

АВТО



Новый дизайнер АвтоВАЗа удивит если не мир, то Тольятти. Прототип Lada следующего поколения представлен на салоне **16** | Китай не только потребляет больше автомобилей, чем любая другая страна, но и бьет все рекорды по темпам роста производства машин **16** | Фоторепортаж с Московского международного автомобильного салона **18** |

Если правда, что будущее — это то, к чему все мы приближаемся со скоростью 60 минут в час, то правда и то, что к будущему автомобильной индустрии мы приближаемся с некой еще большей скоростью, которую, однако, трудно установить даже при помощи чуткого спидометра. Очевидно, что для определения более или менее значимых трендов, которые будут влиять на промышленность по производству транспортных средств и формировать автомобильный мир в обозримой перспективе, нужны самые разные инструменты и системы оценок.

Дорожная карта

рынок
Горячего слезы
Баррель нефти остается самой популярной единицей меры в любом аналитическом отчете, посвященном автомобильной индустрии. Эту единицу в одинаковой степени можно рассматривать как мерило и прогресса, и регресса. В ближайшем будущем повышение цен на углеводороды преимущественно негативный фактор. Практически для всех автопроизводителей оно сулит чувствительные издержки и потери. Европейские компании и вовсе в зоне риска. Высокие цены на нефть заставляют автоконцерны из Европы пересматривать производственные планы, некоторым из них они грозят банкротством. Так, убытки Peugeot-Citroen, по данным Bloomberg, составляют около €200 млн в месяц, биржевая капитализация компании упала за год на 77%, а кредитный рейтинг, по оценке Moody's, уже опустился до мусорного уровня Ba1. Высокий уровень безработицы, нестабильная эко-

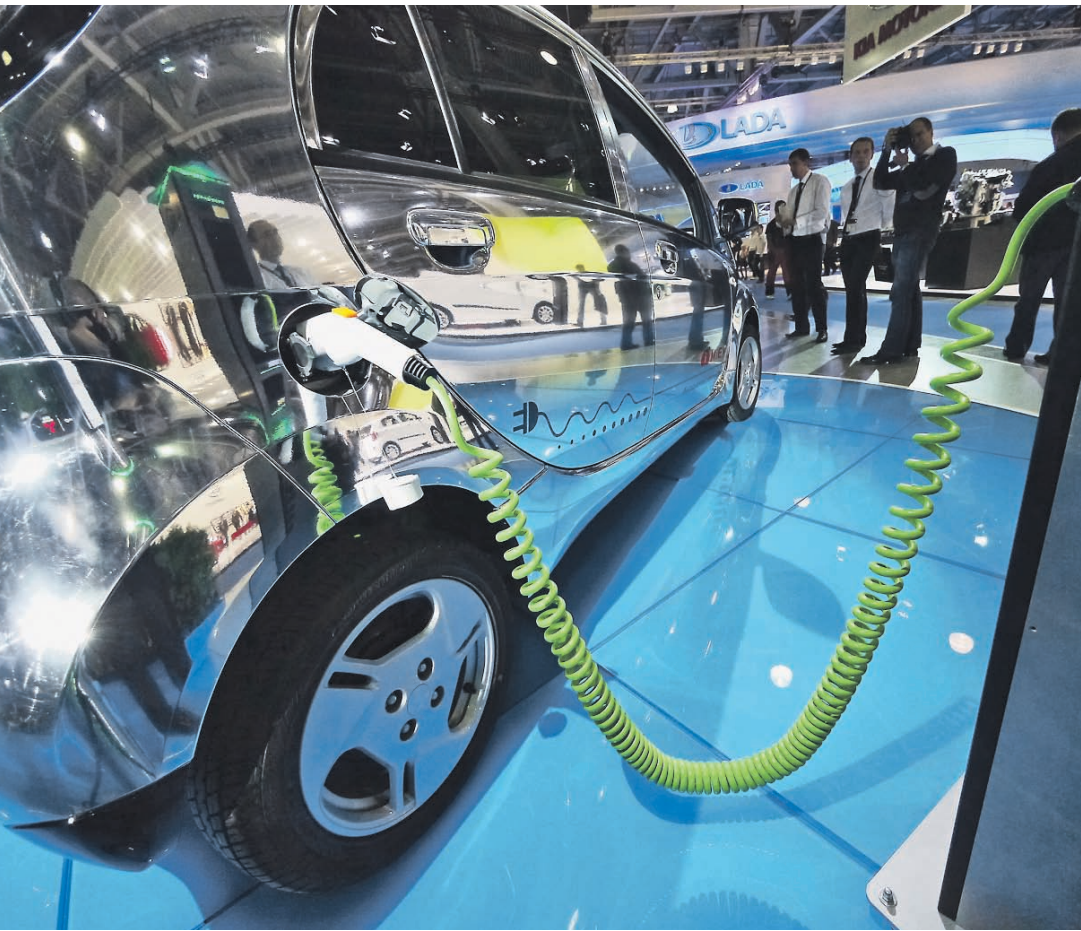
номическая ситуация, инфляция и другие негативные факторы привели к существенному падению продаж. По данным Европейской ассоциации автопроизводителей, в первом полугодии 2012 года по отношению к соответствующему периоду прошлого года снижение продаж составило 6,8%. Ожидается, однако, что автомобильный рынок в Европе упадет еще больше: показатель проданных автомобилей понизится с 16 млн в 2007 году до 13 млн в конце текущего года. В этих условиях автоконцерны Европы неминуемо будут вынуждены сокращать производство. По самым оптимистичным прогнозам, выпуск нужно уменьшить на 1,5 млн автомобилей, что эквивалентно закрытию пяти сборочных заводов. Реальной же мерой было бы сокращение производства на величину падения продаж, то есть на 3 млн автомобилей. Между тем пока до тотальной демобилизации дело не дошло. Если не считать компании Peugeot-Citroen, которая в июле объявила о намерении закрыть

несколько своих заводов и уволить до 14 тыс. рабочих, остальные даже на словах поддерживаются от столь суровых и резких мер. Причем не столько по экономическим соображениям, сколько из-за мощного противодействия со стороны политиков и профсоюзов. Так, планы концерна General Motors закрыть свой убыточный завод в Германии были заблокированы профсоюзом до 2017 года. Перепроизводство и падение спроса уже привело к появлению значительного количества «стоков» и к ценовым войнам. Не случайно ассоциация европейских автопроизводителей в лице своего председателя Серджо Маркионе недавно обвинила немецкий концерн Volkswagen AG в агрессивной ценовой политике и желании увеличить свою долю на рынке за счет долгового кризиса в Европе. Руководство концерна Volkswagen AG отрицает все обвинения в демпинге, но дыма без огня не бывает. И, собственно, не важно, кто первым начнет переписывать ценники, факт состоит в том, что это

наверняка будет происходить. Автолюбителям соседних с Европой стран, и прежде всего России, европейский кризис может принести и некоторую, пусть даже сиюминутную, выгоду. Избытки на рынках Европейского союза со всей очевидностью будут перенаправляться в страны с высоким и устойчивым спросом. Так что российские автолюбители вполне могут рассчитывать на хорошие предложения и скидки уже этой осенью.

Россия вперед!
Российскому авторынку до кризиса 2008 года прочили лавры крупнейшего рынка Европы. Обвал четырехлетней давности заставил аналитиков быть осторожнее в своих оценках. Но, как оказалось, только на время. Уже весной нынешнего года комитет автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) сделал прогноз, по которому в стране в 2012 году будет продано до 2,85 млн автомобилей, что превышает показатель рекордного 2008 года. Скептики, связывавшие хорошие показатели

за март и апрель с сезонным всплеском активности и предсказывавшие спад продаж летом, были посрамлены. К июлю российский автомобильный рынок вырос на 14% по сравнению с первым полугодием 2011 года. Председатель Комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер назвал объем продаж в 255 000 единиц «очень сильным результатом для летнего месяца», лучшим показателем июля в истории российского рынка легковых автомобилей и легкого коммерческого транспорта». Отечественный потребитель все больше фокусируется на продукции иностранных брендов. По сравнению с 2007 годом, например, доля продаж зарубежных марок выросла на 9%, до 79%, причем 45% произведено на заводах в России. Ожидается, что большая доля российских продаж — 33% — в 2012 году придется на автомобили сегмента С (яркие представители — Ford Focus, Chevrolet Cruze, Skoda Octavia, Renault Fluence). Развивающиеся рынки, однако, требуют значительного числа



бюджетных моделей. Спрос на них в России будет обеспечивать не только АвтоВАЗ. Не так давно компания Nissan объявила о возрождении марки Datsun. Автомобили под этой маркой будут поступать на рынки развивающихся стран — Индии, Китая, Малайзии, России.

В успехах российского рынка прослеживается очевидная закономерность, на которую указал руководитель практики по оказанию услуг компаниям автомобильной отрасли PwC в России Стенли Рут. Выступая на конферен-

ции «Инновационный автопром России — миф или реальность?», господин Рут представил прогноз увеличения доли развивающихся стран в объеме автомобильных продаж и автомобильного производства. По его оценкам, на страны БРИК в ближайшие пять лет будет приходиться до 40% выпущенных автомобилей. В прошлом году эта цифра составляла лишь 32%. И этот рост будет обусловлен снижением доли традиционных стран — производителей транспортных средств: США, Японии, Германии. Сдвиг про-

(Окончание на стр. 14)



Новый BMW 7 серии

www.7.bmw.ru



С удовольствием за рулем

ЕМУ НЕ НУЖНО СЛОВ, ЧТОБЫ ЗАЯВИТЬ О СЕБЕ.

Многое в этом мире кажется незбылемым. Многие крепости — неприступными. Многие убеждения — неизменными. Но есть те, кто одним своим появлением способны изменить представления о привычном и предложить новое измерение мощи и красоты. Узнайте роскошь в новом прочтении, проведите персональный тест-драйв нового BMW 7 серии, обратившись к Вашему официальному дилеру BMW. Получите информацию о программах кредитования BMW Bank*, предложениях BMW Trade-In** и программе корпоративных продаж по телефону Службы клиентской поддержки 8 800 2003 269 и на сайте www.7.bmw.ru

НЕПРЕВЗОЙДЕННЫЙ. НОВЫЙ BMW 7 СЕРИИ.

BMW EfficientDynamics
Меньше топлива. Больше динамики.

Реклама. * BMW Bank — «БМВ Банк» ООО.
** BMW Trade-In — Обмен Вашего автомобиля на новый BMW 7 серии.

авто тенденции

«Лишь небольшая доля автомобилей будет оснащаться только электрическими двигателями»

обмен опытом

Иан Робертсон, член совета директоров BMW AG по продажам и маркетингу BMW и развитию каналов сбыта BMW Group, рассказал корреспонденту «Ъ-Автопилот» **Анне Килимник** о современных тенденциях автомобилестроения и соответствии им марки BMW.

— Каковы сегодня, на ваш взгляд, тренды в автомобилестроении, совпадают ли пожелания покупателей с тем, что предлагает им производитель?

— Помимо чаяний покупателя и возможностей производителя есть еще и законодательство. Мы, например, хотели бы каждый год представлять все более мощные двигатели, но нас ограничивают нормы, регулирующие выхлоп CO2. Нам не дают завоевывать покупателей лошадиными силами, но мы, будучи инновационной компанией, предлагаем все больше электронных систем в наших автомобилях. И в этом мы сходимся

с пожеланиями клиентов. Сегодня мы показываем на выставке навигацию нового поколения с 3D-экраном, более того, почти во всех автомобилях BMW сейчас доступен интернет. Это именно те новации, которые наши клиенты хотят видеть в автомобилях.

— Где предел насыщения автомобиля электронными системами?

— Я думаю, очень сложно нащупать какую-либо границу. Сегодня по тому количеству электроники, которой оборудуются современные автомобили, мы находимся лишь в начальной стадии. Сейчас стремительно растет число электронных



систем, которые позволяют нам водить и более эффективно, и более безопасно, и с еще большим удовольствием. — Есть ли предел насыщения рынка автомобилями вообще? Ведь все крупные мегаполисы давно стоят в пробках...

«Средняя цена приобретаемого автомобиля Hyundai растет на 7% ежегодно»

обмен опытом

О появлении новых автомобильных брендов и предложениях современных покупателей корреспонденту «Ъ-Авто» **ВАЛЕРИЮ ЧУСОВУ** рассказал **ДЕНИС ПЕТРУНИН**, управляющий директор «Хёндэ Мотор СНГ»

— Сейчас много говорят о глобализации. Неужели вкусы у потребителей настолько одинаковые, что можно действовать на всех рынках одинаково?

— В начале моей деятельности в автобизнесе 17 лет назад на автосалоне в Москве я слышал вопросы о том, чем мы отличаемся от Европы, в чем уникальность России, насколько автомобили адаптированы к нашим условиям. Тогда действительно рынок только открылся, казалось, что мы другие. Тогда никто из клиентов не давал визитную карточку, мало кто платил по безнал, не было трейд-ина вообще, просто потому, что большинство покупали первый автомобиль. Но за 17 лет стало ясно, что мы в России не сильно другие. Во всем мире по мере открытия рынков для свободной экономики становится понятно, что люди предпочитают ездить на хороших, надежных, красивых автомобилях, адаптированных лишь к климату страны.

Сейчас информационный обмен между регионами происходит мгновенно. Благодаря этому выравнивается специфика спроса. Мы мгновенно узнаем, что происходит в Америке и Европе, что делают их политики или звезды.

Например, наш флагманский седан Equus получил признание в Соединенных Штатах, в прошлом году было продано 3 тыс. автомобилей. И у нас есть уверенность, что и в России



Equus ждет успех, потому что там признание уже началось. Hyundai стал мировым брендом, потому что это один из самых сильных игроков и на американском рынке, и на европейском, можно сказать, даже не «рынке», а «театре военных действий».

Общий тренд таков: клиенты хотят ездить на хороших автомобилях. И есть два пути. Создавать уникальный автомобиль, но дорогой. Или сделать прекрасный автомобиль на унифицированных платформах, и тогда он будет доступен большинству населения, потому что использование платформ снижает себестоимость. Именно по этому пути пошли почти все производители. Это неизбежно.

Современные технологии позволяют на унифицированных платформах строить самые разнообразные продукты. Если говорить о классе C, то это i30 седан и хэтчбек, Elantra, можно построить кроссовер и так далее. И при этом мы сократили цикл обновления моделей. Да, остались производители, которые стараются придерживаться традиционной уникальных продуктов, но и цена ведь совершенно другая — посмотрите, скажем, на Rolls-Royce.

И на уровне компонентов глобализация неизбежна. Вступление в ВТО позволяет нам импортировать более сложные компоненты и создавать более сложные продукты.

— Компания Hyundai стремится самостоятельно разрабатывать новые технологии. Не проще было покупать готовые системы у поставщиков?

— У каждого производителя есть, скажем так, зона специализации, потому что нужно выпускать уникальный продукт, и зона глобализации. Производители стремятся сами делать то, что характеризует уникальность продукта. Это сама платформа, в большой степени двигателя, штампованные детали кузовов, потому что это определяет дизайн, компоновка, разработка концепта. Это могут быть элементы отделки кузовов: они делаются отдельными поставщиками, но по оригинальному дизайну Hyundai. А если говорить про моторику (система управления двигателем. — „Ъ“), электронику автомобиля, то это зона глобализации, потому что она действительно у большинства производителей одинаковая. Но можно сделать индивидуальные настройки, то есть при унификации компонентов добиваться эксклюзивности. И так поступают все.

— Hyundai и Kia входят в одну группу. Эти марки — конкуренты друг другу? — Есть два бренда, и мы конкурируем. У нас отдельные дизайнеры-бюро, и они соперничают друг с другом. С этой точки зрения Kia для нас такой же конкурент, как другие производители. У нас независимые сбытовые стратегии.

Мы, конечно, используем синергетический эффект в логистике и производстве. Есть компания Glovis, которая занимается доставкой автомобилей

наших брендов. Есть завод в Санкт-Петербурге, который производит автомобили для обеих марок и добивается снижения себестоимости за счет объема. Но на уровне разработки концептов, позиционирования на рынке, продвижения, маркетинговых кампаний идет реальная конкуренция, мы не обмениваемся информацией и вообще ведем себя как разные компании.

— Кто ваш главный конкурент?

— У нас нет каких-то особых конкурентов. Как каждый автопроизводитель, мы можем сказать «спасибо» всем нашим конкурентам, которые заставляют нас становиться лучше.

Безусловно, для нас значимым ориентиром являются лидеры немецкого автопрома. Именно по ним мы будем измерять успех продвижения модели Equus.

— Что отличает Hyundai от других брендов?

— В рамках стратегии Modern Premium мы стремимся делать лучшие продукты с красивым дизайном, с хорошими материалами отделки и добиваемся высокой лояльности клиентов. Сейчас стоимостью наших автомобилей начинается с 420 тыс. рублей, однако средняя цена приобретаемого автомобиля Hyundai растет на 7% ежегодно. Мы стремимся сохранять низкую стоимость владения, это важно. Но при этом автомобили Hyundai выделяются в потоке, они выглядят привлекательно. Они красивые, и это видно сразу. Но этого недостаточно. Мы работаем над тем, чтобы автомобили Hyundai становились все более безопасными и имели как можно больше современных инновационных технологий. Это и обеспечивает положение Hyundai как современного премиум-класса по приемлемым ценам.

— Это важный вопрос. И мы, как автопроизводители, в первую очередь должны думать об этом. В Токио эта проблема существует уже на протяжении 20–30 лет. В Пекине введены меры, которые ограничивают приобретение новых автомобилей. Сложная ситуация с трафиком в Лондоне и многих других европейских городах. В прошлые выходные я посетил очень интересное мероприятие в Сан-Франциско. Мы проводили там презентацию проекта Drive Now («Управляй автомобилем сейчас»). Он предполагает, что водитель может пользоваться автомобилем определенное время, а затем оставить его, чтобы им воспользовались другие люди.

Этот проект зародился в Мюнхене, где мы представили его примерно год назад. Свыше 40 тыс. клиентов пользуются такой услугой, что говорит о том, что идея более чем интересная. И если в Германии в проекте задействованы BMW 1-й серии и Mini, то в Америке — электрическая модификация BMW 1-й серии ActiveE.

— На ваш взгляд, будущее за электромобилями?

— Я считаю, что на смену двигателю внутреннего сгорания, скорее всего, придет гибридная силовая установка. Лишь небольшая доля автомобилей будет оснащаться только электрическими двигателями.

— А какова судьба проекта BMW Hydrogen 7, чей двигатель может работать и на бензине, и на водороде?

— Самый важный результат этого проекта — вывод, что автомобиль с такой топливной системой вполне жизнеспособен. И мы можем предложить его рынку. Однако отсутствие инфраструктуры пока не позволяет использовать эти автомобили в реальной жизни.

— Есть мнение, что раньше машины строили «на века», а срок эксплуатации современных моделей — лет пять-семь. Должна ли машина, на ваш взгляд, быть долговечной?

— Честно говоря, я не думаю, что описанная вами тенденция существует. И я не согласен, что машины, которые сейчас производятся, предназначены для более

короткого срока службы. Те автомобили, которые производим мы, могут эксплуатироваться и 10, и 15, и 20 лет.

— Сегодня многие финансовые эксперты говорят о том, что в еврозоне может разразиться кризис. Готова ли к нему ваша компания?

— Действительно, в Европе мы наблюдаем некоторую стагнацию продаж. Но мы можем ее сбалансировать, потому что у нас очень сильными темпами растут продажи в США, России, Японии, Корее и Китае. Более того, на всех этих рынках рост таких, что мы не только компенсируем европейскую стагнацию, наши общие мировые продажи так же увеличились, а именно за последние семь месяцев продажи BMW Group выросли на 7,5%. Те уроки, которые мы извлекли из кризиса 2008–2009 годов, несомненно, позволяют нам справиться с новой волной, если, конечно, она будет. Мы очень гибкая компания, и если появится такая необходимость, мы можем сбавить темпы производства, чтобы быть адекватными сложным экономическим условиям.

Дорожная карта

рынок

(Окончание. Начало на стр. 13)

Тише, дальше, умнее

На самом деле «деноминация» силовой установки в автомобильной индустрии — тренд вполне сложившийся. И связан он как раз с непомерными ценами на топливо, а также с карательными по своему размаху транспортными и экологическими налогами. По большому счету мы уже наблюдаем сегодня торжество турбонаддува в автомобильном мире, под знаком которого пройдет и ближайшее десятилетие. Чтобы быстро ехать, совсем необязательно иметь монструозный и прожорливый агрегат под капотом. Компактный, но сделанный из облегченных материалов, использующий технологии непосредственного впрыска и электронной регулировки фаз газораспределения двигатель отличается улучшенными характеристиками. Впрочем, турбированный двигатель — это тоже по большому счету роскошь. В современных городах с плотным трафиком не нужны автомобили ни с большими атмосферными двигателями

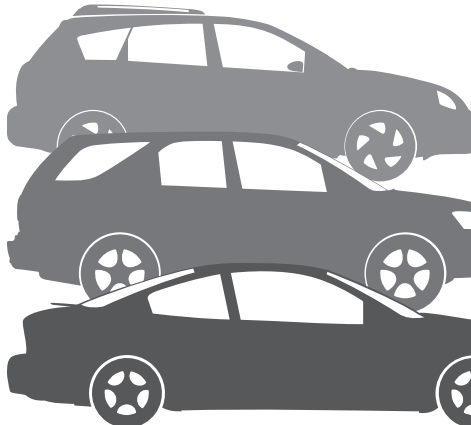
ми, ни с турбированными. Так что цифра роста в 75% для автомобилей с объемом до одного литра можно смело корректировать в сторону увеличения. Двигатели с большим количеством лошадиных сил останутся яркой рекламной характеристикой спорткаров. Эти автомобили всегда на виду и на слуху, однако доля их в общем объеме реализуемых автомобилей ничтожно мала. По оценке Адриана Холлмарка, директора по развитию бренда Jaguar, из 73 млн проданных автомобилей в мире за прошлый год лишь 72 с небольшим тысячи можно назвать спорткарами. Но, как болиды «Формулы-1», дорожные спорткары представляют собой своего рода лаборатории для тестирования новейших технологий, и уже одно это оправдывает смысл их существования, пусть даже это существование не будет выходить за пределы гоночных автодромов.

Плотный трафик постепенно превращается в важный эволюционный фактор в автомобильном мире. Большие внедорожники неминуемо ожидает судьба мамонтов: в том, что они вымрут, сомнений нет, вопрос только когда. По рамным автомобилям уже не плачут даже записные джиперы, да и са-

мо имя нарицательное «джип» потихонечку исчезает, размывается понятием SUV, под которое подгоняются универсалы — не обязательно полноприводные и не обязательно рассчитанные на езду по ямам — все меньшего и меньшего размера. Меняющиеся социальные реалии неизбежно будут влиять на менталитет покупателей, ожидающих от автомобиля не только экономичности и безопасности, но и все большей функциональности и технологичности. Смартфоны и iPad произвели революцию не только в сфере коммуникационных технологий. Современные потребители ждут инновационных «чудес» и в автомобилях. Последние концептуальные разработки Mercedes, Toyota, BMW и других компаний подтверждают, что в автомобилях будущего главным станет не двигатель и не шасси, а мультимедиа, позволяющие управлять бортовыми системами транспортного средства при помощи жестов, менять цвет кузова автомобиля в зависимости от настроения водителя, пользоваться всевозможными онлайн-овыми сервисами, устраивать сеансы связи с друзьями и многое другое.

Александр Ставров

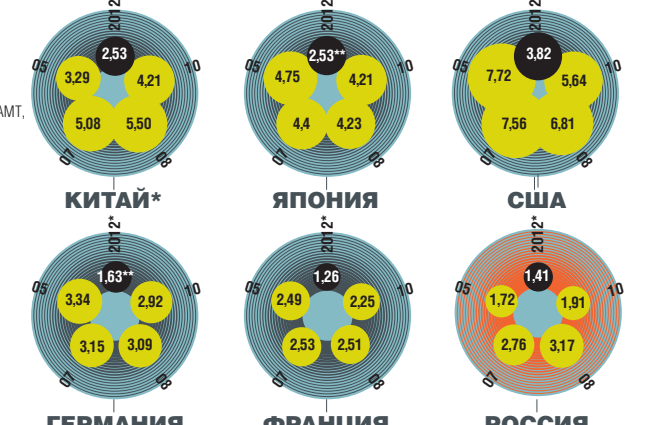
ТОП-15 САМЫХ ПРОДАВАЕМЫХ МОДЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ (ШТ.)				ТОП-15 САМЫХ ПРОДАВАЕМЫХ МОДЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЕЙ В МИРЕ (ШТ.)			
(данные за январь–июль 2012 года) источник: ассоциация европейского бизнеса				(данные за первое полугодие) источник: bestsellingcarsblog.com			
142 930	Lada Kalina	78 669	Lada Kalina	1 141 709	Toyota Corolla	586 381	Toyota Corolla
138 697	Lada Priora	70 263	Lada Priora	877 640	Ford Focus	502 834	Ford Focus
122 473	Lada Samara	67 381	Hyundai Solaris	864 452	VW Golf	456 367	VW Jetta
112 522	Lada 2104/2105/2107	54 404	Lada Granta	788 789	VW Polo	399 659	Toyota Camry
97 243	Hyundai Solaris	52 860	Ford Focus	765 511	Ford Fiesta	393 413	VW Golf
82 457	Ford Focus	49 823	Kia Rio	745 823	Hyundai Elantra	386 819	Ford Fiesta
81 909	Renault Logan	41 878	Renault Logan	731 689	Wuling Sunshine	376 234	Chevrolet Cruze
60 738	Lada 4x4	41 684	VW Polo	704 691	Chevrolet Cruze	370 782	VW Passat
54 567	Daewoo Nexia	39 821	Lada Samara	698 306	Ford F-Series	370 069	Nissan Tiida/Versa/Sunny
54 425	Chevrolet Niva	35 319	Chevrolet Cruze	695 159	VW Jetta	366 493	Ford F-Series
52 100	VW Polo	34 497	Chevrolet Niva	628 097	VW Passat	362 648	Hyundai Elantra
49 858	Kia Rio	32 447	Opel Astra	621 679	Toyota Camry	358 965	VW Polo/Vento
48 030	Opel Astra	31 643	Renault Sandero	618 265	Saipa Pride	315 794	Hyundai Accent
45 694	Renault Sandero	30 678	Lada 4x4	591 505	Opel Corsa	305 769	Honda CR-V
42 100	Chevrolet Lacetti	30 578	Daewoo Nexia	567 154	Nissan Tiida/Versa	291 763	Honda Civic



КОЛИЧЕСТВО ПРОДАВАННЫХ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ (МЛН ШТ.)

источники: AEB, PWC, U.S. DEPARTMENT OF TRANSPORTATION, KRAFTFAHR-BUNDESAMT, INTERNATIONAL ORGANIZATION OF MOTOR VEHICLE MANUFACTURERS, INTERNATIONAL COUNCIL ON CLEAN TRANSPORTATION, JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION, KPAE, CHINA ASSOCIATION OF AUTOMOBILE MANUFACTURERS, VOLKSWAGEN GROUP CHINA.

*За первое полугодие.
**За пять месяцев 2012 года.



ЧИСЛО ПОСЕТИТЕЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВТОСАЛОНОВ (ТЫС. ЧЕЛОВЕК) *Проводятся раз в два года. Количество мировых премьер автомобилей на крупнейших международных автосалонах (шт.)

	PARIS MOTOR SHOW (ФРАНЦИЯ)*		GENEVA MOTOR SHOW (ШВЕЙЦАРИЯ)		CHINA AUTO SHOW (КИТАЙ)*		TOKYO MOTOR SHOW (ЯПОНИЯ)*		NEW YORK INTERNATIONAL AUTO SHOW (США)		FRANKFURT MOTOR SHOW (ГЕРМАНИЯ)*		МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВТОСАЛОН (РОССИЯ)*	
2005			747	53			1512	79	1265	23	940	80		
2006	1430	60	700	42	600	10			1200	33			900	1
2007			700	41			1426	36	1000	34	850	88		
2008	1400	90	700	29	680	7			1150	15			1556	9
2009			643	34			614	41	1100	23	850	82		
2010	1263	54	692	80	780	14			1000	17			1100	9
2011			735	49			843	53	1200	35	900	89		
2012	29 сентября–14 октября	НД	800	86	800	18			1100	30			31 августа–9 сентября	24

FAW ПОПРОБУЙТЕ ЛУЧШЕЕ

Яркий дизайн и превосходная управляемость в сочетании с высоким уровнем безопасности и комфорта

С технологиями автомобиля Besturn B50 Вы уже сегодня сможете почувствовать «будущее» (hi-tech), уровень комплектации Besturn B50 превосходит аналогичные автомобили конкурентов и повышает имидж владельца (Over-class); благодаря современному и стильному дизайну Вы всегда будете в центре внимания (Modern), передовые разработки компании FAW сделали автомобиль еще более экологичным и безопасным (Environment & Safety). Все это показывает каким именно должен быть современный и безопасный автомобиль. Новый HOME автомобиль оправдает Ваши ожидания. Ощутите его преимущество уже сегодня!

КВИНГРУП

Телефон: 8(800)555-00-21

www.faw.ru

www.faw-besturn.com

На правах рекламы

НОВЫЙ PEUGEOT 408



БОЛЬШОЙ СЕДАН ДЛЯ БОЛЬШОЙ СТРАНЫ

8 800 555 53 35

Перед Вами – самый большой седан в своём классе!*

Peugeot 408 – автомобиль для всей семьи, в котором воплощаются мечты о комфорте и уверенности! Размеры комфортного салона удивляют, объём багажника поражает воображение, усиленная подвеска и высокий клиренс 178 мм идеально подходят для российских дорог. Этот достойный представитель своего класса имеет самый низкий расход топлива – от 4,3 литров на 100 км*. Интегрированная навигационная система с подробными картами и возможностью отображения пробок позволит в любой ситуации чувствовать себя уверенно. А его элегантным дизайном можно бесконечно восхищаться! Пройдите тест-драйв и оцените все преимущества нового седана Peugeot 408!

*На основании исследований, проведенных компанией ООО Международный институт маркетинговых и социальных исследований «ГФК-Русь» в июле 2012 года. Подробности – по телефону 8 800 555 53 35 и на сайте peugeot.ru. Реклама.

НОВЫЙ PEUGEOT 408

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

автомобильные тенденции

«Новые технологии имеют право на существование, если их рациональность подтверждается уже в настоящем»

обмен опытом

Франсуа Пуарье, генеральный директор «Peugeot Россия» рассказал корреспонденту журнала «Ъ-Автопилот» **Анне Килимник** о том, как адаптируется автомобиль к работе в России и за какими моторами будущее.

— Насколько для марки Peugeot важен Московский автосалон?

— Мы представляем здесь нашу новую модель седан Peugeot 408, поэтому салон очень важен для нас. Это первый автомобиль Peugeot, который собран на заводе «ПСМА Рус» в Калуге. Он не только сделан в России, он сделан именно для России. Девиз этого автомобиля — «Большой седан для большой страны». «Большой седан» — потому что российские клиенты любят просторные трехобъемные автомобили, в которых можно свободно сидеть на заднем сиденье и у которых вместительный багажник. «Для большой страны» — потому что Россия непростая большая, это страна, где разный климат: от экстремально холодного до жаркого, где есть как хорошие дороги, так и хорошее бездорожье. Нам пришлось адаптировать наш 408-й ко всему разнообразию условий жизни в России. У автомобиля и усиленная подвеска, и генератор повышенной емкости, и увеличенный дорожный просвет, мы подумали даже о такой мелочи, как подогреваемые форсунки омывателя стекла. Естественно, у нас много и других новинок, среди них компактный автомобиль В-класса Peugeot 208, кото-

рый появится в продаже в России в начале следующего года. Всего у нас представлено 24 модели, но звезда нашего стенда, несомненно, Peugeot 408. — **Ваша главная новинка — седан, традиционно любимый в России тип кузова. Не хотели бы вы повлиять на вкусы российских клиентов, делая акценты на автомобилях других типов, популярных в Европе?** — Изменение вкусовых пристрастий — это работа трудная, требующая больших вложений, и, главное, поступательная. Да, сегодня в России больше всего любят седаны, естественно, мы их активно предлагаем. Но опыт показывает — и ваша страна тут не выделяется из других, что повлиять на выбор клиента производитель может, только предлагая качественные автомобили, и будь то хэтчбек или универсал, компания сможет добиться того, что вкус клиента будет меняться. Более того, он уже меняется. За последние несколько лет в сегменте С доля именно седанов уменьшается, пусть и незначительно, но все же есть такая тенденция. Та же ситуация в сегменте В: здесь растет доля хэтчбеков. И это потому, что в последнее время на российском рынке появилось много хороших и качественных



моделей, которые обратили на себя внимание клиентов. — **Среди новинок вашего стенда — Peugeot 3008 Hybrid4 и Peugeot 508 RXH, автомобили, оснащенные гибридными дизельными двигателями. Считаете ли вы, что именно этот тип «зеленых» моторов будет популярен в будущем?** — Разговоры о будущем — не благодарная тема. Если бы мож-

но было его предсказать, мы бы действовали так, чтобы в этом будущем быть первыми. Я считаю, что новые технологии имеют право на существование, если их рациональность подтверждается уже в настоящем. Допустим, я покупатель. И я хочу автомобиль, оснащенный новым технологичным двигателем. Но при этом я хочу, чтобы это был не только «зеленый» автомобиль, но и эко-

номичный, надежный и тихий. Потому что мы живем в мире, где много шума, который очень нам мешает. Тихий мотор — это мотор электрический, экономичный мотор — это, несомненно, дизель. Их комбинация не вызывает вопросов надежности при разных условиях эксплуатации. Поэтому мы следуем этой тенденции, и, надеюсь, она придется по вкусу нашим покупателям. — **В современных автомобилях с каждым годом становится все больше разного рода электронных систем. Это хорошая тенденция?** — Я считаю, электронные системы не призваны заменить водителя. Более того, часть из них призвана помогать человеку в управлении автомобилем. А другая часть — обеспечивать его безопасность. Именно над этим работают все производители. Возможно, в будущем — том самом, которое я не берусь предсказать, — и появятся системы, заменяющие человека, но сегодня такой тенденции, на мой взгляд, нет. — **Если говорить о дне сегодняшнем, из чего складывается идеальное предложение от марки Peugeot?** — Я бы предпочел ответить на этот вопрос в контексте нашей главной новинки Peugeot 408. Это большой автомобиль, который адаптирован для России и предлагается по интересной цене — от 549 тыс. рублей. Вернее, даже не по одной цене, а в большом разнообразии цен. Здесь важна и привлекательная стартовая цена, и интересная цена модели с автоматической коробкой передач, и выгодная цена автомобиля с дизельным двигателем. Именно за этим успех.

прямая речь

«Вы чем покупателя удивляете?»

Франк Виттеманн, генеральный директор Jaguar Land Rover Россия:

— В этом году в рамках Московского международного автосалона мы представили сразу две мировые премьеры. Это обновленный Land Rover Freelander2 2013 модельного года. Новые цвета, роскошный интерьер, более спортивный и целеустремленный экстерьер, расширенные варианты комплектаций, а также новый легкий и экономичный бензиновый двигатель позволили сделать этот кроссовер еще более привлекательным. Обновленный и премиальный Freelander2 вышел на качественно иной уровень и теперь бесспорно претендует на лидирующую позицию в своем сегменте. Что касается Jaguar, мы рады представить систему полного привода на автомобилях XJ и XF, которая, безусловно, будет востребована в России, а также новый самый роскошный XJ Ultimate. Эта флагманская модель не только открывает новые грани устоявшегося представления о Jaguar как об автомобилях с эффектным дизайном и безупречным качеством исполнения, но и обладает инновационными техническими характеристиками, например новым трехлитровым бензиновым двигателем с наддувом.

Такаши Яманучи, президент и исполнительный директор Mazda Motor Corporation:

— Мы удивим посетителей салона своей новой машиной, новым поколением модели Mazda 6, которая впервые в мире показана публике здесь, в Москве. По сравнению с предыдущей моделью Mazda 6 на десять сантиметров длиннее, причем длиннее именно колесная база машины. Но, несмотря на большие габариты, вес автомобиля снизился на 50 кг. Важным элементом новой машины является наша технология SkyActive. Надо понимать, что SkyActive — это не только двигатель. Это новые шасси, трансмиссия, устройство копитки водителя и вообще новая платформа. Характеристики перечисленных параметров обеспечивают максимальную жесткость кузова. Наконец, это очень экономная машина: средний расход бензина составляет 5,7 л на 100 км. Мы поставили перед собой цель: десять из десяти, увидев-

ших новую Mazda 6, должны признать, что это очень интересная машина.

Сюити Нагафучи, управляющий директор продаж и маркетинга Lexus, ООО «Тойота Мотор»:

— У нас состоялась европейская премьера новых премиум-седанов Lexus ES и Lexus LS. Оба седана отличаются совершенно новым дизайном кузова, включая новую решетку радиатора в форме веретена, и обладают удивительно просторным комфортным салоном. Новый Lexus ES теперь предлагается с тремя типами двигателя: бензиновыми 2,5 л и 3,5 л и полногибридным 300h. Новинка разработана специально для России — уже в стандартной комплектации предложен пакет для холодных зим: подогрев руля, лобового стекла и всех четырех сидений. Новый ES оснащен целым рядом выдающихся технологий. Среди них — система автоматического выключения дальнего света, система мониторинга мертвых зон, система Remote Touch второго поколения. Флагман модельного ряда новый Lexus LS стал тише и намного комфортнее. При его создании было сделано около 3 тыс. изменений, два из которых — инновации мирового масштаба, а не менее чем 15 — изменения в конструкции и технические нововведения, впервые применяемые на автомобилях Lexus. Среди них стоит упомянуть первую для LS новую систему выбора режимов движения Drive Mode Select, «Климат-консьерж Lexus» — первый в мире многозонный автоматический климат-контроль с интегрированным подогревом и охлаждением сидений и подогревом рулевого колеса; салон нового LS дополнен первой в мире системой улучшенного освещения. А также впервые Lexus LS представлен в версии F SPORT.

Станислав Демидов, управляющий директор Luxgen Motor Russia:

— Нам нетрудно удивить покупателя. Само появление Luxgen на российском рынке — это новость. Все знают, что Тайвань выпускает великолепную электронику, пришло время узнать, что там делают еще и отличные автомобили. Более того, именно Россия выбрана как отправная точка для дальнейшей мировой экспансии Luxgen. Согласитесь, такое случается не каждый день. Автомобили Luxgen являются примером гармоничного сочетания уникальных технологий, функциональности и высокого уровня безопасности. Благодаря интегрированию эксклюзивных IT-разработок мы предлагаем нашим клиентам «доступную роскошь» — продукцию, по своему качеству и ос-

нащению не уступающую премиальным маркам, но по разумной цене.

Эксклюзивные IT-технологии, высокие качество и уровень сервиса — слабые стороны успеха марки. Мы видели, как посетители ММАС реагировали на наш стенд и на шоу экстремального вождения Luxgen: они были очень приятно удивлены.

Франсуа Банкон, руководитель департамента Nissan Motor Co. по стратегическому планированию продукции:

— Я не думаю, что дизайн — это самый важный и удивляющий атрибут автомобиля, потому что качественный дизайн сейчас есть практически у всех крупных автомобильных брендов. Да, дизайн привлекает людей, но это лишь вход на рынок. Чтобы действительно удивить покупателя, нужно представить концептуальные инновации. Сейчас есть всего несколько сфер, где инновационные технологии делают машину более привлекательной. Первая — это экономичное потребление топлива. Вторая — телекоммуникационное наполнение автомобиля, которое максимально интегрирует автомобиль в повседневную жизнь. И дает возможность владельцу автомобиля быть в любое время на связи с внешним миром. Если говорить о том, чем Nissan удивляет покупателей сейчас, то у нас уже есть голосовое управление машиной и возможность обзора всех зон вокруг автомобиля на 360 градусов. И, конечно, мы делаем огромные инвестиции в разработку экологических и экономичных двигателей.

Марк Боке, менеджер по связям с общественностью компании Peugeot:

— Компания «Peugeot Россия» представляет на Московском международном автосалоне свои основные новинки. Среди них есть уникальные модели, в которых воплотились инновационные и, даже можно сказать, революционные разработки инженеров нашей компании. В частности, на нашем стенде представлены Peugeot 3008 Hybrid4 и Peugeot 508 RXH, которые впервые в мире оснащены гибридными дизельными двигателями. Это эффективный союз динамики, экономичности и экологичности — вот три главные составляющие, которые всегда были важны для нашей марки. Также мы предлагаем всем взглянуть в недалекое будущее, которое воплощено в концепт-каре Peugeot HX1. Основная идея этого автомобиля — способность подстраиваться под существующие условия: окружающий мир, стиль, условия поездки. Это то, что мы называем «метаморфизм», возможность легко адаптироваться и трансформироваться.



Sprinter. Маршрутное такси

Оцените преимущества

Sprinter 515 CDI MRT 19+1+7

1 865 000 рублей*

«Мерседес-Бенц» представляет уникальный продукт в сегменте пассажирских перевозок: маршрутное такси Sprinter – автомобиль, идеально отвечающий всем требованиям Вашего бизнеса.

Маршрутное такси Sprinter сосредоточило в себе неоспоримые бизнес-преимущества: 100% гарантия «Мерседес-Бенц», короткий срок поставки и целый ряд финансовых предложений, разработанных специально под этот продукт и в полной мере соответствующих Вашим пожеланиям.

Более того, в маршрутное такси Sprinter уже заложены высокая безопасность, непревзойдённый комфорт и экономическая эффективность, которые может предложить только «Мерседес-Бенц». Всё это теперь Вы можете получить за 1 865 000 руб.* Мы называем это достойным приобретением.

Подробнее о данном предложении узнайте в салонах дилеров «Мерседес-Бенц», на сайте www.mercedes-benz.ru и по телефону 8 800-200-0206.

*Стоимость (вкл. НДС) согласно действующему прайс-листу на 1 сентября 2012 года



Mercedes-Benz

авто выставка достижений

Премьерный показ

салон

Нынешний Московский международный автомобильный салон вырос почти в два раза по сравнению с предыдущим, прошедшим в 2010 году. Хотя многие автопроизводители так и не определились, относить его к категории А или В, представительность салона сравнима с аналогичными мероприятиями в Женеве, Париже и Франкфурте-на-Майне. По оценкам Международной организации производителей автомобилей, Московский салон в этом году посетит до 900 тыс. человек.

Покупатели ждут Mazda 6 уже сейчас, хотя российские цены на новую машину еще не объявлены

BMW i8 Concept Spyder — спортивный автомобиль с гибридным мотором



Европейская премьера Lexus LS прошла в Москве



Новое поколение Nissan Almera вступает в борьбу за рынок бюджетных автомобилей



В последний год выпуска нынешнего поколения Defender Land Rover выпустил ограниченную версию этих машин специально для России



Главная идея концепта Peugeot HX1 — способность машины подстраиваться под стиль вождения и условия поездки

авто выставка достижений



Спортивное купе Toyota GT86 впервые представлено в России официально



Первый концепт АвтоВАЗа, созданный под руководством нового шеф-дизайнера компании



Оригинальный цвет нового Cayenne GT3 неоднозначно воспринят ценителями марки



В Москве Renault отмечает полувековой юбилей своей легендарной спортивной машины Alpine A110



Audi R8 Spyder еще одна мировая премьера Московского автосалона



Три буквы, добавляющие веса любому Mercedes



В этом году на Московском салоне состоялись 23 мировые, 21 европейская и 85 российских автопремьер



**EQUUS
CLUB***



NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.***



EQUUS** СОВРЕМЕННАЯ РОСКОШЬ

Саммит по
ядерной
безопасности
в Сеуле 2012



Автомобильный спонсор

EQUUS

* Экус клуб ** Экус *** Новое мышление. Новые возможности.

Реклама. Товар сертифицирован.

equus.hyundai.ru
8 800 333 01 11