



Comunicado de Prensa

, Página 1 de 2

Año récord de ŠKODA

- › La marca comercializa más de 18.000 unidades en España, un 28% más que en 2013 y se convierte en una de las marcas que más crece en nuestro país
- › La cuota de mercado se sitúa por primera vez por encima del 2 por ciento
- › ŠKODA ha incrementado sus ventas por encima de la media del mercado todos los meses durante 2014

7 de enero de 2015 – ŠKODA cierra el año 2014 con 18.193 unidades matriculadas en España, un 28 por ciento más que en 2013. Un resultado récord para la marca que sitúa ya su cuota de mercado por encima del 2 por ciento, en línea con el objetivo estratégico a corto plazo de superar el 3 por ciento.

“Estos resultados son fruto del éxito de la ofensiva de lanzamiento de nuevos productos de la marca que en los últimos dos años ha renovado completamente su gama”, afirma Iñaki Nieto, Director de ŠKODA. “El crecimiento del mercado, gracias a los planes de incentivación del gobierno y la recuperación económica, han sido dos factores claves que han ayudado a la consecución de este resultado récord”, añade Iñaki Nieto.

ŠKODA confirma en 2014 la tendencia positiva iniciada ya en 2013 creciendo mes a mes por encima de la media del mercado español. Así, mientras el mercado ha crecido un 18% en 2014, las matriculaciones de ŠKODA lo han hecho en un 28% y acumulan ya más de 18 meses de crecimiento por encima de la media del mercado.

Por modelos, la gama Fabia ha sido la más vendida durante 2014 (cerca de 5.500 unidades) seguida por la gama Octavia con 4.316 unidades, un 15% más que en 2013. El ŠKODA Spaceback, el primer compacto de la marca, ha contribuido notablemente a este crecimiento con más de 3.000 unidades comercializadas en su primer año en nuestro país. Por último, también cabe destacar el crecimiento de las matriculaciones del SUV compacto de la marca, el ŠKODA Yeti, que han crecido en más de un 26% con respecto al año anterior.

Por canales, destaca el excelente comportamiento de los nuevos productos en el estratégico canal de empresas donde el nuevo Octavia se ha convertido en una referencia gracias a su diseño, tecnología, seguridad, máxima utilidad y bajos costes de mantenimiento.

Para 2015, ŠKODA tiene el objetivo de seguir incrementado su cuota de participación en el mercado español para afianzarse lo antes posible en el 3 por ciento. “La llegada del nuevo Fabia durante el mes de febrero, un modelo que conquistará a un cliente más joven gracias a su nuevo diseño más deportivo y dinámico, y sobre todo, la del nuevo Superb, nuestro buque insignia, impulsarán seguro las ventas de ŠKODA en nuestro país”, afirma Iñaki Nieto.

Además, durante este año, finalizará el proceso de renovación de las instalaciones de la marca de acuerdo con la nueva imagen corporativa: más moderna, dinámica y joven. “Durante 2014 el 30% de la red de ŠKODA ha renovado ya sus instalaciones y durante



Comunicado de Prensa

, Página 2 de 2

este ejercicio lo hará el resto hasta completar el 100% de la red”, comenta Iñaki Nieto. “Se trata de una inversión alineada a los lanzamientos y a la imagen de los nuevos productos de la marca, clave para la sostenibilidad de nuestros concesionarios. De hecho, la Red cerrará este año 2014 con una rentabilidad por encima del 1.5%, 2,5 veces mejor que el resultado de 2013”, concluye Iñaki.