Rieju presenta la seva nova moto i vol augmentar un 10% les vendes

El fabricant de Figueres entra en el segment d'escúters de mitjana cilindrada i vol arribar al nord d'Àfrica i a l'Àsia



Jordi Riera, a cavall del nou escúter City Line que l´empresa figuerenca llançarà al mercat.

FIGUERES | ACN/DDG

El fabricant gironí de motos Rieju vol incrementar un 10% les vendes el 2014, remuntant així la situació que arrossegava d'ençà que va arribar la crisi. L'estratègia passa per potenciar les exportacions, arribant al nord d'Àfrica i obrint-se a l'Àsia, i entrar en un nou segment de mercat: els escúters de mitja cilindrada. Per això, Rieju ha creat el City Line, una moto de 125 i 300 centímetres cúbics, de gamma alta i pensada per a ús urbà. Actualment, Rieju fabrica 7.000 motos cada any i tancarà l'exercici facturant 20 milions. "Els propers mesos han de marcar un canvi de tendència, on hem de deixar enrere la caiguda continuada de vendes patida des del 2008", diu el seu conseller delegat, Jordi Riera.

Rieju fabrica actualment set models bàsics de motos (de carretera, escúters i també elèctrica) amb un centenar de variants. Tot i això, però la marca encara no havia fet el salt al segment dels escúters de mitja cilindrada. I el nou City Line, que ja ha entrat a la cadena de muntatge, servirà per omplir aquest buit.

La moto ha nascut gràcies a un acord amb el fabricant italià Malaguti, que va tancar ara fa uns tres anys. Abans de desaparèixer, però, va arribar a un acord de traspàs amb Rieju perquè l'empresa figuerenca pogués fabricar el model d'escúter que havia desenvolupat.

El City Line surt ara al mercat en 125 cc i al mes de febrer hi arribarà en 300. Es tracta d'un escúter d'alta gamma pensada sobretot per a usos urbans. Tots els seus components s'han fabricat a Europa. El preu del City Line es mou entre els 3.900 i els 4.500 euros (depenent del model) i entre d'altres, incorpora un ordinador a bord o un sistema per carregar el mòbil.

L'objectiu de Rieju és arribar-ne a fabricar 500 unitats al llarg del 2014. El conseller delegat explica que el City Line els permetrà "obrir el ventall de clients" i arribar a concessionaris on fins ara no hi tenien presència. "Fins ara, els nostres escúters estaven pensats per a ciutats petites, però la City Line és adequada per grans urbs com Barcelona, París o Milà", concreta Riera.

El llançament del City Line s'emmarca dins l'estratègia que Rieju ha engegat per capgirar la situació que arrossega d'ençà de l'arribada de la crisi econòmica. Des del 2008, l'empresa figuerenca ha vist com any rere any les vendes de motos baixaven, i la seva producció ha caigut des de les 20.000 unitats d'aleshores fins a les

7.000 actuals.

En paral·lel, la situació també ha obligat a fer reajustaments de plantilla i EROs temporals. Dels 200 i escaig treballadors amb què comptava Rieju abans de la crisi, ara en té 65. Jordi Riera, però, assegura que aquest 2013 ha de marcar inflexió. "Aquest any ja hem fabricat una mica més que el passat, i confiem que puguem donar la crisi per mig tancada esperant creixements de cara als propers exercicis", comenta.
I per al 2014, Rieju ja s'ha marcat incrementar un 10% les vendes. Sobretot, en mercats exteriors, on actualment hi ven el 92% de la producció. "L'única manera de ser competitius i remuntar vendes és exportant", afirma el conseller delegat.

En els darrers tres anys, Rieju ja ha començat a girar els ulls més enllà d'Europa. Actualment, el vell continent concentra el 80% de les seves vendes, però des del 2010 la firma ja ha entrat en altres mercats com Indonèsia, Singapur, Malàisia, Japó o Argentina (on Rieju hi destina el 12% de la producció).

Ara, l'estratègia passa per potenciar la presència a l'Àsia i vendre per primer cop al nord d'Àfrica. "El Marroc i Argèlia són els nous destins que tenim més madurs i on hi podrem començar a exportar aviat", explica Riera.

Font del document:
http://www.diaridegirona.cat/economia/2013/12/13/rieju-presenta-seva-nova-moto/647683.html?utm_source=rss