



with **kfz-betrieb**

**ВОЗВРАЩЕНИЕ ГЕРОЯ**  
СНОВА В СТРОЮ

**БЕЗ УЧАСТИЯ ЧЕЛОВЕКА**  
ОНЛАЙН-ОБСЛУЖИВАНИЕ

**РЕАЛЬНОЕ ОЖИВЛЕНИЕ**  
БИЗНЕС ДЛЯ БИЗНЕСА



**ПЕРСПЕКТИВА РОСТА**  
НЕМЕЦКИЙ ВЗГЛЯД



АВТОБИЗНЕС с. 10

**АВТОНОМНОЕ ВОЖДЕНИЕ**  
ДОРОГА БУДУЩЕГО



АВТОРЕМОНТ с. 50

**ВМЕСТЕ ВЕСЕЛЕЕ**  
КОМТРАНС 2.0



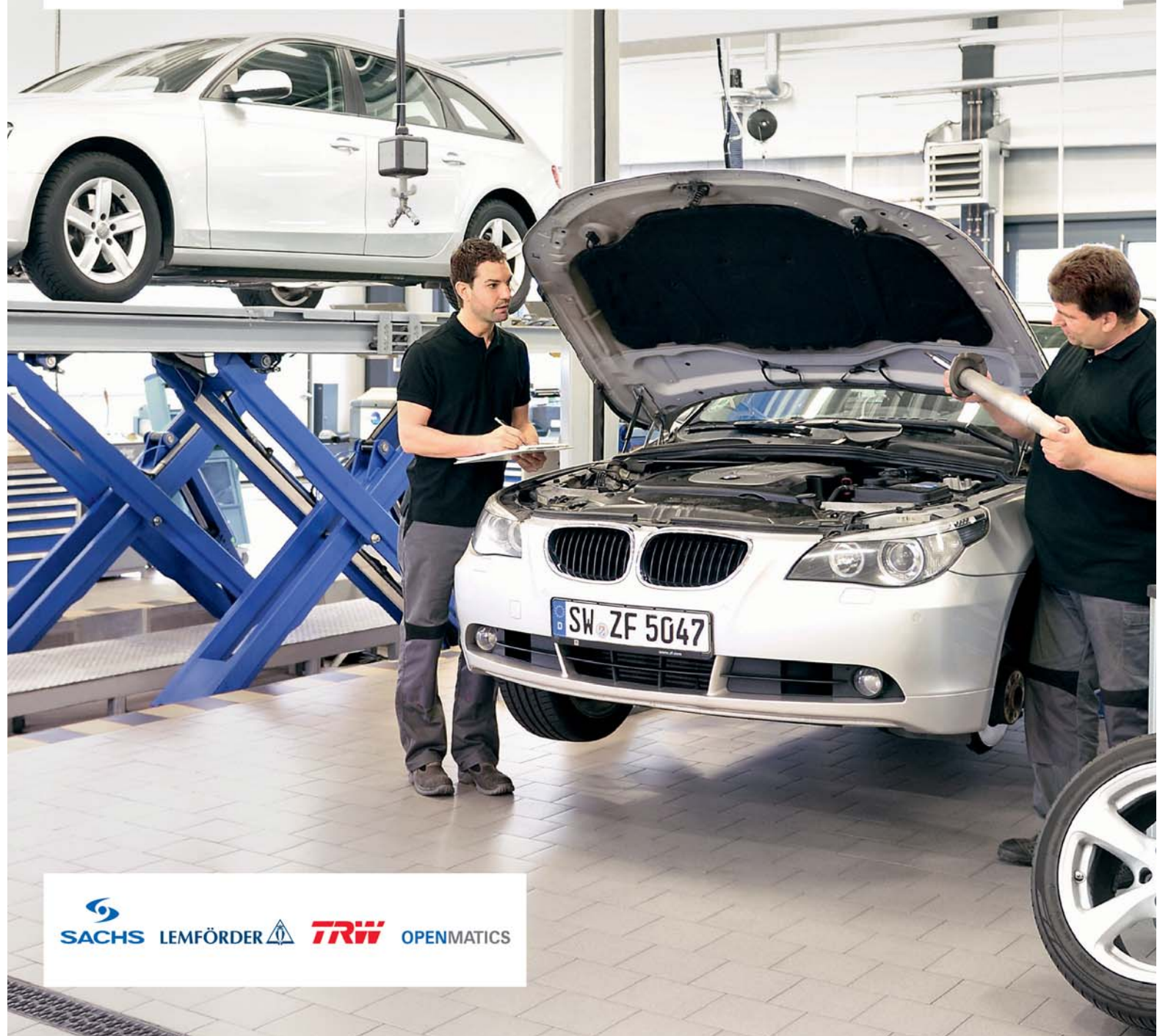
СПЕЦОБОЗРЕНИЕ с. 70

# ZF AFTERMARKET. ВСЁ ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО РЕМОНТА.

ZF Aftermarket предлагает комплексные решения для СТО.

Запасные части с качеством поставщика на конвейер, инновационная цифровая продукция, глобальная сервисная сеть, уникальные технические семинары и эксклюзивные сервисные концепции – всё это является основой долгосрочного успеха и удовлетворенности клиентов.

[www.zf.com/ru](http://www.zf.com/ru)



 **SACHS**  **LEMFÖRDER**  **TRW**  **OPENMATICS**

**Главный редактор**  
Петр Александрович Левицкий

**Заместитель главного редактора**  
Михаил Калинин

**Руководитель проекта**  
Григорий Мерлин

**Редактор отдела новостей**  
Евгения Воронова

**Эксперт журнала**  
Роман Гуляев

**Обозреватель**  
Дмитрий Верещагин

**Корректор**  
Алина Соколова

**Дизайн и верстка**  
Студия «Кречет»

**Видеопроект**  
Борис Гришин

**Учредитель и издатель**  
ООО «Таби Медиа»  
Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-66097 от 10.06.2016 г.

© Перепечатка и использование материалов допускается только с письменного разрешения редакции.

© >kfz-betrieb< by Vogel Business Media, 2017

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Редакция вступает в переписку с читателями по своему усмотрению. Рукописи не рецензируются и не возвращаются

Отпечатано в типографии «Вива-Стар»  
Адрес: г. Москва, ул. Электровзводская, д. 20, стр. 3  
Тираж 14 000 экз.  
Цена свободная

Материал, отмеченный знаком Р, публикуется на правах рекламы

Подписано в печать 04.08.2017



ОТ РЕДАКЦИИ

## УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Рост, пусть и медленный, после затяжного кризиса – это даже не хорошая новость, это тот самый свет в конце тоннеля, который так необходим любому, чтобы не терять веру в то, что делаешь. Но бизнес – это не сказка, это суровая реальность, и по тоннелю еще предстоит пройти немалый путь, а на нем лужи, ямы и кто-то разбросал мусор... И поможет в дороге, разумеется, хороший – и правильно выбранный – попутчик.

В этом номере журнала мы собрали целую коллекцию предложений именно такого совместного пути к выходу из кризиса. Автопроизводители, обрадованные итогами первого полугодия, намекают на возвращение ранее покинувших Россию моделей – и это правильно, наш автолюбитель любит богатый выбор. Заманить клиента в дилерский центр помогут также специальные предложения по кредитам и сервисной гарантии, онлайн-продажи и дополнительные бонусные услуги – при поддержке поставщиков. В общем, автогиганты готовы подставить плечо российскому автобизнесу на пути к светлому завтра.

Поставщики запасных частей, оборудования и материалов для сервиса также предлагают поддержку: выгодные условия, фиксированные цены, премиальное качество по адекватной цене и растущий набор программ обучения, технической поддержки и маркетингового продвижения. Интересы независимого сервисного рынка и автопроизводителей совпадают, мягко говоря, не всегда, но даже если они совпадут на каком-то отрезке трудной дороги, это уже хорошо.

Единственное, о чем стоит помнить, – это пресловутая проблема выбора. Предложений много, рынок в России давно не дефицитный, даже наоборот, избыточный – велик соблазн попробовать как можно больше. Но что русскому здорово – то немцу смерть, сами знаете. Победить искушение помогут информация, мнение экспертов и обмен мнениями с коллегами. Кстати, об общении: ничто так не помогает скоротать трудный путь, как собеседник – живой или, как в случае с нашим журналом, бумажный. Удачи и счастливого пути в будущее, коллеги!

12+

**Директор**  
Петр Левицкий

**Руководитель проекта конференций**  
Михаил Калинин

**Руководитель отдела распространения**  
Владислава Вдовиченкова

**Распространение** – по всем регионам России прямой адресной рассылкой

**Адрес издателя и редакции:**  
Москва, ул. Николаямская, д. 49, стр. 5

**Для писем:**

127434, г. Москва, а/я 89

**Телефон:** (495) 912-13-42

**E-mail:** abiznews@abiznews.net

www.abiznews.net



**Петр Левицкий,**  
главный редактор

4



## НОВОСТИ АВТОБИЗНЕСА

РАЗРАБОТКА, НОРМАТИВЫ,  
ПРОИЗВОДСТВО, ПРОДАЖА

6



## НОВОСТИ АВТОРЕМОНТА

МАТЕРИАЛЫ, ОБОРУДОВАНИЕ,  
ИНСТРУМЕНТЫ, ТЕХНОЛОГИИ

10



## ЗАМЕТКИ МЕНЕДЖЕРА

ГЕРОИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ

Не прошло и года, и «ММС Рус» объявляет о возвращении известных и популярных моделей, готовит новые премьеры, расширяет спектр клиентского предложения.

16



## АНАЛИТИКА

СЛОВО ОБ ОНЛАЙНЕ

Онлайн-продажи автомобилей – тема весьма актуальная. Компания, которая сможет перейти на работу в Интернете, не потеряв эффективности, может выйти в лидеры рынка.

22



## КНИЖНАЯ ПОЛКА

ТОЧНЫЕ ЦИФРЫ

Серьезный подход к анализу статистических данных отличает руководителя GiPA Россия Александра Груздева. Своим опытом он решил поделиться с профессиональной аудиторией.

24



## ДИАГНОСТИКА ПРИБЫЛИ

СЕРВИС С ХАРАКТЕРОМ

В условиях нестабильного рынка автопроизводители стремятся помочь своим дилерам разными способами, в том числе и с помощью выгодных сервисных предложений.

28

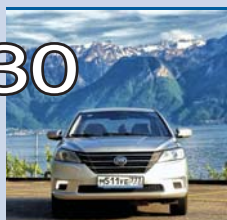


## СОБЫТИЕ

НОВЫЙ ПЕРИОД РОСТА

По сложившейся традиции компания Bosch проводит итоговую пресс-конференцию в начале лета. Хороший повод поговорить и о текущем положении дел.

30



## ТЕСТ-ДРАЙВ

LIFAN SOLANO II:  
ПУТЕШЕСТВИЕ В ИТАЛИЮ

Наше первое знакомство с Lifan Solano II состоялось в конце прошлого года, а теперь удалось испытать этот автомобиль в серьезном тесте.



36

## ТЕСТ-ДРАЙВ

KIA:  
ОПТИМАЛЬНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА

Бизнес-седаны остаются весьма актуальным типом кузова в нашей стране, но выбор тут не так широк, как, например, среди кроссоверов.



38

## ТЕСТ-ДРАЙВ

TIGUAN:  
ВЫБОР СДЕЛАН!

Сегодня поговорим о совершенно однозначной реинкарнации – практически совершенном по характеристикам новом Volkswagen Tiguan.



40

## ТЕСТ-ДРАЙВ

EVOQUE:  
КРЫША? НЕТ, НЕ ВИДЕЛИ

Новых кабриолетов на российском рынке осталось совсем мало. Транспорт это нишевый, продажи его – штучные, особенно в кризисное время.

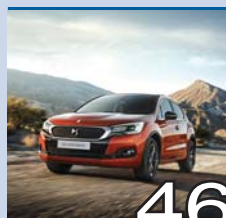


42

## ТЕСТ-ДРАЙВ

FORESTER:  
ИСТОРИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ

Subaru – марка специфичная. В современном мире она по-японски гордо стоит особняком.



46

## ТЕСТ-ДРАЙВ

DS4:  
ПРОБУЖДАЮЩИЙ ЧУВСТВА

Концерн PSA Peugeot-Citroën продолжает успешно наполнять смыслом линейку своего в известной степени нового бренда – DS Automobiles.



50

## СЕРВИСНАЯ ЗОНА

ТОЛСТАЯ ПЛЕНКА – ЭТО ГЛУПО?

Существуют тенденции, которые в принципе невозможно остановить. Для моторных и трансмиссионных масел их можно описать словами: «Все тоньше и тоньше».



52

## АВТОКОМПОНЕНТЫ

ПО ДОРОГЕ БУДУЩЕГО

Для концерна ZF инновации – не просто лозунг, это философия компании, поэтому технологии завтрашнего дня для специалистов ZF – сегодняшняя работа.



56

## АВТОКОМПОНЕНТЫ

ВСЁ В ОДНОМ

Выбор марки фильтров для автосервиса – не самая простая задача: этот рынок весьма насыщенный и очень конкурентный.

58



## ТЕХНОЛОГИЯ

### ТЕХНОЛОГИИ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ

На выставке AMR-2017 традиционно были представлены экспозиции ведущих производителей оборудования для автосервиса.

62



## ЗАПЧАСТИ – ВЫБИРАЕМ ПРАВИЛЬНО

### ПРЕВОСХОДНЫЙ ПРОДУКТ

Марка Vardahl хорошо известна профессионалам по всему миру, однако на российском рынке пока представлена не так широко.

64



## ЗАПЧАСТИ – ВЫБИРАЕМ ПРАВИЛЬНО

### ФИЛОСОФИЯ В ЗАПЧАСТЯХ

Компания LYNX с интересной историей и качественной востребованной продукцией пока еще не так хорошо известна российскому рынку.

66



## АВТОКОМПОНЕНТЫ

### СЕКРЕТЫ КАЧЕСТВА

Детали подвески выполняют очень ответственную работу: от них зависит как безопасность движения, так и комфорт водителя и пассажиров.

70



## ОКРАСОЧНЫЙ УЧАСТОК

### ЭКСКЛЮЗИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

В сегменте специального и коммерческого транспорта концерн BASF предлагает специализированную линейку материалов Glasurit RATIO Truck 68.



74

## СОБЫТИЕ

### С НОВОСЕЛЬЕМ, WEBASTO!

В Подмоскowie открылась новая штаб-квартира компании Webasto.



78

## СОБЫТИЕ

### НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ

3 августа 2017 г. состоялась торжественная отгрузка первых грузовиков Scania нового поколения в России.



80

## СОБЫТИЕ

### ВЗГЛЯД НА КОМТРАНС ИЗ СИБИРИ

19–20 мая 2017 г. в седьмой раз состоялся традиционный Уральский форум «Запчасти и сервис для европейского коммерческого транспорта».



82

## СОБЫТИЕ

### ВРЕМЯ ISUZU

В мае этого года на Ульяновском автомобильном заводе стартовало производство тяжелых грузовых автомобилей ISUZU серий С и Е.



84

## СЕРВИСНАЯ ЗОНА

### ЧИСТОЕ ЛИЦО

Для автомобилей коммерческого транспорта внешний вид – не мелочь: это «лицо» компании, постоянная реклама ее услуг.

facebook

Новости Автобизнеса

Главная Профиль Поиск друзей Аккаунт

## Новости Автобизнеса — теперь и в facebook



with **kfz-betrieb**

Мне нравится

[www.facebook.com/Abiznews](http://www.facebook.com/Abiznews)



Присоединяйтесь!

## РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

ZF Aftermarket\_2 стр. обложки; Schaeffler\_13; KYB\_15; ContiTech\_17; TEXA\_19; TRW\_21; Green Filter\_23; CTR\_27; МИМС/Автомеханика\_73; Интеравто\_87; GROUPOAUTO Россия\_3 стр. обложки; Gates\_4 стр. обложки.

## LIFAN MURMAN



Lifan Motors Rus 5 июля 2017 г. представил на российском рынке новый седан бизнес-класса – Lifan Murman, который уже доступен в продаже по цене 949 900 руб. При его проектировании разработчики пошли по пути сочетания параметров обычных легковых и спортивных автомобилей, чтобы дать потребителям возможность в полной мере насладиться комфортным и плавным движением.

Lifan Murman оснащен всем необходимым, чтобы сделать поездку максимально удобной. Так, среди отличительных особенностей модели – MP5 с 8-дюймовым экраном, система регулирования фар по высоте, возможность запуска двигателя одним нажатием кнопки, функция открывания дверей без ключа, электронная магистральная сеть всего автомобиля CAN/LIN, жидкокристаллический дисплей и рычаг стояночного тормоза. Хотя эта модель нацелена главным образом на сегмент бизнес-класса, в целом ее отличают достаточная универсальность и способность удовлетворить практически любые запросы своих владельцев. Например, в багажник емкостью 510 л без труда можно вместить все необходимое для занятий спортом и для проведения досуга. Автомобиль идеально подходит как для деловых поездок или загородных прогулок в выходные дни, так и для длительных путешествий. Бренд представляет специальный пакет привилегий для покупателей нового автомобиля Lifan Murman. Так, при покупке Lifan Murman через официальную дилерскую сеть Lifan на территории Российской Федерации, Белоруссии и Казахстана автомобиль бесплатно подключается к программам Lifan Assistance и Lifan Connect на 1 год с даты продажи автомобиля Lifan Murman первому владельцу. Программа Lifan Assistance включает помощь на дороге в режиме 24/7, информационную поддержку, подзарядку АКБ, замену колеса, транспортировку поврежденного автомобиля, помощь менеджера в случае аварии, консьерж-сервис, юридическую помощь, трансфер, размещение в отеле при необходимости, возврат неисправленного автомобиля с территории другого государства, а также многие другие удобные и современные сервисы. А с Lifan Connect вы всегда будете на связи с автомобилем. Программа позволит контролировать техническое состояние автомобиля, позволяет дистанционно управлять им, защищает автомобиль от угона, позволяет получить скидку по КАСКО до 50 % и многое другое.

## MITSUBISHI ASX СНОВА В РОССИИ

Компактные кроссоверы Mitsubishi ASX возвращаются на российский рынок. Автомобили 2018 модельного года будут доступны в трех комплектациях – Inform, Invite, Intense и Instyle – по цене от 1 млн 99 тыс. до 1 млн 479 тыс. 990 руб. Модель будет оснащаться двигателями 1,6 л (117 л. с) в комбинации с 5-ступенчатой механической трансмиссией и 2,0 л (150 л. с) с вариатором INVECS-III. По сообщению пресс-службы «MMC Рус», первые Mitsubishi ASX поступят в официальные дилерские центры марки в России в середине августа на Дальнем Востоке и с середины сентября будут доступны во всех остальных регионах. Автомобили для российского рынка будут производиться на заводе Mitsubishi Motors в г. Окадзаки (Япония). Как отмечается, инженерами Mitsubishi были внесены изменения, коснувшиеся как внешнего вида модели, так и ее технических характеристик. Передняя часть кроссовера оформлена в новой концепции дизайна бренда Dynamic Shield с новой радиаторной решеткой и передним бампером. Автомобиль отличается от предшественника также новой формой радиоантенны, новым дизайном светодиодных ходовых огней (LED DRL) и задней противотуманной фарой, внедорожный характер модели подчеркивают расширители колесных арок. Цветовую линейку окраски кузова дополнил цвет Sterling Silver Metallic («Серебристый»). В интерьере изменились напольная консоль, расположение USB-разъема на центральной консоли и мягкая обивка боковой части центральной консоли в зоне коленей водителя и пассажира для дополнительного удобства. В Mitsubishi ASX 2018 модельного года была доработана шумоизоляция, что позволило снизить шум в салоне при различных режимах движения.



## ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТА



Программа поддержки экспорта отечественных автомобилей будет продолжена, заявил премьер-министр РФ Дмитрий Медведев на встрече с владельцем и председателем Наблюдательного совета Группы «Базовый элемент» Олегом Дерипаской. «У нас рынок большой, но, конечно, не беспредельный. Есть целый ряд стран, у которых существуют устойчивые связи с нашими производителями, в том числе с «Группой ГАЗ» и с вашей большой группой «Русские машины», куда можно было бы и нужно поставлять (автомобили)», – цитирует агентство «Финмаркет» слова главы Правительства. Олег Дерипаска, в свою очередь, отметил, что компания экспортирует продукцию более чем в 46 стран. Стратегия развития ГАЗа рассчитана вплоть до 2025 г. «Группа ГАЗ» ранее намеревалась наладить сборку в Турции, Иране, Вьетнаме и Египте, а также расширить поставки за счет новых рынков Латинской Америки. Также компания объявляла о запуске поставок «ГАЗелей Next» в Иорданию. Как сообщалось ранее, Минпромторг РФ опубликовал проект стратегии развития экспорта автомобильной промышленности и производства автокомпонентов в РФ на период до 2025 г. с достижением объема экспорта в \$4,4 млрд. При этом совокупный объем экспорта продукции автопрома в 2016 г. составил \$2,4 млрд без учета шин (\$3,4 млрд – с учетом шин). Всего в 2016 г. экспортировано 82 тыс. автомобилей, в том числе 67 тыс. легковых, 6 тыс. легких коммерческих, 8 тыс. грузовых и около 2 тыс. автобусов. Предполагается, что в базовом сценарии объем экспорта составит \$4,9 млрд, при этом будет экспортировано 240 тыс. автомобилей, или около 10 % от объема производства отрасли, и автокомпонентов на \$1,6 млрд (не включая шины). Экспорт легковых автомобилей национальных производителей к 2025 г. увеличится до 120–130 тыс. шт., ожидаемая доля экспорта в объеме производства составит около 20 %. Экспорт коммерческих автомобилей национальных производителей составит 50 тыс., доля экспорта вырастет до 20 %. Кроме того, до 2025 г. будет выделено 12 млрд руб. субсидий ставок по экспортным кредитам.

## КОНВЕЙЕР ДЛЯ «РОДСТВЕННИКОВ»



Петербургский завод Nissan, где сегодня выпускаются автомобили только японской марки, в будущем может освоить сборку моделей и других участников альянса, о чем заявил председатель управляющего комитета Nissan Europe Пол Уиллкокс. Какие модели могут появиться на заводе Nissan, в компании не уточняют. Реализация проекта по строительству завода Nissan в Санкт-Петербурге началась в 2006 г. с подписания Меморандума о взаимопонимании между Правительством Санкт-Петербурга и Nissan Motor Co Ltd. Производственная деятельность предприятия началась в июне 2009 г. с выпуска Nissan Teana, а в ноябре того же года с конвейера завода сошел Nissan X-Trail. В 2011 г. прошел запуск производства третьей модели Nissan на заводе в Санкт-Петербурге – Nissan Murano. В 2014 г. было объявлено о запуске проекта по расширению мощностей завода Nissan в Санкт-Петербурге в два раза, запланированного на 2015 г. И уже в декабре 2014 г. мощность предприятия была увеличена с 50 тыс. до 100 тыс. автомобилей в год. Произошло и расширение модельного ряда за счет старта производства Nissan Pathfinder и Nissan Qashqai. Инвестиции в первую очередь строительства составили 200 млн долларов США, во вторую очередь – 167 млн евро. В настоящее время завод выпускает четыре модели: Nissan X-Trail, Murano, Pathfinder и Qashqai. Стоит отметить, что компания Nissan реализует поставку произведенных в России автомобилей в Казахстан, Республику Беларусь и Азербайджан.

## DONGFENG ОРГАНИЗУЕТ РЫНОК

Dongfeng Trucks – подразделение корпорации Dongfeng Motor по производству и продажам коммерческой техники – теперь представлено в России через единственного эксклюзивного дистрибьютора, компанию «Дунфэн Мотор Рус». Компания представила свой грузовой модельный ряд для России: 8-тонный Dongfeng KR-DFH5080B80, 12-тонный Dongfeng KR-DFH5120B80 и самосвалы DFL3310AW1 и DFL3251AW1, сообщает пресс-служба «Дунфэн Мотор Рус». До недавнего времени в России одновременно работали несколько независимых дистрибьюторов коммерческой техники Dongfeng Motor, у каждого из которых была собственная дилерская сеть. С июля 2017 г. «Дунфэн Мотор Рус» стала единственным дистрибьютором Dongfeng и будет поставлять технику напрямую с завода. Компания сохранит около 30 дилеров, которые работали ранее, подписав с ними дилерские соглашения. Сейчас ведутся активные поиски новых партнеров и расширение дилерской сети. К настоящему моменту было продано более 6000 ед. грузовой техники бренда Dongfeng, основная доля реализации приходилась на самосвалы. Первые модели, которые компания планирует продвигать и продавать на российском рынке самостоятельно, – это самосвалы Dongfeng KC с колесной формулой 6x4 и 8x4. В дополнение к ним уже доступны для заказа шасси для среднетоннажных грузовиков Dongfeng KR полной массой 8 и 12 т. В 2018 г. будут выведены еще две модели. До конца 2018 г. компания также планирует открыть три склада запасных частей для грузовых автомобилей Dongfeng: в Москве, Санкт-Петербурге и Челябинске.



## МОДЕРНИЗАЦИЯ СБОРКИ



На Ульяновском автозаводе запущена вторая сборочная линия – грузовая цепочка главного конвейера. Тем самым произведено разделение линий сборки автомобилей легкового и грузового модельного ряда. Ранее производство автомобилей семейства «Патриот» и грузового модельного ряда осуществлялось в едином потоке. Всего в ходе ремонтной кампании в производствах УАЗ выполнено более 440 работ по модернизации оборудования и улучшению состояния производственно-бытовых помещений. Благодаря проведенному комплексу работ улучшится эргономика рабочих мест и процессов, повысится гибкость производства. Разделение линий сборки обеспечит равномерную загрузку конвейера и оптимизирует рабочие процессы, что благоприятно скажется на качестве продукции. При этом ремонт инфраструктуры и оборудования призван улучшить производительность и безопасность труда. В текущем году на предприятии продолжится модернизация оборудования и инструмента, также планируется установка новой линии для тестирования автомобилей всего модельного ряда УАЗ. В настоящее время рассматривается возможность внедрения в линию сборки интеллектуального инструмента.

## «КАМАЗЫ» СТАЛИ ДОСТУПНЕЕ

Лизинговая компания «КАМАЗ» присоединилась к государственным программам субсидирования «Российский тягач», «Российский фермер» и «Свое дело». Теперь ставка субсидирования лизинга стала выше на 2,5 %: объем скидки первого платежа увеличился с 10,0 до 12,5 % от стоимости колесного транспортного средства с установленным лимитом 625 тыс. руб. на одну единицу техники (по программе «Льготный лизинг» лимит составляет 500 тыс. руб.). Право на получение скидки в размере 12,5 % по новым государственным программам получили покупатели магистральных тягачей, сельскохозяйственные товаропроизводители, субъекты малого и среднего предпринимательства. По условиям «Льготного лизинга» от КАМАЗа в рамках госсубсидирования предоставляется скидка на авансовый платеж в размере 10 % от стоимости приобретаемой техники «КАМАЗ», «НЕФАЗ» или спецтехники на шасси «КАМАЗ». Около половины входящих звонков и заявок в call-центр Лизинговой компании «КАМАЗ» касается госсубсидирования авансового платежа, предусмотренного программой «Льготный лизинг».



## СЛЕДУЮЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ



Бренд JETA PRO порадовал мастеров кузовного ремонта новой шпатлевкой – JETA PRO ARCTIC. Это новая универсальная наполняющая шпатлевка с низким удельным весом. Ее главной отличительной особенностью является малая пористость, что обеспечивает такие важные качества, как легкость в обработке и простота нанесения: многие маляры уже отмечают, что ARCTIC очень хорошо

«разносится» по большим поверхностям. Еще одним важным потребительским качеством этой новинки является низкий удельный вес – благодаря этому параметру она может успешно применяться для заполнения не только мелких, но и больших по площади повреждений. Кроме этих показателей шпатлевка ARCTIC наряду с другими шпатлевками бренда сохраняет один из важнейших показателей для шпатлевок, такой как разумное соотношение прочности и эластичности, что позволяет, таким образом, применять эту шпатлевку на элементах кузова как с повышенной жесткостью, так и подверженных небольшим вибрациям. Визуальной отличительной особенностью новинки от JETA PRO является белоснежный цвет продукта, что продолжает направленность бренда не только на высокое качество материала, но и на удобство визуальной идентификации.

## ПОЛИМЕРНЫЕ ПОДШИПНИКИ

Подразделение Federal-Mogul Powertrain расширяет ассортимент подшипников коленвала изделиями с новым высокоэффективным полимерным покрытием IROX 2. Новинки будут представлены уже в этом году на Международном автосалоне во Франкфурте. Новое покрытие обеспечивает улучшенные характеристики натяга подшипника при посадке на стальной коленвал. Покрытие IROX 2 входит в семейство покрытий IROX от Federal-Mogul – это решения, способствующие снижению трения, увеличению износостойкости и усталостной прочности подшипников, применяющихся в современных высокотехнологичных двигателях компактного размера. «Покрытие IROX разрабатывалось для коленчатых валов с финишной обработкой поверхности стандартным методом, тогда как IROX 2 предназначено для коленчатых валов с отполированной поверхностью, работающей с маловязкими моторными маслами, – объясняет Джан Мария Оливетти, технический директор Federal-Mogul Powertrain. – По сравнению с подшипниками из алюминиевого сплава покрытия IROX и IROX 2 способствуют снижению трения и увеличению износостойкости. Способствуя снижению трения, инновационные покрытия подшипников помогают также уменьшить расход топлива и выбросы CO<sub>2</sub>». Подшипники имеют покрытие на основе эпоксидной смолы (PAI, полиамидимид) с различными присадками, распределенными по всему связующему материалу. В ходе работы над покрытием разработчики на молекулярном уровне модифицировали состав связующего материала, а также внесли некоторые изменения в его состав. Например, в отличие от IROX покрытие IROX 2 не содержит частиц карбида кремния, а также имеет повышенную концентрацию взаимодействующих между собой твердых смазочных материалов. Новые высококачественные подшипники с полимерным покрытием можно использовать в двигателях как легковых, так и коммерческих автомобилей. В частности, они особенно эффективно работают в силовых агрегатах гибридных автомобилей и автомобилей с системой «старт-стоп» – для них характерен частый повторный запуск двигателя, а потому к их подшипникам предъявляются дополнительные требования. Пробная партия подшипников с покрытием IROX 2 уже передана



заказчикам для оценки работы. Серийное производство этих изделий будет начато в этом году. Federal-Mogul Powertrain представит новые подшипники с полимерным покрытием IROX 2, а также многие другие продукты на Международном автомобильном салоне (IAA) с 12 по 15 сентября на своем стенде.

## МНОГОСЛОЙНЫЙ ДИСПЛЕЙ



Компания Delphi разработала не имеющий аналогов на рынке 3D-дисплей приборной панели MLD с невероятной четкой и впечатляющей визуализацией. Он позволяет как водителю, так и пассажиру просматривать настоящие 3D-изображения, причем без использования специальных очков, а также не вызывая у них головную боль и прочие побочные негативные эффекты. Дисплей обеспечивает реалистичное и естественное трехмерное восприятие. В этом решении, сочетающем передовые программные решения, оптические разработки и технологии визуализации, используются два смонтированных один поверх другого ЖК-экранов, пространство между которыми обеспечивает реальное ощущение глубины. Одиночный элемент фоновой подсветки освещает обе дисплейные панели, позволяя свету проходить через задний экран к переднему. В результате передний слой выглядит прозрачным, и взгляд проходит как бы сквозь него. Таким образом достигается визуальный эффект, не вызывающий напряжения глаз. Благодаря усиленному ощущению глубины водитель за счет периферического зрения может быстрее воспринимать критические оповещения, а сложная по структуре информация (например, навигационная карта) становится более простой для понимания. Кроме того, содержимое, четко разграниченное между слоями, позволяет водителю моментально находить контекстуально значимую информацию. При этом высокоприоритетная информация все равно остается на переднем плане. Благодаря элегантному внешнему виду и возможности легкой интеграции встраивания MLD-технология способна улучшить любой существующий дисплей приборной панели. Усовершенствованные оптические решения и технологии визуализации позволили обеспечить оптимизированные широкие углы обзора для дисплея центральной консоли, предоставляя автопроизводителям дополнительную гибкость в плане видоизменения премиального графического интерфейса пользователя.



## ТОЧНОСТЬ ЦВЕТОПОДБОРА

Stromax расширяет линейку инструментов цветоподбора и представляет на рынке новый производительный и компактный спектрофотометр ChromaVision Pro Mini. Новый прибор гораздо меньше по размеру, чем предыдущая модель спектрофотометра, – с ним можно работать одной рукой. Основными преимуществами продукта являются новая технология измерения цвета, опция подключения через Wi-Fi и инновационный дизайн.

«Главным преимуществом нового прибора является то, что он построен на новейшей технологии измерения, которая позволяет не только быстрее и точнее определить цвет, но и идентифицировать эффективную частицу», – отмечает бренд-менеджер Stromax в регионе EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) Дрис Ван ден Берг. Полноцветный сенсорный экран ChromaVision Pro Mini позволяет работать как со стилусом, так и без него, даже в перчатках. Кроме того, экран поворачивается, что делает его удобным для использования людям с ведущей как правой, так и левой рукой. Специальные светодиоды обеспечивают точность измерения. ChromaVision Pro Mini поставляется вместе с зарядной станцией. Это исключает необходимость использования кабеля – для зарядки прибор необходимо просто вернуть на станцию. В ней же для удобства хранятся калибровочные пластины. Зарядную станцию можно расположить в любом удобном месте – с помощью Wi-Fi ChromaVision Pro Mini отправит измерения в программу без проводного подключения. Аккумуляторы внутри прибора обеспечивают более длительный срок службы. Работа нового прибора сопровождается информативной светодиодной подсветкой: синяя подсветка – идет измерение цвета, зеленая – измерение сделано, красная – измерение необходимо сделать снова.

ChromaVision Pro Mini был разработан для использования с программой поиска цветовых формул и информации о цвете ChromaWeb, основанной на облачных технологиях. ChromaVision Pro Mini появился в продаже в августе 2017 г.



## МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРИЗНАНИЕ

Компания Osram, ведущий мировой разработчик автомобильных систем освещения, получила сразу две престижные премии. Одна из них – Bosch Global Supplier Award. Она вручается каждые два года Группой компаний Bosch, имеющей более 30 тыс. поставщиков по всему миру. На этот раз наградой Bosch Global Supplier были отмечены представители двух бизнес-подразделений компании Osram – Specialty Lighting и Opto Semiconductors. Команда Bosch отметила четкость и оперативность, с которой были структурированы бизнес-процессы продаж в совместном проекте, а также упрощены сопутствующие процедуры. На церемонии вручения Bosch Global Supplier Award 2017, состоявшейся в конце июля, компанию Osram представляли Ричард Лотхольц, директор по международному сбыту автомобильных ламп и светодиодных источников света, и Вольфганг Лекс, вице-президент и руководитель LED-направления в Opto Semiconductors. Еще одна премия была вручена представителям компании Osram в рамках ежегодной конференции акционеров и поставщиков одной из крупнейших мировых закупочных ассоциаций TEMOT International, состоявшейся в Барселоне. Для участия в форуме собрались почти 400 партнеров и акционеров со всего мира. Подразделение Osram Specialty Lighting Business Unit было удостоено премии TEMOT International Award 2016 в категории «Продажи и маркетинг». TEMOT оценил общий успех стратегии Osram и его дочернего бренда NEOLUX, а также выдающуюся эффективность продаж и продвижения продуктов обоих брендов.



## НИЗКОВОЛЬТОВЫЙ ПРИВОД

Технологическая компания Continental начала массовое производство первого низковольтного гибридного привода, который будет установлен на автомобиль французского производителя – Renault (модель Renault Scenic Hybrid Assist). Первое производственное решение сочетает экономичный индукционный двигатель с водяным охлаждением и встроенный инвертор. Электромотор передает усилие при помощи приводного ремня непосредственно на коленчатый вал двигателя внутреннего сгорания – решение, названное экспертами «конфигурацией P0». В ближайшее время производство будет поставлено на поток на основе модульной системы для 48-вольтового привода. Низкое напряжение обеспечивает значительную экономию топлива по сравнению с обычными гибридными автомобилями и тем самым компенсирует умеренную дополнительную стоимость. По мнению специалистов Continental, такая технология быстро завоевывает популярность на рынке и к 2020 г. в мире будет произведено 4 млн низковольтных гибридных приводов. К 2030 г. эксперты предсказывают увеличение доли таких автомобилей на мировом рынке до 25 млн ед. В процессе разработки модульной системы инженеры компании Continental делали акцент на максимальной экономичности, простой адаптации к силовым установкам существующих автомобилей и на автоматизированном экономичном производстве. Конструкция в зависимости от версии может постоянно развивать 6 кВт мощности и 60 Н•м крутящего момента, и ее можно устанавливать на место привычного стартера-генератора. Использование приводного ремня обеспечивает передачу на коленчатый вал до 150 Н•м крутящего момента. В рамках модульной системы только диаметр электромотора изменяет мощность. Инвертор, основанный на канальном транзисторе с МОП-структурой (MOSFET), встроен в крышку корпуса для экономии места. Модульная система компании Continental также включает конвертер постоянного тока, который позволяет подключать 48-вольтовую систему к бортовой системе питания. Это делает возможным использование накопленной в литий-ионной батарее энергии для стабилизации внутренней системы питания. Ключевым преимуществом концепта P0 является простая адаптация к существующей конструкции силовых установок. Она позволяет изменить точку приложения нагрузки двигателя внутреннего сгорания.



## УСОВЕРШЕНСТВОВАННАЯ ПРИСАДКА



Компания WAGNER Spezialschmierstoffe представляет усовершенствованную микрокерамическую присадку к маслам WINDIGO Micro-Ceramic Oil для бензиновых, дизельных и газовых двигателей, а также для автомобильных трансмиссий, механических коробок переключения передач, дифференциалов, мостов, раздаток с тяжелым режимом эксплуатации, двигателей и мокрых сцеплений мотоциклов. Новая масляная основа добавки в обновленном составе сохранила высокие противоизносные качества и обеспечивает лучшее распределение добавки в масле, а также увеличивает срок хранения продукта. Присадка легко проходит через любые типы масляных фильтров, обеспечивает защиту от износа деталей двигателя и трансмиссии: скорость износа деталей снижается не менее

чем в два раза (по сравнению с маслом). Позволяет до 15 % экономить топливо. Новинка работает на протяжении 60 тыс. км или 1000 часов эксплуатации. К другим свойствам относятся: повышение мощности двигателя, снижение расхода масла, восстановление компрессии двигателя автомобиля; уменьшение шумов в двигателе и снижение выброса вредных веществ; улучшение противозадирных свойств; понижение температуры масла в двигателе; увеличение срока эксплуатации двигателя; сокращение общих расходов на эксплуатацию. Продукт выпускается объемом 200; 250; 300 и 1000 мл.

## НОВЫЙ ЕВРОПЕЙСКИЙ ЦЕНТР



Инвестиции SKF в новое производственное предприятие в Сен-Сир-сюр-Луар, Франция, направлены на повышение эффективности подразделения автомобильных запчастей на рынках Европы, Ближнего Востока и Африки. Этот шаг стал ответом на динамику рынка, которая требует расширения производственных возможностей и сокращения сроков поставок. Вместе с переводом всего европейского подразделения автозапчастей SKF на предприятие в Сен-Сир-сюр-Луар здесь также открывается новая универсальная линия по производству ступичных подшипников для рынка автозапчастей. Данная производственная линия обеспечит оперативное выполнение заказов клиентов, особенно небольшого объема. Центр в Сен-Сир-сюр-Луар с 1300 сотрудниками размещается на площади более 30 га и является крупнейшим предприятием SKF во Франции. Специальная лаборатория и испытательный центр, расположенные здесь, выполняют обширные исследования и разработки для SKF Group, а завод ежегодно выпускает 60 млн подшипников для автомобильной и железнодорожной отраслей, а также общепромышленного применения.

## MICHELIN В ПРОГРАММЕ EXTRA

Компания «Мишлен», ведущий мировой производитель шин, присоединяется в России к одной из крупнейших программ лояльности для станций технического обслуживания и магазинов автозапчастей. Теперь торговые точки смогут получать бонусные баллы Extra за закупку шин MICHELIN. Extra предлагает СТО и автомагазинам бонусы за покупку продукции партнеров программы – производителей качественных автомобильных комплектующих – у официальных дилеров. Бонусные баллы участники программы лояльности могут обменивать на различные призы, начиная от шуруповертов, планшетов, брендированной сувенирной продукции и заканчивая профессиональными тренингами и программами обучения для специалистов рынка обслуживания автомобилей. Полный каталог призов содержит более 250 позиций. В настоящий момент в России кроме продукции Bosch и MICHELIN в бонусную программу Extra также входят свечи зажигания ЭЗ. Программа лояльности Extra была создана компанией Bosch. В Германии в Extra участвуют более 90 % всех СТО. В России программа была представлена на выставке MIMS powered by Automechanika Moscow в 2012 г. и быстро обрела популярность среди розничных торговых точек, занимающихся продажей автомобильных запчастей. Сейчас в программе участвует около 8 тыс. СТО и автомагазинов по всей России.



## СОСТОЯНИЕ ПРОТЕКТОРА



Определение степени износа шин без необходимости остановки транспортного средства стало реальностью с новым оборудованием Bosch TTM. Оно определяет остаточную глубину протектора всего за несколько секунд. Чтобы запустить автоматическую проверку состояния всех четырех колес, достаточно проехать на автомобиле поверх двух измерительных модулей на скорости до 8 км/ч. Система способна распознавать даже неравномерный износ шин. Благодаря этому с помощью оборудования можно быстро выявить необходимость регулировки углов установки колес или замены неисправных элементов подвески. Протокол измерений можно вывести на стационарный компьютер мастерской, на дисплей мобильного планшета мастера или на экран телевизора в общей зоне СТО, открыто демонстрируя информацию для всех клиентов. Наглядное отображение результатов измерений в детальном виде делает информацию понятной даже для простого автолюбителя. В новой системе Bosch для измерения остаточной глубины протектора используются HD-камеры и метод цветового кодирования. Благодаря этому разработчикам удалось полностью исключить ошибки измерений, возникающие при использовании механических приборов. Новое оборудование устойчиво к воздействию пыли, вибрации, изменению влажности и температуры. Проведению измерений не мешают загрязнения на поверхности протектора, маркировки на шинах или слабое освещение. Дополнительное преимущество в том, что для очистки рабочих поверхностей можно смело использовать воду. При этом сушить их сжатым воздухом после мойки не требуется, что позволяет добиться дополнительной экономии времени и средств. Новое оборудование доступно в двух вариантах исполнения. Модификация TTM 2104 предназначена для установки на полу.

Монтаж ТТМ 2104 в таком случае предельно прост: оборудование крепится на поверхности при помощи болтов. Высота установленного стенда даже в таком исполнении составляет всего 80 мм. Благодаря этому измерение глубины протектора возможно для любых автомобилей, в том числе спортивных с небольшим дорожным просветом. В качестве альтернативы Bosch предлагает исполнение ТТМ 2204 для углубленного монтажа вровень с поверхностью. И в том и в другом варианте в системе используются одни и те же измерительные модули длиной 50 см. Но в исполнении ТТМ 2104 в комплект поставки системы дополнительно включены два металлических пандуса для заезда. Автоматизированный алгоритм измерений позволяет быстро оценивать состояние шин в процессе приемки автомобилей на обслуживание. Результаты, изначально представленные в цифровой форме, легко обрабатывать, сохраняя вместе с сервисной историей автомобиля. Быстрое отображение результатов измерений в режиме реального времени наряду с их высокой точностью позитивно влияет на статус мастерской в глазах клиентов.

## СУПЕРБЫСТРЫЙ ЛАК

Двухкомпонентный супербыстрый акриловый лак UHS Clear Rapid 90 с высоким сухим остатком, представленный в России компанией «Экопол», отличается коротким временем сушки – всего 90 минут при 20 °С, что позволяет ускорить ремонт автомобиля и повысить эффективность рабочего процесса. Он предназначен для окраски металлических и пластиковых деталей. Обладает повышенной стойкостью к царапинам (Scratch Resistance) и обеспечивает отличную защиту от ультрафиолета.



## ВДВОЕ БОЛЬШЕ

Компания Schaeffler предлагает комплексное техническое решение для легковых автомобилей и легкого коммерческого транспорта: ремонтные комплекты GearBOX, которые существенно упрощают ремонт механических коробок передач, коробок передач с двойным сцеплением и дифференциалов. До сих пор данные комплекты выпускались под брендом INA, но в августе текущего года будет осуществлен переход к бренду LuK, и линия продукции GearBOX будет расширена более чем вдвое. Теперь, с появлением ремонтных комплектов LuK GearBOX, автомеханикам не обязательно досконально разбираться во всех тонкостях работы систем трансмиссии, чтобы осуществлять замену основных компонентов механических коробок передач, коробок передач с двойным сцеплением и дифференциалов. Ремонтные комплекты всех типов данной серии стали результатом комплексного анализа наиболее распространенных причин отказов в работе систем трансмиссии и содержат все необходимые запчасти для профессионального ремонта. Помимо расходных материалов – прокладок, уплотнительных колец, уплотнений коленвала и коренных подшипников – в них включены компоненты, предназначенные для устранения конкретных поломок. В настоящее время компания Schaeffler выпускает комплекты LuK GearBOX в 14 вариантах, выпуск еще 20 вариантов планируется начать в этом году. Новые продукты данной линии будут предназначены для дополнительных типов трансмиссий автомобилей марок Ford, GM, Renault и Volkswagen. В августе, с переходом от бренда INA к LuK, подразделение Automotive Aftermarket компании Schaeffler сосредоточит под одним брендом всю продукцию, предназначенную для ремонта систем трансмиссии. «Продукция в нашем портфолио выпускается с учетом всех нужд авторемонтных мастерских и предназначена для комплексного ремонта. Профессиональным автомеханикам бренд LuK известен по специализированным компонентам для коробок передач. Поэтому имеет смысл начать выпуск комплектов GearBOX под этим брендом», – объясняет Рувен Даниель, руководитель направления систем трансмиссии в подразделении Automotive Aftermarket компании Schaeffler.

# SCHAEFFLER

## РАСШИРЕНИЕ БИЗНЕСА

Группа компаний MANN+HUMMEL – ведущий мировой разработчик и поставщик систем фильтрации – подписала соглашение о приобретении бизнеса австрийского семейного предприятия Jack Filter. Основанная в 1947 г. компания Jack Filter специализируется на создании HEPA-фильтров, предназначенных для самой тонкой очистки воздуха от частиц размером менее микрона. Jack Filter поставляет свою продукцию предприятиям фармацевтической, полупроводниковой, медицинской и пищевой промышленности. Компания разрабатывает элементы систем вентиляции и кондиционирования автомобилей, офисных зданий, гостиниц, школ и торговых центров. Ежегодно Jack Filter производит и продает продукции примерно на 10 млн евро. В настоящее время на предприятиях компании в Австрии, Германии и Венгрии работают около 100 человек.

Соглашение предполагает приобретение группой MANN+HUMMEL компаний Jack Filter Lufttechnik и Jack Filter Hungaria. При этом Александр Гаггл, управляющий партнер Jack Filter, становится руководителем глобального направления MANN+HUMMEL – Intelligent Air Solutions. Контроль над Jack Filter позволяет MANN+HUMMEL расширить ассортимент продукции в области HEPA-фильтров и открывает компании широкий доступ к дополнительным сегментам рынка HVAC (отопление, вентиляция и кондиционирование), а также двум современным производственным объектам Jack Filter в Австрии и Венгрии.



В сентябре 2016 г. пост президента и главного исполнительного директора Mitsubishi Motors Russia занял Наоя Накамура. Для бренда это был, пожалуй, один из самых сложных периодов за все время его присутствия на российском рынке, сопряженный с сокращением модельного ряда буквально до «исторического минимума». Но не прошло и года, и «ММС Рус» объявляет о возвращении известных и популярных моделей, готовит новые премьеры, расширяет спектр клиентского предложения.

Михаил КАПЕНИН |



# ГЕРОИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ

Как обновленному менеджменту за столь короткий срок удалось добиться таких впечатляющих результатов? Об этом наш корреспондент беседует с **Наоя Накамура**.

**– Господин Накамура, расскажите, пожалуйста, как сейчас обстоят дела у «ММС Рус»? Изменилась ли стратегия бренда на российском рынке?**

– Глобально Mitsubishi Motors никогда не меняла своей стратегии относительно России. И одна из главных причин – это наш завод в Калуге. Для любого производителя завод однозначно является основным средством. Но, принимая во внимание экономическую ситуацию, руководство реализует определенные меры, перераспределяя ресурсы для достижения наиболее высоких результатов. 2016-й был очень непростым годом. В большей степени – исключительно из-за обменного курса. Но мы смогли преодолеть проблемы. В итоге на сегодняшний день ситуация с нашей модельной линейкой обстоит следующим образом.

Outlander был и остается для «ММС Рус» наиболее важной моделью в России. Также одной из ключевых моделей является Pajero Sport. В апреле мы запустили продажи дизельной модификации Pajero Sport, и к счастью, этот запуск оказался очень успешным. Предварительно было собрано более 1000 заказов. Я знаю, что многие клиенты ожидают появления других моделей Mitsubishi. Именно по этой причине мы решили, так скажем, перезапустить продажи автомобиля Pajero 4. И уже в июне Pajero 4 появился в России.

У нас еще был компактный кроссовер ASX. Мы также рассчитываем вернуть эту модель на российский рынок. До 2014 г. ASX занимал вторую строчку в рейтинге наших продаж после Outlander. К сожалению, в 2015 г. в силу понятных обстоятельств мы временно приостановили ввоз ASX в Россию, но теперь я уверен, что уже через несколько месяцев эта машина снова будет продаваться на российском рынке.

Как вы наверняка знаете, в марте этого года на Женевском автосалоне Mitsubishi Motors анонсировал новую модель – Eclipse Cross. Мы ожидаем ее появления в России в первом полугодии следующего года. Таким образом, «ММС Рус» собирается нарастить продуктовую линейку представленных



в России автомобилей, что позволит нам значительно увеличить продажи.

Теперь – что касается продвижения. На данный момент «ММС Рус» проводит достаточно агрессивную маркетинговую политику, задействуя самые разные механизмы. В текущей ситуации высокую эффективность показывает trade-in. Поэтому мы предлагаем очень выгодные условия – до 230 тыс. руб. выгоды – в данной операции. При совмещении trade-in и кредита речь идет уже о 100 тыс. руб., но при этом ставка по кредиту будет 0 %.

Это, можно сказать, одно из самых сильных сегодня предложений на рынке в данном сегменте, которым мы показываем российским клиентам серьезность своих намерений. Наше сотрудничество с «МС Банк Рус» с начала этого года набрало мощный темп, мы создаем все больше новых довольно уникальных финансовых продуктов.

«МС Банк Рус» – кэптивный банк Mitsubishi. Одобрение кредита занимает не более 1 ч 40 мин с момента подачи заявления. На данный момент процент одобрения кредитных заявок достигает 80 %. Для Pajero Sport ставка составляет 7,9 % на три года. Сейчас спрос на это предложение очень высок. Также у нас есть специальная кредитная программа «Плати легко», которая позволяет снизить ежемесячные платежи по кредиту. Проникновение данного кредитного продукта уже достигло 30 %.

С лета мы присоединились к Госпрограмме льготного кредитования, которая распространяется на локально собираемые автомобили стоимостью

до 1,5 млн руб. Таким образом, некоторые комплектации Outlander подпадают под действие этой программы, поэтому мы с удовольствием будем с ней работать.

Мы также работаем и по поддержке продаж подержанных автомобилей. У нас есть уникальное кредитное предложение на рынке среди автомобилей с пробегом – 9,9 % на 5 лет, с первоначальным взносом от 20 %.

Банк всегда готов поддержать любую инициативу марки в России, и в этом я вижу один из залогов успеха нашего бизнеса в дальнейшем. Наш план продаж на этот год – более 20 тыс. машин. Outlander однозначно будет лидером в объемах. Калужский завод подтвердил возможность выпуска необходимого количества автомобилей. Они сделают столько, сколько мы продадим, во многом благодаря интересным финансовым программам.

**– Кредит, действительно, очень эффективный инструмент продаж. С недавних пор в России действует еще и лизинг для физических лиц. Есть ли у вас такие программы?**

– На данный момент у нас в разработке в первую очередь лизинговые программы для корпоративных клиентов – юридических лиц. Также «МС Банк Рус» ведет активную деятельность по финансированию дилерского склада.

Сейчас культура владения автомобилем в России предполагает именно владение, практика лизинга в частной среде пока, к сожалению, не развита. По нашему опыту и по опыту наших

дилеров, запрос на услуги такого рода со стороны частных клиентов практически отсутствует. Но к запуску подобных программы для частных лиц мы готовы. Если внимательнее присмотреться к программе «Плати легко», вы увидите, что она очень похожа на лизинговый продукт.

#### – Почему вы решили вернуть Rajeo 4?

– Одна из самых главных причин – это обратная связь наших клиентов. Когда машина исчезла из дилерских центров, мы начали получать большое количество звонков на «горячую линию», писем, обращений через соцсети с единственным вопросом: где же Rajeo? И мы поняли – даже несмотря на то, что автомобиль, в общем-то, не новый, спрос на него есть.

Одна из наших основных задач как «ММС Рус», головной структуры марки в России, – слышать нашего клиента и максимально реализовывать его пожелания. Таким образом, возвращение Rajeo 4 – это в прямом смысле результат обратной связи и активности наших клиентов.

Модель будет поставляться только с бензиновым двигателем объемом 3,0 л. Последние 4 года продаж самая популярная модификация была именно такая – около 90 % приходилось на нее.

#### – А электромобили? Вы не планируете вернуть их на российский рынок?

– Я регулярно слышу этот вопрос. Если в России будут созданы необходимые бизнес-условия для продажи электромобилей, то, естественно, мы будем готовы вернуть их в Россию. В первую очередь это поддержка со стороны государства, программы субсидирования. Второе – инфраструктурный вопрос. Оба этих аспекта должны быть реализованы одновременно, по отдельности ничего не выйдет.

Глобально Mitsubishi Motors уверена, что будущее за электромобилями. Мы уже производим и в чистом виде электромобили, и подключаемые гибриды, которые успешно реализуются во многих странах мира. В рамках нашего альянса с Nissan данное направление получит дополнительный импульс для развития.

Но в России мы пока ждем реакции государства.

#### – Планируя запуск новых моделей на российском рынке, вы под-

#### разумеете локализацию их производства?

– На данный момент конкретных планов локализации производства Eclipse Cross или ASX нет. Для того чтобы наращивать обороты и увеличивать объемы продаж, надо предпринимать определенные шаги. Локализация – один из таких шагов. Конечно же, потенциально у нас есть несколько моделей-кандидатов, которые мы хотели бы собирать здесь. Но окончательного решения пока не принято.

#### – А каковы перспективы субкомпактного сегмента? Появления субкомпактного кроссовера или возвращения на российский рынок седанов и хэтчбэков?

– Действительно, мы несколько раз демонстрировали концепт субкомпактного кроссовера на различных автосалонах. Как вы наверняка заметили, по такому пути идут многие автопроизводители. Работая в России, анализируя развитие местного рынка, его структуры, мы понимаем, что маленький кроссовер очень интересен с точки зрения генерации объемов. Я уверен, что вопрос появления субкомпактного кроссовера – это предмет разговора будущего, и я надеюсь, не совсем далекого.

Что касается маленьких пассажирских машин, например Mitsubishi Mirage. В некоторых европейских странах этот автомобиль представлен и уже продается. Мы неоднократно изучали вопрос запуска этой модели в России. Но в силу многих причин положительного решения пока не принято. В частности, во-первых, потому, что Mitsubishi в этой стране последние 6–7 лет воспринимается исключительно как производитель кроссоверов и всесезонников. Во-вторых, потому, что Mitsubishi Mirage здесь придется конкурировать с локально собираемыми машинами, и с точки зрения ценообразования он им сильно проигрывает. Но бизнес не стоит на месте. Если ситуация изменится в благоприятную сторону, мы сможем запустить и такой продукт, в том числе.

#### – Переходя от продаж автомобилей к постпродажному обслуживанию: скажите, пожалуйста, есть ли у вас комплексные пакетные предложения на сервисное обслуживание? Сегодня все больше брендов запускают такие программы.

– Да, у нас есть пакетная сервисная программа. Несколько дилеров используют ее в своей работе. Пакетное предложение можно включить в кредит на автомобиль на 3 года. Таким образом, фиксируется стоимость нормо-часа и запасных частей на весь этот срок. Пакеты имеют разное наполнение – от минимального до максимально расширенного, учитывающего даже стоимость кузовных частей.

Но, как я сказал, не все дилеры пользуются данной программой. Это связано с уровнем конкуренции на локальном рынке – не все готовы зафиксировать стоимость запчастей и нормо-часов на три года. Например, программа очень хорошо работает на Дальнем Востоке, потому что это ближе к Японии, а в Японии это очень распространенная практика, и наши дальневосточные дилеры эту практику прекрасно знают.

Некоторые центры в Поволжье ее используют, потому что уровень конкуренции там невысокий. А вот в Москве конкуренция за клиента чрезвычайно жесткая, поэтому дилеры опасаются фиксировать расценки – конкуренты запросто могут предложить клиентам более выгодные условия. Поскольку цены всегда варьируются, автовладельцу проще не покупать сразу, а уже действовать по обстановке, выбирая самое дешевое предложение.

То есть те дилеры, которые считают эту программу выгодной для себя, запускают ее, – с нашей стороны как целевой продукт она подготовлена.

#### – Значит, вы даете своим дилерам возможность выбора? Насколько вообще вы гибки во взаимоотношениях с дилерской сетью?

– Мы достаточно гибки в сотрудничестве с дилерами, во главу угла ставя эффективность нашего общего бизнеса. Поэтому мы всегда стараемся прислушиваться к мнению партнеров. Например, в июне у нас прошла встреча с лучшими дилерами. Одна из главных тем обсуждения касалась маркетинговых активностей, нацеленных на увеличение продаж. Основой запрос со стороны дилеров был на возобновление кредитной ставки 0 %. Эта ставка действовала с марта по май, а в июне мы от нее отказались, увеличив выгоду по trade-in. Однако мы посмотрели на результаты, пообщались с дилерами – и поняли, что ожидаемый эффект не был достигнут. Именно поэтому после встречи с дилерами мы немедленно решили вернуть 0 %.

# ЭКСПЕРТЫ В ДЕТАЛЯХ ДВИГАТЕЛЯ.



Посетите нас на выставке  
**MIMS Automechanika 2017**  
21-24 августа, ЦВК «Экспоцентр» Москва,  
Стенд F161 в павильоне Форум

## Ремонтные решения для ГРМ, навесного оборудования, привода клапанов и системы охлаждения от одного производителя.

Продукция INA - это технически сложные детали для ключевых систем двигателя. Комплексные ремонтные решения позволяют автосервисам работать эффективно и профессионально.

**Больше информации:**

[www.schaeffler-aftermarket.ru](http://www.schaeffler-aftermarket.ru)

[www.rexpert.ru](http://www.rexpert.ru)



**SCHAEFFLER**



Это лишь один из примеров того, как мы стараемся прислушиваться к нашим дилерам и оперативно реагировать на их пожелания. Такой же подход мы будем применять и дальше.

**– В этом примере вы затронули очень важный вопрос – эффективность маркетинговых акций.**

– На самом деле мы сами всегда задаем себе вопрос: сколько дополнительных продаж может нам принести отдельно взятая акция или спецпредложение? Мы абсолютно четко видим, что увеличение или снижение продаж является следствием не одной причины, а большого комплекса совершенно разных факторов. В данном конкретном случае – ситуации с «нулевой» ставкой – основным из показателей является доля проникновения кредитных сделок в общую структуру продаж. При ставке 0 % проникновение достигает предельных значений – 50 % и выше. При обычной кредитной ставке – около 30 %.

Поэтому на первый взгляд получается, что разница в 20 % – это как бы влияние ставки. Но надо понимать, что значительная часть потенциальных клиентов, которые планировали приобрести автомобиль в кредит, купили бы его в любом случае, с любой ставкой. То есть 20 % прироста – это лишь отчасти результат введения ставки 0 %.

**– Абсолютно согласен с вами. В маркетинге, действительно, очень сложно напрямую оценить причинно-следственную эффективность, но и пускать эту работу на самотек**

**нельзя ни в коем случае, поскольку всегда нужно быть в курсе актуальной ситуации, поддерживая информативную коммуникацию с дилерским сообществом. Какие еще программы или решения вы внедряете для стимулирования, поддержки дилерской сети?**

– Очень хорошо себя зарекомендовала программа продаж сертифицированных автомобилей Mitsubishi с пробегом Diamond Car. Она демонстрирует стабильный рост, поэтому все больше дилеров присоединяются к ней. Так, еще в середине 2016 г. в программе участвовали всего 25 дилерских центров, а на данный момент их уже более 75. К сентябрю 2017 г. мы планируем обеспечить предоставление данной программы более чем в 85 % дилерской сети бренда по всей России. Я уверен, это не составит труда. Дилеры вступают в нее очень охотно, ведь показатели продаж показывают значительное прибавление от месяца к месяцу. В первом полугодии 2017 г. в рамках данной программы было продано 615 автомобилей, что на 6 % выше, чем за аналогичный период 2016 г. (581 автомобиль).

Особо хочу отметить тот факт, что 100 % автомобилей, проданных в первом полугодии 2017 г. в рамках программы Diamond Car, реализовано с полисом продленной гарантии от компании Europe Assistance. Таким образом, в рамках программы клиент получает гарантированную техническую поддержку на любой станции официальной дилерской сети Mitsubishi вне зависимости от места приобретения

автомобиля. Дополнительно на протяжении 12 месяцев для владельцев доступна специальная услуга технической помощи на дороге партнера программы Europe Assistance (24/7).

Развитие этой программы в текущей экономической ситуации является дополнительным драйвером не только увеличения продаж автомобилей Mitsubishi, но и прекрасным инструментом развития дилерской сети.

**– А не планируете ли вы по примеру некоторых своих коллег запустить, скажем так, вторую линейку оригинальных автозапчастей, ориентированную на постгарантийные автомобили?**

– Свой ответ на ваш вопрос я начну с краткого объяснения политики «ММС Рус» в области сервиса и запасных частей. Год за годом обслуживание автомобилей для наших клиентов становится все дороже, к сожалению. Мы прекрасно понимаем, что для автомобилей, чей возраст превысил срок гарантии, должны быть предусмотрены особые условия по обслуживанию и запчастям. Поэтому два года назад мы запустили специальную программу, которая называется «3+». Она предназначена для постгарантийных клиентов. В рамках этой программы мы продаем запчасти значительно дешевле.

При этом, для того чтобы поддерживать высокое качество продукта, надо предоставлять качественный сервис и использовать качественные оригинальные запчасти. Соответственно, одна из наших основных задач в постгарантийном сегменте заключается в поиске компромиссного подхода, который позволял бы автовладельцам обслуживать свои машины по более доступным схемам.

По-человечески я прекрасно понимаю людей, которые готовы приобретать неоригинал в погоне за выгодной ценой. Поэтому мы постоянно изучаем вопрос, какие еще запчасти, отвечающие всем нашим требованиям по качеству, мы можем представить здесь в России. Ведь мы не можем поступиться качеством в силу тяжелых последствий, к которым приведет использование некачественных деталей.

То есть мы не отказываемся от того, что вторая линейка запчастей может быть хорошим решением, мы не говорим однозначное «нет», но на данный момент наша основная программа для постгарантийного обслуживания – «3+».



**KYB**

Наша точность, Ваше преимущество

**УПРАВЛЯЕМОСТЬ**



РЕКЛАМА

**ПРЕВОСХОДСТВО  
ТЕХНОЛОГИЙ**

**3** года  
гарантии\*

или 80 000 км



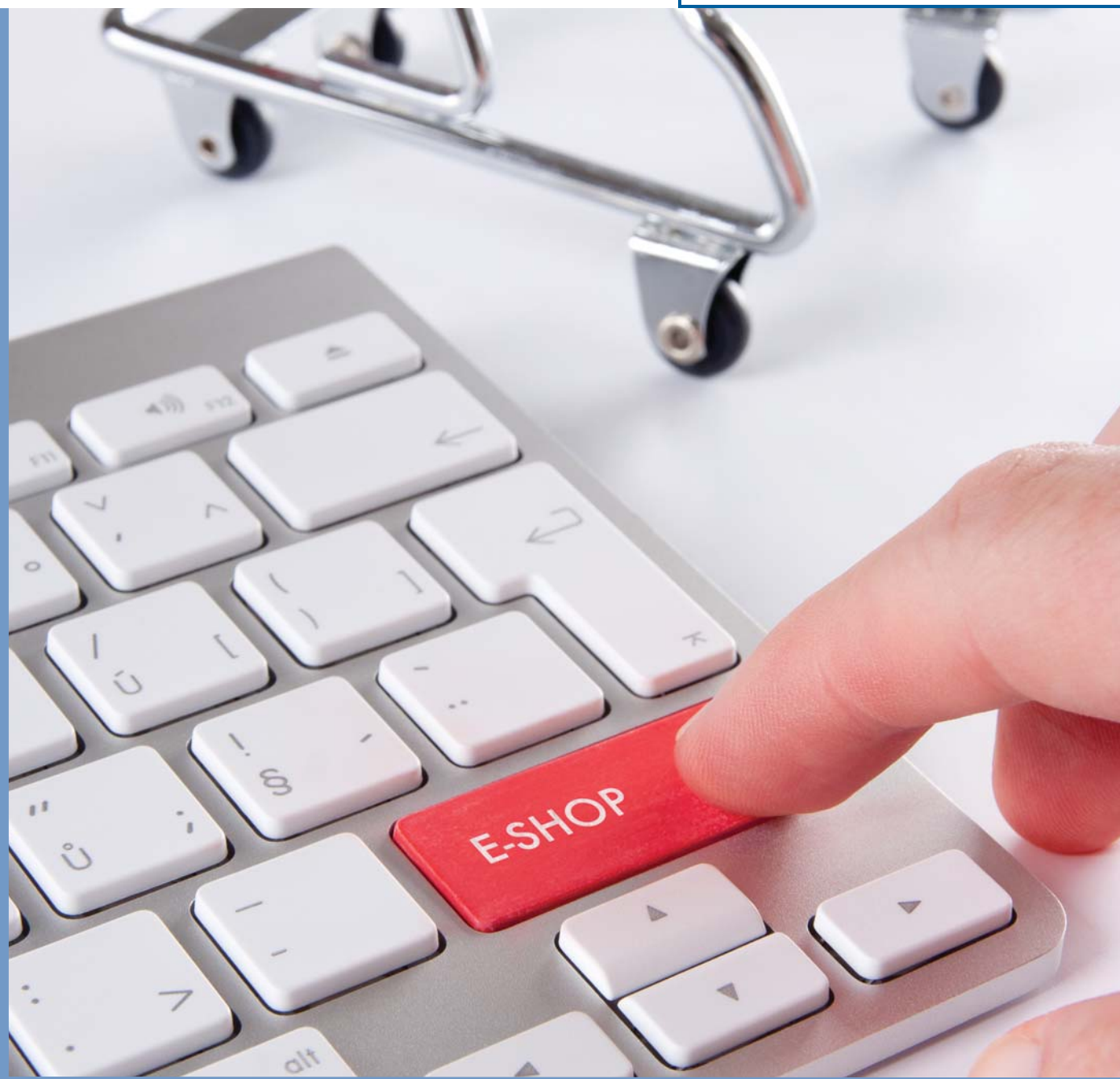
[www.kyb.ru](http://www.kyb.ru)

**Амортизаторы от поставщика на конвейеры**

\*Подробная информация об условиях гарантии на сайте [www.kyb.ru](http://www.kyb.ru)

Онлайн-продажи автомобилей – тема весьма актуальная. Компания, которая сможет полностью перейти на работу в Интернете, не потеряв эффективности и, наоборот, улучшив свои показатели, может выйти в лидеры рынка. Но пока в среде автомобильных дилеров предлагаются половинчатые услуги – вернее, они и рады бы перейти на «цифровую» работу, но клиенты в большинстве своем не готовы совсем отказаться от посещения шоу-рума.

Евгения ВОРОНОВА |



# СЛОВО ОБ ОНЛАЙНЕ



### Уже в продаже

Вот этот визит в салон и портит радужную картину онлайн-торговли автомобилями, которую владельцы дилерских компаний уже рисуют в своем воображении. В целом интернет-площадки рассчитаны на людей из поколения миллениалов, т. е. еще не достигших 40 лет, зато уже достигших уверенной платежеспособности. Этому поколению некомфортно в ситуации продажи, когда продавец что-то назойливо навязывает, поэтому они выбирают услуги с доставкой на дом. Другой характерной чертой людей этого поколения считается любовь к полному контролю над ситуацией: они сами решают, как и где получить информацию, и часто это самостоятельные исследования в Сети: когда приезжать в салон, какую цену выбрать. Можно сказать, что контроль и понятная цена для них важнее, чем скидка. При составлении контента на продающих сайтах важно помнить, что не желая тратить время на многочисленные походы по точкам продаж целевая аудитория тратит более восьми часов, роаясь в Интернете в поисках информации о понравившейся модели. Поэтому, пытаясь что-то продать, сайт нужно заполнять не рекламными призывами, а «образовательными» сведениями, а также возможностью увидеть полное, максимально индивидуализированное предложение по покупке автомобиля со всеми дополнительными услугами.

Онлайн-продажи – это экономия времени и денег клиента, а также высокий уровень клиентского сервиса, способный создать позитивный опыт покупки через Сеть, что будет способствовать дальнейшему развитию данного канала реализации: технологии технологиями, но «сарафанное радио» они не отменяют.

О том, каким образом можно создать этот позитивный опыт, и вообще о методах и хитростях работы в онлайн-продажах рассказывали сразу на двух состоявшихся в конце мая конференциях: на 160-м заседании Клуба руководителей автобизнеса AutoBoss и на совместной конференции компании «Автомаркетолог» и АА «Авто-стат» «Цифровой маркетинг – 2017». На мероприятиях были всесторонне рассмотрены текущие тренды в сфере собственно онлайн-продаж и продвижения онлайн-продаж.

С продажами все более или менее ясно: дилер в целом не сильно

**Continental**   
The Future in Motion



## Ясность вместо пустых слов: **5-летняя гарантия.**

Профессионалы в автосервисе не нуждаются в пустых обещаниях – им нужно качество, на которое они могут положиться. Поэтому для зарегистрированных партнеров мы обеспечиваем 5-летнюю гарантию на все товары ContiTech Power Transmission Group для рынка послепродажного обслуживания автомобилей. Без «если» и «но».  
[www.contitech.de/5](http://www.contitech.de/5)



Power Transmission Group  
Automotive Aftermarket

**ContiTech**



отличается от любого другого интернет-магазина, только суммы покупки немного побольше и риски посерьезнее.

Создавая компанию Carmart, действующую на территории Санкт-Петербурга, по словам **Вадима Арустамяна** (ГК «Максимум»), планировалась ориентация на молодых людей 24 лет из IT-сферы, которые верят отзывам в Интернете, знают о товаре все, не обращают внимания на рекламу и не любят консультантов. Консультанты, конечно, в этом интернет-автосалоне есть, но в их задачу не входит навязывать клиенту машину, дожимать его до подписания контракта – руководство даже сознательно решило удалить KPI по закрытым контрактам, чтобы не было соблазна работать по старинке.

Проект прописывали два года через технологические карты, и на запуск потрачено около \$1 млн. Одной из основных сложностей, помимо того чтобы сподвигнуть людей на покупки без единого похода в салон, стало страхование автомобилей. Полтора года страховые компании думали, как осуществить полное страхование доставляемых клиентам автомобилей, чтобы и свою выгоду не упустить, и стоимость машины для покупателя не поднять.

На данный момент в компании есть выездной trade-in, фиксация цены на покупку нового ТС происходит за 1 рубль, кредитные документы оформляются на дому. Планируют ввести и постпродажное обслуживание. В рубрику «Подержанные» ставят автомобили «младше» 6 лет, категории А, т. е. в идеальном состоянии.

Однако пока что каждая выдача – это праздник. За 6 месяцев, по подсчетам Вадима Арустамяна, через Carmart было продано около 70 авто, причем 20 из них – в мае. Кстати, это первая компания, которая интегрировалась с Яндекс.Маркет, создав рубрику «Автомобили», так что есть надежда, что процесс торговли пойдет лучше. Система пока что обкатывается, но многие уже хотят подключиться и работать по франшизе. До конца года повезет подключиться только пятерым партнерам, причем бесплатно.

Компания «Авилон» пошла другим путем и связала онлайн-торговлю с аукционом. Аукцион направлен на трейдеров, занимающихся перепродажей. Задумка с торгами привела к увеличению оборачиваемости склада. С февраля по май 2017 г. компания таким образом смогла реализовать 130 автомобилей, и в планах – выйти на продажи в 100–120 автомобилей в месяц с доходностью 12 %. При начале продажи запчастей онлайн их реализация также увеличилась в 2–3 раза. Помимо самостоятельных продаж компания разрабатывает и региональную дистрибуцию, чтобы подключившиеся к ней дилеры могли пользоваться стоком «Авилона». На все эти и прочие онлайн-задумки было потрачено около 1 млн руб.

Если «Авилон» сделал в своей интернет-работе упор на подержанные автомобили, то «Атлант-М» все еще спокойно работает с новыми: рынок Белоруссии это пока позволяет. По словам **Алексея Власова** («Атлант-М»), количество тест-драйвов на человека сократилось за по-

следние годы с 5 до 2,5 – потенциальные клиенты заранее находят варианты покататься на машине. Тем не менее совсем без визита в салон покупки пока не совершаются, поэтому компания планирует организовать в больших торговых центрах digital-шоу-румы.

А на сегодняшний день ведутся продажи автомобилей бренда Volkswagen через Интернет – около 10 автомобилей в месяц. В ближайшем будущем к «немцу» присоединятся KIA и Hyundai. Как отметил Алексей Власов, онлайн-покупка наиболее выгодна. Разница с офлайн-приобретением составляет 1 %, причем менеджеры в салонах не имеют права давать цену ниже указанной в сети.

А вот компания Trade-dealer считает себя онлайн-автохолдингом, с которым работают 650 дилеров. По словам ее представителя, основным козырем в онлайн-продажах являются взаимосвязанные блоки, когда клиент сразу видит итоговую сумму после применения всех скидок, акций, услуги trade-in и пр., а также видеорекомендации, которые внедряют в человека идеи о том, что пора бы поменять в его автомобиле то или иное оборудование. Визуализация неисправностей во всем мире уже широко используется. В России к этому приему только начинают прибегать, а ведь он повышает доверие к сервису: у клиента, посмотревшего ролик, процедуры не вызывают отторжения.

Включая SMS-оповещения или сообщения в личном кабинете на сайте о расширении заказ-нарядов, затраты на такой онлайн-салон при поддержке компании составляют 10–40 тыс. руб. на дилерский центр в месяц.

#### Каждый крутится как может

Но если с продажами все довольно просто – либо продаешь онлайн, либо нет, – то продвижение этой торговли не столь однозначно. Автомаркетологи, каждый на свой лад, решают задачи привлечения клиентов на продающие сайты: кто-то решаете создавать собственные «магазины на диване», кто-то обращается к профессионалам. Результат пока что примерно одинаковый и у тех, и у других.

Если рассматривать общие тренды, царящие в сфере цифрового маркетинга, то становится очевидным, что около 40 % компаний работают в этом направлении около двух лет, завоевание рынка или сокращение издержек, на маркетинг в том числе, – это индивидуальная стратегия каждого. Основные вложения идут в контекстную рекламу. Некоторые



# Новый флагман TEXA

AXONE Nemo уникальный прибор в мире диагностики по своим техническим характеристикам: магниевый корпус, мощное аппаратное обеспечение, широкоформатный экран, ударопрочный и влагозащищённый корпус с положительной плавучестью. TEXA создала прибор будущего, благодаря сменным магнитным модулям, он способен трансформироваться под любые задачи, связанные с автомобильным бизнесом, запасными частями и стандартами, которые будут распространяться в будущем.



[www.texa.ru](http://www.texa.ru)

**TEXA**

используют лендинг-страницы, но таких немного. В регионах все без перемен: использование метрики и прослушивание звонков – пока не для них.

Но если кто-то не следит за качеством проводимой работы, то другим оценка эффективности размещений крайне важна – именно на них рассчитаны инструменты на многих продающих сайтах. Не исключение и Авто.ру. По словам **Сергея Игнатова**, представляющего портал, на их сайте помимо прочего в «личном кабинете» можно оценить общее количество объявлений и затраченные средства, колтрекинг снабжен наглядной диаграммой звонков. Есть возможность отследить длительность звонка и время ожидания ответа. Также появится возможность запроса обратного звонка.

По статистике, приведенной Сергеем Игнатовым, в лидерах выгрузки объявлений – «Рольф» и «Мейджор», также они получают наибольшее количество звонков. Но, если принять во внимание формулу расчета эффективности размещения – затраты на размещение в месяц/среднемесячный объем склада) : (прибыль от продажи одного авто (30/срок размещения), оказывается, что наиболее эффективно работает «Авилон». Как отметил спикер, автомобили А- и В-классов продаются быстрее. Машины дешевле 300 тыс. руб. можно продать в среднем за 18 дней, а ТС от 1,5 млн руб. – за 23 дня. Москвичи предпочитают Lada, Hyundai и KIA, а на Дальнем Востоке в топе Toyota с правым рулем – исходя из этого можно уже по коду номера телефона звонящего понять, почему смотрят тот или иной автомобиль.

Новые объявления стоит выкладывать к самому концу недели, потому что потенциальные покупатели занимаются просмотром продающих сайтов преимущественно в воскресенье и понедельник, а звонят по ним в остальные рабочие дни. Объявления, снабженные видеороликом, вызывают больше доверия, а возможность связи через перископ удваивает эффективность размещения, поскольку клиент сразу может посмотреть машину, не задавая лишних вопросов.

Отслеживание клиента в сети – в целом дело полезное для автодилера, как для онлайн-продаж, так и для работы по старинке. В деле преследования преуспел Яндекс, который догоняет человека даже в случае, если тот ушел с сайта, не оставив заявку на тест-драйв. Услуга Яндекс.Аудитория помогает

делать таргетированную рекламу на основе информации, собранной авторитетерами офлайн: загрузив данные имеющихся клиентов и дав задание программе найти пользователей с аналогичным поведением, можно расширить свою сеть для показа рекламы.

Причем уже нельзя давать стандартную рекламу, потому что она вызовет раздражение. Все упорно движется в сторону нативности, т. е. полезности. Как отметил **Алексей Лазарев**, генеральный директор BrightBox, раздражающий фактор должен быть исключен и на сайтах дилеров и сервисов. То есть, к примеру, если «личный кабинет» клиента осуществлен в карточном виде, когда информация выдается заменяемыми блоками, включающими рекомендации, рекламные сообщения и пр., то данная система должна быть самообучаемой: не стоит показывать ненужную карточку клиенту, если он ее уже пару раз закрыл.


Подчас организация работы автосалона вредит качественным продажам просто потому, что слишком велико значение человеческого фактора. С 2015 г., по информации представителя компании CoMagic **Ирины Литвиновой**, конверсия по звонкам увеличилась на 1 %, увеличилось и количество пропущенных звонков: если в 2015 г. их было около 3 %, то в прошлом году количество пропущенных звонков выросло до 9 %. Такое положение дел может быть связано с перегруженностью менеджеров, или с проблемами АТС, или с невозможностью обрабатывать все звонки с мобильных сайтов. Как бы то ни было, дилеру нужно либо связать все каналы получения звонков, либо уже переориентироваться на онлайн-продажи, где объем человеческого общения сводится к минимуму.

Как отмечают IT-специалисты, сайт должен стать местом знакомства с автомобилями. Контент-менеджерам стоит изучить, какие ракурсы наиболее выигрышны в плане числа просмотров автомобиля, и сделать лучшие фотографии «для знакомства», ведь количество просмотров карточки автомобиля напрямую влияет на конверсию. Кстати, осматривщик может поспособствовать продаже, если просто обойти авто с камерой – конверсия увеличится на 10 %.

А помимо основного дилерского сайта работа должна вестись и в соцсетях: все же это место для платежеспособных клиентов, недаром там всплывает реклама.

По мнению **Елены Савинской**, представляющей «Порше Центр Москва», 76 % людей идут за рекомендациями и аннотациями в Интернет. Главной тенденцией уже не первый год является любовь к смартфонам: на сайтах со стационарных компьютеров мало кто уже смотрит что-либо. По ее словам, учтя данный момент, полгода назад «Порше Центр Москва» изменил формат ведения сетей, и аудитория выросла на 7 тыс. человек, а охват – до 1 млн. Компания добилась быстрых (в течение двух минут) консультаций через Facebook, ведь если пользователь не получает быстрый ответ, он может потеряться. Стали конвертировать все сообщения в Сети в переходы на сайт. Агентство, ведущее соцсети, имеет ряд скриптов, по которым работает, но, если нужна консультация, они переводят потенциального клиента на салон, а если возникает конфликт – соединяют с экспертом. Помимо оперативной реакции на запросы компания стала использовать динамические форматы, причем сопровождая их субтитрами – многие ведь смотрят видео без звука. Решили использовать для Instagram опыт смежных отраслей, где речь идет о стиле, и создали свою «фишку»: делают подбор фотографий, кратный трем, т. е. разбивают картинки на три части, или ставят несколько мелких. Обходятся, по подсчетам Елены Савинской, все новшества в месяц примерно в 90 тыс. руб.

Кроме всего сказанного онлайн-продажам способствуют хелп-деск, который дает возможность вести диалог в мессенджерах и создавать ботов, онлайн-оплата на сайте, что дает возможность не ехать в салон даже на последнем этапе купли-продажи, и «личные кабинеты», которые собирают всю информацию о потенциальном клиенте и дают возможность разговаривать с ним, опираясь на эти данные.

Все это помогает и уже (частично или полностью) внедрено среди перифериков авторитейла. Однако некоторые представители отрасли до сих пор не уверены в необходимости использовать метрику и слушать звонки. Так что, возможны ли полномасштабные онлайн-продажи в России в обозримом будущем или они останутся привилегией крупных городов с дилерами, желающими развиваться, пока неясно. Главное, чтобы не подсутились автопроизводители, забрав онлайн-продажи себе и оставив дилерам только функции сервиса. 



Это Крис Коллар (Chris Kollar), ведущий инженер компании TRW Северная Америка.

Независимо от того, играет ли Крис в хоккее за Spitfires или работает над угловым модулем TRW, объединяющим детали тормозной системы, рулевого управления и подвески, он должен многое уметь; но чтобы быть действительно превосходным специалистом, ему нужно знать, как собрать эти умения воедино.

Эксклюзивный угловой модуль TRW грамотно сочетает в себе детали разных систем автомобиля, каждый раз обеспечивая неизменно точную установку. Тормозная система, рулевое управление и подвеска идеально соответствуют друг другу для обеспечения максимальной безопасности.

**Чтобы добиться действительно потрясающей работоспособности, доверьтесь настоящему профессионалам.**

Смотреть историю Криса на [trwaftermarket.com/ru/cornermodule](http://trwaftermarket.com/ru/cornermodule)

# НАСТОЯЩИЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ

A TRW SYSTEM



[www.trwaftermarket.com/ru/cornermodule](http://www.trwaftermarket.com/ru/cornermodule)

Каждая запчасть TRW разработана для решения проблемы; просто потому, что над ней работают 4000 инженеров, конструкторов и специалистов по продукции по всему миру. Имея за плечами более 100 лет опыта в производстве оригинального оборудования, TRW устанавливает стандарты качества и безопасности.

The TRW logo, consisting of the letters 'TRW' in a bold, italicized, sans-serif font.

Серьезный подход к анализу статистических данных отличает руководителя GiPA Россия Александра Груздева. Своим опытом он решил поделиться с профессиональной аудиторией нашей отрасли.



торая необходима моим клиентам и всем маркетологам автобизнеса и полезна студентам профильных вузов, начинающим свою работу в нашей сфере. Я старался рассказать о тех вещах, с которыми сталкиваюсь на практике, о которых приходится рассказывать и объяснять практически каждый день в моей работе.

**– Какие темы вы решили затронуть в своей книге?**

– Конечно же, в начале книги я затрагиваю основные проблемы сбора информации и базовые моменты статистики, но лишь немного, поскольку уже сейчас сбор информации и построение различных графиков и диаграмм можно поручить компьютерам. Развитие цифрового мира привело к революции в статистике: если раньше основной акцент делался на процессе сбора информации, то в XXI веке информации слишком много, получить статистические данные может даже ребенок. Поэтому намного более важным я считаю раскрыть тему анализа, то, где пока машина не способна заменить человека. Без аналитики, без глубокого и детализированного подхода цифры остаются лишь бесполезными символами. Поэтому в эпоху Интернета и big data самым важным становится человек, который проводит анализ этих цифр. И его способность увидеть за сухим набором цифр действие, которое надо предпринять, ведь статистика нужна, чтобы побуждать к действию.

**– Какие инновационные методы и секреты вы раскрываете в своей работе?**

– Моя книга – это сборник бизнес-кейсов в аналитике, собранных мною за 10 лет работы. По сути, каждый случай уникален, в своей работе я постарался систематизировать и обработать наиболее часто встречающиеся

## ТОЧНЫЕ ЦИФРЫ

– Александр, вы, известный и уважаемый человек в автомобильном маркетинге в России и странах СНГ, внесли весомый информационный вклад в развитие отрасли. Вы обладаете очень объемной информационной базой о рынке послепродажного обслуживания и огромным количеством аналитических данных. Кроме того, нам известно, что вас приглашают преподавать студентам в

различные вузы нашей страны, в том числе такие известные, как Высшая школа экономики. Скоро выходит ваша книга, скажите – это будет учебник для студентов или все-таки больше бизнес-литература?

– Я бы сказал, что это и бизнес-книга, и учебник в одном лице, потому как там отражены и теоретическая, и практическая части автомобильной статистики, ко-





случаи, когда анализ проводится неверно или слишком поверхностно. В своей книге я хочу показать, как правильно понимать тонкости анализа, видеть реальный смысл собранной статистики, как превращать аналитические отчеты в действия и как с помощью трендов прошлого правильно оценить настоящее и увидеть будущее.

**– Кому вы посоветовали бы прочитать эту книгу и для чего?**

– Надеюсь, что основной аудиторией книги станет именно автобизнес, директора по маркетингу, лица, ответственные за анализ информации в различных представительствах и импортерах, директора дилерских центров и независимых сервисов и другие люди, которые так или иначе вынуждены работать со статистикой. Мне бы хотелось, чтобы эти люди, ежедневно занимающиеся чтением различного рода цифр о прибылях и убытках, о продажах, об остатках на складах, смогли посмотреть на рынок с чуть большей высоты, на более глобальном уровне, чтобы увидеть перспективу, но также, с другой стороны, узнали о возможностях смотреть, и более глубоко, даже на те цифры, которые они уже видели или встречали в своей работе.

**– Скажите честно, выход вашей книги – это больше PR лично для вас или вы преследуете какие-то другие цели? Что даст ваша книга нашему рынку?**

– Если честно, я надеюсь, что моя книга позволит поднять понимание автомобильного рынка на новый уровень, что люди, связанные с маркетинговыми исследованиями, смогут реально больше времени уделять анализу информации, смогут с большим пониманием относиться к составлению аналитических отчетов, чтобы эти отчеты действительно содержали анализ, побуждающий к действию, а не просто набор цифр. Это level up для рынка. Может быть, это будет звучать чересчур амбициозно, но да, основная цель этой книги – поднять понимание и серьезность автомобильной отрасли по отношению к статистике на новый, более высокий уровень. A



green  
**FILTER**

НЕМЕЦКИЙ КЛИМАТ  
В ВАШЕМ АВТОМОБИЛЕ



Топливные, масляные,  
воздушные и салонные фильтры

[GREENFILTERS.DE](http://GREENFILTERS.DE)



Высококачественные фильтрующие материалы на композитной основе, используемые в линейке продукции GREEN FILTER, обеспечивают чистоту двигателя и воздуха в салоне автомобиля. 100% контроль качества



Высокая степень фильтрации в фильтрах двигателей гарантирует 99% очистку от частиц больше 10 микрон. Для салонных фильтров используется специальная серия антибактериальных и угольных фильтров



Продукция соответствует качеству оригинальной комплектации



**CARBERRY.**  
Performance for value

В условиях нестабильного рынка автопроизводители стремятся помочь своим дилерам разными способами, в том числе и с помощью выгодных сервисных предложений.

Григорий МЕРЛИН |



# СЕРВИС С ХАРАКТЕРОМ

29 июня 2017 г. компания Jaguar Land Rover Россия провела круглый стол, посвященный преимуществам официального сервиса. Спустя год после начала реализации программы «Сервисный пакет» можно оценить результаты активности компании по предоставлению клиентам официальных сервисов этой услуги и рассказать о нюансах продукта.

Спикерами круглого стола стали: **Сергей Скоробагатько**, директор отдела послепродажного обслуживания Jaguar Land Rover Россия, **Олег Фролов**, руководитель технического отдела Jaguar Land Rover Россия, и **Ирина Банных**, руководитель коммерческого отдела Jaguar Land Rover Россия.

С 1 апреля 2016 г. компания Jaguar Land Rover Россия запусти-

ла программу «Сервисный пакет», которая теперь стала доступна для всех моделей Jaguar и Land Rover. Приобретая сервисный пакет с новым автомобилем, клиент получает 5 лет технического обслуживания с возможностью обращения к любому официальному дилеру Jaguar или Land Rover. Сервисный пакет покрывает все обязательные базовые операции в рамках регулярного тех-

нического обслуживания согласно регламенту завода-изготовителя и включает стоимость работ и запасных частей. Данный пакет снижает затраты клиента на регулярное техническое обслуживание до 50%. В случае перепродажи автомобиля сервисный пакет переходит к новому владельцу.

Стратегия компании Jaguar Land Rover основана на философии «В интересах клиента», которая базируется на 5 важнейших принципах, таких как индивидуальный подход, легкость во взаимодействии, надежность, прозрачность и особое отношение.

Данный подход демонстрирует впечатляющий эффект, о чем свидетельствуют результаты исследований, проводимых компанией. В настоящее время уровень рекомендации сервиса (NPS) составляет 84 пункта, а ремонт с первого раза выполняется в 94% случаев. Качество работы официальных дилеров подтверждается, в том числе, высоким уровнем удержания клиентов. По результатам 2016–2017 гг. 95% владельцев моделей Jaguar и Land Rover возрастом до 3 лет обслуживают автомобили у официальных дилеров, для автомобилей возрастом от 4 до 7 лет этот показатель составляет 63%, а для автомобилей старше 7 лет – 27%.

Компания Jaguar Land Rover продолжает совершенствовать программу помощи на дорогах. С 1 апреля 2015 г. программа получила новое воплощение: клиенты могут получить консультацию по самостоятельному устранению неисправности, а если это невозможно, то вызвать эвакуатор, который доведет автомобиль до ближайшего дилерского центра. Программа также подразумевает предоставление такси, доставку автомобиля после завершения ремонта и размещение в гостинице сроком до 5 дней, если неисправность возникла во время дальней поездки, – и все это абсолютно бесплатно.

В 2016 г. помощь на дорогах предоставлялась максимально оперативно: среднее время приезда техники составило 58 минут, а в 33% случаев ремонт был выполнен сразу на месте. Уровень удовлетворенности данной услугой составил 86,4%. С 2017 г. компания привнесла в программу помощи на дорогах ряд изменений: теперь

**ПРОГРАММА «СЕРВИСНЫЙ ПАКЕТ»**

– Запуск программы



Официальный запуск программы «Сервисный Пакет» – 1 апреля 2016 года



**ПРОГРАММА «СЕРВИСНЫЙ ПАКЕТ»**

– Описание программы



Сервисный пакет – 5 лет или 120 000 км (максимум 9 ТО)

Момент продажи – с новым а/м

Стоимость – услуга Сервисный пакет предлагается клиенту с экономией до 50%

Покрытие\* – СП включает все базовое ТО (основные рекомендованные операции по сроку и/или пробегу)

Масло (вкл. сливные пробки)	Масляный фильтр	Воздушный фильтр	Топливный фильтр	Фильтр салона
Свечи зажигания	Ремни вспомогат. оборудования	Тормозная жидкость и гибкие шланги	Замена масла в раздаточной коробке и блокируемом дифференциале	

Вкл. работы и запасные части



Обращение – к любому официальному дилеру JLR

Сертификат – на VIN

Защита клиента – от инфляции и увеличение остаточной стоимости автомобиля

\* Набор операций зависит от конкретного автомобиля и типа двигателя

**ПРОГРАММА «СЕРВИСНЫЙ ПАКЕТ»**

– Преимущества клиента Jaguar



Средняя цена на сервисный пакет для автомобиля марки Jaguar – 89 400 рублей

JAGUAR XF

2.0 i4D ДИЗЕЛЬ

СТОИМОСТЬ СЕРВИСНОГО ПАКЕТА

75 000 РУБЛЕЙ



JAGUAR F-PACE

3.0 V6 S/C БЕНЗИН

СТОИМОСТЬ СЕРВИСНОГО ПАКЕТА

99 000 РУБЛЕЙ



	Средняя стоимость обслуживания без сервисного пакета, в рублях (с НДС)	Выгода при обслуживании при покупке сервисного пакета	
		В процентах	В рублях (с НДС)
5 ТО, пробег 65 000 км	110 000	32%	35 000
7 ТО, пробег 91 000 км	175 000	57%	100 000
9 ТО, пробег 117 000 км	227 000	67%	152 000

	Средняя стоимость без сервисного пакета, в рублях (с НДС)	Выгода при обслуживании при покупке сервисного пакета	
		В процентах	В рублях (с НДС)
5 ТО, пробег 65 000 км	114 000	13%	15 000
7 ТО, пробег 91 000 км	184 000	46%	85 000
9 ТО, пробег 117 000 км	234 000	58%	135 000

операторы программы могут принимать 130 телефонных звонков одновременно, а на официальных сайтах Jaguar и Land Rover в России добавлена форма обратной связи. Помимо этого клиенты также получили возможность оставить свой номер для обратного звонка в случае, если время ожидания ответа

оператора составляет более 3 минут.

Качественный сервис невозможен без высокой квалификации сотрудников дилерской сети, поэтому компания Jaguar Land Rover уделяет значительное внимание вопросам подготовки персонала. Специально для этого в 2012 г. в Москве

## ПРОГРАММА «СЕРВИСНЫЙ ПАКЕТ» – Преимущества клиента Land Rover

Средняя цена на сервисный пакет для автомобиля марки Land Rover – 121 600 рублей

LAND ROVER RANGE ROVER

3.0 TDV6 ДИЗЕЛЬ

СТОИМОСТЬ СЕРВИСНОГО ПАКЕТА

130 000 РУБЛЕЙ



LAND ROVER DISCOVERY SPORT

2.0 GTDI БЕНЗИН

СТОИМОСТЬ СЕРВИСНОГО ПАКЕТА

77 000 РУБЛЕЙ



	Средняя стоимость обслуживания без сервисного пакета, в рублях (с НДС)	Выгода при обслуживании при покупке сервисного пакета	
		В процентах	В рублях (с НДС)
5 ТО, пробег 65 000 км	129 400	- 0,5%	- 600
7 ТО, пробег 91 000 км	259 000	50%	129 000
9 ТО, пробег 117 000 км	320 000	59%	190 000

	Средняя стоимость обслуживания без сервисного пакета, в рублях (с НДС)	Выгода при обслуживании при покупке сервисного пакета	
		В процентах	В рублях (с НДС)
5 ТО, пробег 65 000 км	95 000	19%	18 000
7 ТО, пробег 91 000 км	149 000	48%	72 000
9 ТО, пробег 117 000 км	198 000	61%	121 000

## ПРОГРАММА «СЕРВИСНЫЙ ПАКЕТ» – Результаты и планы на 2017/18

Результат 2016/17 – 88% СП на ФЛ

Факт за Апр-Май 2017:

- 80% продаж СП физ.лицам
- 22% продаж СП юр.лицам

Планы на 2017/18:

- Расширение предложения СП до 1 ТО
- Предложение СП для юр.лиц

будет также запущен новый формат согласования неисправностей через отправку клиенту видеофайла – Video capture. Это позволит клиенту получить ощущение полного контроля над ситуацией и возможность принимать взвешенные решения, владея максимумом информации.

Важнейший фактор, влияющий на лояльность клиентов, – это живой контакт компании с потребителем. Именно поэтому компания Jaguar Land Rover запускает онлайн-конференции с клиентами, которые будут проходить регулярно. В рамках таких конференций клиенты компании смогут задать любые вопросы ключевым сотрудникам отдела послепродажного обслуживания Jaguar Land Rover.

Совершенствуя процессы сервисного обслуживания, компания одновременно стремится постоянно улучшать качество автомобилей Jaguar и Land Rover. Для этого с января 2016 г. компания Jaguar Land Rover проводит испытания совершенно новых моделей также и в России. При тестировании автомобилей в условиях нашей страны учитывается множество факторов, что позволяет выпускать новые модели, полностью соответствующие специфике эксплуатации на российском рынке.

Специалисты компании проводят испытания двух видов.

1. Оценочные тесты в реальных условиях: пробег 15 тыс. км, длительность 6 месяцев, 25 участников с регулярными отчетами об эксплуатации.

2. Ресурсные испытания: пробег 70 тыс. км, продолжительность 6 месяцев, смешанный цикл вождения (город, трасса, сельская местность).

По результатам испытаний вносятся изменения в продукт, и как следствие, снижаются гарантийные затраты автомобилей Jaguar и Land Rover. Так, в 2017 г. средняя стоимость 1 ремонта автомобиля Jaguar снизилась на 20 %, количество ремонтов на 1 автомобиль – на 2 %, а общие затраты на 1 автомобиль – на 22 %. В случае с автомобилями Land Rover стоимость ремонта увеличилась на 1 %, что связано с появлением новых, технически более сложных моделей в линейке, но при этом количество ремонтов и общие затраты на 1 автомобиль снизились на 2 и 1 %, соответственно.

была открыта Академия Jaguar Land Rover, которая регулярно проводит обучающие тренинги, участниками которых ежегодно становятся 2000 специалистов. В здании Академии имеются классы для различных занятий и мастерская с подъемниками для практических занятий. Тренинги, разработанные в Англии, отражают мировые стандарты Jaguar Land Rover и адаптированы для России.

Чтобы взаимодействие с дилерскими центрами было максимально комфортным для каждого клиента, компания Jaguar Land Rover непрерывно внедряет передовые решения, упрощающие многие стандартные процессы. Так, в самое ближайшее время клиенты компании смогут записываться на сервис онлайн: они смогут выбрать наиболее удобный дилерский центр на официальных сайтах Jaguar и Land Rover в России и зарезервировать удобное время для проведения планового технического обслуживания, диагностики или ремонта. Кроме этого

в июле 2017 г. компания представит онлайн-калькулятор технического обслуживания. Клиенту достаточно будет выбрать модель своего автомобиля и указать пробег, а калькулятор предоставит ориентировочную стоимость и полный перечень работ, запасных частей и расходных материалов, входящих в следующее плановое техобслуживание автомобиля.

Тем временем уже сейчас во всей дилерской сети компании внедрен новый стандарт диалоговой приемки автомобилей – eVHC (electronic Vehicle Health Check – электронная проверка состояния автомобиля). Данный стандарт в России подразумевает не только использование мобильных устройств в процессе диалоговой приемки, но и полную интеграцию устройств в дилерские DMS-системы (электронные системы управления дилерскими предприятиями), что позволило перейти на новый современный стандарт обслуживания клиентов. С 2018 г.

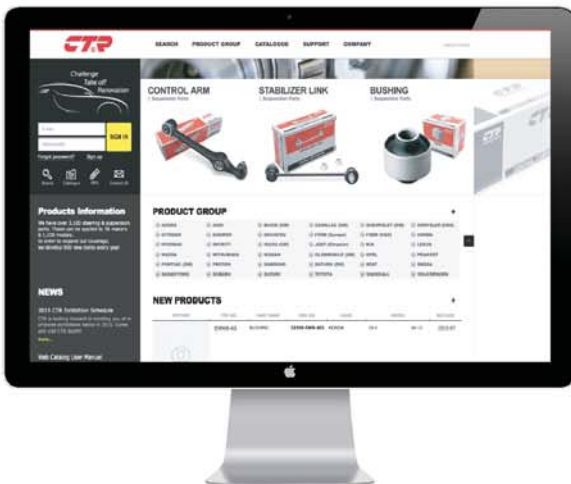


Компания **CTR** – глобальный производитель  
деталей подвески, рулевого управления,  
элементов трансмиссии и тормозных систем.

На 16 заводах по всему миру **CTR** выпускает около 3700  
компонентов OEM-продукции, которая поставляется на конвейеры  
19 мировых автомобильных брендов, среди которых HUYNDAI, KIA,  
FORD, GM, CHEVROLET, JAGUAR, BMW, VOLVO, MB, FIAT,  
RENAULT-SAMSUNG, SSANG-YOUNG, DAEWOO и другие.

ДЕТАЛИ **CTR**, ЭТО КОНВЕЙЕРНОЕ КАЧЕСТВО ПО ДОСТУПНОЙ ЦЕНЕ.

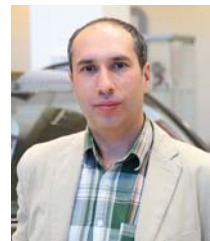
ПОСЕТИТЕ НАШ ОНЛАЙН КАТАЛОГ: [WWW.NEOCTR.KR/RU/](http://WWW.NEOCTR.KR/RU/)



**ТЕПЕРЬ И НА ЕВРОПУ!**

По сложившейся традиции компания Bosch проводит итоговую пресс-конференцию в начале лета. Хороший повод не только огласить итоги ушедшего года, но и поговорить о текущем положении дел.

Григорий МЕРЛИН |



## 90 лет тормозным системам Bosch

### Инновации тормозных систем от Bosch

**BOSCH**  
Разработано для жизни



# НОВЫЙ ПЕРИОД РОСТА

«Есть первые признаки возможного начала нового периода роста в России и странах СНГ. Регион остается стратегически важным для бизнеса Bosch, и мы уверены в долгосрочных перспективах этого рынка», – сказал **Уве Рашке**, член правления Robert Bosch GmbH, выступая на пресс-конференции. Так, представитель компании прокомментировал цифры: оборот Группы Bosch в странах Содружества Независимых Государств

(СНГ), на Украине и в Грузии в 2016 финансовом году составил 1,2 млрд евро (92 млрд руб.). По сравнению с предыдущим годом при исчислении в евро оборот вырос незначительно, в то время как в рублях рост составил 11%. «Мы уверены, что общая ситуация будет улучшаться и дальше. Именно поэтому мы никогда не прекращали развитие нашего бизнеса в регионе, продолжаем развивать локальное производство, наращивать

экспорт продукции из стран региона и укреплять сотрудничество с местными партнерами», – комментирует полномочный представитель Группы Bosch в России, Украине, Беларуси, Центральной Азии, Монголии и на Кавказе **Хансюрген Овершольц**.

Еще несколько цифр в подтверждение тезисов: Россия остается значимым для Группы Bosch рынком – оборот здесь вырос на 4,3% по сравнению с 2015 г. и составил 1050 млн

евро. По данным на конец 2016 г., количество сотрудников в регионе достигло более 4200 человек (включая сотрудников неконсолидированных предприятий), из них 3700 человек работают в России. На заводе Bosch в Самаре численность персонала с 2015 г. увеличилась вдвое. Объем инвестиций в регион в 2016 г. составил 25 млн евро, при этом основной упор делался на модернизацию производственных мощностей. За последние пять лет инвестиции Группы Bosch составили 250 млн евро.

Из четырех основных направлений деятельности Bosch нам, конечно, интереснее всего автомобильное – или, как его называют в компании, «решения для мобильности». И здесь есть о чем с удовлетворением сказать: показатели бизнес-направления «Решения для мобильности» росли быстрее рынка и по сравнению с 2015 г. Завод по производству автокомпонентов в Самаре более 50 % продукции экспортирует в Румынию и Испанию. На заводе внедряются решения «Промышленности 4.0»: на всех линиях по производству ABS/ESP установлено программное обеспечение Promaster для ежедневного сбора и сравнения данных по производительности на 11 заводах по всему миру, что позволяет снизить время простоя линий на 20 %. Предприятие в г. Энгельсе занимает лидирующую роль в развитии автомобильных технологий и международной производственной сети свечей зажигания. Развитие этих двух заводов вывело бизнес-направление в регионе на международный уровень. Не отстают и сетевые проекты: сеть Бош Авто Сервис насчитывает 395 станций Бош Авто Сервис и 66 станций Бош Дизель Сервис/Бош Дизель Центр.

В 2017 г., в свете сдержанных экономических прогнозов и геополитической нестабильности, Группа Bosch рассчитывает добиться роста продаж на уровне 3–5 %. И несмотря на по-прежнему большие начальные инвестиции в обеспечение успешного будущего компании, продажи будут расти. «Успехи в бизнесе сегодня дают нам возможность формировать завтрашний мир», – сказал **Фолькмар Деннер**, председатель правления Bosch.

В этом году отмечается особый юбилей: 90 лет назад, в 1927 г. компания представила пневматический усилитель тормозов, который позволил значительно повысить безопас-



ность на дорогах. Благодаря этому нововведению тормозной путь тяжелых коммерческих автомобилей сразу сократился на одну треть. Направление тормозных систем для Bosch остается в числе приоритетных – в частности, компания представила новую тормозную жидкость ENV4 и версию ENV6. Это высокопроизводительные тор-

мозные жидкости, их можно использовать как замену практически всем другим тормозным жидкостям, что помогает сократить складской запас. При этом новая тормозная жидкость обеспечивает до 50 % дополнительной безопасности по сравнению с предыдущими поколениями тормозных жидкостей.



Наше первое знакомство с Lifan Solano II состоялось в конце прошлого года. Знакомство, надо сказать, достаточно короткое и быстрое, поэтому нам буквально не терпелось поскорее испытать этот автомобиль в серьезном тесте. И вот такая возможность появилась – нам предстояла поездка в Италию.

Михаил КАЛИНИН |



# LIFAN SOLANO II: ПУТЕШЕСТВИЕ В ИТАЛИЮ

Смотрите видео наших тестов на Youtube-канале «НА авто ТВ»



Три с половиной тысячи километров за три дня в одну сторону, буквально пара дней на решение рабочих вопросов и снова три с половиной тысячи километров обратного пути – режим, согласитесь, весьма напряженный и для участников поездки, и для самого автомобиля. Режим, усугубляющийся еще и южноевропейской жарой и горными альпийскими участками, – мы были полны решимости не оплачивать беспощадные к рухнувшему рублю тарифы за проезд по швейцарским тоннелям и автомагистралям и потому выбрали бесплатные серпантины под самым небом, чуть ли не до верхушки Монблана. Мало того что такой бюджетный вариант нас вполне устраивал с точки зрения общей экономики турне, так он еще и обеспечивал хорошие испытания для автомобиля в условиях, которые мы сами вряд ли смогли бы где-либо и когда-либо воспроизвести.

Ну а начинается все, что направлено к западным пределам нашего безразмерного государства, как известно, с трассы М1. Точнее, трассой-то в полном смысле этого слова данная дорога становится только в Белоруссии, по России же она идет ни шатко ни валко, с кочки на ямку, из одной населенки в другую, петляя и ремонтируясь в совершенно непредвиденных местах. Поэтому крейсерскую скорость мы начали развивать, лишь миновав Оршу.

Польша пронеслась еще быстрее – на связывающем Варшаву с Берлином отрезке магистрали Е30 предел разрешенной скорости 140 км/ч. А максимальная динамика достигается, безусловно, в Германии, где на автобанах в принципе отсутствуют любые лимиты. Собственно, Германия – это, пожалуй, наилучший всеевропейский полигон для тестирования скоростных характеристик транспортного средства.

В рамках потребительского тестирования – это же все-таки дороги именно общего пользования – и об остальных участниках дорожного движения забывать ни в коей мере нельзя. Тем не менее даже в этом случае можно довольно точно проверить декларируемые автопроизводителем параметры. Сколько, вы говорите, максимальная скорость у Lifan Solano II? «По паспорту» – 180 км/ч? Нет, друзья, вы не правы, ориентируясь на GPS-показания, – мы разогнали автомобиль до 185 км/ч, и он пошел бы





и быстрее, если бы испытания проводились на закрытой безопасной площадке.

Мы были просто ограничены условиями: рядом полно немцев, с удивлением глядящих на неизвестный трехпарусный лейбл и не понимающих, что это за странный автомобиль с российскими номерами в самом центре фатерланда. То ли в атаку идут, то ли остановиться не могут. То ли пиратский фрегат, то ли скитающаяся торговая шхуна.

Понятное дело, ответная реакция бюргеров на такое вторжение была абсолютно непредсказуемой, и потому мы держали себя и наш Lifan Solano II в узде. Хотя, право слово, для

немецких автобанов 180 км/ч – это не скорость. Мимо нас проносились ребята и куда пошустрее, и нам лихо хотелось помчаться вслед за ними, но тактичность воспитанных гостей на этом автомобильном празднике жизни не позволяла нам презреть впившиеся в мозг уже на генетическом уровне российские ПДД. Ну, в известной, конечно, степени. Главное мы поняли: динамический потенциал Lifan Solano II весьма существенен.

При этом машина прекрасно ведет себя, отлично держит скорость, едет ровно и стабильно, как по рельсам. Рулится четко, нет никаких неприятных вибраций или тряски. Мы совершенно спокойно и уверенно ей

управляли. Уверенно – здесь ключевое слово. Даже несмотря на то, что автомобиль в целом можно охарактеризовать как довольно-таки мягкий, на большой скорости мы не ощутили проблем, которые могут быть этим обусловлены. Машина шла ровно, ее не кидало и не бросало, не было чрезмерной раскочки, она как влитая входила в повороты, не снижая динамики, буквально прижимаясь брюхом к гладкой полосе асфальта.

Напомню, под капотом у Lifan Solano II стоит 1,5-литровый двигатель мощностью 100 л. с., довольно экономичный за счет системы электронной регулировки опережения зажигания. В диапазоне 3500–

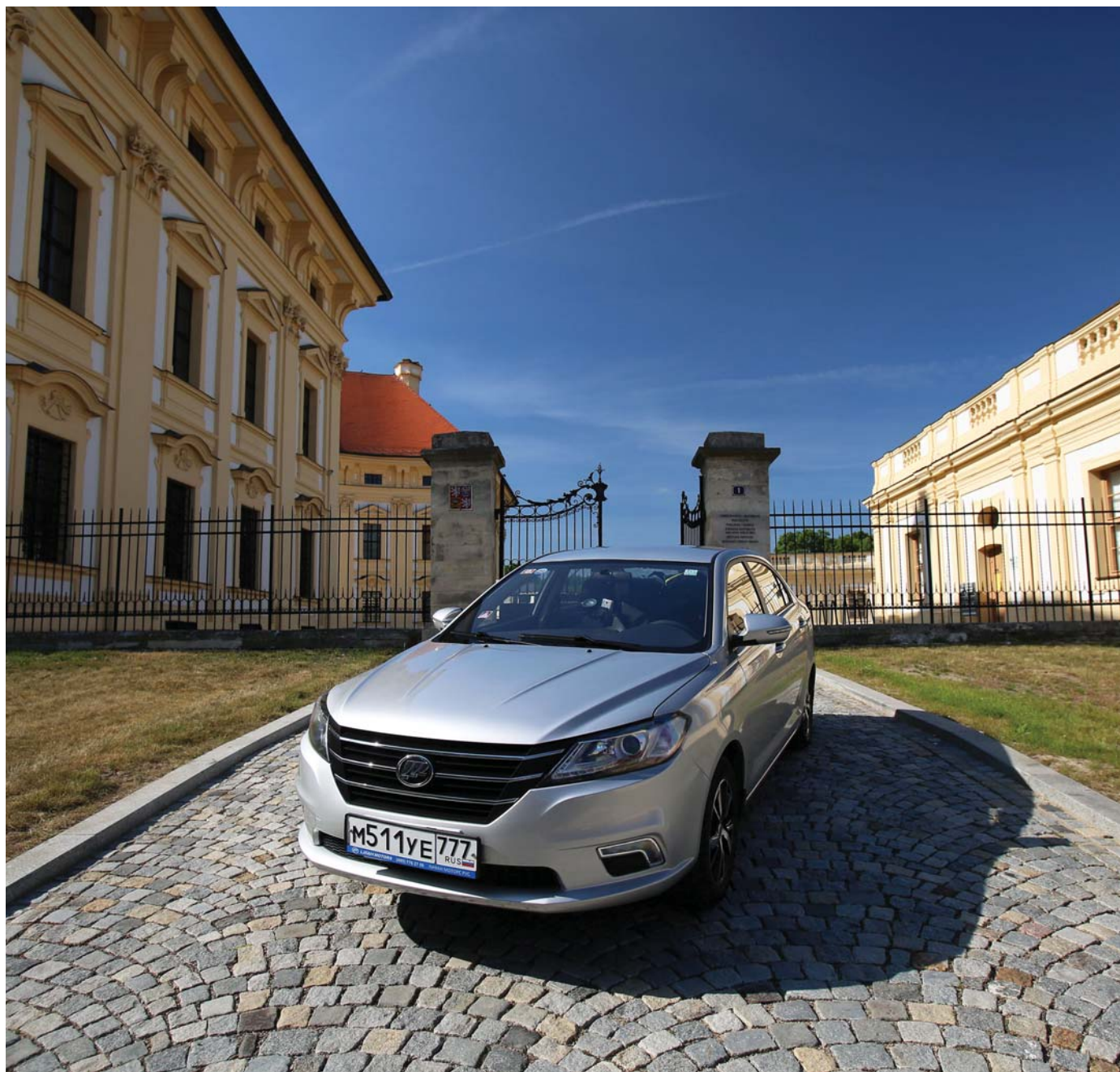
4500 об/мин он выдает момент 129 Н·м. В нем нет никаких новомодных наворотов, что, безусловно, повышает надежность агрегата и снижает его стоимость. Сейчас трудно сказать утвердительно, но мне кажется, что этот двигатель – из породы еще тех верных бойцов, которые без проблем отмотают и одну, и две, и три, и даже больше сотен тысяч километров пробега на одном дыхании. Это не одноразовый тонкостенный турбоживчик, взлетающий на старте и так же быстро сгорающий через полторы сотни тысяч километров. Тут все сделано по классической схеме, в основе которой – массивный блок из чугунового сплава. И это внушает доверие.

Конечно, на такой машине вы не уйдете в горизонт со светофора, но ведь это и не является ключевой характеристикой автомобиля, подходящего миллионам российских автомобилистов. Большинству людей важнее совсем другие вещи. Здесь и цена, и внутреннее оснащение, и ресурс, и удобство, и прочие факторы. Практически по всем ним у нас во время дороги не было никаких серьезных нареканий. Мы отчетливо понимали, что имеем дело с моделью, стоимость которой начинается от 500 с копейками тысяч рублей (без учета скидок), и потому не ждали от нее изысков торжествующего эпикурейства.

Судите сами. Lifan Solano II – автомобиль, имеющий все необходимые опции безопасности, автомобиль достаточно большой (4620 мм в длину), с просторным салоном и вместительным багажником (650 л). Например, для нас его утилитарные характеристики имели одно из первостепенных значений, поскольку нагрузились мы под полную завязку – забили и багажник, и часть «галерки». Причем наша поклажа не относилась к разряду легких. С нами были тяжеленные пачки с журналами, металлическое оборудование для фото- и видеосъемки, громоздкие личные вещи и т. д. Да и нас самих было трое – три молодых человека в полном расцвете сил и веса, соответствующей комплекции. То есть машина шла, мягко говоря, не порожняком. Ей и вправду было тяжело, но она шла уверенно, решительно, быстро.

Мы не чувствовали себя ущербными на скоростной трассе, мы плавно вписались в поток и без усилий держали заданную скорость, разгоняясь и оттормаживаясь, не выбиваясь из об-





щего ритма. Нам было удобно за рулем и на пассажирских сиденьях. Мы часто менялись, чтобы не уставать, но при этом практически не теряли время на перенастройку водительского сиденья, хотя и различались по росту. Рулевая колонка регулировалась в подходящем нам диапазоне, мы легко и быстро находили наиболее оптимальное положение для каждого из нас. Мы еще загрузились в Италии различными дефицитными продуктами и рабочими материалами, но, опять же, не потеряли ни в динамике, ни в комфорте. Итоговые 7000 км мы проехали, практически не устав и не получив искривления позвоночника или вывиха нижних конечностей.

Конечно, нам не помешали бы кресла с массажем, но и джакузи нам тоже было бы в плюс. А еще и дисплей в подголовниках, мини-бар в подлокотнике и зеркальный шар на потолке – по вечерам дискотеки устраивали бы и были бы самым веселым экипажем на трассе. Но мы как-то абсолютно спокойно без всего этого обошлись, наш аппетит не испортился, а сон не нарушился. Мы прекрасно доехали туда, куда нам было нужно, сделали там свои дела и вернулись обратно. Ничего не сломалось, ничего не забарахлило, ни малейшего подозрения относительно работоспособности узлов, агрегатов и систем автомобиля не возникло.

А согласитесь, 7000 км за неделю – это существенная нагрузка даже для новой машины.

Но, собственно, я говорю даже не о ресурсе и надежности. Я говорю о потребительских предпочтениях и потребностях. В мире лихих моторов встречаются разные образцы. Спектр предложения обширен до невозможности. И в этом спектре вакантное место для Lifan Solano II найдется без каких-либо вопросов.


Автомобиль выглядит отлично. Он стал модным, красивым. В салоне у него все путем – оформление, оснащение. Подобраны правильные материалы и конструкции. Стилистические решения не вызывают

ни капли отторжения, компоновка продумана, эргономика приемлема. А различные геометрические детали, как в экстерьере, так и в интерьере, подчеркивают определенный статус модели.

Во время поездки нам удалось испытать Lifan Solano II в условиях более чем пересеченной местности, с лихими спусками и подъемами, завитыми поворотами и снежными шапками за пару верст поодаль. Мы и Lifan видели Монблан! Прямо стихи! А если серьезно, поведением автомобиля в горах мы остались очень довольны. Не стану скрывать, к горам мы подъезжали с некоторой настороженностью. Оно и понятно – машина новая, незнакомая. Но она отлично справилась с испытанием. Все перевалы ей оказались нипочем. Она уверенно гнала вперед, вверх и без проблем обеспечивала безопасное движение вниз по крутым склонам. Lifan Solano II ловко маневрировал на серпантинах, рулевое управление – достаточно информативное – не вызывало затруднений. Как говорят космонавты, все системы работали исправно, обеспечивая необходимый запас прочности.

Хочется отдать честь подвеске Lifan Solano II. В автомобиле используется, так сказать, классическая схема: впереди – независимый MacPherson, сзади – полузависимая подвеска с продольными рычагами. Машина не заваливается, вменияемо справляется с дорожными неровностями, ее не «кидает» на внезапных изъянах дорожного покрытия. Нам удалось поехать на Solano II и по неасфальтированным гравийкам – автомобиль спокойно, без излишней тряски, проходит даже самые рискованные участки.

Весьма важным аспектом при европейской цене топлива под 100 руб. за 1 л была экономичность автомобиля. Заявляемый производителем средний расход горючего составляет 6,5 л на 100 км пути. При нашей загрузке и определенных нюансах маршрута, связанных с преодолением горных массивов и движением на высокой скорости по автобанам, он был выше, но ненамного, что для нас было более чем бюджетно.

Поэтому в завершение путешествия мы можем только искренне поблагодарить машину за то, что она не подвела нас в этих сложных испытаниях, выдержала тест благородно и стойко, была безопасна, быстра и комфортна. 

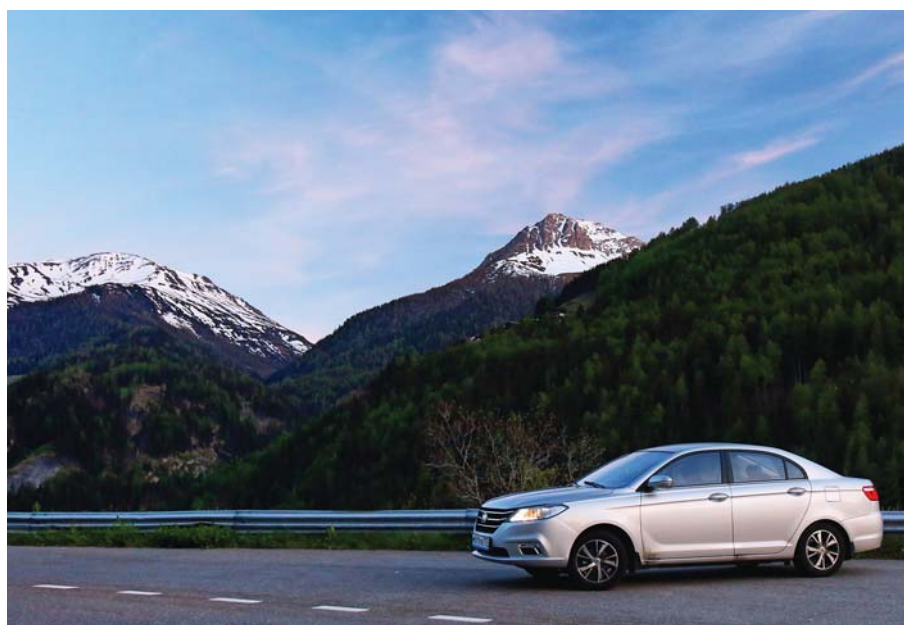


Фото: Григорий МЕРЛИН



Бизнес-седаны остаются весьма актуальным типом кузова в нашей стране, но вот выбор тут не так широк, как, например, среди кроссоверов.

Борис ГРИШИН |



# ОПТИМАЛЬНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА

Немецкий автопром, включая «на-родный автомобиль», ушел в премиальные высоты, оставив в утешение чешскую Octavia. Остаются сверхпопулярная Toyota Camry и «евроамериканец» Ford Mondeo. Как всегда в последние годы, разумную альтернативу предлагают корейцы, выпустившие четвертое поколение модели KIA Optima.

В своей предыдущей инкарнации она уверенно вошла в бизнес-класс и показала себя очень успешной на мировых рынках – продажи подскочили

на порядок. В Америке – с 27 000 до 159 414 шт., в Китае за соответствующий период – с трех до 38 000 шт.

Неудивительно, что к дизайну новой версии подошли очень аккуратно – в целом это с виду тот же автомобиль, но ошибется тот, кто решит, что это лишь так называемый рестайлинг. Да, корейцы обновили все кузовные элементы, так что, если приглядеться, Optima выглядит современнее и наряднее. Но главное – внутри, как в салоне, так и в технологиях.

Существенно увеличилась доля высокопрочных сталей в кузове: теперь их хоть и на один процент, но больше половины, так что жесткость на кручение существенно выросла. Крепление переднего подрамника к кузову стало жестче в поперечном направлении, а задние продольные рычаги удлинились и раздвоились. Все это увеличило поперечную жесткость шасси и позволяет плавнее отрабатывать неровности.

В салоне появились новые перепрофилированные сиденья, они

Смотрите видео наших тестов на Youtube-канале «НА авто ТВ»


стали заметно комфортнее, в целом автомобиль стал просторнее, это заметно и по ощущениям, и выражено в цифрах: так, пространство в ногах задних пассажиров стало больше на 25 мм, а в плечах – на 17 мм.

Передняя панель теперь отделана мягким пластиком. На руле в зоне постоянного хвата – перфорированная кожа. Динамики – аудиосистемы Harman Kardon премиум-класса, имеется такая модная фишка, как беспроводная зарядка для смартфонов. Рядом с селектором «автомата» – кнопки подогрева руля, выбора ездовых режимов и системы кругового обзора. В версиях GT/GT line есть автопарковщик, трехступенчатые подогрев и вентиляция передних кресел. Под рулем – лепестки ручного переключения передач АКПП. В общем, здесь вполне можно чувствовать себя почти как в премиум-классе.

Этому способствует и улучшенная звукоизоляция. Есть только два режима, на которых посторонние звуки проникают в салон: на высокой скорости на трассе слышны завихрения вокруг зеркал, а на проселках гравий стучит в арки.

А так 2,4-литровый мотор почти не слышен даже при интенсивном разгоне. Последний не назовешь особенно дерзким и спортивным, но для городской езды и обгонов на трассе динамики хватает за глаза. Кстати, вышеупомянутые лепестки применять удается нечасто: 6-ступенчатый «автомат» оптимально сбалансирован под двигатель и переключается на удивление точно и вовремя. Пик тяги двигателя 2,4 л (188 л. с.) приходится на 4000 об/мин, и если докручивать до этих значений, ощущения от езды будут совсем бодрыми.

Оптимизация подвески, о которой мы говорили выше, хорошо сказалась на управляемости, особенно это заметно в прохождении поворотов. Даже несмотря на увеличенный до 155 мм клиренс, кренов не чувствуется. Кстати, передний бампер тоже «подтянут» вверх и не шкрябает о бордюр.

Мы испытали машину в достаточно разнообразных условиях: город, автострада, загородные трассы, проселочные дороги. Для российской эксплуатации в своем классе машина подходит оптимально и, ни в чем не уступая комплектацией и комфортом, имеет более привлекательную цену, чем все конкуренты. 





Много ли на российском рынке моделей, о которых можно говорить однозначно хорошо? Конечно, нет! Но сегодня поговорим о совершенно однозначной реинкарнации практически совершенной по характеристикам и свойствам модели – это новый Volkswagen Tiguan.

Григорий МЕРЛИН |



# VOLKSWAGEN TIGUAN: ВЫБОР СДЕЛАН!

Оговорюсь сразу: беспристрастной оценки в моем тесте не ждите, я счастливый владелец предыдущей версии этого кроссовера уже 6 лет и как раз являюсь потенциальным покупателем нового Tiguan. Но вместе с тем это налагает дополнительные обязательства, ведь моя машина на данный момент оставляет меня, как говорится в клиентских опросах, «полностью удовлетворенным». Чем же новинке зацепить мое уже занятое сердце?

Для начала надо опробовать новую модель. У меня на тесте Tiguan 4Motion в максимальной комплектации Highline с 2-литровым турбодизельным двигателем мощностью 150 л.с. с крутящим моментом 320 Н·м он агрегирован с 7-ступенчатой автоматической короб-

кой передач DSG. Замечу, что это сейчас единственный вариант для дизельного двигателя на нашем рынке – можно выбирать только комплектацию опций комфорта и дизайна.

Начну по порядку, с внешнего вида. Да, он стал более современным, может – экспрессивным, но – нет, он не стал другим: экстерьер как бы продолжает традицию, становясь взрослее и спортивнее и все более приближаясь к дизайну своих более дорогих «одноклассников». То есть дизайнер как бы говорит: «Становись выше классом, но не забывай о корнях!». Для меня очевидно, что потенциальная аудитория покупателей этот шаг производителя оценит.

Готовясь к тесту, я был уверен – и одновременно боялся, – что новый Tiguan –

это совершенно новая для меня машина и по опциям, и по удобству, и по управляемости в сложных условиях: это именно то, что мне безумно нравится в моем автомобиле. Моя задача в ходе теста была проста: решить, подходит ли новый Tiguan лично для меня или нет. Поэтому я решил не испытывать его в полном бездорожье, ведь я туда на своей машине не лезу, а пуститься по стандартному маршруту: утром – в офис и вечером, после заката, – на дачу. Таким образом я испытаю его во всех режимах, которые для меня, да и для других владельцев кроссовера, практически всегда являются стандартными.

Итак, устраиваюсь на водительском сиденье, на котором ощущается безусловный комфорт посадки: он остал-

Смотрите видео наших тестов на Youtube-канале «НА авто ТВ»



ся идеальным, сиденья стали с более выраженными боковыми поддержками, и сама подушка – также идеально нужных размера и формы. Осматриваясь, пытаюсь найти знакомые элементы интерьера. Многофункциональный удобный фольксвагенский руль остался практически тем же, но вот торпедо и приборная панель – абсолютно другие. Ощущение, что попал в машину очень высокого класса: ушли округлости и некая бочкообразность в дизайне, им на смену пришел лаконичный спортивный дизайн со вставками из металла и с более высокой центральной консолью. Многофункциональный 8-дюймовый сенсорный TFT-дисплей занимает центральное место и расположен под правильным углом – совершенно не бликует при управлении аудионавигационной системой и Discover Pro. Навигация очень логичная и, в отличие от многих встроенных систем, не «тормозит». К слову, их предлагается аж четыре вида в зависимости от комплектации, но в стандарте идут все опции по навигации и подключению дополнительных гаджетов. Под рукой рядом с рычагом коробки расположена кнопка запуска двигателя, а также новинка – шайба управления режимами движения, она включает четыре программы (стандартное движение, снег и два режима помощи на бездорожье). Опцию принудительного включения полного привода одной кнопкой решили дополнить электронными программами помощи.

Можно долго описывать комфорт в салоне и вместимость багажника, которая возросла при разложенных сиденьях до 1655 л, но для меня динамика и управление являются главными при выборе. Пора начать движение по маршруту... Конечно, московские пробки – это не то место, где можно оценить ходовые качества, но прием даже у ди-

зеля отличный, и также можно поспорить на светофоре с любой более мощной машиной и выиграть у нее так необходимые при перестроении метры, и шумоизоляция стала значительно лучше. Ощущение уверенности и контроля осталось, даже крены стали меньше, что меня не удивило: ведь габариты у нового экземпляра больше – 4486 мм в длину и 1839 мм в ширину. Все это в дополнении с ассистентами контроля расстояния до передней машины позволило мне с комфортом и быстро добраться до офиса в центре Москвы. Причем парковка в сложных условиях мегаполиса вообще не составила труда – те же ассистенты кругового обзора облегчают этот процесс до состояния игры. Но пришло время загрузить семью и скарб и поехать на дачу по скоростному шоссе, а потом – по довольно сложной гравийной дороге. 100 км до поворота на гравийку – как раз то

расстояние, которое необходимо для понимания расхода топлива: у меня он составил по трассе менее 6 л! При том что средняя скорость по Киевскому шоссе была более 100 км/ч, и это было не ровным движением на интеллектуальном адаптивном круиз-контроле, а достаточно активным рулением с резкими ускорениями. По проселочной дороге даже на шоссейных, достаточно низкопрофильных колесах, просто переключив колесико в режим бездорожья, я смог, практически не снижая скорости, проехать сложный участок с комфортом и безопасно.

Я мог бы бесконечно рассказывать об инновациях и отличительных деталях нового Tiguan (и я о них расскажу более полно в подготовленном видеозаписи), но вывод для себя я сделал однозначный: эта та машина, которую я себе куплю на замену – и не прогадаю.

**Марка «Volkswagen – легковые автомобили» демонстрирует рекордные результаты продаж в 2017 г.: в июле клиентам было передано 7239 автомобилей, что соответствует росту на 24 % по сравнению с результатом за аналогичный период прошлого года (5839 автомобилей). За период с начала года продажи марки Volkswagen также увеличились на 19 % и составили 46 866 автомобилей (январь – июль 2016 г. – 39 463 автомобиля). Продажи Tiguan выросли в 4 раза: в июле марка реализовала 2134 автомобиля первого и второго поколений, произведенных в Калуге, – таким образом, уже 10 900 клиентов стали счастливыми обладателями нового Tiguan с начала года.**

**Пьер Бутен, глава марки Volkswagen в России:**

**– Продажи марки растут быстрее рынка, а драйверами продаж являются Tiguan – лидер большинства сравнительных тестов – и Touareg. Мы рады отметить, что российские клиенты все чаще выбирают автомобили марки, в том числе в сегменте SUV. Клиенты отдают предпочтение моделям Volkswagen за их надежность, комфорт, ездовые качества и высокую топливную экономичность.**





Новых кабриолетов на российском рынке осталось не много, а совсем мало. Транспорт это нишевый, продажи его – штучные, особенно в кризисное время, когда нескольких миллионов рублей на «развлечение» и эмоции становится жалко.

Роман ГУЛЯЕВ |



# RANGE ROVER EVOQUE: КРЫША? НЕТ, НЕ ВИДЕЛИ

Тут еще и новые требования к сертификации и обязательное оснащение кнопкой «Эра-ГЛОНАСС» сыграли свою роль. Чтобы продать за три года партию кабриолетов, нужно разбить на краш-тесте два экземпляра. Учитывая невеликие цифры продаж, можно сразу прибавлять миллион на машину.

Поэтому, когда у нас появилась возможность испытать новый Range Rover Evoque Convertible – пусть даже

зимой, мы отказываться не стали. Тем более что сани надо готовить летом, а тесты кабриолетов делать зимой, как раз чтобы статьи о них выходили в печать в самый «кабриолетный» период. К тому же Evoque ярко-оранжевого цвета с открытым верхом сам по себе привлекает внимание. А на снегу это внимание утраивается. Рожден, чтобы эпатировать публику, – так эпатируй. Всегда!

Почему именно Evoque остался на рынке? Это, пожалуй, самый «российский» кабриолет из ныне выпускающихся. Большинство автомобилей с открытым верхом делаются на базе легковых или купе. А Range Rover – это только внедорожники. Такие были в свое время у считающегося количества производителей – Suzuki, Jeep... Опыты были у Nissan, Mercedes-Benz. А ведь это как раз то,

Смотрите видео наших тестов на Youtube-канале «НА авто ТВ»



что нужно в России, с ее дорогами-направлениями. Сплав стильности, устойчивости и проходимости.

Первое, что бросается в глаза при виде нашего Evoque Convertible, – это сочетание оранжевого и черного. Черный здесь везде – и на радиаторной решетке, и на дисках, и на стойках, но главное – на крыше. Мягкий верх не создает никаких проблем, более того, он только добавляет «вау-эффекта» этому автомобилю. На стоянке многие так и норовят потрогать – действительно ли мягкий? И как оно зимой? Ответаем: климатическая установка настроена так, что проблем не будет в любую погоду.

Evoque Convertible похож на своего прародителя – Range Rover Evoque, и все в нем не менее гармонично. Плавные линии, обводы кузова, светотехника, заходящая на борта и впереди, и сзади. Удачно вписаны в блок-фары ленточки дневных ходовых огней. Массивные выштамповки на колесных арках и капоте, а также антикрыло придают кабриолету-«метросексуалу» мужского начала и делают его унисекс-автомобилем.

Салон Evoque Convertible весь в коже: и на сиденьях, и в отделке дверей, и на передней панели. Отделка серо-рыжая, вроде и не в тон оранжевому цвету кузова, но гармонирует с ним неплохо. Ярко выраженная прострочка намекает на премиальность Range Rover. А сочетание с хромом – и на передней панели, и на центральной консоли, и на «шайбе» переключения КПП – показалось стандартно-удачным. Кнопок на приборной панели и на руле – не счастье, но все интуитивно понятно и очевидно.

Evoque Convertible оснащается дисплеем touch screen с какими-то

странными, на первый взгляд, пропорциями экрана: он прямоугольный, практически 2 к 1, словно положенный на бок смартфон. Однако проблем это не доставляет. Несмотря на обилие информации, все ясно: и как управлять мультимедиа, и где навигация, и как поменять параметры автомобиля. Навигация, кстати, отлично русифицирована и даже предупреждает о некоторых камерах – карателях любителей превышать. На автомобиле, где 60, 80 и 100 км/ч практически идентичны в ощущениях, – очень полезная опция.

Багажник и кабриолет – несовместимые вещи, увы, это факт. И Evoque здесь не исключение. Что нам до цифр в 250 л, когда на практике это означает пару сумок да необходимые зимой аксессуары вроде омывающей жидкости и щетки. Ну, плюс еще портфель и пакет из бутика. И все. Что-то можно положить на задние сиденья – этакий детский ряд. Взрослому туда и забираться неудобно, и сидеть не очень сподручно. Но в случае крайней необходимости двоих усадить туда можно.

Гурманы, конечно, найдут нюансы различия, если начнут сравнивать управляемость Evoque Convertible и обычного Evoque. Тем более что кабриолет тяжелее на пару сотен килограммов, а это в данном случае добрых 10 % от общей массы. Двухлитровый турбированный двигатель, выдающий 240 л. с., этой разницы словно и не замечает. Восьмиступенчатая автоматическая КПП от ZF работает четко, переключает передачи мягко и практически незаметно. И на дороге он стоит как влитой. Единственное, где ощущается лишний вес, – так это на заправке. Точнее, при оценке стоимости километра. Реальный расход топлива оказался на уровне 12–13 л на 100 км – как раз

на те же 10 % больше, чем на обычном Evoque. Снизить расход помогает круиз-контроль. Он здесь адаптивный, автоматически тормозит, если Evoque Convertible догоняет тихохода или «среднехода», и держит безопасную дистанцию. Даже в хаотичном движении российских городов и направлений, даже зимой система сбоя не дает. Наслаждаемся и машем, как говорится.

Как и в обычном Evoque, кабриолет оснащается всеми системами полного привода Land Rover: Terrain Response с возможностью ручного выбора режима. И это выгодно отличает Evoque от «легковых кабриолетов»: можно подъехать прямо к морю по берегу в каком-нибудь диком месте, можно уверенно себя чувствовать на грунтовке где-нибудь в горах и не бояться за низкий бампер. Но это все наши фантазии, о которых на зимней трассе Москва – Санкт-Петербург можно только мечтать. Зато нам были нипочем ни снег, ни попадающийся под колеса лед. С полным приводом и электронными системами стабилизации на такой дороге чувствуешь себя уверенно.

Но как едет Evoque Convertible – не главное. Гораздо важнее восприятие, эмоции. Тем, кому нравится быть в центре внимания даже незнакомых людей, кабриолет Evoque подойдет как никакой другой автомобиль. На него смотрят, он поражает. Удивляет ценителей, опускающих стекло своих модных BMW: а разве у Land Rover есть кабриолеты? Заставляет восхищаться даже тех прохожих, кто далек от мира машин и считает автомобиль просто средством передвижения. И это внимание для некоторых бесценно. Хотя явно имеет свою стоимость, пусть не прямо, но косвенно отраженную в прайсе Evoque Convertible.



Михаил КАЛИНИН |



Что и говорить, Subaru – марка специфичная. В современном мире, разукрашенном пестрыми ярлыками, которые на все подряд ставит беспощадный маркетинг: «масс-маркет», «примиум-стиль», «нишевой продукт» и т. д., она по-японски гордо стоит особняком.



# SUBARU FORESTER: ИСТОРИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ

Дело в том, что даже самый передовой маркетинг не может вписать ее в узкие рамки своего сознания, ведь Subaru – это и массовый автомобиль, и в то же время в известной степени премиальный, ну а о его нишевости я даже заикаться не буду. И пожалуй, наиболее ярким воплощением всех этих ипостасей бренда является Subaru Forester.

Subaru Forester – машина с историей. Этот год для нее юбилейный. Ровно

20 лет назад на рынок было выведено первое поколение Subaru Forester. С тех пор изменилось многое, но не изменилось главное – принципиальное видение маркой концепции кроссовера. Мне кажется, у Subaru оно самое правильное. Именно на этом видении в значительной степени зиждется многолетняя популярность модели. Именно в нем заложена ее многогранность, позволяющая считать автомобиль до-

вольно нишевой массовой моделью премиального уровня.

Ведь что такое кроссовер? Это не раздутый универсал, иногда потехи ради «подкованный» полным приводом. И не «облегченный» вседорожник в комфортном исполнении. Кроссовер – это идея. Идея, по сути, совершенно немудреная: широчайшая (до разумных пределов, конечно) свобода выбора направлений и стиля движения и соот-

Смотрите видео наших тестов на Youtube-канале «НА авто ТВ»

ветствующая практичность, ну или функциональность – кому как больше нравиться. А проще говоря, это машина, с которой что в городе, что за городом водителю и пассажирам одинаково удобно и приятно, с которой решения принимаются легко и быстро: а не махнуть ли нам... А давай! И при этом не нужно быть водителем-профессионалом экстра-класса, опытным трофистом или гонщиком. Автомобиль сам сможет отчасти подстроиться и предложить предельно элементарный алгоритм выбора наиболее подходящих режимов, настроек и т. д. Он непринужденно помчит тебя по асфальту и так же легко соскочит на гравийку, подсобит на испещренных ухабах лесных просеках и гармонично вольется в зеркально-небоскрежный ландшафт современного мегаполиса.

Для этого машина – конечно же, универсал по типу кузова – должна быть оснащена рядом систем, обеспечивающих надлежащую динамику, управляемость и безопасность в обширном диапазоне условий эксплуатации. Собственно, все эти системы есть в арсенале Subaru Forester, что не мешает ему выглядеть современно и достаточно стильно.

Именно эта совокупность необходимых факторов выделяет Subaru Forester в ряду кроссоверов, делая его настоящим кроссовером – полноценным SUV на фоне технологических импотентов со смазливой мордашкой, единственная заслуга которых состоит в ярком запуске и тоннах маркетингового бюджета.

В нашем мире зализанных, таких плавных, мило волнообразных, будто бы растянутых в баблгамистой улыбке кроссоверов, Subaru Forester резко выделяется угловатостью форм. Это, конечно, уже не та квадратная коробочка, какой он был лет 10 назад, но исторические корни в облике современника угадываются вполне отчетливо: японская верность традициям – очень благодарное качество.

Развитие дизайн Subaru Forester не пошло по пути каплевидной гладкости, смазанности граней. Конечно, профиль стал куда плавнее, общий рисунок образа модели значительно смягчился, приобрел округлость, но Subaru Forester по-прежнему остался автомобилем с четкими формами и прямыми линиями, благодаря чему сохранилась прекрасная обзорность. Вспомните его собратьев – в них же без банды парктроников и с места сдвинуться страшно, не видно же ничего. Сидишь в салоне, как в подвале: массивные стойки по периметру плотно изолируют тебя от прелестей окружаю-



щего пейзажа, а невнятное заднее стекло даже меньше салонного зеркала. Все какое-то кургузое и скомканное, нелепо аляповатое, заставляющее ехать фактически на ощупь и парковаться по звуку, ну или по камере.

Особенно много неудобства это доставляет при движении в городе. На трассе-то что – встал в полосу и шустро погнал вперед, лишь изредка фокусируясь на попутчиках. А в городе нужно быть постоянно начеку, внимательно следя за суетными пешеходами, то и дело норовящими соскочить с тротуара на дорогу или перебежать прямо перед капотом, абсолютно игнорируя «зебру» и сигналы светофора. Поэтому к вечеру ты уже весь как на иголках, мечта лишь о том, чтобы никого не видеть.

В Subaru Forester ваша психика вас не подведет – у нее нет ни малейшего повода истерить на излете дня: достаточно тонкие, совершенно адекватные стойки обеспечивают прекрасный обзор. При этом удобная высокая посадка – высоко сижу, далеко гляжу – и большая площадь остекления позволяют не упускать из вида ни малейшей детали внешнего пространства. Это уже огромный плюс – машина выглядит модно, отлично вписывается в стилистику современного автомобильного дизайна, но в ней нет этой приторной слащавости «одноклассников», их характерной размазанности, самым негативным образом сказывающейся на удобстве управления. Subaru Forester был и остается автомобилем, над которым, слава богу, не дали надругаться



дизайнерам, измученным поиском оригинальности.

В соответствии с этой же концепцией – удобство во всем – построено и внутреннее оформление модели, начиная от рабочего места водителя и заканчивая «галеркой». Информация легко читаема и доступна, все на виду и под рукой, к органам управления не нужно тянуться, не нужно заучивать их функционал.

Впрочем, главные плюсы Subaru Forester, конечно же, в фирменных технологиях. Вы не поверите, но могу похвастаться: протестированная мною модификация, оснащенная 2,5-литровым 171-сильным атмосферным бензиновым двигателем, тратила на 100 км пробега по трассе 6,5–7,0 л, а по городу – 8,0–8,5 л. Впечатляет? Повторяю по буквам для пушей доходчивости: 171 л. с.; 8,0–8,5 л в городе; 6,5–7,0 л на трассе; турбонаддува нет. И это с полным приводом – безусловно, подключаемым, с активным распределением крутящего момента (АСТ), но тем не менее...

Так сразу даже и не приходит в голову, с кем можно было бы сравнить экономичность этого Subaru Forester. Хотя, по большому счету, и сравнивать-то, пожалуй, не стоит. Как я уже сказал, Subaru Forester – специфичный автомобиль специфичной марки, стоящий особняком в общем ряду кроссоверов. О нем нужно не рассуждать, на нем нужно ездить. Тут все по-восточному необычно, все очень трансцендентно. Это не просто технологии – это своего рода философия, открывающая новые грани реальности.

Судите сами. Существенного снижения потребления топлива на Subaru Forester удалось добиться за счет – вы, опять же, не поверите, – использования трансмиссии CVT – Lineartronic. Мы уже привыкли к тому, что любой «автомат», будь то «гидромеханика» или вариатор, по определению отличается куда более высокими аппетитами в сравнении с «механикой». Subaru переворачивает стереотипные представления публики с ног на голову. Lineartronic совершенно не прожорлив благодаря возможности поддержания оборотов двигателя в оптимальном диапазоне и сохранения мощности. При этом никуда не исчезает главное преимущество бесступенчатой трансмиссии – плавность изменения передаточного отношения. Поэтому при необходимости трансмиссия мгновенно реагирует на команды водителя.

Еще одна интересная штука. И снова не без японской философии, не без самобытного «субаровского» видения концепции кроссовера – система по-

мощи при движении по бездорожью X-Mode. Это новая система, разработанная для улучшения ходовых качеств автомобиля при движении по бездорожью и дорогам с плохим покрытием – мы же говорим о полной свободе действий. В этой системе регулируются параметры работы двигателя, бесступенчатой трансмиссии Lineartronic, системы полного привода, системы поддержания курсовой устойчивости и других систем, для того чтобы водители с различным опытом вождения автомобиля без проблем справлялись с управлением, используя весь потенциал внедорожных способностей Subaru Forester. В ее состав входит также система помощи при спуске с уклона (Hill Descent Control), которая удерживает скорость автомобиля постоянной при движении на уклоне любой крутизны.

То есть, съезжая с какого-нибудь совсем уж лихого горного массива, куда вас неведомой хитростью завлекла сосущая под ложечкой жажда прекрасного, вы в ужасе обеими руками хватаетесь за голову и в панике бросаете педали... реакция в целом понятная, не упрекнешь: будь, как говорится, что будет. А будет все отлично. Машина сделает все сама. Можете даже не менять позы, перебирая в памяти лучшие моменты своей жизни. Наступает, поверьте, самый лучший. Такого единения человека с машиной вы не испытывали никогда прежде. И это не шутка. Доверие – чрезвычайно важное качество, безвозмездно предлагаемое Subaru Forester. И он умеет это доверие ценить, помогая вам действительно комфортно перемещаться в пространстве под любым углом к горизонту. Причем Subaru Forester не навязывает свою волю, не доминирует технологической гегемонией. Хотите – пользуйтесь, не хотите – вырубайте все системы напрочь, полагаясь лишь на свою удаль и безмятежную непосредственность.

Но я бы не стал.

Subaru Forester знает, что надо в каждом конкретном случае, у него в запасе много занятых фокусов, в частности система интеллектуального привода SI-Drive (Subaru Intelligent Drive). На модификациях с двигателем 2,5 л она позволяет выбрать один из двух режимов работы двигателя в зависимости от дорожной ситуации или намерений водителя – экономичный или спортивный. Для каждого из режимов прописан свой индивидуальный алгоритм управления двигателем.

Со «спортом» все, в общем, понятно: нажал на педаль и втопил что есть мочи. Премудрость невелика. А вот



экономичный настроен более тонко. Его очевидное предназначение явствует из названия: экономия топлива. Хотя на самом деле это более интеллектуальный инструмент – да и по-английски он называется Intelligent mode, – который не просто обеспечивает спокойное поведение транспортного средства с акцентом на ту самую минимизацию потребления горючего, но и посредством особых настроек, кроме того, корректирует движение на скользких или заснеженных поверхностях, тем самым, опять же, помогая водителю, а не доминируя над ним в жестком кожаном костюме.

Не скрою, я не влезал в механику процесса. Что там, зачем и как подключается, куда переключается и каким образом коммуницирует – я не знаю. Но я проездил на машине в разных режимах, я действительно симулировал приступы

бессознательного идиотизма и тупо хватался за голову, забыв, что, в принципе, существуют педали, я пытался загнать Subaru Forester в занос на мокрейшем асфальте, благо московское лето в этом году предоставляло такую возможность чуть ли не каждый день и т. д., но все мои провокации автомобиль с блеском выдерживал, не поддаваясь искушению кувырнуться куда-нибудь, да по сильнее, чтобы я наконец оставил его в покое. Не нужно быть дельфийским оракулом, чтобы совершенно четко после всех испытаний понять: с таким надежным автомобилем, и правда, без каких бы то ни было колебаний можно отправиться в любое путешествие, а вернувшись, триумфально крутануть баранку на центральной, самой богатой площади города, чтобы никто вокруг даже не подумал усомниться в премиальности ваших намерений.



Концерн PSA Peugeot Citroën продолжает успешно наполнять смыслом и содержанием линейку своего, в известной степени нового, премиального бренда – DS Automobiles. Явным тому подтверждением является DS 4 Crossback.

Михаил КАЛИНИН |



# DS4: ПРОБУЖДАЮЩИЙ ЧУВСТВА

Любители вы французские автомобили? Любители вы их так, как люблю их я?..

Я соберу в кулак всю свою беспристрастность и постараюсь максимально объективно и непредвзято рассказать о DS 4 Crossback. Это будет сложно, это будет очень сложно, потому что французские автомобили уже одним своим видом, одним своим существованием в этой бренной вселенной рожают в моей душе бурю восхитительных эмоций, на фоне которых меркнут любые критические суждения. Но, повторюсь, я постараюсь написать о DS 4 Crossback объективно, правду и только правду... да, Ваша честь.

Мне уже давно казалось, что французам пора создать свой премиальный бренд. Во-первых, это одна из старейших и самобытнейших автомобилестроительных школ. А во-вторых, у

них столько интересных дизайнерских и технических решений, обладающих колоссальным потенциалом, а еще больше идей, и реализовать все это в рамках бюджетного сегмента просто никак невозможно в силу грандиозного давления ценового фактора.

В итоге так и случилось: несколько лет назад миру была представлена люксовая марка PSA Peugeot Citroën – DS Automobiles. Пока в ней только три модели: DS3, DS4 и DS5, но славное начало положено, а стало быть, развитие не заставит себя ждать и впереди нас наверняка ждет несколько умопомрачительных открытий. Однако не будем забегать вперед и поговорим о том, что есть сейчас. Благо почва для разговора более чем плодородная.

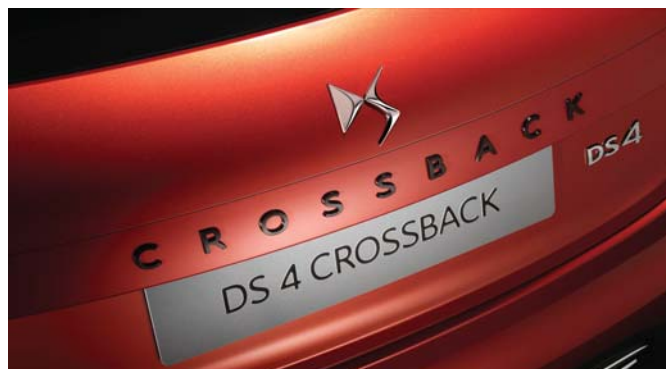
Итак, любите ли вы французские автомобили? Я бы никогда не отнес французские машины к нишевому

продукту, но точно знаю, что, по крайней мере в России, отношение к ним очень диаметрально: от полнейшего обожания до лютой неприязни. Не знаю, почему так получилось. Продукция PSA Peugeot Citroën всегда была достойной – стабильно качественной и красиво выглядящей. Да, французы – известные затейники, и некоторые их технические решения могли вызывать определенное замешательство у хорошо подкованных «технарей». Но это замешательство вызвано лишь тем, что они – эти самые решения – не такие, как у «немцев» или «японцев». Они просто очень своеобразны и, скажу вам как так же «хорошо подкованный технарь», – весьма изящны. Их просто нужно понять и принять. И все вопросы сразу растворяются.

Впрочем, я немного отвлекся. Так вот, диаметрально отношение...

Смотрите видео наших тестов на Youtube-канале «НА авто ТВ»





Я не хочу никого разуверивать и переубеждать, я просто предлагаю отключить жесткий диск своей памяти и взглянуть, в данном случае, на DS 4 Crossback – что называется, с чистого листа.

Ну как? Проникаетесь? Перед вами не просто полторы тонны металла, стекла, пластика, кожи и резины, да еще и способные двигаться с приличной скоростью за линию условного горизонта. Перед вами образец эстетического конструирования материальной культуры повседневной реальности. Четко выверенный стиль, воплотившийся в мягких обводах контура и подчеркнута рельефных выштамповках на кузове. Гармоничный дизайн каждого сегмента экстерьера и интерьера. Безупречные цветовые решения, обрамленные благородным черным по линии колесных арок, противотуманных модулей и т. д. Он обволакивает и выделяет пластику всех линий и изгибов кузова автомобиля.

Во внешнем виде и оформлении салона DS 4 Crossback нет ничего, что могло бы вызвать хоть малейшие сомнения в их целостности и законченности. Нет ничего лишнего, что было бы не к месту и выбивалось бы из общей концепции. Вы же знаете, сегодня на рынке полно автомобилей, представляющих собой этакий дизайнерский оксюморон на колесах. DS 4 Crossback не из их числа. Он монолитен, он совокупен, он логичен, как греческий алфавит от альфы до омеги. И так же изящен в плавных контурах замысловатых букв.

Конечно, отчасти могу с вами согласиться: «премиальный хэтчбек» – звучит несколько абсурдно. Но в этом то и прелесть. Вы не устали, – хочу я вас спросить, – от премиальных седанов, расплодившихся в последнее время по миру, как мартовские коты? Французы – они французы во всем. Они и тут проявили свою самобытность, предложив аудитории оригинальный подход к самому премиуму как таковому.

Кому-то это может показаться крамоллой, чудовищным пасквилем и посягательством на святая святых жирных бесчувственных кошечек – ну как же так: премиум и не седан (хороший вопрос для кроссворда). Но нет, давайте мыслить нестандартно, давайте подходить к решению типичных во многом задач, абстрагировавшись от набивших оскомину стереотипов, и тогда вы сможете по достоинству оценить инновационную эстетику «премиального хэтчбека».

А потом сразу садитесь в салон и запускайте мотор. Ух, скажу я вам. «Не бойсь», – благородным рокотом поддерживает меня двигатель. Для теста мне достался DS 4 Crossback с 2-литровым дизельным двигателем последнего поколения семейства BlueHDi 180 (180 л. с., как совершенно понятно из индекса), агрегатированный новой 6-ступенчатой автоматической коробкой передач (EAT6). В смешанном цикле он потребляет всего 4,3 л топлива на 100 км пробега, уровень выбросов – 113 CO<sub>2</sub> г/км; крутящий момент – 400 Н·м при 2000 об/мин. Таких экономичных показателей удалось достичь благодаря применению карбонового покрытия в конструкции двигателя для уменьшения трения – Diamond Like Carbon – и передовой системе очистки отработавших газов с SCR-катализатором, расположенным перед сажевым фильтром. Вкупе с впрыском реагента AdBlue является единственной системой постобработки, способной устранить до 90 % оксидов азота (NO<sub>x</sub>), уменьшив выбросы CO<sub>2</sub> до 4 % по сравнению с технологией FAP.

Блок цилиндров выполнен из чугуна, коленвал – кованый, головка блока – алюминиевая. Газораспределительный механизм – 16-клапанный двухвальный, с комбинированным приводом «ремень-цепь» и гидрокompенсаторами в приводе клапанов. Уравновешивающие валы отсутствуют. Турбокомпрессор – с изменяемой

геометрией, производства Honeywell. Впускной коллектор имеет двоянные каналы разной длины для каждого из пары впускных клапанов. Система питания – Delphi, электромагнитные форсунки с 8 отверстиями и рабочим давлением в системе 2000 бар.

Но это все безликие цифры и сухие технологии. Лучше прислушайтесь к своим ощущениям. Лично я очень внимательно прислушался. Давно я не был так восхищен превосходной динамикой, буквально срывающей автомобиль с места. Достаточно легкого нажатия на педаль акселератора – и картинка за окном начинает быстро изменяться. Очень быстро. В принципе, я бы даже (немного подумав) отнес DS 4 Crossback к спортивно-гражданским автомобилям, способным подарить истинному ценителю активного движения незабываемые эмоции.

Машина чутко реагирует на пожелания водителя, она буквально за десятки доли секунды улавливает его намерения. Лишь капельку «притопите» педальку – и DS 4 Crossback вложит всю свою механическую душу в молниеносный рывок вперед.

В силовой установке, которой комплектуется DS 4 Crossback, французы в очередной раз показали, что они знают толк не только в дизайне, но и в технике. Коробка слаженно взаимодействует с двигателем. Передачи переключаются на 40 % быстрее благодаря новому алгоритму Quick Shift (синхронизация двигателя и трансмиссии) и новому, более эффективному контроллеру. Управляемость была улучшена за счет компактного гидротрансформатора и улучшенной фильтрации. Они обеспечивают эффективную эксплуатацию при низких оборотах двигателя и более широкий диапазон передаточных чисел, что позволяет улучшить приемистость и снизить обороты при высокой скорости автомобиля.

А насколько DS 4 Crossback послушен! Маневрирование на нем достав-



ляет удовлетворение, близкое к сексуальному, честное слово. Перестроение из ряда в ряд, разгон, торможение – и ты первым входишь в поворот на всех парах, для того чтобы после поворота развить свой успех и продолжить мощнейшее движение вперед, оставляя далеко позади конкурентов-неудачников.

Ты всем своим телом ощущаешь набор скорости. Нажимая на педаль, ты каждой клеточкой кожи чувствуешь, как тебя приятно вжимает в кресло. Это завораживает. Это настоящий секс, полный эмоций и бешено пульсирующего эндорфина, который, смешиваясь с дизельным топливом, заставляет движок еще шустрее молотить поршнями, чтобы на пике ментального возбуждения извергнуть из тебя все без остатка и погрузить затем в сладчайшую эйфорию, буквально нирвану динамической медитации.

Вы погружаетесь в себя. Вас ничто не потревожит – отличная шумоизоляция надежно оградит вас от бурных стихий окружающего мира. Вам не будут досаждать даже неидеальности российских дорог – так здорово настроены подвеска и рулевое управление. Кстати, я считаю очень важным достоинством DS 4 Crossback очень четкий информативный руль: он тяжелый, когда нужно быть тяжелым, и легкий, когда нужно быть легким. При наборе скорости он уверенно наливается тяжестью, и эта уверенность передается и тебе в управлении автомобилем. Мчась по МКАД, изуродованной хаотичной колеиностью, когда каждое перестроение на высокой скорости сродни подвигу, DS 4 Crossback, ни минуты не стесняясь, безоговорочно «проглатывает» даже самые глубокие колеи. Да так, что они практически не отдаются в рулевое колесо. То есть никакого неприятного диссонанса.

Но вот вы остановились, прибыв в пункт назначения. Не торопитесь выходить из машины. Оглянитесь.

Красивая отделка, удобный кокпит, удобное расположение приборов. Все очень стильно – по-французски, даже, я бы сказал, по-ситроеновски – выполнено и пышет оригинальным стилем. Очень приятные на ощупь материалы, просто безупречная отделка. Это действительно премиальный стиль, действительно дорогой по своему оформлению, оснащению и наполнению автомобиль. Маленький нюанс: цвет окраски шкалы спидометра можно изменять с синего на белый. Плавно. От оттенка к оттенку. Конечно, это пустячок, но пустячок приятный. Из таких пустячков скроен весь DS 4 Crossback. И на поверку оказывается, что это уже вовсе и не пустячки, что это продуманная стратегия, жесткий принцип: быть удобным и запоминающимся.

Даже технологии у них – не просто технологии. Ну, казалось бы, кого сегодня удивит светодиодными фарами? Штука это, конечно, новая, передовая, но уже достаточно распространенная. Так и здесь французы отличились, разработав фары по фирменной технологии DS LED Vision, комбинирующие мощные ксеноновый и светодиодные модули. У них есть «динамические» указатели поворотов, а кроме того, DS 4 Crossback украшают противотуманные светодиодные фары с функцией статического освещения поворотов.

И конечно же, ослепительный (практически в прямом смысле слова) дизайн, неповторимый, самобытный, надолго врезающийся в память благодаря трем модулям, по форме схожим с драгоценными камнями.


Коль скоро мы заговорили о технологиях, пройду и еще по нескольким. В DS 4 Crossback есть уже привычная для PSA Peugeot Citroën система проекции на лобовое стекло, которая выводит информацию о дорожной ситуации на прозрачную пластину, расположенную на уровне глаз.

Присутствует система контроля «слепых» зон: индикатор-пиктограмма на боковом зеркале заднего вида сигнализирует о присутствии транспортного средства в «слепой зоне» автомобиля.

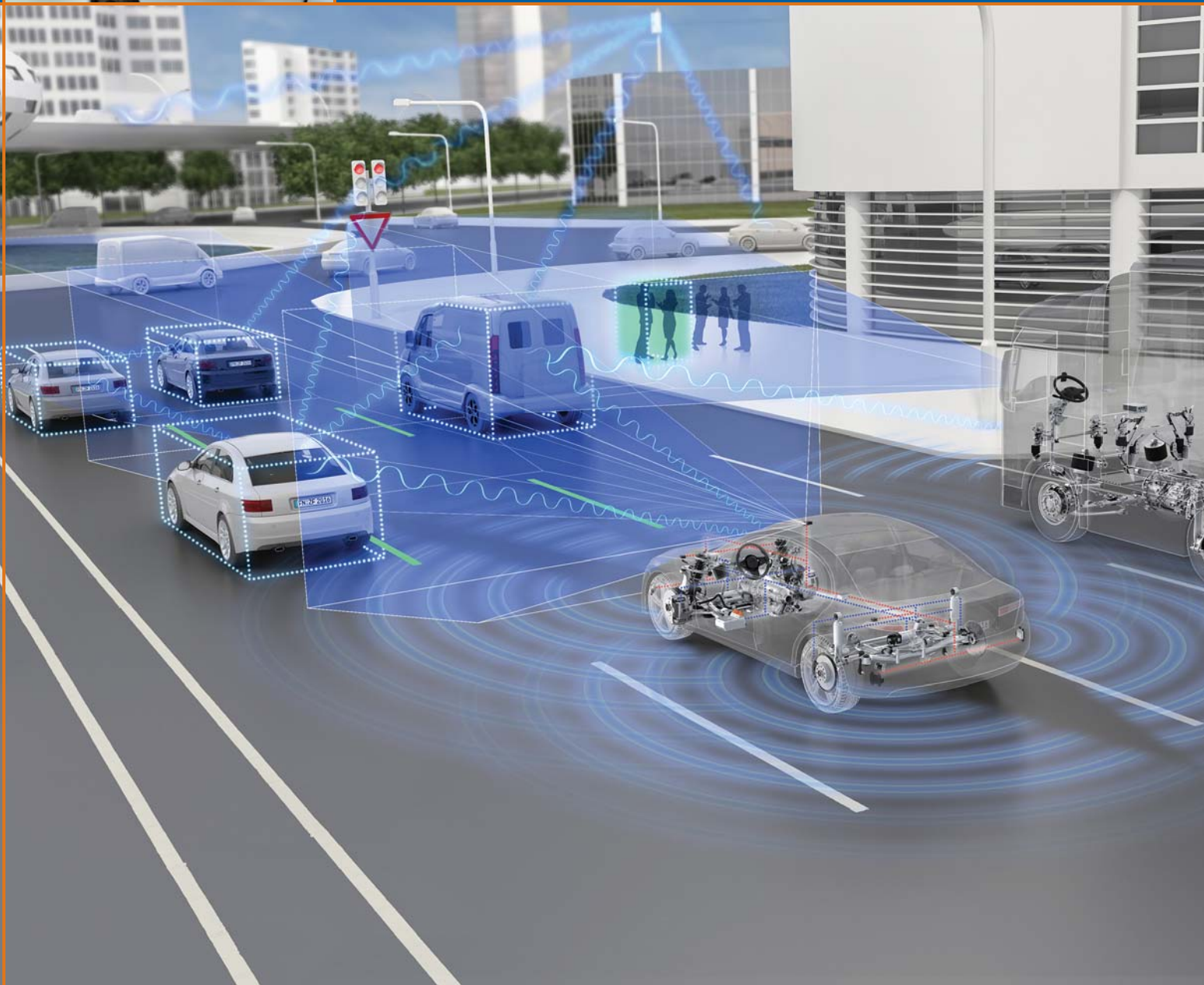
В качестве опции доступна обновленная система предупреждения о непроизвольном пересечении линии разметки (AFIL). Система, как отмечают представители PSA Peugeot Citroën, стала точнее и надежнее благодаря использованию миниатюрной камеры и более точного цифрового изображения.

Система Active City Brake, предупреждающая риск столкновений, с помощью лазерного дистанционного датчика в верхней части ветрового стекла фиксирует световые сигналы, которые отражаются от окружающих препятствий, и задействует тормозную систему. Это функция может использоваться в городе (на скорости до 30 км/ч).

И конечно же, куда деваться от мегаактуальных сегодня коммуникативных функций! MyDS – интуитивный интерфейс, встроенный в автомобиль DS, – подключает смартфон к машине и позволяет пользоваться функциями локализации и предупреждений. Функция Mirror Screen позволяет управлять некоторыми приложениями смартфона с сенсорного дисплея мультимедиа-системы. А дисплей-то не из маленьких – 7 дюймов в полный цвет. Так что любителям общаться с миром посредством виртуальных пространств будет чем насладиться, стоя в пробке.

DS 4 Crossback вобрал в себя все передовые технические решения, он изготовлен из в высшей степени качественных, дорогих материалов, он может обеспечить волшебные ощущения от вождения. Я без малейшего сомнения могу назвать DS 4 Crossback действительно премиальным – премиальным не по прихоти, премиальным по породе. 





# ПРАВИЛЬНЫЙ АВТОСЕРВИС

**СЛИШКОМ ТОЛСТАЯ?**  
*МАСЛО ДЛЯ «СТАРИКОВ»*

**ВОДИТЕЛЬ - ЛИШНИЙ**  
*КОМПЛЕКСНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ*

**ОБЛАЧНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ**  
*РЕМОНТ ЧЕРЕЗ СМАРТФОН*

**УВЕРЕННОСТЬ НА ДОРОГЕ**  
*РАЗБОР КОМПОНЕНТОВ*





«Сегодня масло – это в полном смысле жидкий компонент, своего рода жидкая деталь автомобиля, которая должна точно соответствовать определенному типу двигателя. Использовать один вид масла для всех автомобилей – это все равно что использовать во всех автомобилях одинаковый тип тормозной жидкости», – разъясняет Оливер Кун, заместитель руководителя лаборатории масел Liqui Moly.

# Толстая пленка – это глупо?

**Существуют тенденции, которые в принципе невозможно остановить. Для моторных и трансмиссионных масел их можно описать словами: «Все тоньше и тоньше». Вопрос лишь в том, можно ли это «тонкое» масло заливать в старые моторы и будут ли они при этом функционировать.**

50300, 50500, 50200, 50501, 50400, 50600, 50601, 50700, 50301. Стоп, надо признать: речь здесь идет не о лото и не о счастливых числах. Те, кто живут в мире VW или, по крайней мере, ориентируются в нем, знают, что это все – до-

пуски моторного масла для VW. Действительно? Только лишь эти? К сожалению, нет, так как с прошлого года было введено два новые серии 50-xxx: 50800 (для бензиновых двигателей) и 50900 (для дизельных). Вместе они образуют настоящий хоро-

вод регламентаций смазочных материалов.

До недавнего времени было вполне нормально, когда производители автомобилей в течение двух лет постоянно приходили с новыми допусками масел, потому что масла были



Два новых вида масел для BMW (0W30) и VW (0W20) не являются взаимозаменяемыми. Каждое предназначено для определенного вида двигателя.

все без исключения взаимозаменяемыми. Поэтому новое масло вполне можно было заливать в старые моторы. Независимо от того, имело ли это смысл или нет, технически это было возможно. Чего нельзя сказать о новом поколении масел-«близнецов» одного из крупнейших в мире автопроизводителей.

Вот, например, масло категории 0W20. «0» – вязкость в холодном состоянии (измеряется при -18 °C) – не представляет угрозы для старых агрегатов, а «20» – вязкость в теплом состоянии (измеряется при 100 °C) – может оказаться для них лютейшим злом, потому что образующая защитная масляная пленка на старых моторах может быть просто-напросто сорвана. А сухое трение – вы сами знаете – неизбежно повлечет за собой пренеприятнейшие последствия.

Причина, почему все моторные масла становятся все «тоньше», лежит на поверхности: предельная граница CO<sub>2</sub> – это дамочков меч, который европейский законодатель подвешивает над автопроизводителями.

Каждый лишний миллиграмм диоксида углерода – острейшая проблема. Идея: по сравнению с другими методами сокращения внутриагрегатного трения с использованием маловязких масел является, очевидно, самым дешевым методом, даже если эти масла должны быть идеально совместимыми с мотором, установленными компонентами и материалами. Поэтому в последнее время моторные масла становятся все «тоньше».

### 0W20 или 0W20? Одно другому рознь!

Различные производители моторных масел, конечно, считают с этим фактом. Один из них – Liqui Moly. Соответствующий продукт Top Tec 6200 принес на рынок ульмский производитель. Но: «Вы не должны сравнивать специальное масло 0W20 с уже известным 0W20», – разъясняет **Оливер Кун**, заместитель руководителя лаборатории масел Liqui Moly. Так, последние масла, прежде всего для азиатских марок, ориентируются на стандарты Амери-

канского нефтяного института, а также японские нормы ILSAC, а они менее строгие, чем те, которые установил концерн VW.

Одновременно вместе с маслом Top-Tec для VW компания представляет продукт для автомобилей BMW. Масло 0W30 соответствует нормам Longlife-12 FE мюнхенского производителя. Чтобы избежать возможной фатальной путаницы, Liqui Moly оформил канистры двух новинок иначе, чем другие продукты линейки Top-Tec. Также они вместо известного индекса 4000 имеют индекс 6000 – это говорит об особенностях смазочного материала и помогает избежать неразберихи.

Информацию для авто владельцев и автомастерских о том, какое масло к какому мотору подходит, можно найти в специальных источниках. И ее обязательно нужно искать и сверяться с ней. Лучше всего пользоваться справочниками, в которых пользователь может задать определенные параметры и получить то, что нужно, – например, в случае с более старым автомобилем будет показан не весь спектр масел, а только то, что действительно подходит.

Список актуальных специфических норм для определенного изготовителя вы также найдете, пройдя по ссылке: [www.kfz-betrieb.de/oelnormen](http://www.kfz-betrieb.de/oelnormen). Так как в этих данных несложно запутаться, что мы уже знаем на примере VW, сюда ни в коем случае нельзя относить поколение 50 plus x.

Для автовладельцев технологии автономного вождения – что-то из области фантастики. Большинству специалистов отрасли эти разработки представляются делом отдаленного будущего. Но для концерна ZF инновации – не просто лозунг, это философия компании, поэтому технологии завтрашнего дня для специалистов ZF – сегодняшняя работа.

Петр ЛЕВИЦКИЙ |



# ПО ДОРОГЕ БУДУЩЕГО

Цель, которую ставит перед собой передовая автоинженерная мысль, – добиться «абсолютного нуля»: 0 вредных выбросов в атмосферу – 0 аварий на дорогах. В ZF это получило название Vision 0: буквально перевести саму формулировку на русский язык сложно, но суть понятна: мы знаем, чего хотим добиться, и видим, как достичь поставленной цели. Мероприятие для международной прессы, которое было организовано ZF в Австрии в июне 2017 г., так и называлось: на дороге к Vision 0.

Суть сформулировал **д-р Штефан Зоммер**, председатель правления концерна ZF Friedrichshafen AG:

*– Достижение цели добиться нулевых выбросов и нулевого числа аварий – возможно. Это мотивирует нас разрабатывать технологии, открывающие дорогу в этом направлении, а в процессе – выпускать решения, способные уже сейчас сокращать число аварий. Мы также являемся одним из ведущих поставщиков элементов управления для электромобилей и предпринимаем все возможные усилия для разви-*

*тия этих технологий, поскольку для нас Vision 0 – это также и нулевые выбросы.*

Vision 0 – комплексная концепция, охватывающая практически все стороны современной автомобильной отрасли: разработку, производство, вождение и т. д. Объем уже проделанной работы огромен, поэтому нам легче условно разделить концепцию на составляющие, чтобы понять, о каком будущем идет речь. Но начнем с того, что определим проблему: почему вообще возник разговор о принципиаль-

ном совершенствовании системы предотвращения аварий? Ответ настолько же прост, насколько и грустен: ежегодно в автокатастрофах гибнет около 1,25 млн человек – для сравнения, это примерно равно населению Эстонии. При этом большинство аварий – одиночные, т. е. в них участвует один автомобиль: например, водитель уснул за рулем или не справился с управлением на скользкой дороге. На втором месте, кстати, лобовые столкновения, а на третьем – столкновения в пределах одной полосы и в одном направлении движения. Это глобальная статистика, она немного разнится по странам, но в целом ситуация везде одинакова. Разумеется, с этим что-то надо делать – таков призыв общества и отчетливое пожелание властей.

Исследователи предполагают, что automated driving, т. е. автономное вождение, при должном внедрении может снизить число аварий на 90%! Большинство катастроф происходят по вине человека, и электроника способна помочь исправить ситуацию – например, более чем в 60% случаев лобовых столкновений промежуток времени между возникновением ситуации и точкой, после которой катастрофа становится неизбежной, составляет 0,5 секунды, человек просто не успевает вовремя отреагировать. Но и актуальные устройства обеспечения безопасности зачастую не справляются –

так, камера не способна корректно отображать размер объекта и расстояние до него. Выход в том, что в ZF назвали экосистемой безопасности: в интегрированном решении, позволяющем защитить водителя, пассажиров, другие машины и пешеходов. По оценке специалистов концерна, внедрение всех имеющихся на настоящий момент систем безопасности ZF может сократить количество жертв дорожных аварий на 30%.

Речь идет о технологиях, объединяющих сенсоры, функции помощи водителю и системы безопасности водителя и пассажиров. ZF разрабатывает сенсорные технологии с высокой частотой следования импульсов, а также концепцию комплексной сенсорной технологии разных уровней градации. Центральная часть многих европейских городов естественным образом развивается и видоизменяется с течением времени. Сенсорные технологии не всегда могут распознать такие сложные сети дорог. Разработки ZF в области технологии Car2X/5G нацелены на создание решений, которые в аварийной ситуации возьмут на себя управление на среднесрочный период даже в таких случаях.

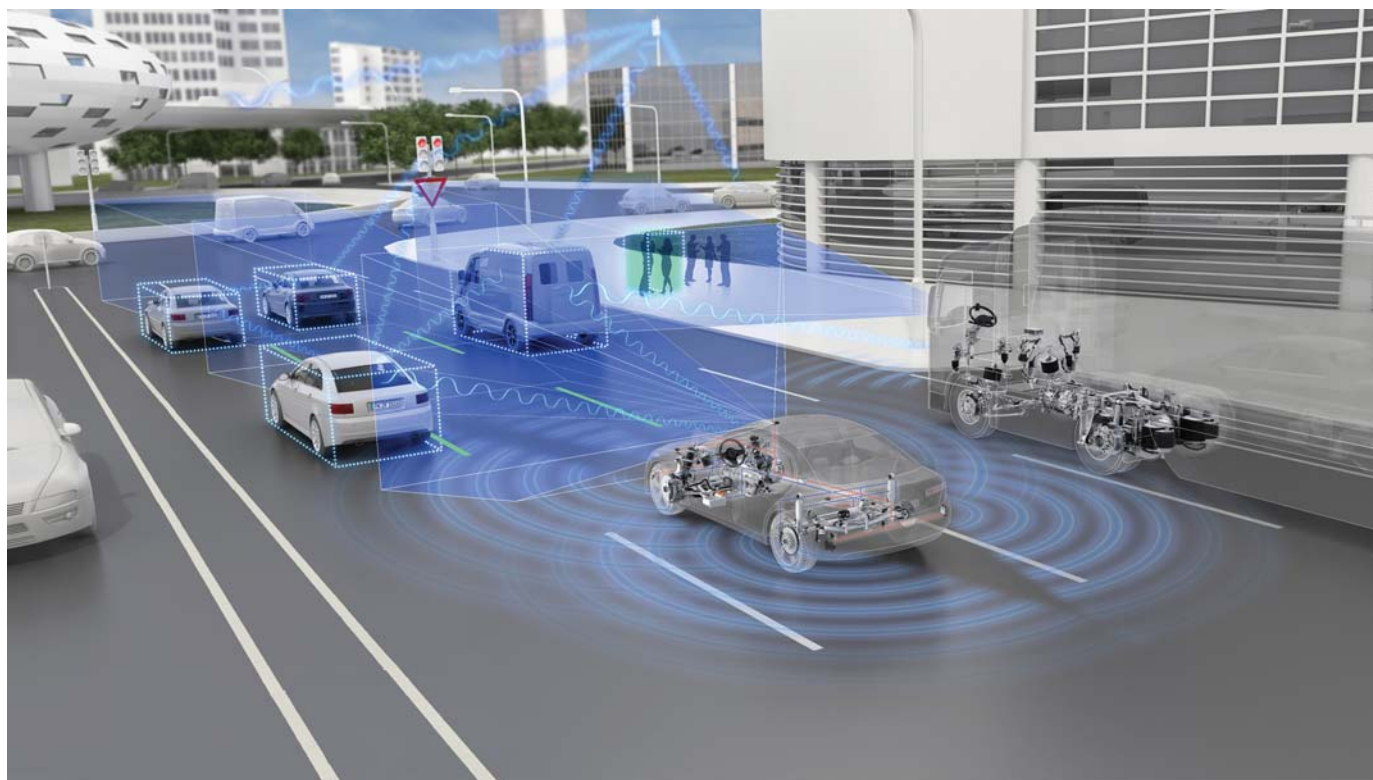
Работа продолжается и включает дальнейшую разработку систем защиты с установкой их в альтернативных местах, например на крыше или в сиденьях, и усовершенствование этих

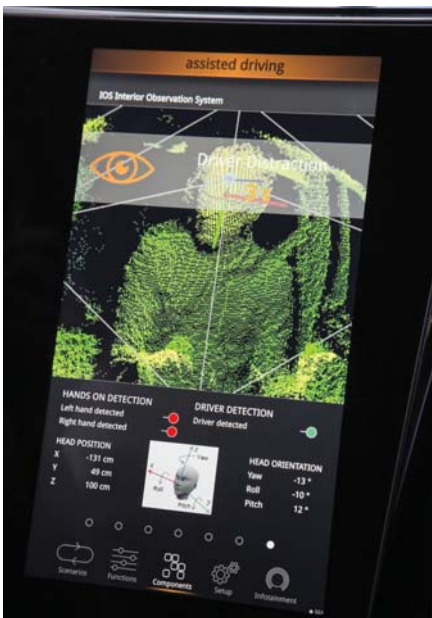


Штефан Зоммер

систем для выхода на рынок. Помимо этого ZF также разрабатывает новые системы безопасности, такие как воздушная подушка безопасности, расположенная по центру. Замысел этой идеи заключается в том, чтобы предотвратить резкие движения головы водителя из стороны в сторону и столкновение с головой пассажира переднего сиденья в случае боковых ударов.

Как это выглядит на практике, мы смогли убедиться в ходе тестовой поездки на действующем полигоне. Оборудование имитировало реальные дорожные ситу-





ации – резкую остановку впереди идущего транспортного средства и выезд объекта (в нашем случае – муляжа велосипедиста) на дорогу из-за препятствия. В обоих случаях либо водитель-человек не способен вовремя отреагировать, либо его реакция может привести к другой аварии. Что делает интегрированная система безопасности? Сенсоры и датчики, моментально заметив угрозу, принимают управление на себя. В случае с резкой остановкой впереди идущей машины сбрасывается скорость и автомобиль перестраивается в соседнюю полосу. В случае с велосипедистом происходит резкая остановка. Одновременно задействуются системы пассивной безопасности внутри автомобиля – натягиваются ремни

безопасности. И все это происходит за доли секунды – гораздо быстрее, чем вы читаете это описание.

На дороге общего назначения – и такой тест также был проведен в реальных условиях – автомобиль реагирует не только на дорожную обстановку, но и на разметку, и на дорожные знаки. Он заранее перестраивается в нужную полосу, плавно направляет автомобиль в потоке... Одна проблема – соседние автомобили не оборудованы аналогичными системами, поэтому полностью автоматизированная безопасная езда пока невозможна. Но технология уже существует.

Безопасная, комфортная, а теперь еще и автономная езда предполагает активную работу всех компонентов шасси автомобиля: рулевое управление, управление колесами, подшипник, демпфирование, подвеска, стабилизаторы и тормоза должны работать как единое целое. Соответствующие технологии также разработаны и активно внедряются в жизнь.

Новая система демпфирования sMOTION создана на основе проверенной технологии амортизационной системы CDC концерна ZF. Она оснащена приводным блоком насоса, интегрированным в подвеску каждого колеса для улучшения свойств амортизаторов. Эти двунаправленные исполнительные механизмы позволяют системе при более высоких скоростях создавать силы, противодействующие движению штока амортизатора. Таким образом, в то время как обычные или полуактивные системы демпфирования чувствительны к возбуждению колебаний, sMOTION активно противодействует изменениям поверхности проезжей части, таким как ямы и кочки, с еще большей силой в килоньютонах (соразмерно масштабам). Потенциально это может устранить продольные и поперечные колебания, раскачивание и подпрыгивание кузова. В результате оптимизация прочности кузова способствует еще более безопасному и намного более комфортному вождению. Кроме того, возможности автономного вождения позволяют водителю передать функции управления транспортным средством, чтобы сосредоточиться на других делах: например, если транспортное средство используется как мобильный офис, комфорт приобретает важное значение. Таким образом, в сочетании с сенсорными технологиями, управляющей электроникой, лидаром или радаром ZF система sMOTION способна поддерживать функции автономного вождения.



Электромеханическое устройство управления креном (ERC) ZF, представляющее собой стабилизатор поперечной устойчивости, помогает устранить нежелательные колебания подвески, которые могут повлиять на положение кузова автомобиля при поворотах и на неровной поверхности дороги. Электродвигатель 48 В, установленный на мост, уравнивает крен автомобиля в течение менее 300 мс при крутящем моменте до 1400 Н•м. Стабилизация улучшает прохождение поворотов и обеспечивает больший комфорт при езде на неровных поверхностях дороги. Более того, концепция применения общих компонентов, которая лежит в основе ERC, позволяет использовать это решение для любой категории транспортных средств.

Технология электрогидравлического выравнивания ZF (EHL) основана на применении четырех исполнительных механизмов для повторного выравнивания тарельчатой пружины автомобиля с плавной коррекцией высоты кузова. У технологии есть масса возможностей и потенциальных вариантов применений, в числе которых – упрощение посадки в транспортное средство и высадки из него, более эффективное преодоление препятствий и езда в гору, выравнивание кузова нагруженного автомобиля, оптимизация дорожного просвета благодаря устройству бесконтактной зарядки электромобилей, а также улучшение аэродинамики, что, в свою очередь, сокращает объем выбросов CO<sub>2</sub> в атмосферу.

Интегрированная система управления подвеской (ICC) ZF обеспечивает связь между передовыми системами – электрическим усилителем рулевого управления (EPS) на передней оси, системой регулировки схождения задних колес (АКС), активной системой демпфирования и тормозной системой транспортного средства. Оптимальная взаимосвязь отдельных исполнительных механизмов создает новые функции, такие как аварийное рулевое управление и стабилизация прицепа, которые помогают сбалансировать нежелательные движения прицепа. Это также сокращает диаметр поворота и снижает колебания в вертикальной плоскости. Все это повышает безопасность автомобиля. И последнее, но не менее важное: ICC расширяет диапазон динамических характеристик движения автомобиля, благодаря чему он может следовать точно по своей полосе движения даже на покрытых



льдом поверхностях и в случае необходимости выполнять маневры уклонения более эффективно. Благодаря своим исполнительным механизмам и взаимодействию с системой помощи водителю (ADAS), использующей принцип автоматического конфигурирования, технология ICC имеет потенциал расширения масштабов использования и, таким образом, играет ключевую роль в обеспечении автономного вождения.

В рамках реализации концепции Vision 0 концерн ZF активно привлекает партнеров, причем разными способами. Еще в 2013 г. было создано специальное выделенное подразделение, которое рассматривает проекты сотрудничества с небольшими инновационными компаниями и проектами

start-up. Для большой компании всегда велика опасность стать неповоротливой в принятии быстрых решений и недоступной для маленьких, но передовых компаний-партнеров, – отдельная структура помогает решить проблему. Однако среди партнеров не только амбициозная молодежь – привлекаются и такие заслуженные в бизнесе имена, как Hella или NVIDIA – крупнейший разработчик микроэлектроники.

На самом деле о каждой из новинок, которые концерн ZF представил в Австрии, можно написать отдельную статью – и наверняка в будущем, по мере реализации этих проектов и появления соответствующих технологий на российском рынке, мы так и сделаем. Хотя, напомню, наше будущее – для ZF настоящее.

Выбор марки фильтров для автосервиса – не самая простая задача: этот рынок весьма насыщенный и очень конкурентный. На что стоит обратить внимание?

Григорий МЕРЛИН |



компоненты для автомобилей ведущих мировых производителей. Carberry GmbH не новичок на рынке: эта компания выпускает широкий спектр комплектующих, в числе которых тормозные системы, радиаторы, амортизаторы, фильтры, детали подвески и другие автокомпоненты. О высоком статусе фирмы красноречиво свидетельствует тот факт, что она производит свыше 10 тыс. позиций разнообразных автомобильных комплектующих. Что касается непосредственно фильтров Green Filter, то они изготавливаются для различных моделей автомобилей, включая наиболее популярные европейские и азиатские марки, такие как Volkswagen, Toyota, Ford, Mercedes, Nissan, Hyundai, KIA, Renault, BMW и т.д. Производство фильтров Green Filter налажено как в Германии, так и в других странах, в том числе в Китае.

Все заводы, сотрудничающие с Carberry GmbH, сертифицированы по системе качества ISO/TS 16949:2009. Сквозной контроль качества продукции осуществляется на протяжении всей технологической цепочки. Отметим, что на каждом заводе работает собственный научно-исследовательский центр, который проводит тестирование фильтров на эффективность фильтрации, срок службы, падение давления на наполнителе, вибрацию, удары, прочность на разрыв и по целому ряду других важнейших критериев. Итог закономерен: вся продукция Green Filter сертифицирована по стандарту ISO/TS 16949:2002 и имеет соответствующие разрешения на использование в России, странах ТС, а также на территории стран ЕС.

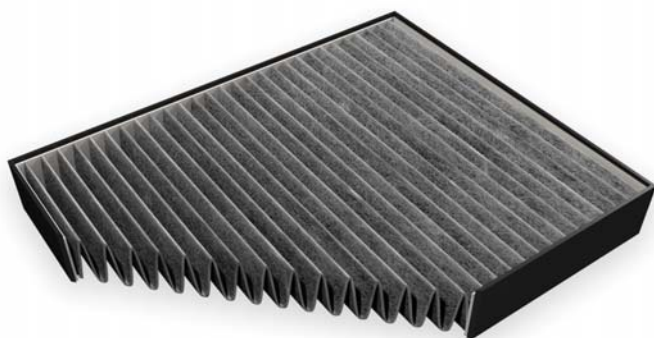
Второе, на что обязательно обращают внимание при выборе фильтров, – качество самой продукции. Не вдаваясь в технические тонкости, отметим лишь некоторые отличительные черты производства фильтров Green Filter. Здесь в первую очередь стоило бы выделить применение высококачественной фильтровальной бумаги с использованием композитных материалов производства Германии и Кореи, что позволяет достичь максимального фильтрующего эффекта.

## ВСЁ В ОДНОМ

Фильтры – запчасть популярная, с высоким оборотом, поэтому всегда возникает соблазн купить что-то подешевле, причем этому соблазну подвержены как автовладельцы, так и механики сервисов. Однако такой подход ошибочен: деталь низкого качества – это потенциальные проблемы и для владельца машины, и для сервиса, который произвел замену запчасти. Насыщенный рынок в этом смысле гораздо лучше дефицитного – в нашей стране представлено достаточное количество автокомпонентов, отвечающих принципу value for money – хорошее качество за приемлемую цену. То есть выбрать есть из чего, во-

прос – по каким критериям выбирать? Рассмотрим этот выбор на примере фильтров марки Green Filter, которая не так давно появилась на российском рынке, но уже стала известной и активно обсуждается в профессиональном сообществе.

В первую очередь практически все обращают внимание на страну производства. Впрочем, в эпоху глобализации этот принцип выбора уже не так важен – гораздо важнее марка, которая отвечает за качество своей продукции, где бы ни было расположено производство. Торговая марка Green Filter зарегистрирована немецкой компанией Carberry GmbH, выпускающей авто-



Свои технологические особенности имеет каждый тип фильтра, предлагаемый Carberry GmbH.

Так, корпусные масляные фильтры имеют байпасные клапаны, которые защищают двигатель от масляного голодания при холодном пуске, и обратные клапаны, предотвращающие утечку масла из фильтра при неработающем двигателе. Сами корпуса и остовы шторы масляных фильтров выполнены из высокопрочной стали, что исключает разрушение шторы при перепадах давления, в том числе в случае полного засорения масляного фильтра.

Воздушные фильтры Green Filter благодаря уникальному строению матрицы композитного волокна бумаги, используемой для фильтров, и ее высокой влагостойкости обеспечивают максимально высокую эффективность фильтрации – они улавливают 99,99 % частиц размером более 10 микрон! – при минимальном сопротивлении воздушному потоку. Для работы в особо тяжелых условиях ряд воздушных фильтров Green Filter оснащен дополнительным слоем из специального материала, выполняющего роль предфильтра.

Что касается салонных фильтров Green Filter, то при их производстве используется высококачественная бумага на композитной основе с добавлением угля RC4/8. Особого интереса заслуживает линейка специальных антибактериальных салонных фильтров Green Filter. Эти фильтры обеспечивают максимальную очистку воздуха от болезнетворных бактерий и делают воздух безопасным для людей, страдающих аллергическими реакциями. Благодаря использованию специального противомикробного состава происходит нейтрализация до 99,9 % бактерий, поступающих в салон.

И перечень технических новинок, используемых при производстве фильтров Green Filter, далеко не исчерпывается приведенными выше примерами.

Еще один немаловажный аргумент при выборе – широта ассортимента. У Green Filter выбор выпускаемых масляных, воздушных, топливных и салонных фильтров дает возможность приобрести в одном месте 95–98 % требуемых фильтров, благо в каталоге компании представлены фильтры более чем для 19 тыс. различных модификаций автомобилей. При этом

ассортимент фильтров Green Filter ежегодно обновляется минимум на 500 товарных позиций.

Добавим, что вся продукция Green Filter защищена специальными QR-кодами, которые дают возможность проверить подлинность приобретаемых фильтров непосредственно в момент покупки. Кроме этого, пользователи с помощью QR-кода могут сразу уточнить совместимость выбранного товара с моделью автомобиля. Для этого достаточно отсканировать QR-код с упаковки камерой смартфона – в коде зашифрована ссылка на страницу каталога, где можно посмотреть параметры фильтра и совместимость его с той или иной моделью автомобиля.

И наконец, гарантия. В настоящее время на все фильтры Green Filter действует расширенная гарантия – 12 календарных месяцев со дня покупки: далеко не каждый иностранный производитель аналогичных расходников может позволить себе подобные меры лояльности в отношении российских потребителей. А это не только важно с практической точки зрения, но и служит подтверждением того, что производитель действительно отвечает за качество своей продукции. A



На состоявшейся в Пекине выставке AMR-2017 традиционно были представлены экспозиции ведущих производителей оборудования для автосервиса. И также традиционно особым вниманием пользовался стенд компании Launch – пожалуй, самого известного производителя диагностических устройств из Поднебесной.

Ли ЧУНЯН |



# ТЕХНОЛОГИИ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ

Launch одним из первых китайских производителей стал активно развивать собственный бренд, ориентируясь не только на внутренний рынок, но и на экспорт. Сейчас марка хорошо известна в мире, в том числе и в России, и успела себя зарекомендовать с лучшей стороны. О том, как компания видит рынок и свое развитие, какими новинками планирует удивить диагностическое сообщество, рассказывает **Кевин Чен**, директор по европейским продажам Launch.

**– Г-н Чен, марка Launch в России в свое время стала известной благодаря гаражному оборудованию – подъемникам и т. д. Сейчас же больше знаю компанию как производителя диагностического оборудования. В чем причина такой смены фокуса?**

– Это результат естественного развития компании. В свое время руководство приняло принципиальное решение, что акцент должен делаться на продукции высокого технологического уровня, выпускаемой с учетом развития современных технологий Big Data – именно в этом мы видим большой потенциал. Следует отметить, что

практически все технологии автомобильной диагностики Launch сегодня реализованы с применением онлайн-технологий. Наша цель – создание и развитие широкой онлайн-базы данных автомобильной диагностики.

**– Что вы считаете основными достижениями компании в бизнес-сфере и в технологической области?**

– Если говорить о бизнесе, то наше безусловное достижение – более чем 20-летний опыт работы на отечественном и глобальном рынках. Доля компании на китайском рынке диагностического оборудования и подъемников составляет более 70%. Наши комплексные диагностические решения являются самыми популярными в стране и широко представлены на зарубежных рынках. Также компания активно и эффективно работает на рынке «Автонета» (Автомобильный Интернет) и тесно сотрудничает с предприятиями, которые занимаются информационным обеспечением автомобильного сервиса во всем мире. Соответственно, устойчиво растет и объем доходов: по данным годового отчета за 2016 г.,

доходы компании превысили 800 млн китайских юаней. Объем продажи диагностического оборудования вырос на 33% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

В технологии мы – впервые в индустрии – осуществили минимизацию диагностического чипа, благодаря чему диагностическое оборудование стало гораздо более мобильным и удобным для употребления. Также именно мы первыми выдвинули концепцию Cloud Diagnostics (облачная диагностика), которая действует на основе онлайн-платформы, разработанной компанией. Такая концепция соответствует основной тенденции развития отрасли эпохи Интернета. Наконец, наша диагностика охватывает самое большое число моделей и брендов автомобилей в мире.

**– Как вы видите развитие отрасли в настоящее время? Какие технологии, на ваш взгляд, определяют это развитие?**

– В данный момент в развитии диагностической отрасли наступил, скажем так, «узкий момент»: теперь необходимо вводить новые





инновационные технологии для высвобождения рабочего времени сотрудников и повышения эффективности работы сервисных станций, а также для улучшения взаимодействия сервисов и автовладельцев, что имеет ключевое значение для успешной работы. Например, наша новая разработка, которая называется АИТ, создана на основе более чем 20-летнего опыта разработки системы баз данных и диагностических технологий, в ней применена новейшая технология искусственного интеллекта. Мы уверены, что это станет важным шагом технического прогресса и будет постепенно изменять направление будущего развития авторемонта.

**– Расскажите об этой разработке подробнее. В чем ее принципиальная новизна?**

– Мы официально презентовали технологию АИТ 26 марта 2017 г., это самая новая разработка. Официальное название продукта – *Automobile Inspection Terminal*, или, как мы это называем, *Artificial Intelligent Terminal* – Терминал с Искусственным Интеллектом. Это продукция с использованием искусственного интеллекта в полном смысле этого слова, поскольку у этого терминала нет ни одной кнопки или экрана. Процесс и состояние диагностики показывается сопровождением светодиодного индикатора, а это значит, что в процессе работы оборудования не требуется никакое человеческое участие. Нам нужно лишь подключить оборудование к OBD2-интерфейсу автомобиля и дождаться сигнала начала работы – далее устанавливается связь с нашим облачным (удаленным) сервером через мобильное 4G-соединение. Дальше на онлайн-платформе проводится облачная диагностика автомобиля и формируется отчет результатов по всем системам. Владельцы или сервисы могут знакомиться с этим отчетом, оплачивая обслуживание.

АИТ является абсолютной инновацией – пока в индустрии нет ни одной другой компании, которая может предоставлять подобную услугу. АИТ способен:

- 1) повысить эффективность работы;
- 2) снизить порядок требований для использования в сервисе;

3) создать новую модель обслуживания платных диагностических услуг;

4) обеспечить безопасность использования автомобилей и помочь избежать потенциальных опасностей.

**– Считаете ли вы, что такая технология станет «убийцей» традиционных сложных мультифункциональных диагностических сканеров?**

– Все-таки нет. По нашему мнению, АИТ является отличным дополнением для традиционного диагностического оборудования, но пока не может полностью его заменить. Многие комплексные диагностические устройства не только читают данные, но и реализуют такие функции, как чтение потока данных, активация исполнительных механизмов, различные специальные функции, кодирование и программирование блоков управления и т. д.

**– А в целом? Автомобильная диагностика становится все более мобильной, интегрированной и онлайн-технологичной, – значит ли это, что в ближайшем будущем диагностика станет полностью независимой от автосервисов и такая профессия, как автодиагност, просто отомрет?**

– Не в ближайшем будущем, но в целом это может стать одной из тенденций развития индустрии. Например, наша новая технология АИТ доказывает, что в будущем сам процесс диагностики не будет нуждаться в обученных специалистах. По результатам работы АИТ сама показывает, какие запчасти надо заменить, а другое диагностическое оборудование, соответственно, автоматически рекомендует, какие меры надо принять: замена, плановое обслуживание или что-то еще. Мы уверены, что постепенно порог требований для проведения диагностики будет снижаться. Однако опытных специалистов заменить невозможно – опыт и ум человека уникальны, оборудование этому не научишь.

**– В Европе идет острая дискуссия на тему доступа независимых СТО к данным мобильной диагностики. Какова ваша позиция в этой дискуссии?**

– Эта дискуссия возникает в связи с особенностями европейского рынка: производители автомобилей пытаются ограничить доступ третьей стороны к OBD-информации для защиты своих официальных дилеров. Таким образом, клиентов фактически заставляют проходить обслуживание в дилерских сервисах. Кстати, по сравнению с Европой рынок США гораздо более открыт: в Америке законодательство требует, чтобы производители предоставляли в общий доступ данные о диагностике и программировании автомобиля – ECU должно иметь поддержку протокола J2534 в соответствии с обязательными нормами.

У Launch есть четкая позиция: мы считаем, что диагностика и ремонт автомобилей не должны быть привилегией официальных дилеров. Все СТО, в том числе независимые, должны иметь равные права. Мы надеемся, что прогресс технологии предоставит всем равный доступ к информации и гарантирует право потребителей на выбор. Лишь конкуренция может принести потребителям пользу, выгоду и удобство.

### – Каким вы видите будущее автомобильной диагностики?

– По мере распространения смартфонов и увеличения количества сетевых приложений владельцев автомобилей и автосервисы ждут множество изменений.

Для владельцев автомобилей:

- 1) расширится доступ к сервису, увеличатся возможности выбора;
- 2) получение сервиса станет удобнее, оно не будет ограничиваться посещением офлайн-станций;
- 3) соответственно, сервис станет дешевле для клиентов.

Для автосервисных станций:

- 1) диверсификация каналов и, соответственно, расширение возможностей для развития бизнеса;
- 2) оборудование станет более интеллектуальным и удобным для использования – благодаря этому значительно повысится эффективность работы;
- 3) возникнут новые направления деятельности: например, появится возможность продавать клиентам услугу получения диагностических отчетов с помощью нашего AIT-оборудования.

### X-431 AIT

Automobile Inspection Terminal – Автомобильный Диагностический Терминал, или Artificial Intelligent Terminal – Терминал с Искусственным Интеллектом.

Пользователю нужно лишь подключить оборудование к интерфейсу автомобиля и запустить двигатель – дальше автоматически начинается диагностика без участия человека. Когда диагностика завершена, пользователь через мобильные приложения (в данный момент в Китае используют Wechat) может оплатить диагностику, ознакомиться с результатом и сразу же отправить отчет мастеру СТО.

### Процесс диагностики

1. Подключить устройство к автомобилю через OBD2-разъем.
2. Подписаться на официальный аккаунт на Wechat.
3. Зарегистрироваться в одном из двух статусов: автовладелец или автосервис.
4. Оплатить услугу и получить отчет.

### Проблемы для использования в России

1. В России пока не развита система онлайн-оплаты: такие услуги, как Яндекс-деньги, используются сравнительно малым числом людей, потребители чаще всего используют традиционные средства оплаты – наличные или банковские карты.
2. В России нет многофункциональных приложений, подобных Wechat, которые могут обеспечивать осуществление комплексного обслуживания.

Мы предполагаем, что в ближайшие 5–10 лет появятся еще более интеллектуальные мобильные диагностические устройства. Собирая их данные и сравнивая их с теми большими массивами, которые компания Launch собрала за долгие годы, используя новейшие технологии искусственного

интеллекта, новое оборудование сможет прогнозировать длительность срока службы запчастей автомобиля и заблаговременно предлагать их замену – это может полностью изменить нынешнюю ситуацию, позволяя предотвратить проблемы, не допуская их возникновения.



Марка Bardahl хорошо известна профессионалам по всему миру, однако на российском рынке пока представлена не так широко. О марке и планах компании по ее продвижению в России рассказывает Сурен Переверзев, глава представительства Bardahl.

# BARDAHL: ПРЕВОСХОДНЫЙ ПРОДУКТ С ШИРОКИМ АССОРТИМЕНТОМ



Компания Bardahl основана в 1939 г. в Сиэтле (США). Она вышла на рынок с несколькими типами очистителей и присадкой в масло, хорошо зарекомендовавшей себя на гоночных трассах. Сегодня компания состоит из двух подразделений: американского (США, Мексика и Бразилия) и европейского (Бельгия, Франция и Италия). В ведение последнего входят рынки Восточного полушария: Европа, Азия, Африка и

Австралия. В настоящее время Bardahl – это крупная химическая компания, управляемая родственниками ее основателя, продукция которой пользуется огромной популярностью во всем мире, особенно в Европе. Bardahl – поставщик ряда крупных торговых фирм и сетей гипермаркетов. Также компания успешно работает с автосервисами и техническими центрами, как независимыми, так и авторизованными.

Как известно, большая часть представленной на современном рынке автохимии изготовлена нефтеперерабатывающими компаниями. Присадки для них – не основная «специальность». Bardahl же 65 лет разрабатывает химические продукты для автомобилей, и именно они составляют 99 % продукции компании. В это направление вкладывается весь интеллектуальный потенциал фирмы. При этом Bardahl неукоснитель-



**Компания Bardahl выбрала GROUPAUTO Russia как основного партнера для создания и построения дистрибуции в России. Такое решение связано с тем, что GROUPAUTO является крупнейшим объединением дистрибьюторов, лидеров рынка автозапчастей от Дальнего Востока и до Калининграда. Для Bardahl это хорошая возможность расширить географию продаж и установить партнерские взаимовыгодные отношения с успешными дистрибуционными компаниями России как по легковому, так и по грузовому направлению.**

но следует принципу единого качества: это означает, что свойства конкретного товара не зависят от того, кому он адресован – любителю или профи, европейскому или азиатскому потребителю. Поэтому у Bardahl и не предусмотрено деление продуктов на профессиональные и непрофессиональные. Они могут различаться по степени воздействия (о чем, разумеется, будет указано в каталоге), но не по качеству. Кстати, в отличие от большинства конкурентов Bardahl производит всю продукцию только на своих мощностях.

Bardahl – превосходный продукт, признанный во всем мире, но по ряду причин его поставки в Россию носили несистемный характер, и в связи с этим он был известен у нас только узкому кругу специалистов и спортсменов. В этом году мы создали совместно с Bardahl дистрибуционную компанию в Москве, организован центральный склад Bardahl в России, началось построение дистрибуционно-сбытовой сети, а также упорядочивание и формализация отношений на рынке России.

На текущий момент продукция компании Bardahl охватывает различные направления: это масла и смазки для автомобильного и иных видов транспорта, различных отраслей промышленности; различные добавки к смазочным материалам и топливам; специальные продукты – клеи, фиксаторы резьбовых соединений, герметики, очистители различных типов, а также широкий спектр препаратов автохимии. Автомобильные масла представлены стандартными, а также маслами с улучшенными свойствами. Все масла в зависимости от типа могут применяться в двигателях легкового и коммерческого транспорта различных типов, в двухтактных и четырехтактных двигателях. Кроме моторных масел в линейке представлены трансмиссионные жидкости для автоматических и ручных коробок передач, раздаточных коробок, мостов и редукторов.

Стоит отметить, что компания Bardahl является крупнейшим в мире поставщиком препаратов автохимии для OEM и OES – до 70 % от всей выпускаемой продукции. Автохимия Bardahl представлена широким ассортиментом препаратов для различных отраслей применения, в эту категорию входят присадки в моторное масло, присадки в КПП и систему ГУР, очистители топливной системы, присадки в систему охлаждения, присадки в топливо, проникающие и консистентные смазки, различные очистители, тормозная жидкость, герметики, анаэробные клеи и фиксаторы резьбовых соединений, герметики, очистители экстерьера и интерьера автомобиля, очистители для рук, клеи для пластика, средства для установки автомобильных стекол, герметик для шин.

У нас имеется самая широкая ассортиментная линейка для любых отраслей: масла и химия для легковых автомобилей, грузовых автомобилей, промышленности, мото. Все это – с четко регламентированной ценой в рублях РФ, высокой торговой наценкой (30 % для дистрибьюторов), информационной поддержкой. Наличие склада Bardahl в РФ, работа с предоставлением полного пакета документов для налогового учета, а также с использованием электронного документооборота является важным преимуществом.

Кроме того, в силу небольшой известности Bardahl пока не имеет подделок, однако в будущем ситуация может измениться, и мы заранее проводим ряд предупредительных мер, в частности регистрируем марку Bardahl в таможенных органах, чтобы перекрыть возможность нелегальных поставок, вводим элементы защиты на канистры, этикетки, а также внедряем запайку горловин защитной мембраной.

Для автосервисов Bardahl – уникальная находка. Огромный ассортимент, высочайшее качество гарантируют хороший заработок нашим партнерам, позволяя при этом не беспокоиться о качестве и о наличии



Сулен Переверзев

подделок. У нас имеется специальная программа для развития СТО. Совместно с GROUPAUTO Россия мы готовим программу поддержки СТО, которая включает оформление СТО – участников проектов GROUPAUTO Россия в фирменном стиле компании Bardahl, обеспечение POS-материалами, различные маркетинговые активности, обеспечение необходимым оборудованием, спецодеждой, информационной поддержкой. Будут проводиться обучающие семинары и вебинары. В следующем году планируется вывод на рынок уникального предложения для СТО: у нас появится уникальный аппарат для очистки топливной системы, впускного коллектора, турбокомпрессора, клапана EGR и сажевого фильтра. Мы планируем предлагать эту установку сервисам бесплатно, клиент будет платить только за необходимую автохимию для ее использования. Участником программы может стать любой независимый СТО, являющийся клиентом дистрибьютора Bardahl. СТО должен иметь презентабельный внешний вид, заниматься обслуживанием автомобилей по широкому спектру услуг (замена масла, слесарные работы, ремонт и обслуживание двигателя и КПП и т. п.). СТО смогут получить доступ к широчайшему ассортименту смазочных материалов и препаратов автохимии от одного производителя, который способен покрыть все потребности станции в этой области, а также предоставить их услугам дополнительную добавочную стоимость за счет улучшения стандартов и качества обслуживания, а также сопричастности к мировой марке.

LYNX в переводе с английского языка означает «рысь» – это красивый благородный хищник. Но компания LYNX с интересной историей и качественной востребованной продукцией пока еще не так хорошо известна российскому рынку.

# LYNX: ФИЛОСОФИЯ В ЗАПЧАСТЯХ



Рождению марки LYNXauto поспособствовал мировой финансовый кризис 2008 г., когда на фоне падения заказов Совет директоров японской инжиниринговой компании «Акита Кайхатсу» принял решение создать торговую марку по автомобильным запасным частям, которая смогла бы стать доступной альтернативой именитым брендам, сопоставимую с ними по качеству, но более привлекательную по цене. Начало производства под

собственной торговой маркой было подкреплено огромным опытом работы с различными производителями автокомпонентов. В 2010 г. компания начинает экспорт своей продукции в Латинскую Америку и на Ближний Восток. В том же году было открыто представительство «Акита Кайхатсу» в Москве.

LYNX в переводе с английского языка означает «рысь» – это красивый благородный хищник, способный вы-

живать в самых суровых климатических условиях. Выбрав такое название для торговой марки автозапчастей, японцы хотели подчеркнуть образ выносливости и силы, а также надежности и высочайшего качества выпускаемой продукции.

Качество и честь для японцев являются особо важной составляющей жизни и даже возведены в ранг философии. В связи с этим независимо от предприятия, на котором произво-



**Тщательная селекция производственных площадок и отсутствие рекламных издержек – главные составляющие, которые позволяют LYNXauto поддерживать более чем привлекательные цены при стабильно высоком качестве.**

дится продукция LYNXauto, уровень качества поддерживается максимально высоким, на каждую деталь инженерами «Акита Кайхатсу» разработан собственный чертеж. Все этапы производства и технологические цепочки строго контролируются. Что же касается привлекательных цен, то привлекательные – не значит «низкие». Качество в любом случае стоит денег. Тщательная селекция производственных площадок и отсутствие рекламных издержек – пожалуй, главные составляющие, которые позволяют поддерживать более чем привлекательные цены при стабильно высоком качестве.

Для магазинов запчастей и СТО одними из ключевых требований являются наличие широкого ассортимента, гарантийное сопровождение продукции и оперативная доставка. В ассортименте LYNXauto более 7500 наименований продукции для автомобилей японских, корейских и европейских производителей следующих товарных групп: тормозные колодки и диски, фильтры, щетки стеклоочистителя, ШРУСы, ступицы и подшипники ступиц, ремни и компоненты привода ремня, лампы, высоковольтные провода, амортизаторы, защитные комплекты амортизаторов, опоры двигателей и трансмиссий, детали подвески и рулевого управления. Развитие продук-

товой линейки на этом не останавливается: ежегодно в портфель добавляются две-три новые товарные группы. Практически в каждой товарной группе есть свои уникальные особенности, которых нет у конкурентов, например: в ассортименте салонных фильтров имеется предложение угольных фильтров, поглощающих внешние запахи, при том что даже в оригинале идут простые фильтры.

В ассортименте деталей подвески предлагаются отдельные элементы (шаровые опоры, резинометаллические втулки и т. д.), которые в оригинале не меняются отдельно – только в сборе с рычагом. За счет этого потребитель получает выгоду, используя элементы производства LYNX, – ему не надо менять всю дорогостоящую деталь, а достаточно заменить вышедший из строя компонент. И так далее...

К тому же своевременная доставка детали клиенту в наше время все более востребована. Постоянное наличие LYNXauto у дистрибьюторов во всех регионах России позволяет осуществлять доставку в течение буквально нескольких часов.

На всю продукцию LYNXauto действует гарантия 12 месяцев (при установке на СТО) с момента продажи конечному потребителю, но не более регламентированного производителем автомобиля срока плановой замены

запасной части. Начиная с 2013 г. на территории РФ для станций технического обслуживания действует программа «Гарантийные СТО LYNXauto». В настоящий момент представлено более 200 сертифицированных гарантийных СТО LYNXauto.

Компания планирует долгосрочное сотрудничество с GROUPAUTO Россия. Ни для кого не секрет, что за последние несколько лет из-за сложной экономической ситуации в России продажи премиум-брендов испытывают не лучшие времена. На фоне снижения продаж и роста конкуренции сильно снизилась оптовая наценка. Покупательская способность падает, и все большее число автовладельцев начинают искать альтернативу сильно подорожавшим премиальным запчастям. На этом фоне предлагается широкий ассортимент высококачественной продукции LYNXauto, которая по многим параметрам не уступает продукции премиальных брендов, но при этом стоит в среднем на треть дешевле. Благодаря современному складу площадью 15 тыс. м<sup>2</sup> в Московской области и ассортименту более 7000 SKU в наличии гарантируются быстрые поставки продукции. Единый прайс-лист в российских рублях делает работу более стабильной и комфортной, так как не нужно его ежедневно пересчитывать из-за колебаний курсов валют. Прозрачная гарантия в 12 месяцев на все группы товаров LYNXauto позволяет конечному потребителю быть уверенным в качестве продукции, а дистрибьюторам и его клиентам – не переживать, что в случае каких-либо проблем они понесут финансовые потери.

Детали подвески выполняют очень ответственную работу – от них зависит как безопасность движения, так и комфорт водителя и пассажиров. Поэтому в процессе ремонта необходимо использовать только качественные изделия зарекомендовавших себя марок. Об отличительных особенностях высококачественной современной стойки стабилизатора по сравнению с низкосортной или даже поддельной мы расскажем на примере продукции всемирно известной компании CTR.

Михаил КАЛИНИН |



## СЕКРЕТЫ КАЧЕСТВА

Стойка стабилизатора – одна из важнейших деталей подвески (фото 1). Она выполняет чрезвычайно ответственную функцию (как ясно из ее названия) по стабилизации кузова, улучшая динамические характеристики и безопасность управления автомобилем. Стойка стабилизатора служит своего рода связующим звеном между хо-

довой частью и кузовом транспортного средства, обеспечивая гашение разнонаправленных нагрузок и поперечную устойчивость в процессе движения.

Рисковать с настолько ответственной деталью нельзя ни в коем случае! Нужно использовать только стопроцентно качественные изделия, гарантирующие заданные автопроизводи-

телем свойства и характеристики подвески каждого конкретного автомобиля. На нижеследующих фотографиях (в качестве примера использована не вызывающая сомнений в качестве стойка стабилизатора производства компании CTR) отражены основные аспекты, на которые следует обратить внимание при выборе новой стойки.

Фото 2



Фото 2.

Шаровой шарнир – основной функциональный элемент стойки стабилизатора. Усовершенствованная конструкция и использование самых современных материалов гарантируют высокое качество изделий CTR и конкурентную цену.

Фото 3



Фото 3.  
Для определения качества изделия многие механики по старинке используют тест на подвижность шарового

пальца, двигая его в разные стороны. На самом деле такой «тест» сегодня совершенно ни о чем не говорит. Представьте – какое усилие может прило-

жить к пальцу даже самый неимоверный силач? Ну, пусть 100 кг. А сколько весит автомобиль? Полторы тонны! Значит, на каждый элемент подвески приходится по 400 кг! Кто 400 кг может выдать на таком плече? Поэтому нет никакого смысла делать многозначительные выводы, опираясь исключительно на «жесткость» шарового шарнира.

Шарнир должен легко крутиться. Чем легче он проворачивается – тем лучше. Но... с другой стороны – легкое проворачивание может быть признаком большого зазора. Поэтому при использовании в производстве стойки стабилизатора современных технологий этот фактор лишается всякого смысла, и опираться на него нельзя.

Мягкость вращения, плавность хода – это показатель хорошей детали. Это условие, как говорят математики, необходимое, но недостаточное. Поэтому в настоящее время лучше отказаться от подобных методов диагностики/оценки.

Фото 4



Фото 4.

Шаровый палец и шар могут:

- представлять собой единое целое – изготовление методом пространственнойковки; производство же посредством выточки на токарном станке, свидетельством чего является центровочная метка от станка на конце пальца, не обеспечивает надлежащего качества;
- быть сваренными между собой; качественное изделие отличается сплошной сварка (сварка трением) по всей плоскости соприкосновения шара и пальца, а не только снаружи.

Фото 5



Фото 5.

Очень важно качество соединения трубки с корпусом шарнира. И вообще, в качественном современном изделии, по гибридной технологии, оба шарнира должна соединять именно трубка, а не сплошной металлический стержень, поскольку у трубки сопротивление на излом гораздо выше, чем у сплошного стержня (каким бы странным это кому-то ни казалось).

Фото 6



Фото 6.  
Подпятник. С ним может быть связано закоренелое заблуждение: некоторые механики считают, что качественный подпятник должен быть исключительно металлический. Действительно, на стойках первичной комплектации используются металлические подпятники, однако на рынок запчастей идут главным образом пластиковые. В этом нет ничего плохого. Так дешевле, но не менее качественно. Дело в том, что стойка стабилизатора не работает в данном направлении, осевого усилия в сторону подпятника не возникает в принципе. Поэтому он не задействован, это фактически такой же пыльник – заглушка, только с другой стороны, жестко зафиксированный конструкцией шарнира. Поэтому по своим

функциональным характеристикам пластиковый подпятник ни в чем не уступает металлическому. Единственное – невозможно, как у нас любят, молоточком его «поджать», но этого и не надо делать. Как отмечают эксперты компании CTR, при разработке и в процессе производства стойку стабилизатора испытывают в лаборатории более чем по 600 параметрам. И в плоскости подпятника – так же, прилагая все возможные здесь нагрузки. Пластик выдерживает все, поэтому сомневаться не стоит.

Фото 7



Фото 7.  
Фото 7. Клипса (хомут), удерживающая пыльник шарового шарнира на месте, должна иметь специальную форму (как кольцо для ключей) и, образно говоря, уходить сама в себя. Это необходимо для того, чтобы грани ее концов не повредили пыльник, что приведет к преждевременному выходу шарнира из строя. по всей плоскости соприкосновения шара и пальца, а не только снаружи.

Фото 8



Фото 8.  
Очень часто на пыльниках шарового шарнира прижимная клипса (хомут) сверху отсутствует. Это не является признаком низкокачественной детали или подделки. В этом случае может быть использована интегрированная конструкция – клипса внутри пыльника. Бывает, что на сам палец наносится проточка, посредством которой пыльник надежно закрепляется, исключая попадание загрязнений извне.



## СПЕЦБОЗРЕНИЕ: КОММЕРЧЕСКИЙ ТРАНСПОРТ

**ВЫБОР ПРОФЕССИОНАЛОВ**  
*КРАСКА ДЛЯ КОМТРАНСА*

**НОВОСЕЛЬЕ С ПЕРСПЕКТИВОЙ**  
*ДОМ НЕМЕЦКОЙ КОМПАНИИ*

**СВЕЖЕЕ ПОПОЛНЕНИЕ**  
*ПЕРВЫЕ ЭКЗЕМПЛЯРЫ*

**СИБИРСКИЙ ВЗГЛЯД**  
*ВСТРЕЧА НА ОЗЕРЕ*

В сегменте специального и коммерческого транспорта концерн BASF предлагает специализированную линейку материалов Glasurit RATIO Truck 68, соответствующую высоким требованиям отрасли.

Петр ЛЕВИЦКИЙ |



# ЭКСКЛЮЗИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ BASF ДЛЯ ОКРАСКИ СПЕЦИАЛЬНОГО И КОММЕРЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА





Об особенностях малярно-кузовного ремонта коммерческого транспорта рассказывает **Андрей Артамонов**, менеджер по работе с ключевыми клиентами компании «БАСФ Восток».

– Многие эксперты утверждают, что на рынке коммерческой и специальной техники наблюдается рост. Вы со своей стороны заметили это?

– Да, это очень хорошо видно на примере производителей специального транспорта. Например, на юге России есть крупное предприятие, которое производит прицепы для перевозки зерна и другой сельскохозяйственной продукции – у них очередь на получение готовой продукции около двух-трех недель при обязательной предоплате. Еще один пример – увеличение спроса в сегменте автобусов: на одном из крупнейших предприятий по их производству появилась вторая смена. В связи с ослаблением рубля стало выгодно производить внутри страны. В дополнение к этому работает программа утилизации: средний возраст парка грузовиков снижается, сейчас он составляет 12 лет. Также действуют ограничения на импорт поддержанной техники по причине ее небезопасности. Все это вместе взятое и обеспечивает рост и развитие локального производства.

– Можно ли говорить о том, что малярно-кузовной ремонт коммерческого и специального транспорта имеет свои отличительные особенности?

– Конечно! При ремонте коммерческого транспорта во главу угла ставятся такие задачи, как технологичность, время окраски и сушки, размеры окрашиваемых поверхностей и квалификация персонала. Очень часто при ремонте грузовых автомобилей или автобусов ожидания их владельцев относительно сроков ремонта выше, чем нормативы на его выполнение. В связи с этим для предприятий, выполняющих ремонт, эффективность и качество ремонтной системы играют ключевую роль.

Еще одна особенность, которую необходимо учитывать при кузовном ремонте такой техники, – условия эксплуатации. Не нужно думать, что ЛКМ для пассажирского и коммерческого транспорта одинаковы – это не так, они довольно серьезно различаются. Легковая машина в год проходит около 20 тыс. км, а пробег грузовика может достигать 250 тыс. км. Машина находится в эксплуатации постоянно, а это разные температурные режимы, почти непрерывное абразивное, атмосферное воздействие, дорожные реагенты, ультрафиолет и т. д. И лакокрасочное покрытие должно быть гораздо более прочным, нежели у легковых машин, более стойким к абразивному изно-

су, к воздействию ультрафиолета. Поэтому материалы для ремонта коммерческого транспорта должны все это выдерживать: такой автомобиль уже нельзя отремонтировать любыми подручными материалами – нужно понимать, что в условиях жесткой эксплуатации все это почти сразу придет в негодность.

Что особенно важно в случае с коммерческим транспортом: любая минута простоя – это прямой убыток владельцу. Соответственно, требования к самой технике диктуют характер ремонта. Рассмотрим это на примере одного из наших клиентов – крупной логистической компании. Заказчик предъявляет два основных требования: соответствие корпоративному цвету и максимальная скорость ремонта, он не должен превышать светового дня.

– Какие материалы востребованы сейчас и какое решение есть у BASF?

– Все чаще обращаются с запросами на материалы со специфическими свойствами и допусками. Еще один критерий, который озвучивается часто, – простота использования. У BASF есть система Glasurit RATIO Truck 68, которая в полной мере удовлетворяет этим требованиям и часто даже их превосходит. Это двухкомпонентная система эмалей для окраски коммерческого транспорта с высоким





содержанием сухого остатка. Данная линейка ЛКМ имеет широкий спектр применения – от заводской окраски до ремонта – и является идеальным решением для всех типов автомобилей: от самосвалов до автобусов. Покрытие получается качественным и долговечным. Что касается эффективности процесса нанесения материалов, система обеспечивает великолепную производительность за счет использования готовой смеси, отличающейся высокой укрывистостью и высокой скоростью высыхания, а также позволяющей добиться иде-

альной поверхности при нанесении в 1,5 слоя и в конечном счете быстрого завершения работ. Помимо этого в линейке Glasurit 68-й серии предлагается очень широкий спектр расцветок: из 21 основного компонента можно получить более 55 тыс. оттенков. В дополнение к линейке эмалей 68-й серии для коммерческого транспорта Glasurit предлагает широкий ассортимент вспомогательных материалов, таких как очистители, грунты, грунты-наполнители, защитные лаки и специальные добавки.

При разработке мы делали тесты, имитирующие сложные условия: соляной туман, абразивное и атмосферное воздействие и т. д. Вся линейка полностью разрабатывалась в Германии, но технологически учтены самые разные климатические условия, например материалы тестировались при температурном режиме от  $-60$  до  $60$  °C. Я могу с уверенностью сказать: мы предлагаем материал премиум-качества по вполне доступной цене.

Обычно компания-заказчик рассматривает в качестве основных такие параметры, как цена, качество и логистика. Но существуют и другие важные параметры, требующие внимания, о которых зачастую забывают. Например, одному предприятию мы предложили посчитать вес лакокрасочного покрытия. В нашем случае вес покрытия из ЛКМ BASF по сравнению с продуктом конкурента оказался меньше на 60 кг. Вроде бы не так много для тяжелой цистерны, но если посчитать количество рейсов и полезную нагрузку, которая растет благодаря снижению веса самой цистерны, то за год получается весьма убедительная цифра экономии. Без опыта такие расчеты не произвести, а у нас такой опыт есть. Мы знаем, как и что работает, какие материалы, в каких режимах и объемах подходят для решения каждой конкретной задачи. Мы готовы делиться своими специализированными знаниями в области окраски и оборудования окрасочного цеха.



# MIMS automechanika MOSCOW

21-я Международная выставка запасных частей,  
автокомпонентов, оборудования и товаров  
для технического обслуживания автомобиля

**21 – 24 августа 2017**

ЦВК «Экспоцентр»

Москва



- Более **1150** компаний из **39** стран
- **8** национальных павильонов
- **13** экспозиционных залов
- Более **230** часов бизнес мероприятий



Получите бесплатный билет!  
[www.mims.ru](http://www.mims.ru)

Организатор

**ITEMF**  
EXPO

В Подмоскowie открылась новая штаб-квартира компании Webasto, хорошо известной на российском рынке своими автономными отопителями салона и предпусковыми подогревателями.

Михаил КАЛИНИН |



# С НОВОСЕЛЬЕМ, WEBASTO!



Лобня – небольшой подмосковный городок всего в нескольких километрах от МКАД. Именно этот город теперь будет значиться в российском адресе глобального концерна Webasto SE, где с лета этого года базируется штаб-квартира дочернего предприятия – «Вебасто Рус». Более того, в новом комплексе располагаются не только офисы, но и полноценный производственно-логистический центр с цехами, учебными классами, складскими помещениями общей площадью более 4000 м<sup>2</sup>.

В реализацию настолько масштабного проекта компания инвестировала значительные средства – около 10 млн евро. Подобные затраты вполне оправданы. «Вебасто Рус» получило мощнейшую многофункциональную площадку, своего рода единый аккумулирующий центр, обеспечивающий функционирование различных секторов деятельности компании. Отсюда будет производиться снабжение всех филиалов «Вебасто Рус»: в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге и Новосибирске, а также более 50 региональных дилеров и всех установочных центров Московского региона. Кроме того, именно отсюда будут налажены конвейер-

ные поставки продукции для первичной комплектации на подавляющее большинство российских автобусных заводов, заводы ГАЗ, КАМАЗ и автозаводы иностранных брендов, осуществляющих сборку своей продукции в России.

**Клаус-Юрген Аппель**, генеральный директор «Вебасто Рус»:

*– В новом центре мы получили возможность знакомить технических специалистов со всей России с продукцией нашей компании в специально оборудованных кабинетах. Одновременно мы создали все предпосылки для того, чтобы начать здесь локализацию производства отопительных систем и компонентов. Уже имеются рабочие места для монтажа оборудования на «ГАЗели». Только в режиме одной смены мы готовы монтировать ежегодно до 12 тыс. систем отопления.*

*Вторая производственная зона – для коммерческого транспорта PSA – на стадии подготовки. В следующем году здесь мы также начнем монтаж. Все эти рабочие места созданы при поддержке нашего головного предприятия в Нойбранденбурге. Они полностью соответствуют самым высоким стандартам качества автомобильной промышленности.*

*Обладея широкими возможностями, мы заложили превосходный фундамент для нашего дальнейшего роста на российском рынке, и я думаю, мы таким образом подаем правильный и своевременный сигнал своим клиентам. Я горд этим комплексом в Лобне: он очень внятно выражает позицию компании Webasto на российском рынке.*

**Хольгер Энгельманн**, председатель правления Webasto SE:

*– Россия имеет стратегическое значение для нас как классический рынок с холодным климатом. С 2000 г. у нас здесь открыто собственное дочернее предприятие. С переездом из городской черты Москвы в новый комплекс севернее столицы мы значительно усиливаем наше присутствие. Мы работаем здесь и сейчас, и мы будем работать в России и дальше: Webasto верит в российский рынок.*

*Webasto – компания с богатыми традициями. Мы принимаем решения исходя из нашей ответственности, используя собственный широчайший кругозор. Компания существует уже почти 115 лет, ее финансовый фундамент солиден, она пользуется уважением в мире. В то время как в России мы больше известны своими предпусковыми обогревате-*





лями и климатическими системами, в мире нас знают как крупнейшего поставщика панорамных крыш и крыш для кабриолетов, а также на-крышных люков для легковых автомо-билей. Мы хотим плотнее развивать и эту компетенцию в России. Благо наш новый комплекс имеет колоссальный потенциал для этого. Не стану скрывать: основная цель Webasto состоит

в более глубокой интеграции на рос-сийском рынке.

Открытие комплекса Webasto имеет существенное значение не только для отрасли, но и для российско-герман-ских экономических отношений в це-лом, – это действительно резонансное событие. Поэтому торжества по слу-чаю открытия посетили первые лица

городской и областной администраций, Посольства Федеративной Республики Германия в Москве, Российско-Герман-ской внешнеторговой палаты.

**Томас Граф**, руководитель Де-партамента экономики и науки По-сольства Федеративной Республики Германия в Москве:

– Россия, несмотря на сложную политическую ситуацию, по-преж-нему остается очень интересной для немецких производственных компаний. Экономическая ситуа-ция в настоящее время способству-ет инвестиционной деятельности. Я искренне рекомендую и другим немецким производителям обратить внимание на опыт Webasto, чьи ин-вестиции свидетельствуют об успехе, завоеванной компанией на россий-ском рынке. Немецкая продукция для россиян традиционно является символом высокого качества и тех-нологичности и всегда пользовалась популярностью. Это в полной мере относится и к компании Webasto.

**Маттиас Шепп**, председатель правления Российско-Германской внешнеторговой палаты:

– Открытие данного комплекса – знаковое событие для Российско-Гер-манской внешнеторговой палаты. Сейчас очень хороший момент для





инвестиций, поскольку упавший курс рубля обеспечивает возможность выгодного вложения своих средств многими инвесторами. Несмотря на сложную политическую ситуацию, я могу смело констатировать: ход экономических реформ в России не остановился. Может быть, реформы идут не так быстро, как раньше, но, в любом случае, они продолжают.

Комплекс состоит из нескольких основных зон. Значительную часть помещений занимают офисы. Но совершенно не в ущерб производственно-сервисному участку.

Сервисная станция оборудована по последнему слову техники и может принимать все виды автотранспорта: легковые и грузовые автомобили, автобусы, спецтранспорт. Для их обслуживания станция оснащена специальным подъемным оборудованием: плунжерным подъемником и тельфером. В год в Москве продается примерно 5–7 тыс. подогревателей – как правило, уже с установкой. Разработкой и адаптацией установочной документации на новые модели и их модификации – это несколько сотен документов в год – будут заниматься в расположенной здесь лаборатории площадью около 300 м<sup>2</sup>.

Тут же будет производиться обслуживание аппаратуры. Стенды

точно такие же, как и в центральном офисе. Они позволяют работать (тестирование, ремонт, доработка и пр.) со всеми видами отопительного оборудования: от самого компактного до максимально громоздкого. Есть даже климатическая камера, где аппарат можно проверить в работающем состоянии в температурном диапазоне от –45 до 85 °С.

Рядом, что очень удобно, разместили учебный класс.

В противоположном крыле находится производственная площадка (около 300 м<sup>2</sup>) для сборки «легких» жидкостных подогревателей Thermo Top Evo. Выполняя требования заводов, Webasto поставляет на конвейер уже подсобранный узел: сам аппарат, кронштейн крепления к автомобилю и все его соединения с системами автомобиля (с жидкостным контуром и электропитанием, с патрубком для выхлопной системы и пр.). Весь процесс занимает 25 минут, разбит на три стадии, 4 варианта узлов для различных моделей завода ГАЗ (подогреватель серийно устанавливается на дизельные модификации «ГАЗели Бизнес», «Некст» и «Газона»). В следующем году, как уже было сказано, тут же будет производиться сборка Thermo Top Evo для легких коммерческих автомобилей концерна PSA, а также наиболее часто продаваемых

модификаций для вторичного рынка. Расчетная производственная мощность – до 50 тыс. отопителей в год.

Примечательно то, что все компоненты, которые используются для под сборки узла, планируется закупать в России, развивая локализацию. Уже найдены поставщики кронштейнов и жгутов проводки.

Отдельно несколько слов надо сказать о складе, занимающем 1600 м<sup>2</sup>. Средний грузооборот, на который рассчитывает «Вебасто Рус», составляет примерно 1000 отгрузок в год: 5–6 машин ежедневно в сезон будет отправляться и 6–8 приниматься. Для хранения товаров и комплектующих предусмотрено 1100 мест на паллетных стеллажах, из которых 990 – под стандартные паллеты и 110 – под крупногабаритный формат. Плюс 27 специальных стеллажей для больших кондиционеров, в первую очередь – автобусных (накрышных), которые поставляются единым блоком.

Что ж, в завершение рассказа нам остается лишь искренне пожелать компании Webasto успешной реализации всего задуманного, уверенного развития на российском рынке и вместе с российским рынком, испытывающим острую необходимость в настоящих профессионалах – собственно, каковым и является компания Webasto.

3 августа 2017 г. состоялась торжественная отгрузка первых грузовиков Scania нового поколения в России. Обладателями грузовых автомобилей S 500 стали компании ООО «Бдэйзер», ООО «ТРАСКО» и ООО «Нордленд». Мероприятие прошло на территории официального дилерского центра Scania в Санкт-Петербурге ООО «Скания Сервис».

Григорий МЕРЛИН |



# НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ

Всем трем партнерам были переданы седельные тягачи Scania S 500 4X2 в разных цветовых решениях и с двигателями экологического стандарта Euro-6. Все три грузовых автомобиля были приобретены по программе «Scania Драйв», которая подразумевает покупку техники с помощью лизинга, а также включенное техническое обслуживание (сервисный контракт), обучение водителей, систему мониторинга автопарка FMS и страхование в одном пакете.

Компания «Бдэйзер», вот уже 20 лет специализирующаяся на международных перевозках сборных грузов, приобрела новый тягач Scania S 500 4x2NA белого цвета (White Ivory).

Передняя ось тягача – на параболических рессорах, задняя – на пневмоподвеске. Топливный бак слева рассчитан на 600 л, справа – на 500 л. Двигатель модели DC13 155 экологического класса Euro-6 оснащен системой впрыска ХРІ и нейтрализацией отработавших газов по SCR-технологии. Тягач оснащен коробкой передач модели GRS905R с системой автоматического переключения передач Scania Opticruise и тормозом-замедлителем (ретардером) типа R4100.

**Андрей Беляев**, генеральный директор ООО «Бдэйзер»:

– Для нас автомобили Scania являются наиболее комфортными, они

оснащены всем необходимым для успешных грузоперевозок на дальние расстояния. С приобретением новых инновационных моделей нового поколения Scania наша компания выйдет на новый уровень и сможет существенно расширить географию перевозок по всему миру.

Компании «Нордленд», которая приобретает исключительно эксклюзивные модели Scania ограниченной серии, была отгружена модель S 500 A4x2NB в цветовом исполнении Fiction Blue («Фантастический синий»). Отличительная особенность этой модели в том, что тягач – на полной пневмоподвеске (с новой





пневматической подвеской передней оси). Топливный бак слева рассчитан на 1000 л, справа – на 500 л. Коробка передач автомобиля – модели GRS905R, с системой автоматического переключения передач Opticruise, с тормозом промежуточного вала. Еще одна особенность модели – отключаемый ретардер (трансмиссионный тормоз-замедлитель) типа R4100D, который позволяет дополнительно экономить топливо.

**Евгения Турутина**, генеральный директор ООО «Нордленд»:

– Большинство маршрутов, по которым следуют наши автомобили, довольно сложные и опасные, следовательно, техника должна быть соответствующая: надежная и мощная. Но не стоит забывать и о комфорте для водителя, для которого автомобиль на время дальней поездки становится вторым домом. Мы в предвкушении работы новой модели на российских дорогах и с радостью ждем первого рейса.

Компания «ТРАСКО», в автопарке которой более 300 ед. автопоездов в составе седельных тягачей Scania, пополнила свой парк моделью нового поколения Scania S 500 NA желтого цвета (Sunny Yellow). Передняя ось тягача – на параболических рессорах, задняя ось – на пневмоподвеске. Топливный бак слева рассчитан на 600 л, справа – на 500 л. Двига-



тель модели DC13 155 экологического класса Euro-6 оснащен системой впрыска ХРИ и нейтрализацией отработавших газов по SCR-технологии.

**Михаил Пальков**, заместитель генерального директора по транспорту ООО «ТРАСКО»:

– Мы стремимся оказывать нашим клиентам сервис высокого уровня и во главу угла ставим надежность и безопасность перевозок, которые невозможны, в том числе, без новых надежных автомобилей. В то же время мы строго соблюдаем все экологические стандарты, принятые в странах, составляющих географию наших

перевозок. Экологически безопасные машины – часть нашего вклада в заботу об экологии планеты.

**Леонид Ткачик**, директор по продажам грузовых автомобилей ООО «Скания-Русь»:

– На сегодняшний день с момента всемирной презентации нового поколения в Париже в августе 2016 г. европейским клиентам передано уже более 11 тыс. ед. техники. Сегодня мы впервые отгружаем нашим российским партнерам принципиально новое решение, которое способно еще больше повысить рентабельность бизнеса. А



19–20 мая 2017 г. в седьмой раз состоялся традиционный Уральский форум «Запчасти и сервис для европейского коммерческого транспорта». Организаторами мероприятия выступили компания «Комтранс», GROUPAUTO Россия и Ассоциация TRUCK-LDC. Местом проведения, также по традиции, стал Парк-отель «Золотой пляж» на берегу живописнейшего озера Тургояк в Челябинской области.

Петр ЛЕВИЦКИЙ |



стей для европейского коммерческого транспорта, среди которых – Bosch, Febi, NRF, Schaeffler, Valeo, ZF, Hella и др., – владельцы бизнеса и руководители транспортно-логистических компаний, дистрибьюторы запасных частей, владельцы розничных магазинов и автосервисов.

**Дмитрий Павлов**, генеральный директор, компания «Комтранс»:

– Даже на федеральных выставках не всегда получается поговорить с 60 руководителями сервисов – именно поэтому производители так заинтересовались теми форматами, которые мы предлагаем в рамках Уральского форума.

**Марат Ереев**, коммерческий директор, «Комтранс»:

– Принципиально важно, чтобы в мероприятии участвовали те люди, которые принимают решение, – собственники бизнеса или топ-менеджеры. Эти люди говорят на другом языке, иначе обсуждают проблемы, это важно для имиджа и успеха мероприятия.

Есть общие проблемы отрасли, есть проблемы каждого предпринимателя или компании. Для решения проблем первого рода мы предоставляем площадку, где поставщики показывают свои продукты, помогают разобраться со своими предложениями, отвечают на вопросы. Но для вторых, возможно, важнее непосредственное общение – многие находят готовые решения своих проблем – и не повторяют ошибки, которые уже совершили их коллеги.

Люди приезжают сюда еще и для того, чтобы понять тенденции рынка. Многие после участия в Форуме корректируют свою стратегию, открывают новые направления, и это, на мой взгляд, помогает развитию отрасли в целом.

В этом году формат мероприятия поменялся: оно впервые продолжалось два дня. Поставщики смогли представить свою продукцию не только в ходе презентаций и круглых столов, но и в формате мини-экспо. Соответственно, и каждый участник



## ВЗГЛЯД НА КОМТРАНС ИЗ СИБИРИ

Уральский форум – уникальное мероприятие, фактически ничего похожего в России не проводится. Раз в год представители отрасли собираются вместе, вроде бы в неформальной обстановке, но благодаря этому

происходит концентрация, люди обсуждают волнующие их темы так, как им максимально удобно. В этом году Форум собрал 146 участников – это представители европейских компаний-производителей запасных ча-



мог задать свои вопросы представителям поставщиков в максимально комфортной для себя форме.

**Марат Ереев:**

– Любое положительное развитие предполагает перемены, и то, что формат поменялся и форум стал двухдневным, – это реакция на запрос от партнеров и участников. Практика показала, что не хватает времени на общение, и чтобы сделать все максимально комфортным, мы добавили еще один день. Это позволило нам увеличить присутствие и объем участия поставщиков и пригласить еще больше партнеров. Даже в первый день практически все отметили, что решение было правильным.

**Виталий Ковтун**, генеральный директор, «Афекстверьдеталь»:

– Организация мероприятия всегда была на высоте, а изменение формата стало приятной инициативой: стало интереснее, а если учесть, что аудитория очень заинтересованная, то и весьма полезно. Уверен, что принимать участие в таких мероприятиях надо обязательно, чтобы узнавать что-то новое и улучшать собственную работу.

Участники Форума единодушны: мероприятие интересное, а главное, полезное.

**Игорь Гуцуляк**, «ГрузАвто», Санкт-Петербург:

– Хорошо, что появился второй день: если в первый день появились вопросы, то на второй день их можно задать, хорошо обдумав. При этом программа достаточно разнообразная, поэтому она не перегружает. В Европе практически нет магазинов запчастей – все продается через сервисные станции. Мы тоже к этому придем – уже растут требования к СТО: если ты произвел ремонт и случилась авария, спросят с того, кто отремонтировал. Пока это законодательно не закреплено четко, но процесс идет, и мы к этому придем. Но и от оптовых складов мы никуда не уйдем – они и станут центрами поставки запчастей для сервисов.

**Виктор Ершов**, «КурганТоргХолод», г. Курган:

– Мероприятие успешное и очень полезное: мы знакомимся с людьми, общаемся, приобретаем опыт, а это самое главное в нашем деле. Все по-

**Юрий Александров**, руководитель технического отдела Департамента автотехники, Schaeffler Group:

– «Шеффлер Руссланд» не первый год выступает на данном Форуме, и каждый раз приходим к выводу, что форматы круглых столов и экспозе являются максимально эффективными для обмена мнениями, новостями, предложениями, изменениями в ценовой политике и планами на следующий год. Великолепная организация команды «Комтранс» всегда удивляет насыщенностью программы, баланса деловой части и личного времени участников. По максимуму задействованы возможности размещения на базе «Золотого пляжа», отлично отстроенная логистика не дает повода усомниться в профессионализме и опыте оргкомитета. Каждый раз целевая аудитория подбирается из профессионалов в продаже и обслуживании коммерческого транспорта, и нам всегда есть о чем поговорить с коллегами. Любой из специалистов по обслуживанию коммерческой техники должен быть уверен в качестве устанавливаемой продукции, которая может влиять на безопасность грузоперевозок и конечную стоимость эксплуатации. Где, как не на Форуме, получить информацию из первых уст и обменяться контактами для получения консультаций по мере возникновения вопросов? Форум – единственная возможность наладить прямое общение и получить достоверную информацию от производителей деталей. В 2017 г. мы представили на форуме новейший продукт FAG SmartSet, который на долгие годы будет уникальным предложением на рынке ступичных подшипников. По-прежнему высокий спрос сохраняется и на стандартные ремонтные решения ступичных подшипников FAG, системы сцеплений LuK, подшипниковые решения INA для трансмиссий.

знается в сравнении, и благодаря таким встречам мы узнаем, как работают коллеги и как они решают похожие проблемы. Я очень доволен!

**Александр Савин**, «Автогид», г. Саратов:

– Мы уже не первый год приезжаем на Уральский форум, и с каждым

годом все интереснее принимать в нем участие. Практическая польза от Форума – общение. Мы здесь не конкуренты друг другу, поэтому скрывать нам нечего, и мы честно делимся всем, что знаем и умеем. Плюс такие события – это драйв, возвращаешься домой – и хочется работать лучше!

**Александр Суходоля**, руководитель технического отдела, Hella:

– Наш бизнес – продажи через крупные оптовые компании, и одним из наших крупнейших партнеров является компания «Комтранс». Мы сотрудничаем около 5 лет и постоянно наращиваем обороты. Но мы не ограничиваем свои контакты только крупными дистрибьюторами – рынок быстро меняется, необходима обратная связь и с клиентами следующего уровня: СТО и магазинами. Благодаря компании «Комтранс» мы имеем уникальную возможность здесь, на озере Тургояк, в неформальной обстановке пообщаться с нашими партнерами, обсудить новости, тенденции, проблемы, которые возникают у клиентов, и стать ближе к клиенту. Нас очень радует возможность прямого разговора, и если клиенты предлагают нам новые идеи – мы с удовольствием их подхватываем. Аудитория очень заинтересованная – спрашивают об особенностях нашей продукции, об отличии от конкурентов, интересуются возможностями обучения, вопросами маркетинга и продвижения и т. д.

В мае этого года на Ульяновском автомобильном заводе стартовало производство тяжелых грузовых автомобилей ISUZU серий С и Е. Познакомиться поближе с машинами пилотной партии и испытать их нам предоставилась возможность в ходе мероприятия «Время тяжелых машин», организованном компанией «Исузу Рус».

Михаил КАЛИНИН |



# ВРЕМЯ ISUZU

В последнее время ISUZU на российском рынке демонстрирует действительно впечатляющие результаты. И к пресловутой «низкой базе» они не имеют никакого отношения: 7-кратный прирост доли в сегменте за последние 5 лет имеет куда более глубокие и серьезные предпосылки. Одна из главных, пожалуй, – наличие собственного производства в России. Первая линия по сборке грузовиков ISUZU открылась в 2012 г. на территории Ульяновского автомобильного завода. Сегодня предприятие в Ульяновске выпускает полную линейку грузовых автомобилей массой от 3 т. Благодаря запуску производства тяжелой серии совокупные мощности завода будут загружены на

100 % – в 2017 г. планируется выпустить 4300 машин. Из них примерно 400–500 составят грузовики тяжелой гаммы полной массой 30 т и выше. Это будут грузовые автомобили с дизельными двигателями стандарта Euro-5. Основными заказчиками грузовых автомобилей серий С и Е станут промышленные компании европейской части страны, а также Дальневосточного региона. Таким образом, доля марки в сегменте азиатских брендов дойдет до рекордных 50 %

**Игорь Давыдов**, операционный директор «Исузу Рус»:

– ISUZU продемонстрировал отличные показатели по продажам, одни из

лучших: почти 2700 грузовиков было продано в прошлом году. Мы заняли лидирующие позиции среди производителей нероссийских брендов. И наши позиции усиливаются: только за первые 4 месяца текущего года мы продали уже почти 900 машин, нарастив свою долю в «азиатской четверке» более чем на 10 %.

Во многом этот успех обусловлен наличием собственного производства в Ульяновске. Весной мы начали собирать там тяжелую серию GIGA. Мы долго к этому шли, долго анализировали ситуацию. Сборка стартовала в итоге очень кстати, потому что именно в этом году возобновился рост продаж тяжелых грузовиков. Это и седельные



тягачи, и строительные шасси, и колесная формула 6x4. К этому моменту мы собрали первую партию, которая насчитывает свыше 50 единиц. Часть машин уже отправлена дилерам для обеспечения первых заключенных контрактов.

Наиболее интересные из новинок как раз и были представлены на мероприятии «Время тяжелых машин». Это самосвальный автопоезд для перевозки зерна в составе самосвала и прицепа «Автомастер-АМКАР», мультилифт GIGA, 16-кубовый самосвал и тягач с полуприцепом «Автомастер-АМКАР» с расширяющимся кузовом к заднему борту для лучшего схождения груза, а также два самосвала Cantoni на шасси GIGA.

Испытать тяжелые машины можно было на специально подготовленной трассе-площадке в виде песчаного карьера с зыбким грунтом, не имитирующей, а, по сути, представляющей реальные условия эксплуатации такой техники, поскольку этот полигон являлся действительно некогда функционировавшим песчаным карьером. Каждому участнику было отведено 30 минут на то, чтобы погрузиться в процесс вождения грузовика. Для понимания тонкостей управления загруженной машиной в кузов самосвалов экскаватором засыпался песок, который нужно было перевезти на определенную дистанцию и высыпать.

#### Игорь Давыдов:

– ISUZU GIGA – не новичок на российском рынке, эта модель давно эксплуатируется на Дальнем Востоке. Ранее шасси производилось в Японии, а сейчас получило ульяновскую «прописку». Мы располагаем большим парком тестовых машин, которые можно испытать в деле. Наше произ-

водство работает по высоким японским стандартам и с соблюдением всех норм и требований. Заказчики получают высококачественные машины, которые выдерживают проверку экстремальными условиями.

Другими, но не менее почетными участниками мероприятия стали четыре пикапа D-мак в различных комплектациях, включая корпоративную Energy с автоматической коробкой передач и специальную Arctic для сурового климата и сложных дорог. Эта модель была представлена в России около года назад и уже заинтересовала потенциальных клиентов из числа операторов корпоративных парков.

Специально для пикапов была создана трасса с крутыми спусками и подъемами, лесными дорогами и водной преградой. За 14 минут каждый водитель в сопровождении опытного инструктора-штурмана смог в полной мере протестировать возможности автомобиля и оценить управляемость.

Игорь Давыдов положительно оценивает перспективы пикапов D-мак на отечественном рынке. Неудачи, которые сопровождали их в последние годы, по его мнению, обусловлены не вполне корректным позиционированием предлагавшихся автомобилей.

#### Игорь Давыдов:

– Да, это достаточно специфический транспорт, но клиенты на него есть. Аудитория очень широкая, мы в первую очередь рассчитываем на тех, кому пикап нужен для ежедневного использования в бизнесе.

Уже отобрано 10 дилеров в сети ISUZU – все они отвечают требованиям по продаже D-мак. У них оборудован соответствующий шоу-рум, приобретены демонстрационные машины и зап-

части, диагностическое и ремонтное оборудование. В компании отлично понимают, что это немного другой бизнес, отличающийся от грузового. Поэтому на первом этапе количество дилеров D-мак ограничено.

Основной упор будет сделан, как сказал Игорь Давыдов, на B2B-клиентов, хотя B2C не исключаются. В России немало компаний, которые используют пикапы в профессиональных целях, на них «Исузу Рус» и ориентируется. Первые поставки уже пошли в регионы нефтедобычи.

При этом любой грузовой дилер также имеет возможность обслуживать пикапы, потому что у него есть диагностическое оборудование и возможность заказывать запчасти.

Для развития дилерской сети «Исузу Рус» в настоящий момент интересны европейская часть страны, Москва, Санкт-Петербург, Челябинск, Екатеринбург, Нижний Новгород. **А**



Для автомобилей коммерческого транспорта внешний вид – не мелочь: это «лицо» компании, постоянная реклама ее услуг. Лицо не обязательно должно быть молодым, но оно в любом случае обязано оставаться привлекательным, т. е. чистым.

Петр ЛЕВИЦКИЙ |



# ЧИСТОЕ ЛИЦО



На семинаре, организованном компанией Washtec на базе ведущей российской компании по продаже и обслуживанию коммерческого автотранспорта «ИЛАРАВТО», рассказывали о том, как обеспечить требуемую чистоту большим машинам, а также о том, что при правильной постановке дела организация автомойки для коммерческого транспорта может стать самостоятельным доходным подразделением бизнеса. Опыт специалистов заслуживает внимания.

Мы неоднократно рассказывали о том, что коммерческий транспорт имеет специфику, которую необходимо учитывать и при обслуживании таких автомашин. В первую очередь, такой автомобиль – средство заработка владельца: любой перерыв в эксплуатации – это не просто потеря дохода, это прямой убыток. Поэтому техническое обслуживание должно производиться в максимально короткие сроки, желательно – не более суток. В этот период надо уместить все: регламентные работы, мелкий (а зачастую и крупный, даже кузовной) ремонт. Разумеется, на грязной машине выполнить все это невозможно, поэтому оборудованная автомойка – обязательное условие существования успешной СТО коммерческого транспорта.

Кстати, эксплуатация сильно загрязненных транспортных средств запрещена, а на больших машинах грязь заметнее: останавливают, особенно в городе, заставят искать точку, чтобы помыться, а это время, которое, как уже говорилось, – деньги. Поэтому самое удачное место расположения грузовой мойки – на въезде в город рядом с оживленной трассой. Такая мойка может обслуживать не только машины, заходящие на сервис, но и просто проезжающие грузовики, которым нужно смыть дорожную пыль.

О каком объеме рынка идет речь? За последний год продажи грузовиков, автобусов и специального транспорта стали расти, и хотя российский парк по-прежнему плохо поддается подсчету, в нем точно миллионы единиц таких машин. Услуги мойки по цене расходятся довольно значительно: от 400 руб. за то, чтобы помыть водой микроавтобус, до 2 тыс. и более за машину со сложной геометрией кузова (самосвал, трактор и т. д.). По оценкам специалистов Washtec, объем рынка мойки коммерческого транспорта в России составляет около 70 млрд руб. в год. Впечатляющая цифра, что и говорить.

**Отметим, что наличие автоматической мойки не отменяет необходимость ручной предварительной мойки – соответствующее оборудование желательно предусмотреть: предварительная ручная обработка значительно сокращает время автоматической мойки и улучшает качество.**

При этом рынок не то чтобы пуст – в России, по экспертным оценкам, насчитывается примерно 2,5 тыс. моечных мест для коммерческого транспорта, что сопоставимо со странами близкого по численности автопарка: в Германии таких моечных мест 2156, во Франции – 1963. Но, как говорится, посмотрим на детали: из наших 2,5 тыс. только около 200 грузовых моек автоматизированы. Это число растет, но совсем не так быстро, т. е. потенциал развития в таком сегменте есть.

Разумеется, оборудование мойки для коммерческого транспорта если не сложнее, то уж точно масштабнее, нежели постройка легкового моечного поста. Сами машины больше – необходимо предусмотреть разворотные радиусы увеличенного размера и место для стоянки ожидающих машин. Второе, что следует учитывать, – нестандартные формы: тентованные кузова, цистерны, самосвалы и т. д. При

этом набор услуг, который требуется для коммерческого транспорта, слегка отличается от набора легковых моек: помимо внешней обработки кузова, мойки днища и чистки салона требуется обработка шасси и колес. Да, не стоит забывать и о сильно выступающих деталях, вроде боковых зеркал заднего вида у автобусов.

Рассмотрим вариант организации автомойки для грузового транспорта, которая должна зарабатывать деньги для своего владельца. Это важная оговорка – про заработок: собственную мойку может (а по-хорошему – должно) иметь и автотранспортное предприятие. Но у такой мойки другие задачи: она должна быстро и качественно очищать собственный транспорт, поэтому не нужно думать и о зоне отдыха для водителей, о пункте приема, системе оплаты и т. д. Коммерческая мойка должна быть оборудована всем вышеперечисленным, что предполагает

**Павел Евдокимов, генеральный директор ООО «ИЛАРАВТО»:**  
– Компания эксплуатирует в своих сервисных центрах несколько моечных установок ведущих европейских производителей, но именно мойка MaxiWash Combi от WashTec зарекомендовала себя низкими расходами на содержание и высокой эффективностью автоматической очистки.





большие площади и дополнительный персонал.

Минимальное требование к моечному помещению, по оценкам специалистов Washtec, – для автомобиля 19,5 м длиной, 2,9 м шириной и 4,2 м высотой необходимо помещение 25,0 м

длиной, 6,0 м шириной и 5,3 м высотой. Однако моечным пространством такое помещение не ограничивается, поэтому размеры «в чистоте», т. е. с учетом дополнительно необходимых площадей, составит 26,0х6,04х5,30 м. При этом участок, с учетом радиусов

**На самом деле, количество возможностей автомоечного комплекса для коммерческого транспорта не только широкое – это масштабируемый бизнес. Можно начать с минимального оборудования и постепенно дополнять его новыми возможностями, от мойки днища до финишного ополаскивания с воском. Главное – относиться к этому как к перспективному и доходному бизнесу. Чистота – это не только красиво, это еще и выгодно.**



разворота, должен быть от 60 м (с расчетом на обслуживание машин длиной до 12 м) до 120 м (возможность обслуживания автопоездов длиной до 25,25 м). В зависимости от доступных площадей можно выбирать и оборудование.

Компания Washtec предлагает разные варианты оборудования автомоечных комплексов для коммерческого транспорта – линейку MaxiWash Vario. Выбирать можно из следующих комплектаций.

**MaxiWash Vario** – автоматическая порталная мойка. Конфигурация дополняется множеством разнообразных опций – например, автоматический старт программ, специальные программы, мойка химическими средствами и водой высокого давления, сушильный агент, ополаскивание без пятен (осмос) и др. Дизайн, щеточный материал, типоразмеры адаптируются в соответствии с запросами. Время мойки – 7 минут для мойки грузовика 18 м (2 хода мойки) / 6 минут для автобуса 12 м.

**MaxiWash Vario Combi** оснащен 6 роторами по 4 форсунки с каждой стороны и поворотной опускаемой балкой для мойки по контуру химикатами и высоким давлением для очистки самосвалов, мусоровозов, бензовозов и автомобилей с нерегулярным контуром. Стандартная MaxiWash Vario может быть дооснащена до Combi при установке специальной рамы. Эффективная очистка сложных контуров обеспечивается за счет 6 роторов с каждой стороны и поворота балки на 360°.

**MaxiWash Vario Tandem** существенно ускоряет процесс мойки. Tandem состоит из двух стандартных машин MW Vario. Первый портал моет переднюю часть автомобиля, а второй – заднюю, что существенно сокращает время мойки.

**MaxiWash Vario** на коротких рельсах – это комбинация проездной мойки и портала. Сначала боковые и верхняя щетки моют переднюю часть автомобиля, включая защиту зеркал. Затем портал движется, объезжает зеркала и продолжает моечный процесс. С этого момента автомобиль проезжает через портал до достижения задней части. В этом месте автомобиль останавливается, и очищается задняя часть автомобиля. Водитель выезжает. Тем самым увеличивается скорость очистки автомобилей с различной длиной даже в коротких залах – менее 4 минут на мойку, включая защиту зеркал.



13-я международная выставка  
автомобильной индустрии



# ИНТЕРАВТО



+7 (495) 727-26-31  
[www.interauto-expo.ru](http://www.interauto-expo.ru)

23-26 августа 2017 года

реклама

## Крокус Экспо



Автокомпоненты и запчасти



Автохимия



Автоаксессуары



Автоэлектроника



Гаражное и сервисное  
оборудование

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**  
Международный выставочный центр

Генеральный информационный  
партнёр:



Информационный партнёр  
МВЦ «Крокус Экспо»:



12+

ГОРОД	КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА	ПРОДАВЕЦ	КОНТАКТЫ
ИВАНОВО	3M, Brulex, Novol, CarSystem, Reoflex, Alpina, Milesi, Caparol, Body и др. Продажа лакокрасочной продукции для авторемонта, строительства и отделки	www.автомали-иваново.рф	+7 (4932) 47-54-53
ВОРОНЕЖ	SPECTRAL, ANEST IWATA, MOBIHEL, ROKLAND, KOVAX и др. Лакокрасочные материалы и оборудование для автосервисов	Магазин БАВ, г. Воронеж, ул. Дорожная, 22	+7 (906) 582-08-75 www.b-a-v.ru
НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ	Nova Verta, DAMIANI, CARSYSTEM, CAR F.I.T., LECHLER, HOLEX. Окрасочно-сушильные камеры, промышленные покрытия, материалы для кузовного ремонта, проектирование, монтаж, обслуживание оборудования	АВТОПИЛОТ Татарстан, г. Набережные Челны, 40 лет Победы, 88Б	+7 (8552) 771-663, +7 (917) 398-53-77
РОСТОВ-НА-ДОНУ	Lechler, Kansai, Genrock, U-Pol, Iwata, Kovax, Star, Radex, Black Fox	Точные Краски, г. Ростов-на-Дону, пр. Коммунистический, 20/4	+7 (863) 292-50-88, +7 (863) 246-67-40 www.tochniekraski.ru
ТВЕРЬ	Kroy, Smile, Ranal, U-pol, Roberlo, Deerfos, Fitter. Лакокрасочные материалы для кузовного ремонта, абразивный материал для кузовного ремонта	СТИЛЬАВТОТРЕЙД, г. Тверь ул. Коминтерна, 71, магазин автокрасок	8 (4822) 76-10-41, 8 (920) 179-00-97 www.sat-tver.ru frolova_n@list.ru

По вопросам размещения информации в каталоге обращайтесь по e-mail: 3049928@mail.ru

## ПОДПИСКА

## ОФОРМИТЕ ГОДОВУЮ ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ НА – «НОВОСТИ АВТОБИЗНЕСА»

Платеж	<p>Получатель: ООО "Таби Медиа" ИНН: 7715893482 Р/сч.: 40702810700000121726 в: ВТБ 24(ПАО) БИК: 044525716 К/сч.: 30101810100000000716</p> <p>Наименование платежа: Годовая подписка на журнал "Новости Автобизнеса"</p> <p>Ф.И.О. плательщика: _____</p> <p>Адрес для доставки (с индексом) _____</p> <p>Телефон _____ e-mail _____</p> <p>Адрес плательщика: _____</p> <p>Сумма платежа: 2400 руб. 00 коп.</p> <p>Сумма платы за услуги: _____ руб. ___ коп.</p> <p>Итого: _____ руб. ___ коп. Дата " ____ " _____ 2017 г.</p> <p>С условиями приема указанной в платежном документе суммы, в т.ч. с суммой взимаемой платы за услуги банка, ознакомлен и согласен.</p> <p>Подпись плательщика: _____</p>
	<p>Получатель: ООО "Таби Медиа" ИНН: 7715893482 Р/сч.: 40702810700000121726 в: ВТБ 24(ПАО) БИК: 044525716 К/сч.: 30101810100000000716</p> <p>Наименование платежа: Годовая подписка на журнал "Новости Автобизнеса"</p> <p>Ф.И.О. плательщика: _____</p> <p>Адрес для доставки (с индексом) _____</p> <p>Телефон _____ e-mail _____</p> <p>Адрес плательщика: _____</p> <p>Сумма платежа: 2400 руб. 00 коп.</p> <p>Сумма платы за услуги: _____ руб. ___ коп.</p> <p>Итого: _____ руб. ___ коп. Дата " ____ " _____ 2017 г.</p> <p>С условиями приема указанной в платежном документе суммы, в т.ч. с суммой взимаемой платы за услуги банка, ознакомлен и согласен.</p> <p>Подпись плательщика: _____</p>
Квитанция	
Кассир	



Чтобы оформить подписку:

- заполнить подписной купон и оплатить его в ближайшем отделении банка;
- отправить копию платежного поручения в редакцию по электронной почте.

По вопросам подписки на журнал и приобретения уже вышедших номеров обращайтесь к Вдовиченковой Владиславе. E-mail: 3049928@mail.ru

# ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ: ВЫБИРАЙ ПРАВИЛЬНО! ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ – ОРИГИНАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО



**mims automehanika moscow**  
 21 – 24 августа 2017, ЦВК «Экспоцентр», Москва  
 Посетите наш стенд F.441 в павильоне «Форум»

[www.groupautorussia.ru](http://www.groupautorussia.ru)





# ВАШ ПРОВОДНИК В МИР OE КАЧЕСТВА

С ремнями Gates Micro-V® ваши клиенты всегда будут в выигрыше. Доступно 4 различных типа ремней: Micro-V®, Stretch Fit®, Stop&Start и Unique Fit. Компаунд, корды и ребра ремней Micro-V® производятся по технологии для конвейерной сборки и не уступают по качеству оригинальным запчастям.

**GATES MICRO-V®**  
ПОЛИКЛИНОВЫЕ РЕМНИ В ОРИГИНАЛЕ



[WWW.GATESTECHZONE.COM](http://WWW.GATESTECHZONE.COM)

© Gates Corporation 2017 - Все права защищены.