

ВЕЛИК ЛИ ОТЛОЖЕННЫЙ СПРОС,
И КОГДА НАЧНЕТСЯ ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ БУМ / 3
В КАКОЙ СТРАНЕ, ПО МНЕНИЮ РОССИЯН,
ДЕЛАЮТ САМЫЕ НАДЕЖНЫЕ АВТОМОБИЛИ / 4
КАК ВЫИГРАТЬ МАШИНУ С ПОМОЩЬЮ БЕНЗОПИЛЫ,
СТИХОСЛОЖЕНИЯ И КАРТОЧНОГО ДОМИКА / 10

Автомобиль года



Четверг, 7 декабря 2017
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №58

Коммерсантъ

review

АВТОМОБИЛЬ ГОДА
РЕЙТИНГИ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

реклама

Continental
The Future in Motion

МОБИЛЬНОСТЬ

БЛАГОДАРЯ НЕМЕЦКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Автомобильные инновации и шинные технологии, объединенные в одной компании.

- › Компания Continental является одним из ведущих поставщиков технологических решений в области автомобилестроения.
- › Внимание к деталям является особенностью подхода к разработке шин и автокомпонентов.
- › Шины и комплектующие Continental — залог вашей безопасности на дороге.

**GERMAN
TECHNOLOGY**

www.continental.ru

*немецкие технологии



РЕКЛАМА

«РЕЙТИНГИ „АВТО ГОДА“» — ВАЖНЕЙШАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

ТАК СЧИТАЕТ ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ». О ТОМ, КАКИМ ОБРАЗОМ ПРОЕКТ СТАЛ НАСТОЯЩИМ ПОЛИГОНОМ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ МНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, С ГЛАВНЫМ КООРДИНАТОРОМ ЭТОГО ПРОЦЕССА БЕСЕДУЕТ КОРРЕСПОНДЕНТ REVIEW ВАЛЕРИЙ ЧУСОВ.

REVIEW: Что нового в «Рейтингах „Авто года“»? **ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ:** Первое нововведение: мы заменили в рейтингах один из сегментов. Вместо «Женских автомобилей» предложили оценивать «Надежные». Надежность — важный параметр любой машины, один из основополагающих при выборе. И что любопытно, коллеги из Ipsos Comcon нашли одну заметную закономерность: в сознании потребителей надежный — это японский. И действительно, семь из десяти моделей-лидеров именно от японских производителей. В данном случае первым стал Subaru Forester, который получил высокие оценки в нескольких категориях.

У нас есть идея на более дальнюю перспективу — оценка числа дефектов и поломок. Пока статистики немного, потому что при сборе данных есть свои правила по количеству. И выборка будет репрезентативной, только когда по многим моделям накопится достаточно ответов владельцев. И тогда мы сможем порассуждать на тему, связанную с поломками, что безусловно важно и интересно для всех владельцев.

Мы говорили и говорим, что «Рейтинги» — это не про награды. Это диалог между потребителем и производителем. Это действительно достаточно сложная оценка: три автомобиля, не менее десяти критериев. Даже если человек это делает, скажем так, на полуавтомате, на ответы тратится не менее 17 минут, а часто и больше. А время — самый ценный ресурс, это то, чего нельзя купить за деньги. И если человек тратит свое время, то он серьезно относится к нашим вопросам.

Подчеркну, что участники считают себя экспертами и готовы делиться своим опытом и мнением. Если в «Автомобиле года» оценка очень простая — «нравится» или «не нравится», то в «Рейтингах» есть много параметров. **Р:** Итак, первая новость — новая категория. Если есть первая, то есть и следующая. Какая?

В. Б.: Мы решили отмечать победителей рейтингов в рамках торжественной церемонии вручения премии «Автомобиль года в России». Это второе нововведение.

Мы считаем «Рейтинги» важным направлением развития нашего проекта. Это своеобразный сервис, который может заинтересовать две группы потребителей — собственно покупателей автомобилей и производителей. Первым это важно потому, что приобретение автомобиля — довольно существенные затраты. И ошибки при выборе автомобиля дорого обходятся и в прямом, и



в переносном смысле. Например, если автомобиль ломается, то это затраты и денег на ремонт, и времени на поездки в сервис. Или если сиденье неудобное, потом после поездки болит спина...

Р: Это личный опыт?

В. Б.: Да, я говорю, основываясь на личном опыте. Даже пересаживаясь с одного поколения модели на следующее, такое может случиться. Хотя автомобиль технически более совершенный, водитель испытывает дискомфорт. А ведь далеко не всем удастся проехать на автомобиле достаточно долго, в большинстве случаев решение приходится принимать после нескольких километров в радиусе получаса от автосалона. Поэтому любой опыт, который будущий покупатель может почерпнуть, будет полезен. И мы хотим предложить возможность социальную информацию и делиться ею. Чем более развит будет этот сервис, тем более он будет востребован. Но это невозможно реализовать в одночасье. Нам нужно время, чтобы набрать опыт, авторитет и популярность.

Р: А сколько человек сейчас участвуют в «Рейтингах»? Чем этот проект отличается от премии «Автомобиль года»?

В. Б.: Мы задумали «Рейтинги» пять лет назад как продолжение премии. В премии мы за счет простоты получаем огромный охват: в среднем в последние годы в голосовании принимают участие около 1 млн человек. В «Рейтингах» число респондентов — около 30 тыс. Но напомним, что социологические опросы считаются репрезентативными при охвате 1,5 тыс. человек, а некоторые крупные компании принимают решения о судьбе тех или иных продуктов, базируясь на мнении 300–500 человек. Таким образом, мы имеем огромную панель. Причем не «профессиональных» панелистов, то есть участников опросов, которые ходят на них, чтобы заработать несколько сотен рублей за каждый, а заинтересованных добровольцев, и, как правило, достаточно квалифицированных. Это та самая аудитория, которую социологи специально ищут. И наша панель не просто обширная, но и качественная: около 90% владеют автомобилем. Большинство купили автомобиль новым. То есть это экономически активная аудитория, хорошо обеспеченная — дороже автомобиля только недвижимость. И это хорошая аудитория также для маркетинговых коммуникаций для наших партнеров.

Р: Но участники и «Рейтингов», и премии все же материально мотивированы...

В. Б.: Мы вышли на новый уровень в проведении главного этапа отбора победителей среди участников: устраиваем квест. С одной стороны, это элемент мотивации. С другой — все понимают, что из 30 тыс. участников только 6 попадают в финал. И главный побудительный момент для участников — именно желание поделиться своим мнением.

В премии «Автомобиль года» победитель один, и он выбирается случайным образом. Участники «Рейтингов» разыгрывают главный приз в финале в реальных условиях. Шесть человек, отобранных случайным образом со всей страны, встречаются и борются за победу. Для них это интересное приключение и развлечение.

Р: Что нового в самом квесте?

В. Б.: Все три прошлых квеста стартовали и финишировали в столице, хотя их маршрут проходил и по соседним областям. На этот раз мы решили проехать по Краснодарскому краю, и финиш состоялся в Геленджике. Нам немного не повезло с погодой, да и Краснодар оказался очень загруженным, так что 14 км по городу мы проехали за три часа! И последние задания участникам пришлось выполнять уже в темноте. Зато маршрут пролегал по очень красивым и интересным местам.

Р: И теперь, когда вы подняли планку, куда собираетесь в следующий раз?

В. Б.: Сильно манит Северо-Запад: тут много разных вариантов. Псковщина или Карелия, например. Но мы размышляем в федеральном масштабе, поэтому рассматриваем также Сибирь и Алтай. Конечно, сложности с логистикой, ведь финалисты соревнуются на таких же автомобилях, который один из них в конце концов получает — все это повышает стоимость проекта. Но так интереснее. И мы должны двигаться на новый уровень.

Р: Что-нибудь изменится в заглавном событии проекта, премии «Автомобиль года»?

В. Б.: Голосование стартует в начале нового года, но мы начинаем работу с премией уже сейчас, после окончания квеста. Впрочем, работа не останавливается никогда. Хотим мы того или нет, но мы постоянно растем. Последние три года были, наверное, самыми жесткими за всю историю премии, но именно за эти годы мы сильно продвинулись: появились «Рейтинги» и квест. Сейчас появляются новые технологии, в том числе маркетинговые, которые делают интереснее и премию, и «Рейтинги», и наше взаимодействие со спонсорами. Поэтому нам постоянно надо расширяться и совершенствоваться. Если бы мы все время не шли вперед, мы не могли бы достигать таких результатов. Но мы зависим и от общего состояния экономики, поэтому ждем, когда пойдет рост. Ведь люди не перестали меньше любить автомобили и отложенный спрос очень велик. Сейчас, как мы видим, рынок начал подниматься, и я уверен, что бум неизбежен. ■

«НА САЙТЕ МОЖНО ПОСМОТРЕТЬ ВЫБОРКУ ПО РАЗНЫМ ПАРАМЕТРАМ: КАК ГОЛОСОВАЛИ МУЖЧИНЫ ИЛИ ЖЕНЩИНЫ, РАЗНЫЕ ВОЗРАСТНЫЕ КАТЕГОРИИ, РАЗЛИЧНЫЕ РЕГИОНЫ. ПРИМЕНЯЯ ФИЛЬТРЫ, МЫ ВИДИМ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЛЯ РАЗНЫХ СЕГМЕНТОВ. И ОНИ ДОВОЛЬНО ИНТЕРЕСНО МЕНЯЮТСЯ»

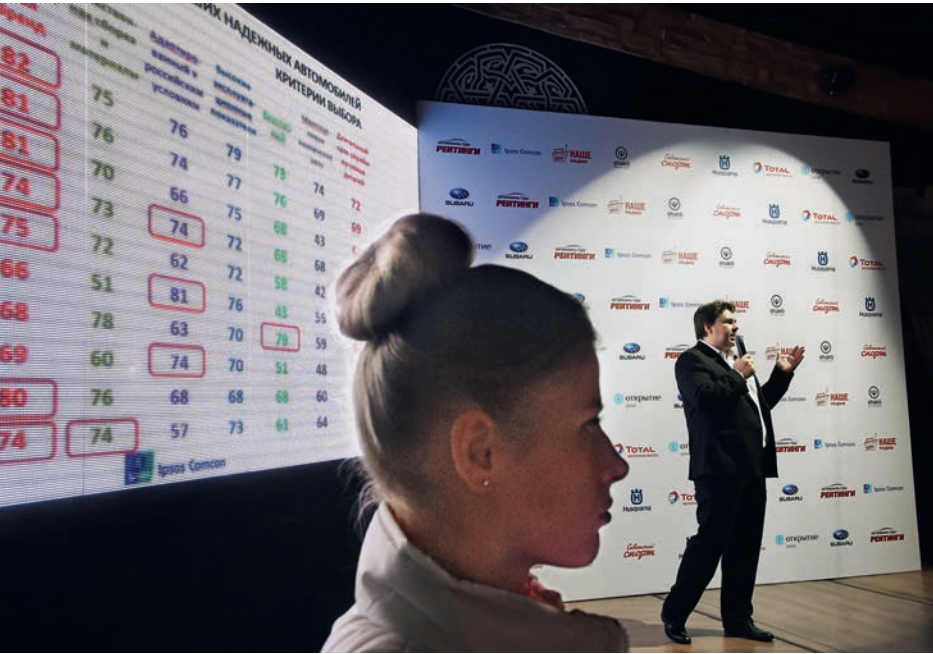


Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Review «Автомобиль года»)
Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ»
Сергей Яковлев — шеф-редактор АО «Коммерсантъ»
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Павел Кассин — директор фотослужбы
Рекламная служба:
Тел. (495) 797-6996, (495) 925-5262
Владимир Лавицкий — руководитель службы «Издательский синдикат»
Дмитрий Гронский — выпускающий редактор
Ольга Боровягина — редактор
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов,
Наталья Коновалова — фоторедакторы
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 121609, г. Москва, Рублевское ш., д. 28. Тел. (495) 797-6970, (495) 926-3301
Учредитель: АО «Коммерсантъ».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-64419 от 31.12.2015

Типография: PunaMusta
Адрес: Kosti Aaltosen tie, 9, 80140 Joensuu, Finland
Тираж: 75000. Цена свободная

Рисунок на обложке: Василий Бирюков

КТО ЗДЕСЬ ПЕРВЫЙ?



В РАМКАХ ПРОЕКТА «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ» БЫЛО ПРОВЕДЕНО ОЧЕРЕДНОЕ ЕЖЕГОДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «РЕЙТИНГИ „АВТО ГОДА“», ЦЕЛЬ КОТОРОГО ОПРЕДЕЛИТЬ, КАКОВЫ НА ДАННЫЙ МОМЕНТ ИСТИННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЙСКИХ АВТОМОБИЛИСТОВ. ВЫЯВЛЯЛИСЬ ЛУЧШИЕ АВТОМОБИЛИ В ЧЕТЫРЕХ СЕГМЕНТАХ: «СОВРЕМЕННЫЕ», «СЕМЕЙНЫЕ», «РАБОЧИЕ ЛОШАДКИ» И «НАДЕЖНЫЕ». ВСЕГО БЫЛО ОПРОШЕНО БОЛЕЕ 30 ТЫС. ЧЕЛОВЕК, И РЕЗУЛЬТАТ ЭТОГО ОПРОСА — ПЕРЕД ВАМИ.

Столь внушительное число респондентов, а также методика, с помощью которой были собраны их мнения, позволяют говорить о том, что исследование дает полноценный ответ на вопрос, каковы истинные автомобильные предпочтения россиян. Почему данные этих рейтингов можно назвать более чем объективными? Во-первых, их составляют не случайные люди, а заинтересованные и ответственные автовладельцы, которые согласились потратить довольно много своего личного времени на то, чтобы ответить на

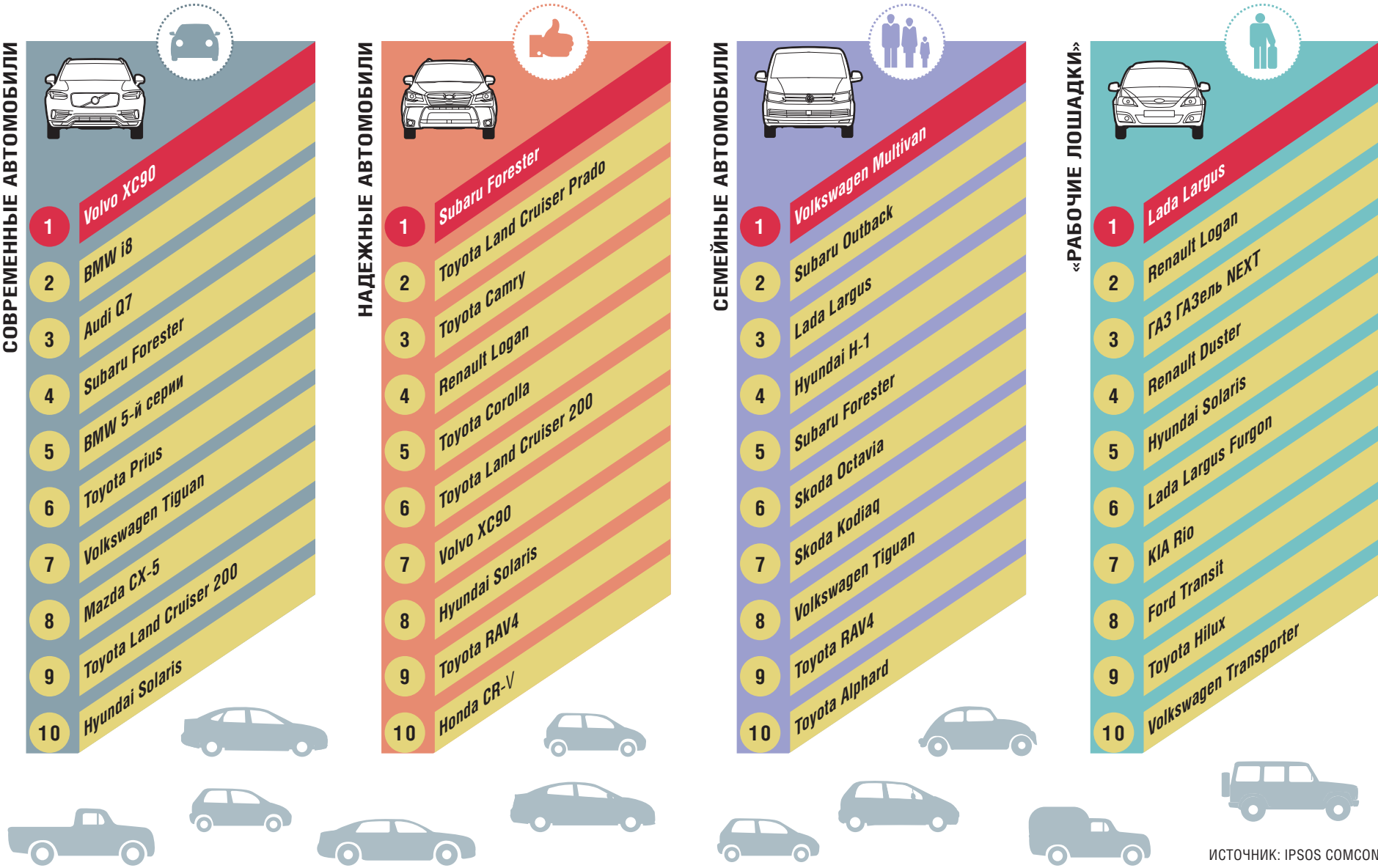
непростые вопросы, касающиеся 331 модели автомобилей, официально продающихся на российском рынке. И это большой труд и большая ответственность со стороны опрошенных. Во-вторых, за анализ данных и обработку информации отвечала одна из крупнейших в мире глобальных исследовательских компаний — Ipsos. Полученные в ходе опроса данные экстраполировались на жителей России, пользующихся интернетом и имеющих хотя бы один автомобиль в семье. Не секрет, что для покупателей машин «Рейтинги „Авто года“» являются ори-

ентиром при выборе автомобиля, а для компаний-производителей — возможностью получить независимую обратную связь от своих клиентов. И как отметил Владимир Безукладников, руководитель проекта «Автомобиль года в России», «„Рейтинги „Авто года“» призваны сделать рынок более конкурентоспособным и клиенто-ориентированным». Тот, кто следит за «Рейтингами „Авто года“», не смог не заметить важного изменения, которое появилось в этом году: вместо лучшего «Женского автомобиля» ре-

спондентам теперь предлагается выбирать наиболее «Надежный». Надежность — важный параметр любого автомобиля, один из основополагающих при выборе. В то время как понятие «женский» автомобиль или «мужской» не то чтобы второстепенное, но все же весьма субъективное. Исследование предпочтений автомобилистов продолжалось полтора месяца — с 4 сентября по 18 октября. Результаты были оглашены на пресс-конференции 8 ноября. ■

ДЕСЯТКА ЛУЧШИХ АВТОМОБИЛЕЙ В КАЖДОМ СЕГМЕНТЕ ПО МНЕНИЮ АВТОЛЮБИТЕЛЕЙ

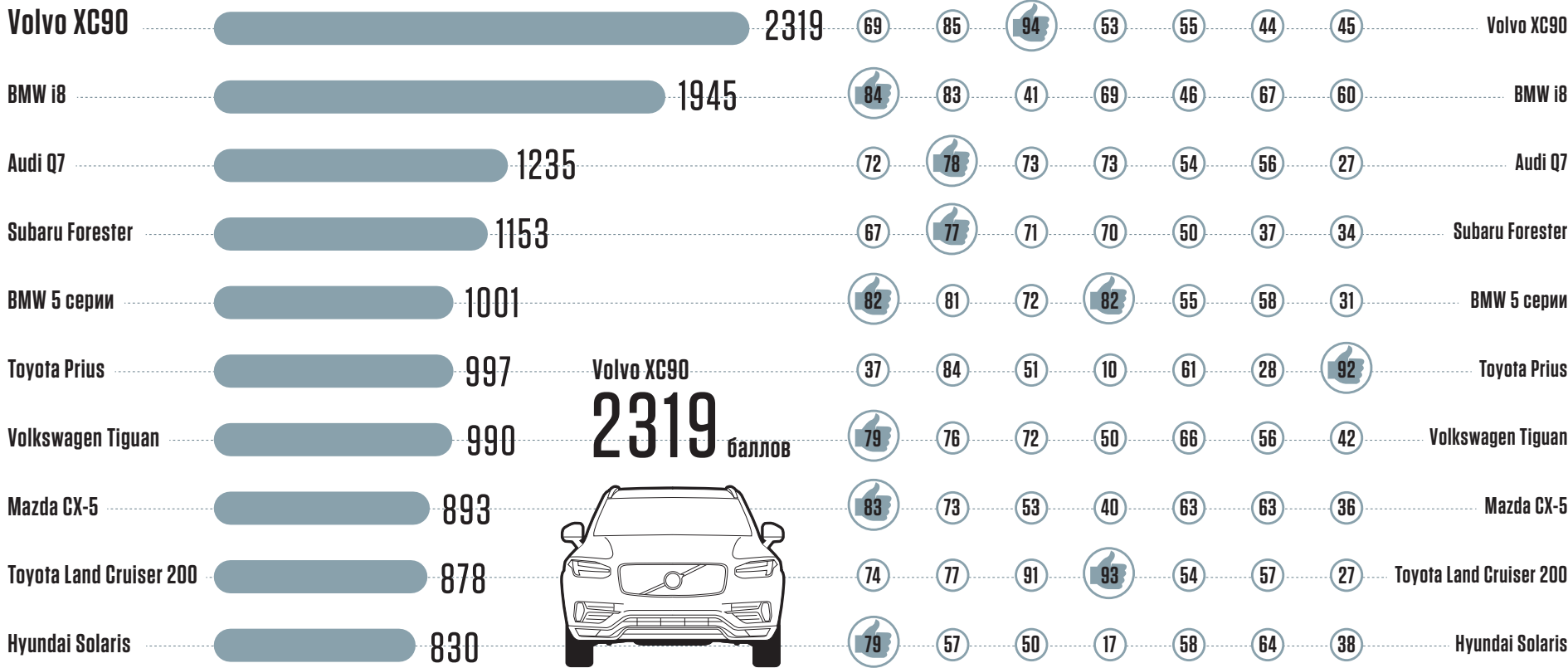
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВОДИЛОСЬ НА САЙТЕ WWW.AUTOGODA.RU В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН-АНКЕТИРОВАНИЯ АВТОЛЮБИТЕЛЕЙ, ПО ИТОГАМ БЫЛО ПРОАНАЛИЗИРОВАНО БОЛЕЕ 30 000 ИНТЕРВЬЮ.



ИСТОЧНИК: IPSOS COMCON.



РЕЙТИНГ СОВРЕМЕННЫХ АВТОМОБИЛЕЙ (ТОП-10)
(Тыс. баллов), которые автомобиль набрал в результате взвешивания на население России и нормирования с учетом места при ранжировании

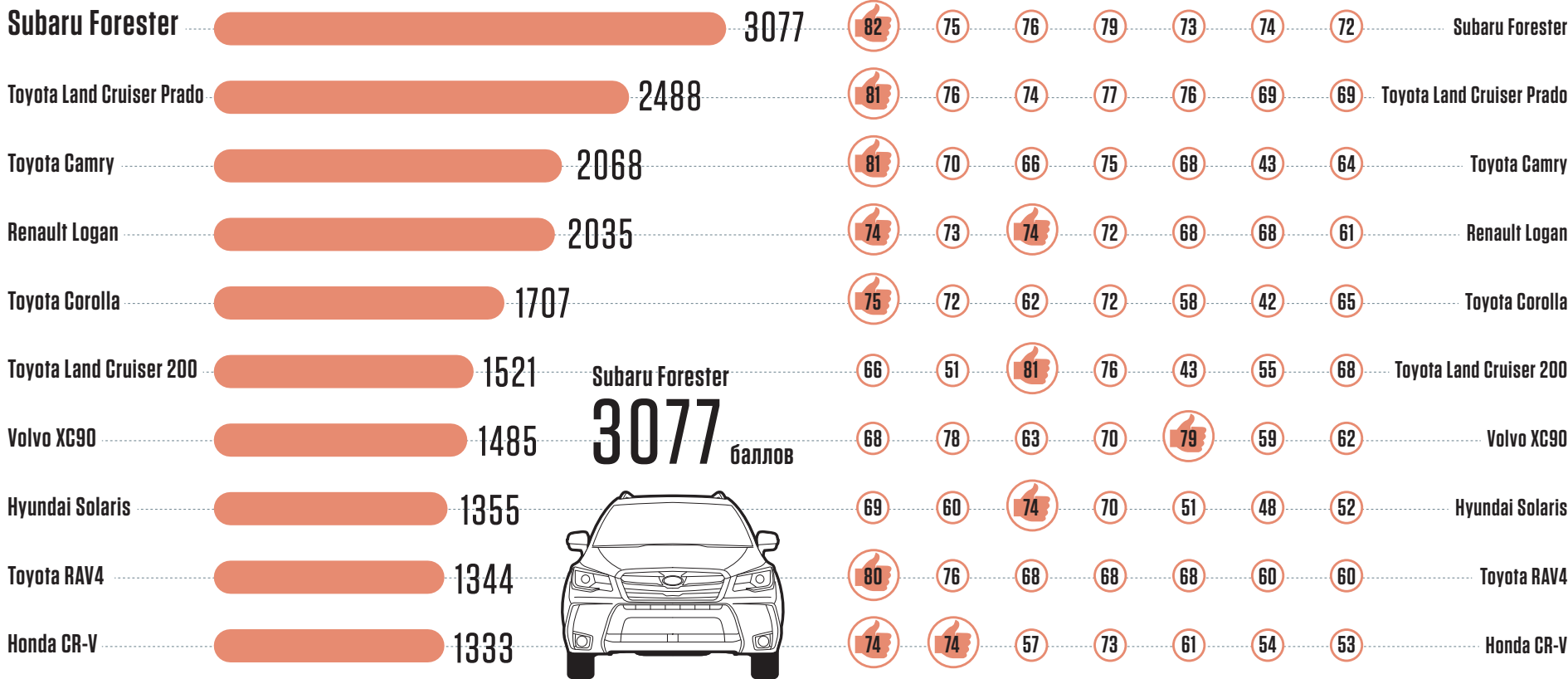


ЛИДЕР РЕЙТИНГА В ЦЕНОВОМ СЕКТОРЕ*	до 1 млн руб. HYUNDAI SOLARIS	1–2 млн руб. SUBARU FORESTER	2–3,5 млн руб. VOLVO XC90	БОЛЕЕ 3,5 млн руб. BMW i8
-----------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	------------------------------	------------------------------

*Минимальная стоимость нового автомобиля.



РЕЙТИНГ НАДЕЖНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ (ТОП-10)
(Тыс. баллов), которые автомобиль набрал в результате взвешивания на население России и нормирования с учетом места при ранжировании



ЛИДЕР РЕЙТИНГА В ЦЕНОВОМ СЕКТОРЕ*	до 1 млн руб. RENAULT LOGAN	1–2 млн руб. SUBARU FORESTER	2–3,5 млн руб. VOLVO XC90	БОЛЕЕ 3,5 млн руб. TOYOTA LAND CRUISER 200
-----------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------------------------	---

*Минимальная стоимость нового автомобиля.



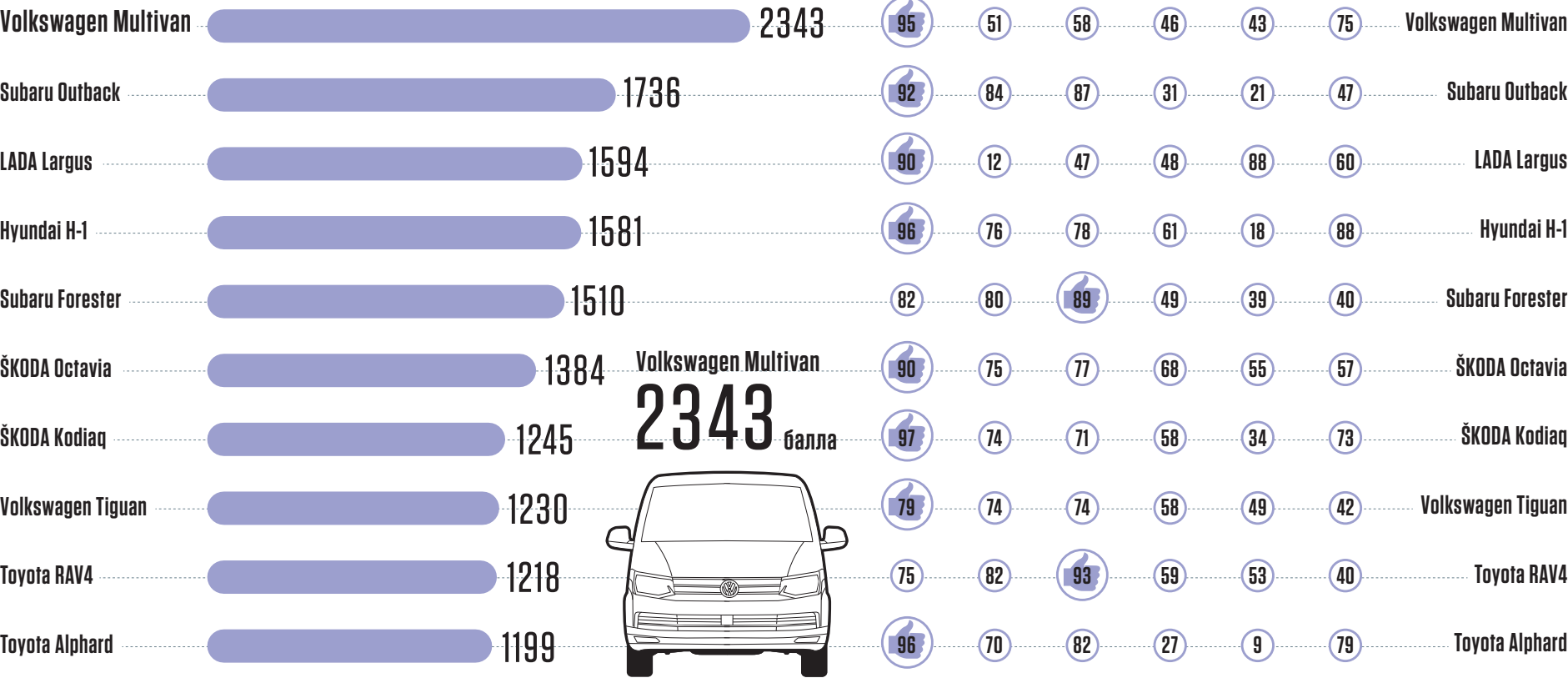
Наиболее значимые параметры при выборе модели авто (%)



Менее значимые параметры



РЕЙТИНГ СЕМЕЙНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ (ТОП-10)
(Тыс. баллов), которые автомобиль набрал в результате взвешивания на население России и нормирования с учетом места при ранжировании

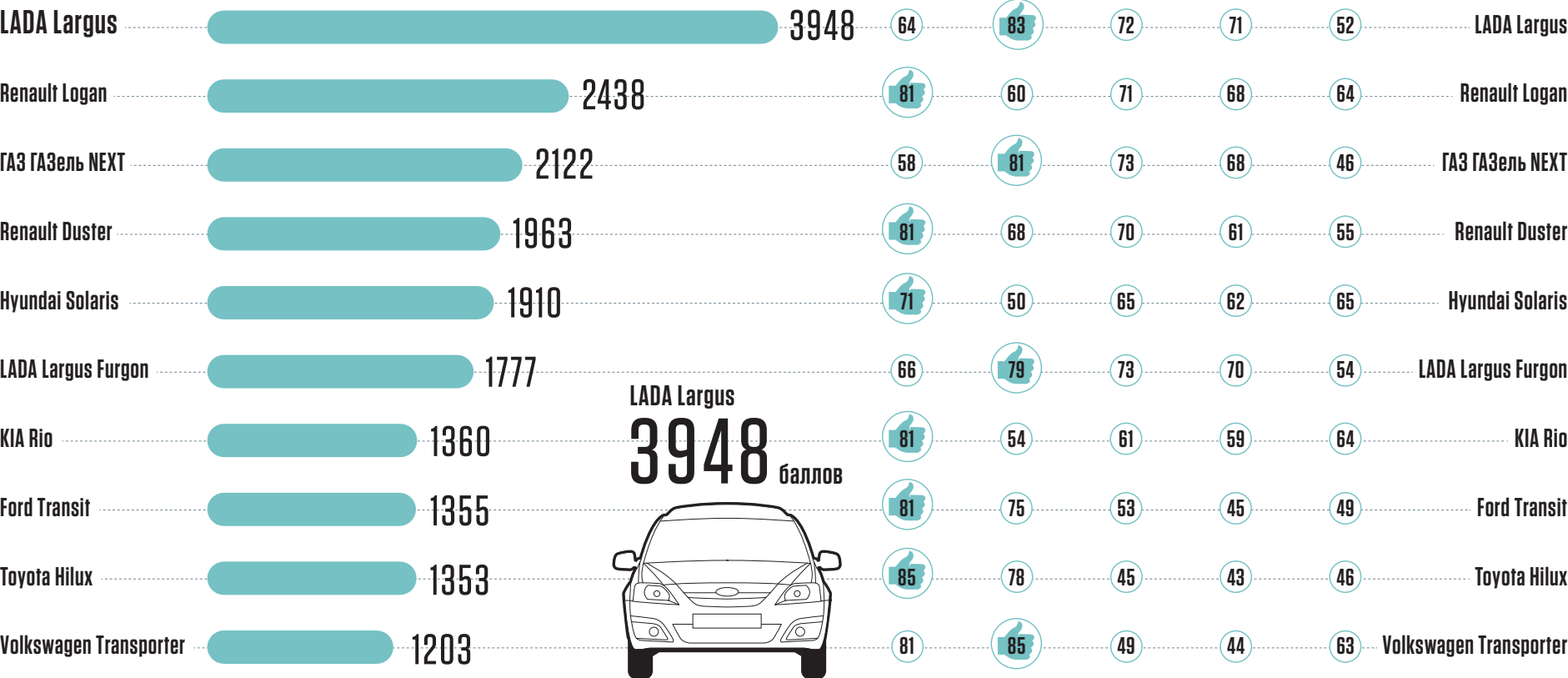


ЛИДЕР РЕЙТИНГА В ЦЕНОВОМ СЕГМЕНТЕ*	до 1 млн руб. LADA LARGUS	1–2 млн руб. HYUNDAI H-1	2–3,5 млн руб. VOLKSWAGEN MULTIVAN	более 3,5 млн руб. TOYOTA ALPHARD
------------------------------------	------------------------------	-----------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

*Минимальная стоимость нового автомобиля.



РЕЙТИНГ «РАБОЧИЕ ЛОШАДКИ» (ТОП-10)
(Тыс. баллов), которые автомобиль набрал в результате взвешивания на население России и нормирования с учетом места при ранжировании



ЛИДЕР РЕЙТИНГА В ЦЕНОВОМ СЕГМЕНТЕ*	до 1 млн руб. LADA LARGUS	1–2 млн руб. FORD TRANSIT	2–3,5 млн руб. TOYOTA HILUX	более 3,5 млн руб. TOYOTA LAND CRUISER 200
------------------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---

*Минимальная стоимость нового автомобиля.

Наиболее значимые параметры при выборе модели авто (%) Менее значимые параметры

НОВЫЙ Volkswagen Crafter

Работник года



Лучший фургон
2017 года

В ЛИЗИНГ
от 34 510 руб./мес.¹



Года
уверенности³



Новое
поколение
двигателей



Высокопрочный
кузов с защитой
от коррозии



Уникальный
фирменный
привод 4MOTION



Максимальная
полная масса
до 5,5 тонн



100%-ная
готовность
к зиме



Передовые
системы помощи
водителю

Лучший фургон 2017 года² уже в России

У нас была четкая цель — создать автомобиль, который бы работал как никогда раньше.

Для любых условий и задач. Практичный, экономичный и инновационный.

Результат — новый Crafter, лучший в своем классе². С передовым техническим оснащением и широким рядом электронных ассистентов водителя. Автомобиль, ориентированный на ваши потребности и задачи — как никогда раньше⁴.



**Коммерческие
автомобили**

¹Условия финансовой аренды (лизинга) для юридических лиц: авансовый лизинговый платеж — 20% от цены, равной 2 200 000 руб. с НДС, платеж в счет выкупа — 43,7%, срок лизинга 36 мес. Балансодержатель — Лизингодатель. Плата за финансирование — 10,62% годовых, где размер финансирования равен стоимости автомобиля с НДС за вычетом размера авансового платежа. Страхование КАСКО, ОСАГО, ДСАГО обязательно, осуществляется силами и за счет Лизингополучателя. Регистрация автомобиля осуществляется силами, за счет и на имя Лизингополучателя. Договором лизинга предусмотрен выкуп автомобиля Лизингополучателем по окончании срока лизинга по цене 961 400 руб. с НДС. При любом изменении условий сделки сумма постоянной части ежемесячного платежа может измениться. Сумма договора лизинга, рассчитанная как сумма авансового лизингового платежа, лизинговых платежей (постоянная часть) и платежа в счет выкупа, составляет 2 643 762 руб. с НДС.

Не является публичной офертой. Лизингодатель вправе изменить условия без предварительного уведомления. Решение о предоставлении услуг принимается Лизингодателем индивидуально. Услуги лизинга предоставляются ООО «ФВ Групп Финанс», www.volkswagen-finance.ru, тел. 8-800-700-75-57 (звонок по России бесплатный).

³Гарантии изготовителя 2 года + 1 год послегарантийной сервисной поддержки на условиях, указанных на сайте volkswagen-commercial.ru.

⁴Среди автомобилей Volkswagen. Реклама

«ОППОЗИТНЫЙ МОТОР — ЭТО СЕРДЦЕ SUBARU, А СИММЕТРИЧНЫЙ ПОЛНЫЙ ПРИВОД — ЕГО ПОЗВОНОЧНИК»

ПЛАНИРУЕТСЯ ЛИ ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ SUBARU В РОССИИ, КОГО МАРКА СЧИТАЕТ СВОИМИ КОНКУРЕНТАМИ И КАКОВЫ БЛИЖАЙШИЕ ПЛАНЫ КОМПАНИИ, КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW АННЕ КИЛИМНИК РАССКАЗАЛ КОНСТАНТИН КРУГЛЯНСКИЙ, РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА МАРКЕТИНГА И ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОДУКТА ООО «СУБАРУ МОТОР».

REVIEW: В 2016 году в России и Белоруссии компания реализовала 5728 автомобилей Subaru, перевыполнив план продаж на 4,1%. На 2017 год план продаж составлял 5800 машин. Подводя промежуточные итоги, как вы думаете, удастся ли компании его выполнить? Или, возможно, даже перевыполнить — на фоне растущего рынка?

КОНСТАНТИН КРУГЛЯНСКИЙ: Мы скорректировали наш план в середине года до 6 тыс. автомобилей и думаю, что выполним поставленные цели. Что касается растущего рынка, то, надо сказать, не все так радужно для брендов верхнего ценового сегмента. Рост наблюдается исключительно в массовом секторе.

R: Самой популярной моделью бренда прошлого года стал Forester с внушительными цифрами: 70,3% от общих продаж. Сохраняется ли такая же тенденция в текущем году или появление компактного кроссовера XV нового поколения корректирует эти цифры?

К. К.: К сожалению, поставки Subaru XV прошлого поколения были ограничены в 2017 году, что и привело к высокой доле Forester. С выходом нового XV доля Forester упадет до 50–55%, а Subaru XV займет 20–25% в наших продажах.

R: Для многих в России компактный автомобиль — это женский автомобиль. При этом марка Subaru традиционно всегда ассоциировалась с ралли и потому считалась безоговорочно мужской. Является ли для компании новый XV тем автомобилем, который расширит покупательскую аудиторию?

К. К.: Subaru XV для нас знаковая модель, построенная на новой платформе SGP. Также это первая модель в России с системой помощи водителю EyeSight. Автомобиль предлагает новый уровень активной безопасности, управляемости и комфорта — мы уверены, что привлечем новую аудиторию, как мужскую, так и женскую.

R: Сегодняшний тренд — появление все большего количества ассистентов помощи водителю. Считаете ли вы упомянутую вами систему EyeSight настолько прогрессивной, что она должна появиться во всех автомобилях, в том числе у ваших конкурентов?

К. К.: На сегодняшний день у EyeSight нет аналогов на рынке, ведь она работает, основываясь на показаниях стереокамеры. По сути, это два дополнительных глаза в салоне автомобиля, которые никогда не отвлекаются от дороги. Представьте себе пассажира, у которого есть дополнительные педали и он пристально наблюдает за дорожной обстановкой — если вы не услышите его крики о приближающейся опасности, он будет предотвращать опасную ситуацию за вас, этаким инструктором на переднем сиденье. Мы не исключаем появления подобных систем у конкурентов, при этом стоит отметить, что это уже третье поколение системы и догнать нас будет сложно.

R: Усовершенствования систем помощи водителю в итоге могут привести к внедрению в автомобилях полноценного

НАШИ ИНЖЕНЕРЫ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ДУМАЮТ ОБ УДОБСТВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АВТОМОБИЛЯ, А УЖЕ ПОТОМ О ТОМ, КАК ОН БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ В ШОУРУМЕ. ИМЕННО ПОЭТОМУ ВЫ НАЙДЕТЕ В НАШИХ АВТОМОБИЛЯХ ПРЕВОСХОДНЫЕ УПРАВЛЯЕМОСТЬ И ПОДВЕСКУ И СКОЛЬКО УГОДНО ДРАЙВА



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА



автопилота. Subaru всегда считался драйверским автомобилем. Как вы относитесь к идее автопилотирования?

К. К.: Система EyeSight не является аналогом автопилота: главная задача системы — вмешиваться в управление автомобилем лишь при приближении опасности и предотвращать ее. Система никак не мешает наслаждаться управляемостью Subaru, при этом, несомненно, добавляет водителю уверенности и безопасности за рулем. К слову, при внедрении системы в Японии количество аварий с участием автомобилей Subaru снизилось на 61%. Если же говорить об идее автопилотирования, то я отношусь к этому отрицательно, как человек, рожденный в эпоху ДВС. При этом я не сомневаюсь, что в будущем управление автомобилем человеком станет экзотикой.

R: Одним из достоинств Subaru называют ее лаконичность: в машине никогда не было ничего лишнего, что мешало бы ее управлению. Но сегодня Subaru, и новый XV тому подтверждение, обладает всеми необходимыми атрибутами комфорта, включая продвинутую мультимедийную систему. Можно ли сказать, что Subaru — это по-прежнему лаконичный автомобиль?

К. К.: Однозначно функциональность и лаконичность Subaru становятся еще лучше с каждым модельным годом. Это философия компании — улучшать до совершенства простые функции автомобиля, которыми водители и пассажиры пользуются чаще всего, и добавлять современные функции, опять-таки которыми наши клиенты будут пользоваться, а не забудут о них после покупки. В этом

суть Subaru, именно поэтому у наших автомобилей один из самых высоких средних сроков использования в мире. Они удобны на уровне ДНК.

R: Считаете ли вы, что полный привод и горизонтально-оппозитный двигатель — это по-прежнему главные козыри марки?

К. К.: Оппозитный мотор — это сердце Subaru, а симметричный полный привод — его позвоночник. В большинстве источников вы прочтете, что оппозитный двигатель лишь снижает центр тяжести, но это всего лишь одно из многих преимуществ. Данный тип мотора легче, лишен вибраций, компактнее, надежнее и позволяет автомобилю сохранять превосходный уровень безопасности, поскольку находится намного ниже в моторном отсеке, чем другие типы моторов, и легко уходит под днище при фронтальном столкновении. Более того, назовите мне кроссовер, который обладает столь внушительным клиренсом? Знаю — сложно. Симметричный полный привод придает автомобилю непревзойденный баланс на дороге, обладает приводными валами одинаковой длины, в отличие от многих конкурентов, а крутящий момент всегда передается на все колеса. Дополненные новым цепным вариатором Lineartronic, данные технические решения серьезно отличают нас от обычных кроссоверов. Кроме того, Subaru с постоянным полным приводом теперь экономичнее многих.

R: У компании сегодня новый слоган: «Создан инженерами». Что вкладывается в эту фразу? Можно ли ут-

верждать, что другие машины других марок созданы не инженерами?

К. К.: Мы вкладываем в данный слоган силу наших инженеров: они главные в создании наших автомобилей. Если кто-то другой готов отказываться от ДНК марки, меняя местами привод на колеса, удешевляя инженерные решения в угоду доли рынка и бизнеса, штампуя фактически одинаковые кузова, мы продолжаем совершенствовать нашу философию, и компания никогда от нее не откажется. Наши инженеры прежде всего думают об удобстве использования автомобиля, а уже потом о том, как он будет выглядеть в шоуруме. Именно поэтому вы найдете в наших автомобилях великолепную обзорность, превосходные управляемость и подвеску, комфортную посадку, простоту использования любых функций и сколько угодно драйва. Безусловно, все автомобили созданы инженерами, но нашим слоганом мы стараемся обратить внимание клиента на нашу философию и технологии.

R: В эпоху глобализации считаете ли важным, что Subaru собирается в Японии? Нет ли у компании планов строительства заводов в других странах, например в России?

К. К.: Да, мы считаем это важным преимуществом — японское качество признано во всем мире. На сегодняшний день у нас нет планов по открытию производства в России.

R: Объявлены рейтинги «Авто года». Автомобили Subaru в трех из четырех рейтингов присутствуют в первой пятёрке, а в номинации «Надежные авто» Forester занимает первое место. Ожидаем ли для вас такой результат?

К. К.: Сложный вопрос. Мы уверены, что наш бренд — один из самых надежных, и мы получаем много благодарностей от наших клиентов. При этом объем продаж Subaru на российском рынке далек от показателей массовых брендов. В целом итоги рейтингов — это скорее сюрприз. Хотелось бы выразить благодарность всем проголосовавшим за Subaru Forester. Мы, конечно же, продолжим делать наши автомобили надежнее и улучшать качество сервисных услуг. Данное голосование нас обязывает поддерживать высокий уровень в данном направлении.

R: А какие бренды вы считаете главными конкурентами Subaru на российском рынке?

К. К.: На сегодняшний день практически все производители имеют в своем арсенале полный привод. При этом мы разительно отличаемся от них технологиями, ведь мы занимаемся полным приводом более 50 лет и, по сути, создали первый в мире кроссовер — Subaru Leone. Мы находимся между массовым и премиальным сегментами и считаем свои автомобили хорошей альтернативой для тех, кто хочет больше, чем предлагает масс-маркет, а также для тех, кому не нравится завышенная цена премиума. Вот такой хитрый ответ.

R: В прошедшем автомобильном квесте «Авто года» призом был новый Subaru XV. На сегодняшний день это самый дорогой приз, который можно было выиграть в этом конкурсе. Следили ли вы за тем, как протекала борьба за автомобиль?

К. К.: Да, конечно. Хотелось бы еще раз поздравить Романа и его семью с победой. А также выразить благодарность проекту «Автомобиль года» за прекрасную работу и дружный коллектив.

R: Каковы планы компании на ближайшее время?

К. К.: В мае 2018 года мы вернем на российский рынок модель Legacy, продолжим популяризировать систему EyeSight, а ближе к концу года ожидайте сюрприз — пока не могу сказать какой: сохраним интригу! ■



BML

ВМL — одежда премиум-класса для мужчин, стремящихся подчеркнуть свою индивидуальность. Для тех, кто по достоинству оценит благородный крой и безупречность исполнения, элегантную сдержанность и шарм.

8 800 700 62 65 BML.RU

РЕКЛАМА

КВЕСТ-НАКРЕСТ

КВЕСТ «АВТО ГОДА» В ЭТОМ ГОДУ ПРОХОДИЛ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ ПО ЗАПОВЕДНЫМ ВИННЫМ МАРШРУТАМ: ЛЕФКАДИЯ, АБРАУ-ДЮРСО, СЕМИГОРЬЕ... НО — ПО УСАМ ТЕКЛО, ДА В РОТ НЕ ПОПАЛО. НЕ НА ПРАЗДНИК ПРИЕХАЛИ УЧАСТНИКИ КВЕСТА, А, МОЖНО СКАЗАТЬ, НА БИТВУ, ПРИЗОМ В КОТОРОЙ БЫЛ НЕ ДОБРЫЙ КОНЬ, А ЦЕЛЫЙ ТАБУН ЛОШАДЕЙ, ЧТО БЬЕТСЯ В ОППОЗИТНОМ ДВИГАТЕЛЕ SUBARU XV. КТО И КАК ВЫИГРАЛ ЦЕННЫЙ ПРИЗ — ЧИТАЙТЕ В РЕПОРТАЖЕ КОРРЕСПОНДЕНТА REVIEW АННЫ КИЛИМНИК.



В КОМАНДЕ «ЕХАЙ НА» СТАНИСЛАВУ ОСИПОВУ В БОРЬБЕ ЗА ПРИЗ ПОМОГАЛИ ВЕДУЩИЕ «НАШЕГО РАДИО» ИГОРЬ ПАНЬКОВ И АНДРЕЙ ЛОМАНОВ

Я могу вам точно сказать, как со стопроцентной вероятностью выиграть автомобиль в квесте «Авто года». Никак. Нет такой стопроцентной вероятности. Да, к этому соревнованию можно и нужно готовиться. Прочесть хотя бы, как проходил квест в прошлый раз, чтобы учесть все чужие ошибки и взять на вооружение чужие удачи. Ну и боевой настрой тоже никто не отменял. Но все же для победы здесь неизбежно потребуются удача. К тому же всегда найдется то, на что вы не сможете повлиять, например жеребьевка, погода и... сломавшийся автобус.

ТИШЕ ЕДЕШЬ Именно он встретил нас в аэропорту Краснодара. Задача автобуса была проста — отвезти участников квеста в местный дилерский центр Subaru, всего-то полчаса пути. Но он с трудом кряхтел своей пневмоподвеской, все перепутал, привез нас вообще в другое место, где окончательно испустил дух. В итоге старт задержался часа на три. И пока это ровным счетом ни на что не влияло, кроме того, что хотелось уже быстрее включиться в игру.

А для этого сначала надо было провести жеребьевку. И вот в построенном по всем фирменным стандартам «дилершипе» Subaru случай определил состав команд.



ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»



ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

Но стоит прежде напомнить, как отбирались штурманы — главные действующие лица этого соревнования, которые и собирались биться за суперприз квеста — Subaru XV. Все они стали победителями разных конкурсов, проводимых как «Авто года», так и партнерами премии. Станислав Осипов (Саратов) выиграл в онлайн-игре Continental. Кирилл Есмуханов (Саратов) — в акции Subaru. Валерий Леонтьев (Уфа) был выбран из числа участников голосования «Рейтинги „Авто года“». Алексей Борисов (Новосибирск) и Роман Шелехов (Москва) победили в региональном автомобильном квесте банка «Открытие». А Михаил Торчинский (Санкт-Петербург) стал первым в чемпионате Husqvarna. Каждому из них в качестве помощников достались по два представителя СМИ, и с этой точки зрения наша команда заметно выделялась на общем фоне. Потому что чемпиону Husqvarna в качестве пилотов выпали сразу две девушки: автор этого репортажа и красавица Александра из издания «Советский спорт».

КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, КАКОЙ КОНКУРС МОГЛА ПРИДУМАТЬ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ КОМПАНИЯ, ПРОИЗВОДЯЩАЯ БЕНЗОПИЛЫ?

РЕПОРТАЖ



Не успели мы познакомиться, как уже нужно было придумывать название и девиз нашему экипажу. Времени на раздумья толком не было, и мы, следуя логике, что Михаил из Питера, колыбели русской революции, столетие которой как раз худо-бедно отмечается, да и живет он в районе площади Восстания, решили назвать команду «Восстание», взяв себе простоватый, но гордый революционный девиз: «Победа будет за нами». Ну, мол, устроим тут сейчас переворот — и Subaru будет за Михаилом.

ЧЕМ ПАХНУТ ремесла Была в этом, конечно, доля сарказма — рассадить команды по Subaru XV, ведь именно эта модель и предлагалась в качестве главного приза квеста, а потому чем больше он нравился участникам, тем яростнее они вели свою борьбу за него.

Первым заданием стала съемка видеопредставления команды, локацией для которого наша команда выбрала — вполне логично — улицу Ленина, которая есть в любом приличном городе России. А затем уже мы направились в Лефкадию, где нас ждало следующее живое задание. Сразу стоит отметить, что все задания в квесте «Авто года» делятся на три типа — живые, электронные и виртуальные. Заработанные в них очки суммируются,



кто из команд набрал больше очков, тот и победитель. Немаловажно и то, что все задания этого соревнования связаны так или иначе с партнерами премии.

И вот в Лефкадии нас ждало испытание от Husqvarna. Представители марки предложили всем участникам поспорить в меткости, точности и силе. Одному из членов команды надо было трижды попасть пластиковой бутылкой в ящик, выстрелив ею из воздуходувки, которым обычно убирают на улице листья. Второму — электропилой отпилить от бревна плашку определенной ширины. Третьему — за 30 секунд наколоть как можно больше дров из одного увесистого чурбака. Уверенность в том, что уж с заданиями от Husqvarna наша команда справится без проблем, стала неуверенностью: у полностью мужских команд тут явно было преимущество. Но мои слабые возражения, что, мол, «как же так» и «нельзя ли, чтобы наш Миша вместо одного задания выполнил два», были строго отвергнуты соперниками. Потому что «как в горящую избу идти — так пожалуйста, а как дрова рубить — так это не женская работа». В итоге лич →

**НАСТОЯЩИЙ АВТОМОБИЛИСТ
ДОЛЖЕН РАЗБИРАТЬСЯ В ГСМ**

РЕПОРТАЖ



ФИШКА ЭТОГО КОНКУРСА В ТОМ, ЧТО ПРОЕХАТЬ НАДО БЫЛО НЕ ТОЛЬКО БЫСТРО, НО И АККУРАТНО

ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»



БАНКОВСКИЕ КАРТЫ ГОДЯТСЯ НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ ПЛАТЕЖНЫХ ОПЕРАЦИЙ

ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»



НЕЛЕГКОЕ ЗАДАНИЕ — ИЗ ШИПОВАННОЙ РЕЗИНЫ СДЕЛАТЬ НЕШИПОВАННУЮ

ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»



ВЫПИЛИВАНИЕ ТАКОЙ ЦЕПИ — ПРОГРАММА ВНЕ КОНКУРСА

ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

→ но я взялась за бензопилу и со словами «Как же я вас всех ненавижу» отпилила от бревна кругляшок, к сожалению, меньшего размера — 26 мм против нужного 31 мм. В итоге в этом конкурсе мы заняли лишь четвертое место. Первой стала команда «555», вторыми — «Ехай на», третьими — «Сибирская пляеда».

Зато в следующем испытании мы завоевали второе место. Это было уже задание от Total. Сдав организато-

рам пилы и топоры, мы получили карты закладки на берегу озера Гечепсин маленьких канистр и баночек с фирменным маслом. Это озеро располагается в долине Лефкадия, и тут, вероятно, очень живописно. Но мы этого так и не узнали — сказались последствия задержки на несколько часов программы, и к моменту поиска нефтепродуктов наступила темнота, хоть глаз выколи. Впрочем, фонарик ведь есть в каждом мобильном теле-

фоне. Все отведенные командам 20 минут на поиски я тщето лазила по колючим кустам и глубоким оврагам, промокла, испачкалась в грязи, но ни одного артефакта так и не нашла. Нашу команду спасла Александра, а первое место завоевал экипаж «Ехай на». Третьими стала «Сибирская пляеда».

КТО ЗДЕСЬ ПЕРВЫЙ Поздно вечером, уставшие, но довольные, в своих грязных ботинках мы ввалились в белоснежный «Кемпински Гранд Отель Геленджик» и, наспех приведя себя в порядок, отправились на объявление результатов первого дня.

По итогам так называемых живых конкурсов, среди которых был еще один — от банка «Открытие» — строительство карточных домиков из банковских карт, наша команда заняла лишь третье место — 15 очков, на первом оказалась «Сибирская пляеда» — 19 очков, на втором — «Ехай на». «Звездная ракета» лидировала при суммировании очков электронных заданий, выполняя которые нужно было давать ответы на каверзные вопро-

сы вроде «В каком году была образована компания Continental?» или «Как называлась первая модель марки Subaru?». Но вот потом нас всех ожидал настоящий сюрприз. Потому что в виртуальном квесте с большим отрывом победила команда «555» — 43 очка. Для сравнения: наша команда заняла второе место с 28 очками. В виртуальном квесте могли участвовать не только и не столько сами участники команд, сколько их группы поддержки через социальные сети. Так что вот вам лишнее подтверждение: не имей сто рублей, а имей сто друзей, подруг, родственников, знакомых, коллег — все они тебе пригодятся для поддержки в важный момент твоей жизни. Итак, по итогам первого дня соревнований команда «555» Романа Шелехова с весомыми 62 очками заняла лидирующую позицию. Второе место закрепилось за экипажем «Ехай на» Станислава Осипова — 49 очков. А им в спину дышали сразу две команды, расположившиеся третьем месте: наше «Восстание» и «Сибирская пляеда», штурманом которой был Алексей Борисов — у каждой команды было по 48 очков.



ЭКСПЕДИЦИИ DISCOVER RUSSIA*

АВТОМОБИЛЬНЫЕ ТУРЫ ПО РОССИИ

Время путешествовать
Открывай Россию с нами!

6 ЭКИПАЖЕЙ LAND ROVER

6 ДНЕЙ ПРИКЛЮЧЕНИЙ

УНИКАЛЬНЫЕ ВНЕДОРОЖНЫЕ
МАРШРУТЫ

НАЦИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

НАСЫЩЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ
ПРОГРАММА



Автомобильные экспедиции организует агентство «Автораzum». Для получения дополнительной информации свяжитесь с туроператором по почте: travel@avtorazum.com, телефону: +7 (495) 643-24-45 или оставьте заявку на сайте: discoverrussia.vip

*Открывая Россию



БЕССОННИЦА

ДЕКАБРЬ

- 08 DENNIS FERRER
- 15 БЕССОННИЦА 4 ГОДА
ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ КЛУБА
NICK CURLY / EMANUEL SATIE
- 23 NIC FANCIULLI / LUCIANO
- 31 НОВЫЙ ГОД 2018

РЕКЛАМА

БОЛОТНАЯ НАБ. 11/1 +7 495 640 03 53

18+

→ **ПОКОЙ НАМ ТОЛЬКО СНИТСЯ** После позднего ужина и раннего подъема на удивление никто из участников не выглядел усталым. Все потому, что битва за Subaru XV переходила в свою заключительную стадию и сдаваться никто не собирался: настрой у всех был довольно боевой. Но при этом, что особенно ценно, очень дружеский. Первым делом все отправились мыть машины. Точнее, колесные диски — таково было новое живое испытание, где снова соревновались всей командной: один диск должен был «намылить», второй — их помыть, и все это при помощи мойки высокого давления, конечно же, марки Husqvarna. Ну а третий — все их высушить. Оценивалась скорость выполнения задания, а за некачественную работу штрафовали. И только женский состав нашей команды хотел проявить себя во всей красе — ведь мойка и сушка нам должны даваться куда лучше, чем пиление и колка — как музыку нам испортила команда «Ехай на». Парни нашли лазейку в правилах: как заработать больше баллов при минимальном старании. Так наш звездный час и не пробило: заработать побольше очков нам хотелось куда сильнее, чем заработать аплодисменты. Итог по первой тройке победителей в этом соревновании такой был: «Сибирская плеяда», затем «Ехай на» и третьи — «Восстание».

Но, пожалуй, самое правильное задание в автоквесте, приз в котором — автомобиль, так это соревнование в водительском мастерстве. Суть конкурса от Subaru — про-



УЧАСТНИКИ КВЕСТА ЕЗДИЛИ НА ТОМ ЖЕ АВТОМОБИЛЕ, КОТОРЫЙ БЫЛ ГЛАВНЫМ ПРИЗОМ

верка навыков аккуратной езды. Заезды проходили на огромной парковке завода игристых вин «Абрау-Дюрсо». За рулем сидеть могли только штурманы. Им нужно было на Subaru XV проехать «змейку», развернуться в ограниченном конусами пространстве и затем проехать сложную фигуру задним ходом, в итоге припарковавшись в воображаемом гараже. За каждый сбитый конус — штрафные

очки, за использование заднего хода, когда едешь вперед, и переднего, когда едешь назад, — для корректировки траектории — штрафные очки, за расплескавшуюся воду из стакана, стоящего на капоте, — штрафные очки. Каждый участник ехал медленно и аккуратно. Первые три места в этом соревновании заняли соответственно команды «Ехай на», «Восстание» и «Сибирская плеяда».

Впрочем, один из пилотов, не имевший права в этом конкурсе садиться за руль, ради эксперимента получил у организаторов разрешение тоже пройти трассу — вне зачета. Но с расчетом проверить, не будет ли эффективнее ехать быстро, хоть и сбивая больше конусов: возможно, штрафные очки не так уж серьезно повлияют на финальную оценку за счет высокой скорости прохождения трассы. Но в итоге показанное время осталось далеко за пределами результатов первой тройки. Да к тому же из поставленного на капот стакана не просто пролилась вода: стакан в принципе в итоге упал, принеся еще больше штрафных баллов.

РВАТЬ НА БИТАХ Затем мы отправились в винодельческое хозяйство «Усадьба Семигорье». Так же, как в Лефкадии и Абрау-Дюрсо, нас там по-прежнему не ждали дегустация вин, экскурсия в погреба и уроки сомелье. Нас там ожидало очередное живое испытание, на этот раз — от Continental. Каждой команде выдали по шипованной покрышке этой марки и одни на троих плоскогубцы, при помощи которых предлагалось драть шипы, будто зубы мудрости. Сложное ли это занятие? По мне так невозможное. Мы и еще две команды не смогли извлечь из покрышки Continental ни одного шипа. Остальные были более хитрые и изобретательные. Однако так просто в этом конкурсе победы было не одер-



С ЛЫСЫЙ ГОРЫ УЧАСТНИКИ КВЕСТА СПУСКАЛИСЬ УЖЕ В СУМЕРКАХ

ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

жать. Надо было еще сложить стихотворение, в котором была бы фраза «Не вынул шип». Время дали до вечера, и зачитывали штурманы поэтические вирши своих команд прямо за праздничным ужином, добавляя в копилку возможной победы еще немного баллов. Забегая вперед, скажу, что в этом стихотворном баттле наше «Восстание» одержало безоговорочную победу. Все потому, что, оказалось, Александра на досуге пишет стихи, а Михаил и вовсе прирожденный декламатор сатирических четверостиший. В итоге тройка лидеров конкурса Continental выглядела так: первые — «555» и «Победа», затем «Сибирская плеяда» и уже на третьем месте наше «Восстание».

Была в этот день еще пара живых конкурсов. Во-первых, надо было найти виды, похожие на пейзажи, изображенные на двух выданных нам пластиковых картах банка «Открытие». Ну а если не найти, так что-нибудь скреативить, запечатлев свое творение на фотоснимке. Тут на первом месте оказалась команда «555», на втором — «Ехай на», третье место поделили «Победа» и «Восстание».

ПЛЮСИК В КАРМУ Заключительным живым испытанием второго дня, да и всего квеста, стала викторина от «Авто года», в которой не оказалось проигравших: все шесть команд разделили друг с другом первое место. Но не этим приятным бонусом запомнилась последняя состязание, а местом его проведения. Нам всем пришлось забраться на Лысую гору — живописную смотровую площадку на окраине Анапы. Отсюда, с высоты 319 м, открывается прекрасный вид на город и море, особенно красивый он на закате, который нам, к счастью, удалось застать. Не забыть нам и дорогу, которая ведет наверх: настоящий русский офроуд с ямами, которые под силу далеко не каждому автомобилю. Но мы-то были на Subaru XV, поэтому добрались до места назначения без труда, но под впечатлением — от непроходимости дороги до одной из самых красивых достопримечательностей Краснодарского края и от проходимости автомобиля, обладателем которого стал...

Но прежде подбьем очки. По итогам живых заданий лидировала «Сибирская плеяда» — 54 очка, с отставанием в пару очков шла команда «555». В электронном



ПОБЕДИТЕЛЬ КВЕСТА РОМАН ШЕЛЕХОВ (СПРАВА) СО СВОИМИ ТОВАРИЩАМИ ПО КОМАНДЕ

зачете — нам и во второй день продолжали задавать все те же каверзные вопросы, наоборот, впереди была команда «555» с отрывом от «Сибирской плеяды» в те же 2 очка. В виртуальном соревновании первыми снова были «555», а вторыми стали «Восстание». Тройка лидеров по итогам второго дня выглядела так: «555» — 72

очка, с отставанием в один бал — «Сибирская плеяда», третьи — «Восстание», 67 очков. Так же выглядела и тройка победителей по итогам всего квеста: «555» — 134 очка, «Сибирская плеяда» — 119 очков, «Восстание» — 115 очков.

И только когда объявили победителей, я вспомнила, что вообще-то я здесь в первую очередь для того, чтобы написать этот репортаж. Но азарт настолько меня захватил, что про работу свою я слегка подзабыла. Да, я не

должна была выиграть этот суперприз, но, признаюсь, хотелось записать себе плюстик в карму за помощь в таком необычном деле другому человеку. Так что окончен квест, наконец-то выпито вино со словами чествования победителя. Роману, уверена, этот автомобиль принесет немало удовольствия. И где-то внутри у меня начала свербеть мысль: а не рискнуть ли самой на следующий год... Какие-какие тут у них в «Авто года» конкурсы проводят? ■

МИР МИТИНО

СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ

ПАРКОВКА В КАЖДОМ ДОМЕ

mirmitino.ru
+7 (495) 357 03 07

ВСЕ ХОТЯТ ЖИТЬ В МИРЕ

РЕКЛАМА. Проектная декларация на сайте www.mirmitino.ru.
Застройщик – ООО «Рождествено».

«НАША ДОЛЯ НА РЫНКЕ ДОСТИГЛА 4%, И МЫ НАДЕЕМСЯ УВЕЛИЧИТЬ ТЕМПЫ РОСТА В БУДУЩЕМ»

КАК ЭЛЕКТРИФИКАЦИЯ АВТОТРАНСПОРТА ОТРАЗИТСЯ НА РЫНКЕ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ, КАКАЯ ИЗ ДВУХ ГОНОК ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛИСТОВ TOTAL СЛОЖНЕЕ — «ДАКАР» ИЛИ «ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ» — И КАКОЕ СЛОВО ЯВЛЯЕТСЯ КЛЮЧЕВЫМ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ, КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW АННЕ КИЛИМНИК РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» ФАБЬЕН ВУАЗЕН.

REVIEW: Рынок легковых автомобилей в России показывает уверенный рост. А как развивался рынок смазочных материалов в 2017 году?

ФАБЬЕН ВУАЗЕН: Действительно, продажи новых автомобилей показали в этом году прирост на 11%, что превысило изначальные прогнозы на текущий год. Это прекрасная новость для всех нас! Что касается рынка смазочных материалов, то его рост составил 1–2%.

Р: В 2018 году состоится запуск вашего завода в Калужской области. На каком этапе вы сейчас находитесь? Были ли какие-то неожиданные сложности, с которыми вы столкнулись в ходе строительства завода?

Ф. В.: На данный момент строительство идет согласно составленному еще в 2016 году плану: мы начнем производство в середине 2018 года, бюджет проекта не превышен, и все нормы безопасности строго соблюдаются — отработан уже почти 1 млн человеко-часов без происшествий. С серьезными трудностями мы пока не столкнулись. И еще раз убедились в правильности решения выбрать Калужский регион для нашего проекта!

Р: Каковы ваши прогнозы — как повлияет локализация на работу компании в России? Какие плюсы ощутит на себе российский потребитель?

Ф. В.: Ни для кого не секрет, что в последние два года локализация — ключевое слово для российской экономики. Это, несомненно, дает много преимуществ и самой экономике, и российским потребителям. Открытие завода помимо создания 50 новых рабочих мест позволит предложить нашим клиентам лучший сервис с точки зрения логистики, обеспечив кратчайшие сроки доставки. Кроме того, условия приобретения станут более выгодными: самая высокотехнологичная продукция Total получит преимущества локального производства с точки зрения формирования стоимости.

Р: Вы планируете использовать свой новый завод как площадку для производства продукции на экспорт? Какие именно продукты и в какие страны вы планируете продавать?

Ф. В.: Наш завод в Ворсине станет логистическим центром для поставок продукции по всей России: от Калининграда до Владивостока. На данный момент мы планируем экспорт в Белоруссию, Азербайджан, а также Центральную Азию — в Казахстан, Узбекистан, Киргизию. Вся гамма смазочных материалов, которая будет производиться на заводе, станет доступна для этих стран: моторные масла, промышленные, гидравлические, трансмиссионные.

Р: Какова будет следующая глобальная цель компании после запуска завода?

Ф. В.: В последние годы «Тотал Восток» показал значительный рост. Наша доля на рынке достигла 4%, и мы надеемся увеличить темпы роста в будущем. Я верю, что мы сможем прирасти на 1–2% в ближайшие пять лет. Если говорить об объемах, то первоначальная мощность завода рассчитана на 40 тыс. тонн — этот объем мы планируем полностью оперативно реализовать, так как наши продажи его превышают уже сейчас. Следующая цель — достигнуть производительности завода, равной 75 тыс. тонн.

Р: У Total в 66 странах мира работает сеть фирменных АЗС, которая насчитывает 16 тыс. станций. Планируете ли вы открыть широкую сеть своих заправок в России?

Ф. В.: Total — лидер в области заправочных станций в



ЕВГЕНИЙ ГИРКО

Европе и Африке. Однако во многих странах мы успешно продаем смазочные материалы без сети заправок, в том числе в России. Тем не менее российский рынок топлива кажется нам очень привлекательным. В следующем году мы планируем активное развитие в этой области с нашим партнером AS24, сетью для грузоперевозчиков и транспортных компаний. Так что если вы владелец грузового автопарка, то скоро наш сервис станет доступным для вас.

Р: Сегодня все больше и больше новостей, что многие страны планируют в перспективе пары-тройки десятков лет отказаться от автомобилей с ДВС. Каков ваш прогноз — возможно ли это? И как эта тенденция отразится — или уже отражается — на рынке смазочных материалов?

Ф. В.: Этот важный этап развития и производства более экологически чистой и доступной энергии является частью стратегии Total. Не все страны развиваются в этой области так быстро, как, например, наиболее прогрессивная в этом вопросе Норвегия. Эффективность будет зависеть от того, насколько быстро мы сможем перейти на полностью электрические двигатели или все-таки основным трендом останутся гибридные варианты. В любом случае это очень перспективная область. Объем потребления топлива в расчете на транспортное средство будет снижаться, но будут требоваться новые и более сложные технологии для обеспечения работы современного транспорта.

Р: Говоря о новых технологиях, стоит вспомнить, что Total поддерживает такие автоспортивные команды, как Peugeot-Total и «КАМАЗ-мастер» в ралли «Дакар» и «Шелковый путь». Один из сложнейших отрезков последнего «Дакара» — горный район Боливии, где не-

хватка кислорода чревата падением мощности и перегревами моторов. Как специалисты Total готовили машины к этому этапу?

Ф. В.: Что хорошо в автоспорте — это экстремальные условия для использования наших продуктов. Специальные формулы с использованием особых присадок, разработанные в нашем исследовательском центре во Франции, делают наши топлива и смазочные материалы наряду с охлаждающими жидкостями готовыми к эксплуатации в жесткой среде, придавая дополнительную мощность двигателям и одновременно предохраняя их от перегрева.

Р: Скоро стартует очередной «Дакар». Как Total готовится к этому гоночному испытанию?

Ф. В.: В нашей подготовке можно выделить два основных аспекта. С технической точки зрения наши инженеры неустанно работают над улучшением продуктов и постоянно контактируют с поддерживаемыми нами автоспортивными командами, помогая им довести технические показатели до необходимого уровня, основываясь на результатах предыдущих гонок. С точки зрения маркетинга мы всегда используем эти соревнования, а точнее, достижения наших команд и продуктов в нашей коммуникации. Некоторым потребителям даже посчастливилось побывать на разных этапах гонок и встретиться с командами и пилотами.

Р: Стефан Петерансель, пилот команды Peugeot-Total, в этом году выиграл свой 13-й по счету «Дакар». «КАМАЗ-мастер» — уже 14-кратный победитель этого ралли-рейда. В чем, на ваш взгляд, секрет таких многократных побед? В этом больше человеческого фактора или технической составляющей?

Ф. В.: На мой взгляд, это комбинация обоих факторов. Техническая составляющая и наши продукты — неотъемлемая часть результата команды. Тем не менее победы без выдающегося человека не бывает. Что касается пилотов, я бы хотел выделить троих: Себастьяна Леба за его рекордное число побед в дисциплине «Ралли», Стефана Петеранселя за его способность покорить «Дакар» как на мотоцикле, так и на автомобиле, и Владимира Чагина за его многочисленные победы в зачете грузовиков. И давайте не будем забывать о штурманах, технических специалистах и инженерах!

Р: Команды «КАМАЗ-мастер» и Peugeot-Total принимают участие как в «Дакаре», так и в гонке «Шелковый путь». Для Total какая из этих гонок наиболее сложная и почему?

Ф. В.: Если позволите, то я бы сказал, что эти ралли не так уж и сложны, коль скоро наши партнеры успешны в обоих! Но совершенно точно, что в 2017 году «Шелковый путь» стал настоящим испытанием по причине самой длинной дистанции с самыми жесткими условиями для автомобилей и грузовиков. Но повторюсь еще раз, победы наших команд — лучшие иллюстрации того, что наши смазочные материалы способствуют поддержанию работоспособности двигателей.

Р: Вашему сотрудничеству с Федерацией хоккея России чуть больше полугода. Можете ли вы уже сейчас сказать, что оно дало бренду Total?

Ф. В.: Мы используем наше партнерство в наших рекламных кампаниях. Возможно, вы видели наш ролик «Робот Quartz», где наш персонаж Робот играет в хоккей. На текущий момент мы запустили специальную акцию в рознице, в рамках которой при покупке четырехлитровой канистры наших топовых смазочных материалов покупатель получает в подарок не только брендированный шарф болельщика «Красная машина», но и автограф-карточку с автографом того или иного игрока сборной. И мы с нетерпением ждем начала «Кубка „Первого канала“» в Москве, чтобы порадовать болельщиков дополнительными акциями в рамках нашего партнерства.

Р: Следите ли вы за какими-либо играми, проходящими под эгидой Федерации хоккея России, так же пристально, как за ралли-рейдами? Например, из последних — всероссийское соревнование по хоккею «Первенство сборных команд федеральных округов» среди юношей до 15 лет или Кубок Германии, в котором как раз одержала победу сборная России?

Ф. В.: Я слежу за результатами всех национальных команд через социальные сети. Я знаю, насколько важно для федерации вырастить молодое поколение, способное привести сборную к чемпионскому титулу, возможно, уже в следующем году на чемпионате мира в Дании или на Олимпийских играх в Корее. И я также хотел бы отметить отличные результаты женских сборных!

Р: Недавно были объявлены рейтинги «Авто года». Что вы думаете о результатах — совпадают ли они с вашим мнением, что, например, лучшая рабочая лошадка — это Lada Largus, а самый современный автомобиль — Volvo XC90?

Ф. В.: Думаю, мне следует держать нейтралитет, поскольку это результаты весьма авторитетного маркетингового исследования. И я считаю его довольно важным и значимым. Но хотел бы подчеркнуть, что я весьма впечатлен тем, как АвтоВАЗ обновил свой модельный ряд. Так что видеть Lada Largus на первых позициях не такой уж и сюрприз для меня. ■



TOTAL

COMMITTED TO BETTER ENERGY*



www.total-lub.ru

* Мы делаем энергию лучше. Реклама.

**Снижает износ.
Продлевает срок службы двигателя.**



TOTAL

QUARTZ

МОТОРНЫЕ МАСЛА

«БЕЗ ПАФОСНЫХ ЛОЗУНГОВ, БЕЗ ПОДДЕРЖКИ ГОСУДАРСТВА МЫ РАЗВИВАЕМ ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ»

КАК ПРОЕХАТЬ ВСЮ ЧУКОТКУ ЗА РУЛЕМ ВНЕДОРОЖНИКА, НАМЫТЬ ЗОЛОТО ПОД МАГАДАНОМ И ПОЙМАТЬ РЫБУ У БЕРЕГОВ САХАЛИНА, НЕ УСТРАИВАЯСЬ ПРИ ЭТОМ НА РАБОТУ ПОЛЯРНИКОМ, СТАРАТЕЛЕМ ИЛИ РЫБАКОМ? ОТВЕТ ЗНАЕТ АЛЕКСЕЙ СИМАКИН, РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПАНИИ «АВТОРАЗУМ», С КОТОРЫМ ВСТРЕТИЛСЯ КОРРЕСПОНДЕНТ REVIEW ВАЛЕРИЙ ЧУСОВ.

REVIEW: С чего начиналась компания «Авторазум»?

АЛЕКСЕЙ СИМАКИН: Все началось с участия в отборах на Camel Trophy. Поэтому вполне логично, что «Авторазум» занимается событиями, которые связаны с автомобилями. А последние десять лет занимаемся только этим.

R: Откуда такое название?

А. С.: Важно, чтобы с первого контакта у людей возникала с нами эмоциональная связь. Когда сегодня нам звонят по телефону, то слышат в трубке: «Здравствуйте, вы подключились к „Авторазуму“». Кстати, имеется в виду не только и не столько «автомобильный разум», сколько разум «автоматический». Некий общий разум, мозговой сервер, к которому можно подключиться. Клиент, как правило, не всегда понимает, чего он хочет на самом деле. Но наш «разум» считывает потаенные, истинные желания и работает с ними, помогая понять, что именно требуется.

R: У вас есть какая-то философия или, если хотите, идеология?

А. С.: Самое главное, мы верим в то, что делаем. А есть еще то, что мы не декларируем, но все равно живем по этому принципу: мы делаем то, что мы любим.

R: Вы любите экспедиции и поэтому вы их организуете?

А. С.: Это одно из направлений нашей деятельности, хотя и самое любимое. Мы организуем тест-драйвы для журналистов, дилеров и клиентов, делаем учебные программы.

R: А тест-драйв разве не экспедиция? Просто по тщательно спланированному маршруту...

А. С.: Как говорил Винни-Пух, «экспедиция — это когда люди идут друг за другом». Тест-драйвы мы делаем разные. И короткие: человек за 15 минут проехал по препятствиям, которые мы привезли и установили. И более продолжительные — с продолжительным маршрутом и естественными препятствиями.

К нашему счастью, еще есть автомобильные бренды, которые ассоциируют себя с бездорожьем, когда нужно добраться из точки «А» в точку «Б», невзирая на качество или отсутствие дорог. И вот компании, которые выпускают внедорожники, в рамках рекламной или пиар-стратегии устраивают экспедиции и для этого обращаются в агентства, в том числе к нам.

Пять лет назад мы начали совместно с Land Rover делать экспедиции Discover Russia, «Открывая Россию» для поддержки модели Discovery. О них много писали журналисты, они стали известны. И люди стали интересоваться, нельзя ли организовать такую экспедицию и для них. В прошлом году мы сделали несколько тестовых экспедиций, а в этом году купили шесть Land Rover Discovery и провели четыре ротации.

Мы забрасываем машины в какой-то регион и туда привозим последовательно несколько групп клиентов. Каждая ездит по нашему маршруту пять-шесть дней. Потом машины отправляются в другую точку и там повторя-

К НАШЕМУ СЧАСТЬЮ, ЕЩЕ ЕСТЬ АВТОМОБИЛЬНЫЕ БРЕНДЫ, КОТОРЫЕ АССОЦИИРУЮТ СЕБЯ С БЕЗДОРОЖЬЕМ, КОГДА НУЖНО ДОБРАТЬСЯ ИЗ ТОЧКИ «А» В ТОЧКУ «Б» НЕВЗИРАЯ НА КАЧЕСТВО ИЛИ ОТСУТСТВИЕ ДОРОГ



ется то же самое. В этом году у нас были Байкал, Сахалин, Камчатка и Алтай. Мы в первый год решили сделать знаковые точки, которые на слуху у путешественников. Хотя перевозить машины на Сахалин и на Камчатку сейчас дело очень затратное. И в итоге экспедиции в этом году для нас оказались убыточными, но мы пошли на это сознательно, чтобы заявить о себе.

R: А как вы выбираете «незнакомые» маршруты?

А. С. Все эти маршруты уже давно в нашей базе. Мы за пять лет провели 22 экспедиции с Land Rover, и у нас уже есть и места, и местные подрядчики, и методы подготовки экспедиций. Сначала просто пробиваем информацию о регионе, находим через знакомых местных и дальше уже выезжаем на место смотреть маршрут. Сейчас не так трудно найти карты со всеми тропинками в интернете, во многих местах кто-то был, писал треки. Мы на Чукотку ездили по трекам. Белая мгла, светло, но ничего не видно, горизонт нет... Едешь буквально по приборам. Точнее, по треку, который кто-то прописал четыре года назад.

R: Не всякий клиент захочет днями смотреть исключительно на «белую мглу»...

А. С.: В наших экспедициях всегда есть какие-то познавательные моменты, касающиеся отрасли, которая ассоциируется с этим краем. Например, в Магадане мы ездили на золотые рудники, наши клиенты мыли золото. На Сахалине выходили в море и вытаскивали рыбу. Музеи. Га-

сначала была компания «наша команда», которую организовали бывшие участники отборов на Camel Trophy. занималась она тем, что сегодня называют тимбилдингом. но потом появился «Авторазум», главная специализация которого — автомобильные события

R: Какие у вас дневные перегоны?

А. С.: Зависит от маршрута. Обычно это день в пути, в ночь стараемся не уходить. Останавливаемся, если есть зачем. Вот между Улан-Удэ и Сковородино просто незачем останавливаться. Лучше махнуть больше тысячи за день и потом провести день на космодроме Восточный. Иногда делаем обед в пути — в Кабардино-Балкарии устроили обед на высоте 3 тыс. м, нам заранее приготовили шашлык. Вокруг пятидесятики стоят — виды очень красивые. И, конечно, стараемся, чтобы на остановках была возможность хорошо отдохнуть. Но не было времени лениться. Как в пионерлагере: всегда должно быть занятие. В Чарской пустыне (она в тайге, но с настоящими барханами, самая северная пустыня в мире) мы устроили соревнования по ав-тоориентированию. Всем очень понравилось!

R: Вы устраиваете экспедиции только по России?

А. С.: В прошлом году на Volkswagen Amarok маршрут Трансазиатской экспедиции от Астрахани проходил через шесть стран — четыре в Средней Азии, Монголию и Китай. И теперь на базе этого маршрута сделали несколько клиентских экспедиций на Amarok по Киргизии, и сейчас едем в Иран.

R: Часто попадаете в экстремальные ситуации?

А. С.: Все зависит от точки зрения. Для человека, который живет в Якутии, −50°C — это не экстремальная ситуация. Дети ходят в школу, работают общественный транспорт, магазины...

R: Есть ли ограничения для клиентов по состоянию здоровья или опыту?

А. С.: У нас весь маршрут можно проехать пассажиром. В каждой машине есть инструктор, он может вести сам или контролировать действия водителя. Специальных требований нет. Пока не возникало подобных вопросов, хотя при поездках в высокогорье, например, есть некоторые ограничения. Мы стараемся предусмотреть все и исключить возникновение рисков. Профессионализм организаторов в том и заключается, что надо просчитывать ситуацию. Деньги нам платят в том числе за это.

R: Сегодня «Авторазум» — один из лидеров в этом своеобразном бизнесе. В чем секрет такого успеха?

А. С.: Конечно, мы не единственные, кто организует экспедиции и тест-драйвы. Но в нашей нише — дорогостоящий качественный продукт на автомобилях премиум-бренда — больше никто не работает. Лидерами нас трудно назвать, потому что мы практически одни.

R: Давно сотрудничаете с «Автомобилем года»?

А. С.: Мы работаем с «Автомобилем года» второй год: организуем автомобильные конкурсы. В начале этого года — мастер-класс, а теперь — квест. Людям с активной жизненной позицией соревнования всегда интересны, и нас пригласили как специалистов именно в организации таких состязаний. ■



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

ОПЕРАТОР, КОТОРОГО ВЫ ПОЛЮБИТЕ.

// 8 499 4000500
www.almatel.ru

almatel дружелюбный
телеком



Лицензия № 155724, 155723, 155725, 155726, 155722, 155730, 155731, 155727, 155728, 155729

Реклама.



Преимущество двух технологий

Гибридная технология объединяет аэродинамический дизайн бескаркасных щёток и идеальный контакт с лобовым стеклом классической технологии щёток стеклоочистителей.

Резинка щётки стеклоочистителя является более эластичной и прочной благодаря **NANO** покрытию.

Немецкий стандарт качества
www.heynermobil.de





ПАО БАНК „ФК ОТКРЫТИЕ“

«ОДНОЙ ИЗ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ КАРТ В БАНКЕ „ОТКРЫТИЕ“ ЯВЛЯЕТСЯ „АВТОКАРТА“, ВЫПУЩЕННАЯ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ АВТОЛЮБИТЕЛЕЙ»

ЧТО ТАКОЕ «АВТОКАРТА» БАНКА «ОТКРЫТИЕ», КТО АКТИВНЕЕ ВСЕХ БЕРЕТ АВТОКРЕДИТЫ И ЯВЛЯЕТСЯ ЛИ ПОКУПКА НОВОЙ МАШИНЫ ВЫГОДНЫМ ВЛОЖЕНИЕМ ДЕНЕГ, КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW АННЕ КИЛИМНИК РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ПАО «БАНК „ФК ОТКРЫТИЕ“» МИХАИЛ ЗУРОВ.

REVIEW: Почему банк «Открытие» решил выступить генеральным партнером премии «Авто года»?

МИХАИЛ ЗУРОВ: Для продвижения дебетовых карт нашего банка в 2017 году было принято решение сконцентрировать усилия на тех каналах, где был бы высокий процент нашей целевой аудитории. Поскольку одной из наиболее популярных карт в банке «Открытие» является «Автокарта», выпущенная специально для автолюбителей, то предложение стать генеральным партнером премии «Авто года» нам очень понравилось.

R: Какие задачи помогло банку решить это партнерство?

М. 3.: Для нас основной ценностью в этом партнерстве стало наличие у премии своей большой и активной аудитории среди автолюбителей. Это позволило нам наладить контакт с этими людьми и рассказать им о нашей «Автокарте», используя сразу несколько каналов: сайт премии, где у нас был специальный раздел, рассылки по базе клиентов премии, а также группы в социальных сетях. Кроме того, совместно с премией «Авто года» и ее партнерами мы провели региональную промо-акцию в крупных городах. Все это позволило повысить узнаваемость и банка, и «Автокарты» среди нужной целевой аудитории и, как следствие, увеличить продажи «Автокарты».

R: Вы, вероятно, имеете в виду отборочный конкурс, два победителя которого имели возможность принять участие в квесте «Авто года» и побороться за главный приз — автомобиль. Как проходила ваша акция?

М. 3.: Сама идея конкурса была разработана внутри банка. Для того чтобы принять участие в конкурсе, необходимо было получить в отделении банка наклейку и разместить ее на своем автомобиле. Первого победителя из числа тех, кто разместил фотографию своей машины с наклейкой и хэштегом в Instagram, выбирало экспертное жюри. Второго победителя выбирал генератор случайных чисел. Участники должны были выполнить и другое простое задание: в течение месяца в 16 городах каждый будний день дважды с помощью радиостанции «Наше радио», партнера «Авто го-

да», объявлялось новое место в городе, где «высаживалась» мобильная группа «Открытия». Те, кто в числе первых прибывал на правильное место, получали подарки от банка и шанс принять участие в финальном автоквесте. Мы же, как банк, получали дополнительный объем нестандартной наружной рекламы в каждом городе, ведь машины с нашими наклейками ездили по городам целый месяц.

R: В автоквесте «Авто года» в итоге одержала победу команда, возглавлял которую один из победителей конкурса банка «Открытие». Следили ли вы за его борьбой?

М. 3.: Из шести команд-финалистов команды «Открытия» — а их было две — в итоге заняли не только первое, но и второе место. На самом финале автоквеста присутствовали два представителя команды маркетинга «Открытия». Изю всех сил они болели и поддерживали ребят, привезли экипажам фирменную экипировку, что сразу выделило их среди других участников и придало им победного настроения. Сам автоквест подробно освещался по радио и в соцсетях, это оказалось действительно напряженное и очень увлекательное соревнование. Я думаю, из него могло бы получиться отличное ТВ-шоу.

R: На ваш профессиональный взгляд, чем клиент банка с машиной отличается от клиента банка, не имеющего автомобиля?

М. 3.: Клиент с автомобилем гораздо больше времени проводит в пробках, что дает нам возможность использовать наружную рекламу для его привлечения. ... Но если серьезно, то для банка знание о том, что у клиента есть машина, — дополнительная возможность предложить ему, например, страховку или продукты, аналогичные нашей «Автокарте». Также анализируя, например, как часто водитель нарушает правила дорожного движения и насколько аккуратно он оплачивает штрафы, можно сделать выводы о его ответственном поведении как заемщика и использовать это знание для принятия решения о выдаче кредита.

R: «Автокарта» — одна из 19 дебетовых карт, которые вы предлагаете своим клиентам. В чем ее преимущества перед другими картами вашего банка и какой популярностью она пользуется у ваших клиентов?

М. 3.: Основное преимущество «Автокарты» банка «Открытие» — ее ясная и понятная «специализация», которая позволяет нашим сотрудникам легко выявить потребность в ней, просто задав вопрос «У вас есть автомобиль?», и рассказать о ее преимуществах: кешбэк за оплату заправок, автомоек, платных дорог, парковок, а также круглосуточные консультации автомехаников по телефону. Так как карту легко предлагать и продавать, она входит в топ-3 наших карт по продаже в отделениях банка.

R: В каком случае банк рекомендует автовладельцу открывать дебетовую «Автокарту», а в каком — кредитную?

М. 3.: Мы помогаем клиенту определиться с программой лояльности, то есть выбрать между «Автокартой», картой «Аэрофлот», «Картой развлечений» и так далее, чтобы клиент получал максимальную выгоду, не меняя своего транзакционного поведения. А решение оформить дебетовую или кредитную карту клиент принимает сам.

R: Банки разделяют своих клиентов по типам личности, что позволяет лучше понять, какие есть потребности у человека и какие финансовые продукты ему больше всего подойдут. Вы автор статьи на эту тему. Расскажите, какие из этих типов клиентов чаще всего берут автокредит и какие машины предпочитают покупать.

М. 3.: По своему психотипу люди очень четко делятся на людей, склонных к использованию кредитных средств, например семьи с растущими потребностями, карьеристы, прожигатели жизни, и людей, испытывающих дискомфорт от кредитов, например зрелые и молодые вкладчики, успешные люди со свободными деньгами. Автокредиты очень активно берут семьи с растущими потребностями и карьеристы. Для первых это необходимая вещь для комфортной семейной жизни, чтобы ездить на дачу, возить ребенка в школу и на секции и так далее. Для вторых это способ подчеркнуть свой статус и доказательство своего успеха. Выбор марки при этом определяется больше уровнем дохода.

R: На сайте банка «Открытие» можно найти список имущества, которое находится в собственности или залоге у банка и которое можно приобрести на выгодных условиях. Среди перечня — много автомобилей. Считаете ли вы покупку автомобиля у банка выгодным приобретением и почему банк не реализует такие машины через систему трейд-ин?

М. 3.: Трейд-ин предоставляет наиболее выгодные условия, если, сдавая машину, вы в том же салоне покупаете новый автомобиль. Для банка более выгодно продать ав-

томобиль самому. Для покупателя приобретение автомобиля у банка — гораздо более надежная сделка, чем покупка автомобиля с рук, так как банк гарантирует проверку и надежность всех документов на автомобиль.

R: Клиенты банка «Открытие» могут получать скидки от ваших партнеров, среди которых четыре автомобильных: автострахование, каршеринг, помощь на дорогах и автопрокат. Скидками по какому из этих четырех направлений чаще всего пользуются ваши клиенты?

М. 3.: Эти четыре направления сложно сравнивать между собой. Популярность автомобильных партнеров прямо пропорциональна тому, насколько часто у человека возникает потребность в их услугах. Лидирует каршеринг, за ним идет автопрокат, потом следует страхование, ведь эта услуга нужна раз в год, и, наконец, помощь на дорогах — согласитесь, хорошо, что она требуется нашим клиентам нечасто.

R: Банки всегда знают, кто их целевая аудитория, и внимательно изучают своих клиентов. Клиенты банка «Открытие» — активные ли они автолюбители?

М. 3.: Я смогу ответить на этот вопрос, когда мы получим результаты исследования в рамках нашего сотрудничества с «Авто года». И судя по интересу к нашей акции, автолюбители из числа клиентов банка «Открытие» весьма активны.

R: Считается, что как только автомобиль выехал за ворота дилерского центра, он сразу становится на 30% дешевле. Иными словами, распространено мнение, что автомобиль — это плохое вложение денег. Согласны ли вы с этим?

М. 3.: Оценивать автомобиль только как объект для инвестиций неправильно. А удовольствие от поездки с ветерком? А спасибо от жены, что подвозишь ее на работу, а детей — в школу? А забота о родителях? А восхищенные взгляды девушек вслед твоему авто? Машина — это больше, чем просто вложение денег. Это в первую очередь эмоции от обладания и использования автомобиля. И это стоит гораздо больше, чем вложение денег. ■

ОЦЕНИВАТЬ АВТОМОБИЛЬ ТОЛЬКО КАК ОБЪЕКТ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ НЕПРАВИЛЬНО. МАШИНА — ЭТО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ВЛОЖЕНИЕ ДЕНЕГ. ЭТО В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ЭМОЦИИ ОТ ОБЛАДАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АВТОМОБИЛЯ. И ЭТО СТОИТ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

Карта для тех, кто за рулем



До 5% cash-back за заправки, автомойки,
прокат автомобилей, платные парковки и дороги

open.ru

Карта «Автокарта» — банковская карта в рублях по Тарифным планам «Базовый», «Оптимальный» и «Премиум». Cash-back — кешбэк (транслит.). Для начисления cash-back за операцию по оплате покупки сумма единовременной операции должна составлять не менее 100 рублей. Начисление cash-back в рамках Тарифных планов: ТП «Премиум» — 5% (не более 5 000 рублей), ТП «Оптимальный» — 3% (не более 3 000 рублей), ТП «Базовый» — 2% (не более 2 000 рублей). Cash-back начисляется за операции при оплате товаров и услуг банковской картой в торгово-сервисных предприятиях со следующими категориями предприятия (МСС): 5541 — «Станции технического обслуживания»; 5542 — «Автоматизированные бензозаправки»; 5983 — «Горячее топливо — уголь, нефть, разжиженный бензин, дрова»; 7542 — «Автомойки»; 4784 — «Дорожный и мостовой сборы, пошлины»; 7523 — «Паркинги и гаражи»; 3351 – 3441, 7512 — «Прокат автомобилей». Банк оставляет за собой право определять перечень операций, совершенных с использованием карт, при которых cash-back не начисляется, а также Банк не несет ответственности за неверно указанный код МСС банками — участниками МПС, обслуживающими торговые точки. При осуществлении операций оплаты товаров и услуг в иностранной валюте расчет / начисление cash-back производится в рублях РФ по курсу Банка России на дату отражения операции на счете карты. Дизайн карт может быть изменен. Для оформления доступны карты международных платежных систем Visa International и Mastercard Worldwide. Полный перечень документов и условия оформления карт, а также перечень операций, по которым cash-back не начисляется, указаны в Сборнике тарифов Банка «Открытие» на сайте open.ru. ПАО Банк «ФК Открытие» (по тексту — Банк «Открытие» / Банк). Генеральная лицензия Банка России № 2209 от 24.11.2014. 115114, г. Москва, ул. Летниковская, д. 2, стр. 4. Указанные условия действительны на момент сдачи в печать и не являются офертой или приглашением делать оферты. Сдано в печать: ноябрь 2017 г. Реклама.



ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ»



РОМАН ШЕЛЕХОВ, КОНСТАНТИН АБДУЛЛАЕВ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ПОРТАЛОМ AUTOAVTO.RU, ДМИТРИЙ МАКАРОВ, PR-МЕНЕДЖЕР ООО «КОНТИНЕНТАЛ ТАЙРС РУС», И ЕЛЕНА ВОЗЯКОВА, СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА ООО «КОНТИНЕНТАЛ ТАЙРС РУС»

ПРИГЛАШЕНИЕ НА БАЛЛЫ

НА ТОРЖЕСТВЕННОМ МЕРОПРИЯТИИ БЫЛИ ОБНАРОДОВАНЫ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ АВТОМОБИЛИСТОВ, ПОЛУЧЕННЫЕ В РАМКАХ ЕЖЕГОДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ «РЕЙТИНГИ „АВТО ГОДА“». В КАЖДОЙ ИЗ ЧЕТЫРЕХ КАТЕГОРИЙ БЫЛИ НАЗВАНЫ ДЕСЯТЬ САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ ДЛЯ РОССИЯН АВТОМОБИЛЕЙ, ЛОЯЛЬНОСТЬ К КОТОРЫМ БЫЛА ОЦЕНЕНА В БАЛЛАХ. ДЛЯ «СЕМЕЙНЫХ» МАШИН ГЛАВНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКОЙ БЫЛА НАЗВАНА ВМЕСТИТЕЛЬНОСТЬ. «НАДЕЖНОСТЬ» ПРЕДПОЧИТАЛИ ПРОВЕРЯТЬ НЕ САМОСТОЯТЕЛЬНО, А ДОВЕРЯТЬ РЕПУТАЦИИ БРЕНДА. А ВАЖНЕЙШИМ КРИТЕРИЕМ «СОВРЕМЕННОСТИ» АВТОМОБИЛЯ СТАЛА ЕГО КРАСОТА.



АЛЕКСЕЙ СИМАКИН, РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПАНИИ «АВТОРАЗУМ»



РОМАН ШЕЛЕХОВ, ПОБЕДИТЕЛЬ КВЕСТА «АВТО ГОДА», И ФУДЖИТА МИКИО, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ООО «СУБАРУ МОТОР»



АЛЕКСАНДР ЯКОВЛЕВ, ГЛОБАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПО АВТОМОБИЛЬНЫМ ОНЛАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯМ IPSOS

СОБЫТИЕ

ВКЛАДЫВАЙ В ШВЕДСКОЕ КАЧЕСТВО!

БЕНЗОПИЛА HUSQVARNA 135

12990 ₽

Боковое натяжение
цепи облегчает
эксплуатацию.

LowVib®

Современная
антивибрационная система
эффективно нейтрализует
вибрацию.

Режущая гарнитура 16"/41 см
в стандартной комплектации.

Air Injection™

Центробежная очистка воздуха
минимизирует обслуживание и
увеличивает моторесурс двигателя.



ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

Инновационный двигатель X-Torq обеспечивает
повышенный крутящий момент, снижает расход топлива
на 20%, а количество вредных выбросов на 75%².



ЛЕГКОСТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ

Эргономичная конструкция бензопилы, малый вес и
удобство обслуживания превратят Вашу работу
в удовольствие!

Горячая линия: 8-800-200-1689*
www.хускварна.рф

Круглосуточно. Звонок бесплатный из любого региона России (кроме мобильной связи)

* 1689 - год основания компании Husqvarna.

 **Husqvarna**[®]
READY WHEN YOU ARE *

СОЗДАН ИНЖЕНЕРАМИ



Каждый SUBARU создан из выдающихся решений, отточенных до совершенства поколениями инженеров. Горизонтально-оппозитный двигатель. Постоянный полный привод. Подвеска, рассчитанная на самые сложные внедорожные условия. Для инженеров SUBARU красота каждой детали — это контроль, безопасность, надежность и сколько угодно драйва, который вы испытываете за рулём! Готовы? SUBARU. СОЗДАН ИНЖЕНЕРАМИ



SUBARU

Создан Инженерами



ГАРАНТИЯ
100 000 КМ



КЛИРЕНС
220 ММ



СИСТЕМА
X-MODE¹



ЯПОНСКАЯ
СБОРКА



ПОЛНЫЙ
ПРИВОД



ПРОИЗВОДИТЕЛЬ
ПОЛНОПРИВОДНЫХ
АВТОМОБИЛЕЙ

8 800 555 00 20³

subaru.ru



РЕКЛАМА. ¹ Икс-мод. ² Крупнейший производитель полноприводных автомобилей в 2015-2016 гг. www.autocar.co.uk.

³ Номер для бесплатного звонка с мобильного телефона по всей России.