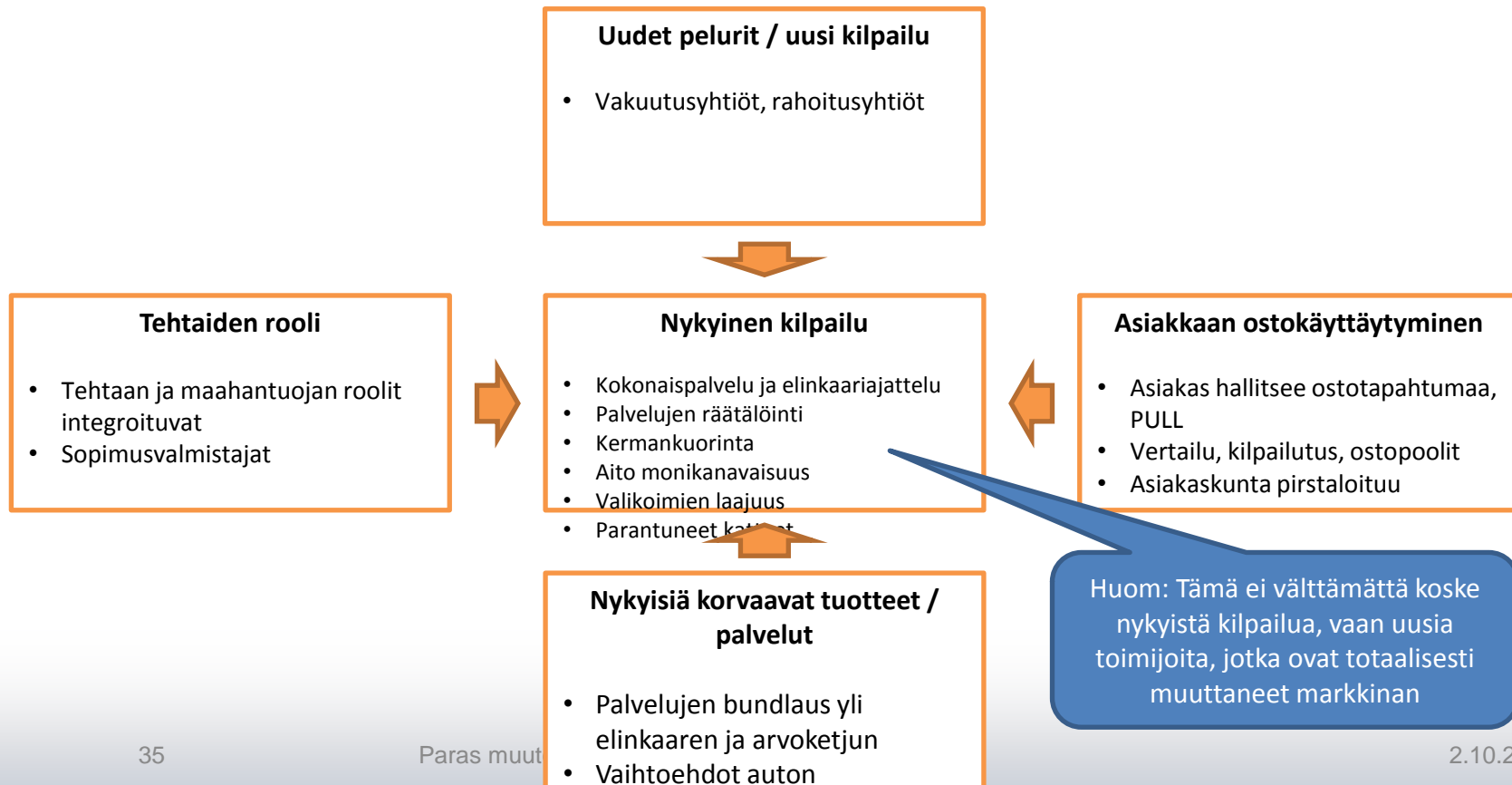
Skenaario B – Tuunattu tulevaisuus



Skenaario C – Volyymin voima



Skenaario D – Villi viidakko



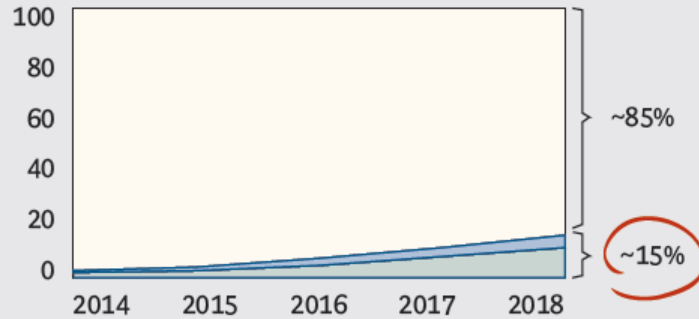
Huom: Tämä ei välttämättä koske nykyistä kilpailua, vaan uusia toimijoita, jotka ovat totaalisesti muuttaneet markkinan

EXHIBIT 5 | Opinions Vary Widely on the Five-Year Growth of the Market for Telematics

Conservative scenario

15 percent of all cars will be equipped with telematics for aftermarket use

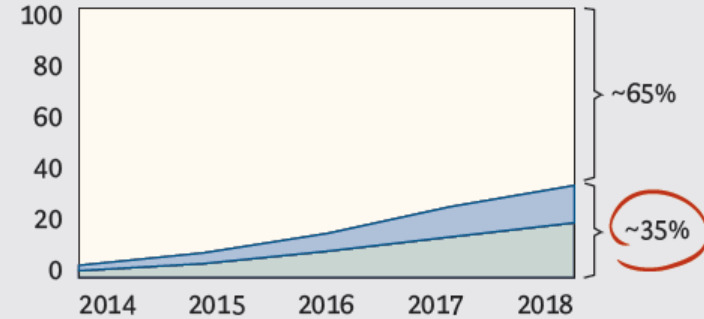
Total number of cars on the road (%)



Ambitious scenario

35 percent of all cars will be equipped with telematics for aftermarket use

Total number of cars on the road (%)



	2014	2018
New cars with embedded telematics	5%	60%
Older cars with retrofitted telematics	1%	5%

	2014	2018
New cars with embedded telematics	15%	90%
Older cars with retrofitted telematics	2%	15%

No telematics device
 Retrofitted
 Factory embedded

Sources: Expert interviews; BCG analysis.

Note: Figures represent estimates for France, Germany, Poland, Spain, and the UK. Actual usage may be lower than penetration percentages, depending on consumer behavior.



Mitenkä autoalan tulisi mieltää tulevaa ja suunnitella toimintoja sen pohjalta ?

Mitä tapahtuu varmasti

- Digimaailma, internet, leadien kasvu ja hallinta
- Kuluttajien ja kuluttajakäyttäytymisen muutos
- Connected Car ja Big Data

Kuitenkin

- Autoliikkeitä – ”kivijalkoja” tarvitaan kuitenkin – ”Bricks and clicks”
- Autokauppias brändinä, ketjuuntuminen

Kysymysmerkkejä perään

- Tuleeko / muotoutuuko aivan uudenlainen /-laisia business malleja alalle ?
- Sähköautot
- Entä kuskittomat autot
- Carsharing; kaikkialleko ? Ei omistusta enää...
- Y & Z sukupolvet eivät osta enää autoja
- Vain suuret ketjut hallitsevat autokauppaa tulevaisuudessa

Kiitos!



2.10.2014

