



## Code oranje

Er duiken steeds meer berichten op dat het niet langer van een leien dakje gaat daar in China. De economische groei van januari dit jaar is de laagste in vele jaren en ook de productiecijfers vielen behoorlijk tegen. De laatste tijd is excessief geïnvesteerd in productiecapaciteit met een flinke overcapaciteit als gevolg. Analisten zien veel overeenkomst met het klassieke piramidespel. En de vraag is al lang niet meer of de Chinese overheid en de banken deze negatieve ontwikkelingen zouden kunnen keren. Het is alleen nog maar de vraag wanneer de Chinese economie implodeert.

In dezelfde slechte maand januari maakte de Chinese overheid bovendien een ongekende verscherping van de milieuwetgeving voor de automobiellindustrie bekend: de gemiddelde brandstofverbruikscijfers moeten op korte termijn drastisch omlaag. Producenten zullen stevig moeten investeren om aan de strenge voorschriften te kunnen voldoen. En het is letterlijk slikken of stikken, want de smog in China is ondraaglijk. Code oranje – zodanig zelfs dat vele welgestelde Chinezen alleen nog maar willen emigreren.

Al met al ontwikkelingen met lastig in te schatten gevolgen voor het herstel van de eurozone en de emerging markets. In elk

geval zal verkopen in China duur worden door verscherpte milieuwetgeving en toenemende concurrentie in een stagnerende markt. En nergens ter wereld is nog een uitlaatklep voor overcapaciteit. De onverwachte stagnatie van de verkoop in groeiemarkten, de pan uitrijzende ontwikkelingskosten en de onzekerheid over valutafluctuaties worden het genadeschot voor een aantal autoproducenten dat toch al in deplorabele financiële omstandigheden verkeert.

Nederlandse merkdealers moeten daarom niet langer focussen op lokale verkoopsuccessen, maar kijken naar de wereldwijde performance van hun producent. Zijn design, productie en verkoop goed gespreid over Europa, Azië en Amerika? Allemaal bitter noodzakelijk om global player te blijven. En daarbij is continuïteit nu meer dan ooit afhankelijk van de hoogte van de R&D budgetten voor innovatieve technologie, efficiënte productie en frequente modelwisselingen. Voor zwakke broeders is het ook code oranje.

Verkopen in China wordt duur door de verscherpte regels.

37