

Opel prevé que su red entregue 4.000 coches más en 2025 y que los VE copen un 10% del total de sus ventas

Opel quiere que la red española de concesionarios alcance una rentabilidad de cerca del 1% en 2025. Para ello, espera que los distribuidores vendan 4.000 vehículos más que en 2024. En relación a la normativa de emisiones CAFE, Europa le ha fijado el objetivo de que el 10% de sus matriculaciones sean de eléctricos puros.

Por Pablo M. Ballesteros 14/02/2025 | Madrid



El director general de Opel España y Portugal, Alejandro Noriega.

El **director general de Opel Iberia**, Alejandro Noriega, ha establecido el objetivo de que los **concesionarios** del fabricante alemán **vendan 4.000 coches más en 2025** en nuestro país, en comparación con el ejercicio anterior. Esta meta la ve posible gracias a los lanzamientos de los nuevos SUV (Mokka, Frontera y Grandland) con etiqueta Eco y Cero, que, a su juicio, son **más atractivos para el cliente particular**.

Según declaró a **La Tribuna de Automoción**, después de la presentación a la prensa de los resultados de 2024, esto debería servir para **incrementar la rentabilidad de la red de los distribuidores hasta cerca del 1%**, una cifra que mejoraría la cifra previa, si bien aún no hay un cálculo en firme de este dato.

El objetivo de Opel: recuperar el vínculo con los concesionarios

En este sentido, el ejecutivo remarcó ayer por la noche que una de las metas de su liderazgo es **recuperar el atractivo de los consumidores** por Opel, pero también el **vínculo con los concesionarios**.

Cabe recordar que el año pasado **el 40,11% de las matriculaciones** de turismos de la marca del rayo, según los datos de **MSI**, se destinaron a **rent a car**, mientras que **los particulares solo supusieron un 24,07%** de sus operaciones.

En una conversación con este periódico, Noriega confiesa que **quieren dar la vuelta a una situación** que se debió más al tipo de coche disponible que a una intención de la compañía de apostar por este tipo de comprador que, admitió, es menos rentable.

Opel quiere subir medio punto de cuota y que el 10% de sus ventas sean eléctricas

En total, **Opel** tiene el propósito de alcanzar las **36.000 unidades en 2025**, entre automóviles y comerciales, lo que supondría **un 8,41% más que las 32.972 de 2024** —de ellas 7.252 fueron comerciales—. Además, según sus cálculos, implicaría **incrementar la cuota en medio punto**, pasando del 2,8% del curso previo a un 3,3% en este.

No obstante, no lo quiere hacer de cualquier forma, sino que además de apostar más por el consumidor privado, también tiene el objetivo fijado por la sede central en Europa de que **el 10% de las matriculaciones sean eléctricos puros**. Esto es factible, por los productos y porque el cálculo es que de las 1.093.700 unidades que se vendan en total en España, los eléctricos alcancen el 11% en 2025.

Al respecto, la marca germana acabó 2024 con una **media de emisiones de sus coches de 115 gramos de sus ventas en España** —con un **2,58% de los automóviles eléctricos (664, lo que supuso un descenso del 49,54%)**—, mientras que las del fabricante en el continente fue de 114.

El 61,1% de las ventas de Opel en nuestro país 'made in Spain'

Sin embargo, de cara a cumplir con la normativa CAFE en 2025, Noriega señala que **solo les han establecido el mencionado peso del 10% de VE**, que es más bajo que para otros países de la UE donde la electromovilidad tiene más preponderancia.

En resumen, la legislación europea implica que **Opel tiene que alcanzar los 96,5 gramos este año**, según Dataforce. No obstante, [los datos computan en conjunto con Stellantis](#) y estos a su vez con el pool liderado por Tesla que recibirá dinero del resto de marcas.

Del balance de 2024 también destaca que el **61,1% de los automóviles y comerciales se hicieron en España**, entre las fábricas de Zaragoza (Corsa) y Vigo (Combo). De hecho, el primer modelo fue el más vendido de la marca, con 15.084 unidades (+5,2%) y el segundo sumó 5.052 (+19%).

FUENTE:

