

КАКИЕ НОВЫЕ АВТОМОБИЛИ
ОКАЗАЛИСЬ САМЫМИ
ЖЕЛАННЫМИ У РОССИЯН / 4–5
ПОЧЕМУ «РЕЙТИНГИ „АВТО ГОДА“»
ПОЗВОЛЯЮТ УЗНАТЬ МНОГОЕ
НЕ ТОЛЬКО О МАШИНАХ,
НО И ОБ ИХ ПОКУПАТЕЛЯХ / 3
КАК ВЫИГРАТЬ КРОССОВЕР
И ЗАПАС МАСЛА В ПРИДАЧУ / 8, 10

АВТОМОБИЛЬ

года



Пятница, 7 декабря 2018
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №57

Коммерсантъ

review

2018
АВТОМОБИЛЬ ГОДА
РЕЙТИНГИ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

Continental
The Future in Motion

Свобода

БЛАГОДАРЯ НЕМЕЦКИМ ТЕХНОЛОГИЯМ



**Вы отправляетесь в дорогу.
Мы сопровождаем и защищаем вас.**

Мы объединили передовые технологии и опыт работы в автомобильной отрасли, чтобы создать шину, которой вы можете доверять.



**GERMAN
TECHNOLOGY***



*НЕМЕЦКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

www.continental.ru

«ЛЮДИ ПРИХОДЯТ К НАМ, ЧТОБЫ ВЫСКАЗЫВАТЬ СВОЕ МНЕНИЕ»

СТАЛ ЛИ ЕЩЕ БОЛЕЕ ЗАХВАТЫВАЮЩИМ КВЕСТ «АВТО ГОДА», В КОТОРОМ МОЖНО ВЫИГРАТЬ НОВЫЙ АВТОМОБИЛЬ, В ЧЕМ ПОЛЬЗА «РЕЙТИНГОВ „АВТО ГОДА“» ДЛЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ МАРОК, А ТАКЖЕ СКОЛЬКО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ YOUTUBE СМОТРЯТ РОЛИКИ ПРОЕКТА 5D, КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW ВАЛЕРИЮ ЧУСОВУ РАССКАЗАЛ РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ» ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ.

REVIEW: Как прошел квест в нынешнем году?
ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ: Квест проходил в Большом Сочи. Базировались мы в «Розе Хутор», часть заданий выполняли в Адлере, а часть — в горах. Мы выбрали это место благодаря климату. К тому же Олимпиада 2014 года помогла превратить его в курорт мирового уровня с развитой инфраструктурой.

Вообще, квест — это апогей проекта «Рейтинги „Авто года“», в котором его участники соревнуются за главный приз. В этом году им стал Subaru Forester нового поколения — очень интересный, яркий автомобиль, завидное приобретение.

R: Программа квеста была сложнее, чем раньше?

В. Б.: Задания были непростые, мы подготовили немало сюрпризов. Постарались, чтобы было интересно и участники получили новые впечатления. В организации приняла участие легендарная команда «Авторазум». В районе Большого Сочи они ориентируются очень хорошо, там они провели массу мероприятий: тест-драйвов, мастер-классов для автопроизводителей.

R: Как с географией участников в текущем году?

В. Б.: Как и раньше, у нас представлена вся страна: Красноярск, Нижний Новгород, Воронеж... А победителем стал Евгений Копытов из Екатеринбурга!

R: Что изменилось в «Рейтингах „Авто года“»?

В. Б.: Проект существует уже пять лет. Мы сознательно отошли от традиционных классов, которые используются на рынке и в оценке премии «Автомобиль года». В «Рейтингах» мы предлагаем оценить автомобили по их потребительским качествам: в этом году это семейные, рабочие лошадки, надежные и современные. Респондент должен выбрать три автомобиля из официально продаваемых на рынке, оценить их по десятку параметров. Идеальных автомобилей не бывает, по крайней мере для одного потребителя. И именно тройка позволяет подобрать модели, которые соответствуют всем требованиям этого потребителя. Таким образом, формируется список, другими словами — рейтинги, которые помогают сделать выбор, основываясь на мнении реальных людей. И это источник информации не только для покупателей, но и для автомобильных производи-



ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

телей. Они могут узнать, какие плюсы и минусы выделяют автолюбители в производимых ими моделях.

R: Сейчас очень быстро развиваются новые форматы пользования автомобилем, к примеру каршеринг. Особенно это заметно в крупных городах. Покупателей автомобилей становится меньше?

В. Б.: Я бы так не сказал. Да, каршеринг в Москве стремительно набирает популярность, но парк задействованных в нем автомобилей составляет около 13 тыс. машин. Это ничтожно малое количество от общего числа легковых автомобилей, находящихся в частной собственности в столице. В России в последнее время продается до 1,5 млн автомобилей в год. Цифры говорят сами за себя.

R: Если продолжать разговор о новых технологиях, не могу не вспомнить об электроприводе. Может быть, пора вводить новый сегмент — скажем, экологичные?

В. Б.: Конечно же, мы не можем не обращать внимания на инновации, которые неизбежно повлияют на рынок, так как, каким бы ни был источник энергии у автомобиля будущего, пользователи, владельцы, покупатели будут их оценивать и сравнивать.

R: Новые технологии обработки информации повысили ее точность?

В. Б.: Да, намного! Самое главное — то, что простота сбора информации сочетается с удобством ее получения. Помимо ответов на вопросы об автомобилях респонденты описывают и себя, и свои интересы, рассказывают о потреблении ими конкретных продуктов и услуг. На протяжении этого года мы анализировали наших респондентов и выстраивали форматы коммуникации с ними под разный продукт под определенные цели и задачи. Сейчас достаточно просто сделать выборку по совокупным критериям: помимо стандартных социально-демографических параметров мы можем сегментировать ответы по регионам и по потребностям аудитории: пользованию каско, private banking и желанию в ближайшее время приобрести авто-

мобиль или недвижимость. У нас очень обширная панель автовладельцев, и мало кто может предложить возможность таких широких и точных исследований.

R: Речь о выборке из уже имеющихся результатов или о дополнительном исследовании?

В. Б.: Мы проводим и отдельные исследования по конкретным задачам, и я говорил именно о них. И, конечно, те данные, на основании которых мы можем таргетировать аудиторию, позволяют нам проводить кампании, концентрируясь на тех, кто может быть заинтересован в услугах и продукте конкретных клиентов. Но многое можно выяснить и из итогов «Рейтингов». У нас качественная аудитория. В исследовании было проанализировано 30 тыс. анкет. И это мнения активных потребителей. Отзывчивость аудитории позволяет нам проводить и блицопросы: можем опросить за сутки несколько тысяч человек со всей страны. Эти люди приходят к нам, чтобы высказывать свое мнение.

R: Проект 5D был запущен около года назад. Какие результаты он показал?

В. Б.: 5D — это микс форматов и мероприятий, целью которого является привлечение внимания покупателей к конкретной модели автомобиля, комплексу услуг компании или отдельных продуктов. Это востребованный проект как для автомобильного рынка, так и для других сегментов. Применяя разный инструментарий, мы помогаем решать несколько задач, которые стоят перед клиентами и партнерами: раскрываем особенности бренда, продукта или услуги, снимаем и продвигаем экспертное видео, привлекая клиентов, а также гарантируем выполнение маркетинговых показателей.

Для автопроизводителей проект 5D всегда начинается с погружения в историю бренда — яркий и нестандартный формат, раскрывающий особенности моделей, историю и основные постулаты бизнеса. Далее мы подключаем видеоинструмент. Его особенность в том, что главным героем выступает человек из среды нашего сайта — подписчик, который является владельцем аналогичной модели преды-

дущего поколения или «одноклассника». Никто не сможет рассказать об автомобиле лучше, чем человек, у которого он находится в эксплуатации, к впечатлениям героя подключаем и независимого эксперта, и представителя производителя. В итоге получаем полную оценку. Кстати, видеопроект пользуется большой популярностью! С момента создания этого направления мы уже сделали несколько десятков сюжетов, и их просмотрели более 10 млн человек.

В параллели с видео мы запускаем лидогенерацию — сбор заявок на тест-драйв. В этом году мы реализовали очень эффективный инструмент, который позволяет до конца поддерживать заинтересованность тех, кто хочет пройти тест-драйв, благодаря возможности получения весомого бонуса, например выгоды в размере 500 тыс. руб. в дополнение ко всем специальным акциям и скидкам дилера. Таким образом, мы привлекаем именно заинтересованных в покупке автомобиля людей, исключая случайную аудиторию. Сумма не монетизируется и не выплачивается на руки. Она вносится в договор при оформлении покупки автомобиля. Да, из тысячи потенциальных покупателей такие эксклюзивные условия получит один или несколько человек. Но шанс есть у всех.

В период проведения лендинга мы выборочно обзваниваем людей, оставивших заявку на тест-драйв — обычно процентов 10–20: из 1 тыс. это около 150 человек. Эти данные позволяют оценить и качество работы дилера, и отношение клиента к автомобилю.

К проекту 5D мы часто добавляем развлекательный видеоконкурс «Что за тачка». Участники должны по нескольким деталям угадать модель автомобиля. Второй этап конкурса такой: называются факты о модели, один из которых является уткой — нужно определить ошибку. На нашем канале в YouTube мы получаем до тысячи комментариев к этим роликам! Эта форма позволяет поддерживать и тактические кампании на продвижение или узнаваемость, и, что самое приятное для клиента, стоимость конкурса равноценна размещению баннера.

R: Для каких именно брендов вы уже реализовали такой проект, если не секрет? Это производители или дилеры?

В. Б.: Не секрет. Могут называть Lada, Kia, Subaru, Volkswagen, Mitsubishi... Думаю, достаточно. Мы всегда работаем с производителем или импортером, а через него взаимодействуем с дилерской сетью по всей стране.

R: А можно в цифрах оценить эффективность 5D?

В. Б.: За время существования проекта мы поработали с девятью автопроизводителями — это соответствующее количество моделей, разных классов и типов, в том числе коммерческие. За все время было собрано более 10 тыс. заявок на тест-драйвы, и если говорить о пересечении аудитории всех проведенных проектов, то это не более 5%. Как я говорил выше, мы таргетируем аудиторию в зависимости от продукта.

Для автопроизводителей по моделям с ценой до 1,5 млн руб. мы приводим около 1 тыс. клиентов. А для одного бренда массового сегмента мы привели почти 2,5 тыс. клиентов за месяц! Для брендов, работающих в премиальном сегменте, или для коммерческих автомобилей количество заявок в среднем составляет 450–500. Для таких марок требуется особый потребитель, которого не так просто привлечь, и как раз в этом нам помогают исследования и выборки по обеспеченным людям.

Мы активно развиваемся также и в направлении специальных трансмедийных проектов под конкретные задачи с привлечением разных каналов коммуникации и офлайн, и онлайн. Но это уже другая история, поговорим об этом в другой раз. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Review «Автомобиль года»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор газеты «Коммерсантъ»

Анатолий Гусев — автор дизайн-макета

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: Полиграфический комплекс

«Пушкинская площадь»

109548, Москва, ул. Шосейная, дом 4Д

тел: (495) 276-1606, факс: (495) 276-1607

print@pkpp.ru, www.pkpp.ru

Тираж: 75000. Цена свободная

Ограничение: 16+

Рисунок на обложке: Василий Бирюков

ЛЮБОВЬ И ДЕНЬГИ

ВЫБОР АВТОМОБИЛЯ — НЕПРОСТОЙ ПРОЦЕСС. С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ЭТО СЛОЖНЫЙ И ДОРОГОСТОЯЩИЙ МЕХАНИЗМ, А С ДРУГОЙ — МАЛО КАКОЙ ИЗ БЫТОВЫХ ПРИБОРОВ РОЖДАЕТ СТОЛЬКО ЭМОЦИЙ. ПОНЯТЬ, КАК ПОКУПАТЕЛИ ДЕЛАЮТ СВОЙ ВЫБОР, ПОМОГАЕТ АНАЛИЗ «РЕЙТИНГОВ „АВТО ГОДА“», КОТОРЫЕ ИНТЕРЕСНЫ КАК ДЛЯ ПРОДАВЦОВ АВТОМОБИЛЕЙ, ТАК И ДЛЯ САМИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. В НЫНЕШНЕМ ГОДУ СОХРАНИЛИСЬ ТЕ ЖЕ КАТЕГОРИИ, ЧТО И В ПРОШЛОМ ГОДУ: УЧАСТНИКИ ВЫБИРАЛИ ИЗ 335 МОДЕЛЕЙ В КАТЕГОРИЯХ «СЕМЕЙНЫЕ», «СОВРЕМЕННЫЕ», «НАДЕЖНЫЕ» И «РАБОЧИЕ ЛОШАДКИ».

Проект был запущен в рамках общероссийской премии «Автомобиль года» в 2014 году. Выбор моделей для респондентов ничем не ограничивается: каждый вправе причислить к рабочим лошадкам автомобиль, который другие сочтут подходящим назвать современным. Что логично — надежность и современность не помешают ни семейной машине, ни рабочей лошадке. И вот Lada Largus, занявшая первое место в категории рабочих лошадок, оказывается на третьей позиции среди семейных автомобилей. Volvo XC90, лидер прошлогоднего рейтинга современных, в этом уступил первое место новому поколению Subaru Forester, что неудивительно — это же новейшая модель среди участвовавших в этих «Рейтингах». Subaru Forester вообще показал наилучшие результаты — возможно, сыграло роль то, что в России у марки Subaru очень много поклонников, которые активно участвовали в различных мероприятиях «Авто года». Но если любовь к бренду столь значимый фактор, то его стоит учитывать в маркетинге и при выборе автомобиля. «Рейтинги» не просто традиционная простановка галочек в чек-боксах. От респондента требуется выбрать и оценить не один автомобиль в каждой категории, а три. Потому что редко бывает так, что одна модель полностью удовлетворяет все запросы даже одного человека. При выборе ма-

шины для себя мы обычно тоже сначала сужаем выбор до нескольких моделей и только потом начинаем сравнивать их между собой. При этом автомобили могут оказаться разных классов и даже типов, ведь примерно одни и те же потребности может удовлетворять и хэтчбек, и минивэн. Обозначение трех вероятных кандидатов и их сравнение как раз дают возможность максимально полно оценить имеющиеся на рынке модели. Понятное дело, деньги на приобретение автомобиля и его эксплуатацию устанавливают для нас определенные рамки при выборе. Но как минимум в пределах этих рамок мы часто выбираем машину, так сказать, по любви. И иногда эмоции заставляют нас даже выйти за пределы наших финансовых возможностей. Наиболее важны и интересны первые позиции рейтингов, однако и само распределение мест можно персонали-

зировать. Компания Ipsos Comcon, которая обрабатывает и анализирует результаты, учитывает не только ответы в целом, но и социально-демографические характеристики респондентов. Так что на сайте autogoda.ru можно посмотреть не только общий результат, но и сделать выборку по разным критериям: пол, возрастные группы, география проживания респондентов или ценовая категория автомобилей. Так что маркетологи могут ориентироваться, как к моделям их марки относятся те или иные категории потенциальных покупателей. Выбирая же машину для себя, можно посмотреть, как ее воспринимают ровесники, например, или, наоборот, старшее или младшее поколение. 30 тысяч обработанных анкет — это обширная экспертная панель. Итоги соцопросов, которые мы обычно видим в СМИ, считаются достаточно репрезентативными,

если включают всего 1,5–2 тыс. человек, обычно, правда, тщательно отобранных по нужным социально-демографическим признакам. А вот «Рейтинги „Авто года“» дают сразу обширную картину. И то, что это в общем-то добровольное дело, тоже работает на создание объективной картины. Те, кто охотно участвует в подобных опросах — а заполнение анкеты требует не менее получаса, обычно хорошо знают вопрос, о котором высказываются. И их мнение, как правило, достаточно взвешенное, и зачастую эти люди также оказывают влияние на своих родственников и друзей. Так что все вместе они дают срез именно самого активного слоя покупателей новых автомобилей. ■

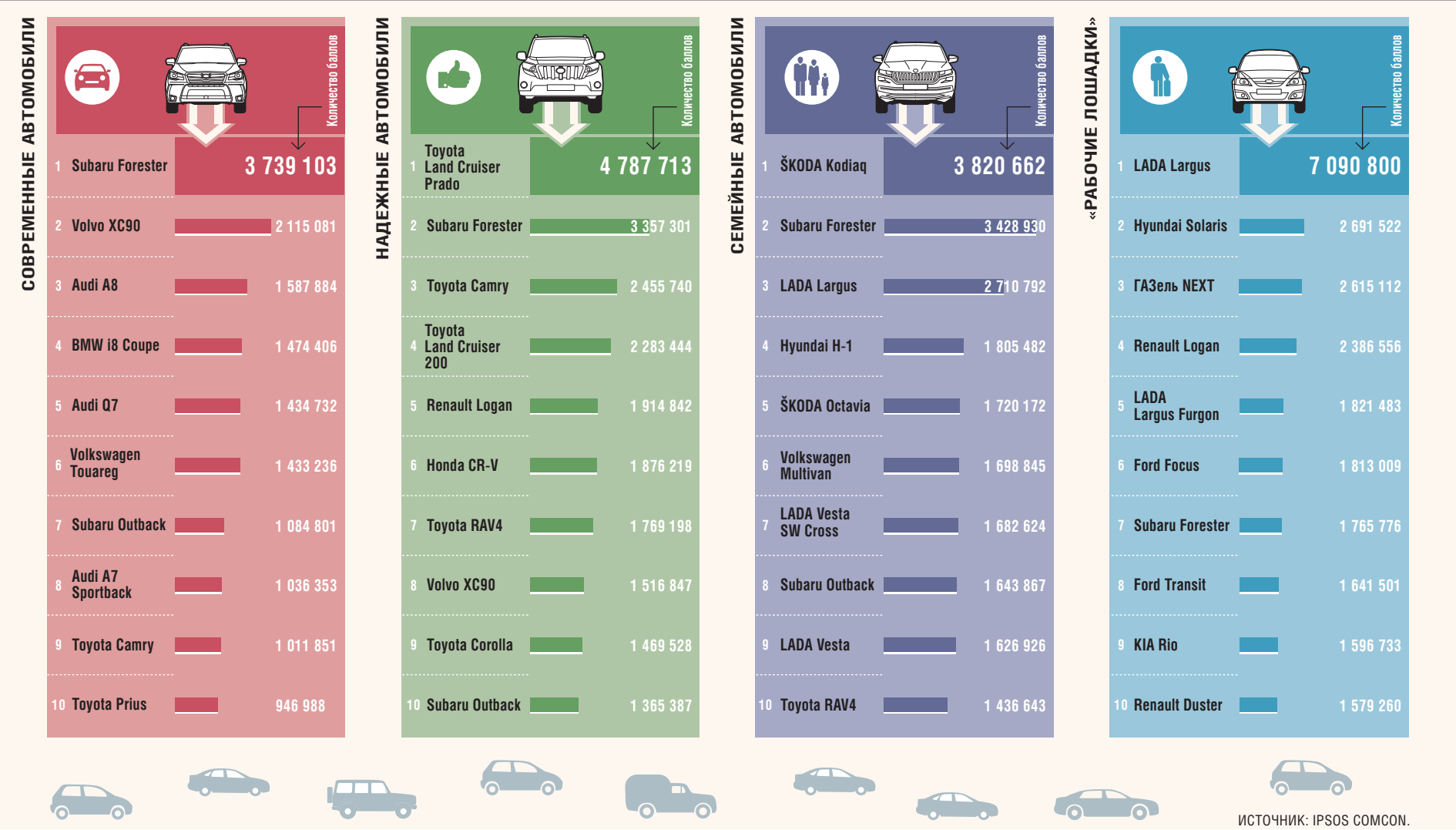
Рейтинги строились на основании количества баллов, которые набрали автомобили. Баллы присваивались на основе взвешивания ответов участников исследования на население России старше 18 лет, пользующихся интернетом и имеющих автомобиль в семье. Результаты нормировались с учетом мест, на которые поставили автомобили респонденты. Автомобиль, который респонденты поставили на первое место, получал 3 балла, на второе — 2 балла, на третье — 1 балл.

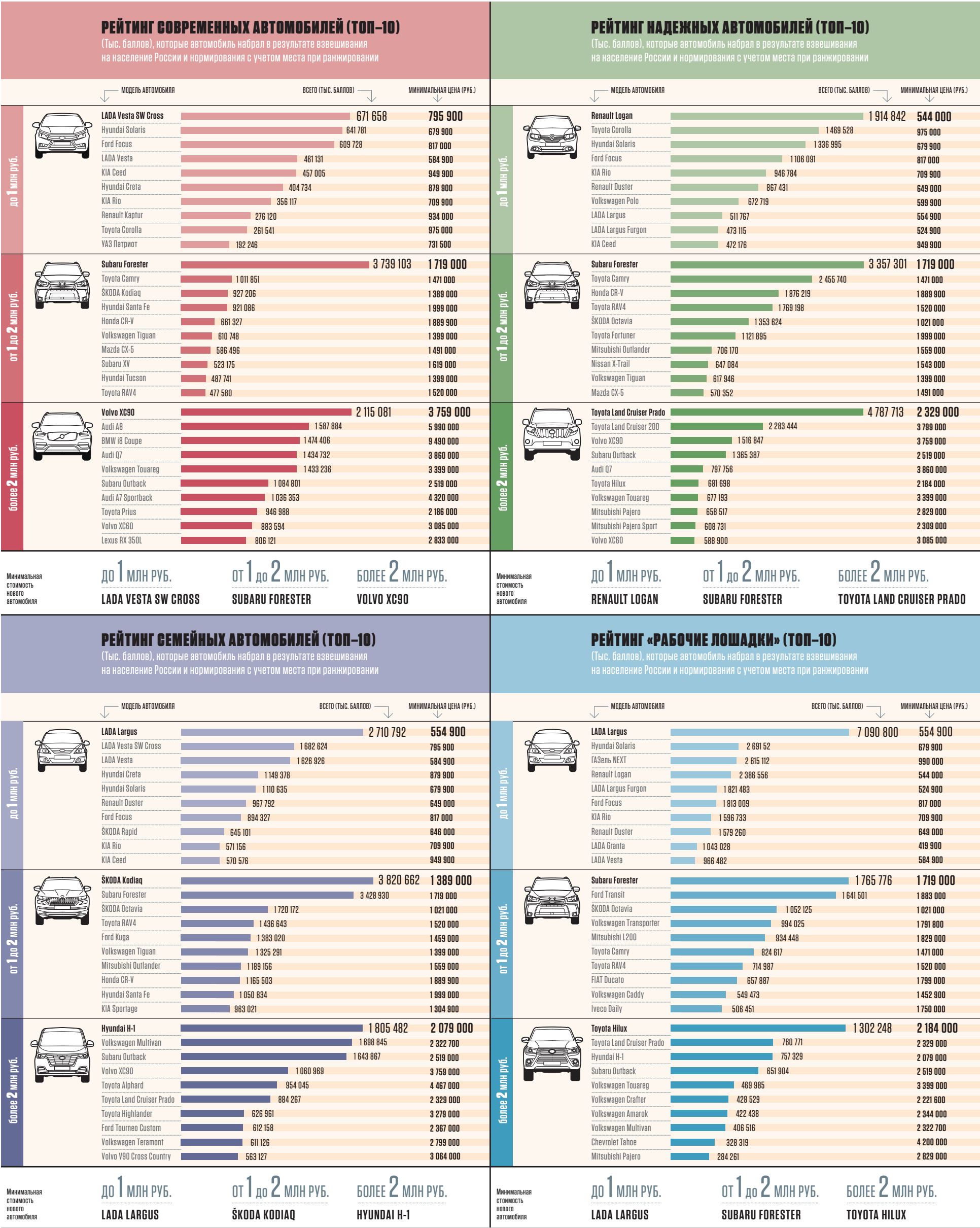
ДЕНЬГИ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ АВТОМОБИЛЯ И ЕГО ЭКСПЛУАТАЦИЮ УСТАНАВЛИВАЮТ ДЛЯ НАС ОПРЕДЕЛЕННЫЕ РАМКИ ПРИ ВЫБОРЕ. НО КАК МИНИМУМ В ПРЕДЕЛАХ ЭТИХ РАМОК МЫ ЧАСТО ВЫБИРАЕМ МАШИНУ ПО ЛЮБВИ



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 АНКЕТ.





Минимальная стоимость нового автомобиля

до 1 млн руб.

RENAULT LOGAN

от 1 до 2 млн руб.

SUBARU FORESTER

БОЛЕЕ 2 млн руб.

TOYOTA LAND CRUISER PRADO

РЕЙТИНГ СЕМЕЙНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ (ТОП-10)

(Тыс. баллов), которые автомобиль набрал в результате взвешивания на население России и нормирования с учетом места при ранжировании

↓МОДЕЛЬ АВТОМОБИЛЯ

ВСЕГО (ТЫС. БАЛЛОВ)

↓МИНИМАЛЬНАЯ ЦЕНА (РУБ.)

до 1 млн руб.

LADA Largus

2 710 792

554 900

LADA Vesta SW Cross

1 682 624

795 900

LADA Vesta

1 626 926

584 900

Hyundai Creta

1 149 378

879 900

Hyundai Solaris

1 110 635

679 900

Renault Duster

967 792

649 000

Ford Focus

894 327

817 000

SKODA Rapid

645 101

646 000

KIA Rio

571 156

709 900

KIA Ceed

570 576

949 900

от 1 до 2 млн руб.

SKODA Kodiaq

3 820 662

1 389 000

Subaru Forester

3 428 930

1 719 000

SKODA Octavia

1 720 172

1 021 000

Toyota RAV4

1 436 643

1 520 000

Ford Kuga

1 383 020

1 459 000

Volkswagen Tiguan

1 325 291

1 399 000

Mitsubishi Outlander

1 189 156

1 559 000

Honda CR-V

1 185 503

1 889 900

Hyundai Santa Fe

1 050 834

1 999 000

KIA Sportage

963 021

1 304 900

более 2 млн руб.

Hyundai H-1

1 805 482

2 079 000

Volkswagen Multivan

1 698 845

2 322 700

Subaru Outback

1 643 867

2 519 000

Volvo XC90

1 060 969

3 759 000

Toyota Alphard

954 045

4 467 000

Toyota Land Cruiser Prado

884 267

2 329 000

Toyota Highlander

626 961

3 279 000

Ford Tourneo Custom

612 158

2 367 000

Volkswagen Teramont

611 126

2 799 000

Volvo V90 Cross Country

563 127

3 064 000

Минимальная стоимость нового автомобиля

до 1 млн руб.

LADA LARGUS

от 1 до 2 млн руб.

SKODA KODIAQ

БОЛЕЕ 2 млн руб.

HYUNDAI H-1

РЕЙТИНГ «РАБОЧИЕ ЛОШАДКИ» (ТОП-10)

(Тыс. баллов), которые автомобиль набрал в результате взвешивания на население России и нормирования с учетом места при ранжировании

↓МОДЕЛЬ АВТОМОБИЛЯ

ВСЕГО (ТЫС. БАЛЛОВ)

↓МИНИМАЛЬНАЯ ЦЕНА (РУБ.)

до 1 млн руб.

LADA Largus

7 090 800

554 900

Hyundai Solaris

2 691 52

679 900

ГАЗель NEXT

2 615 112

990 000

Renault Logan

2 386 556

544 000

LADA Largus Furgon

1 821 483

524 900

Ford Focus

1 813 009

817 000

KIA Rio

1 596 733

709 900

Renault Duster

1 579 260

649 000

LADA Granta

1 043 028

419 900

LADA Vesta

966 482

584 900

от 1 до 2 млн руб.

Subaru Forester

1 765 776

1 719 000

Ford Transit

1 641 501

1 883 000

SKODA Octavia

1 052 125

1 021 000

Volkswagen Transporter

994 025

1 791 800

Mitsubishi L200

934 448

1 829 000

Toyota Camry

824 617

1 471 000

Toyota RAV4

714 987

1 520 000

FIAT Ducato

657 887

1 799 000

Volkswagen Caddy

549 473

1 452 900

Iveco Daily

506 451

1 750 000

более 2 млн руб.

Toyota Hilux

1 302 248

2 184 000

Toyota Land Cruiser Prado

760 771

2 329 000

Hyundai H-1

757 329

2 079 000

Subaru Outback

651 904

2 519 000

Volkswagen Touareg

469 985

3 399 000

Volkswagen Crafter

428 529

2 221 600

Volkswagen Amarok

422 438

2 344 000

Volkswagen Multivan

406 516

2 322 700

Chevrolet Tahoe

328 319

4 200 000

Mitsubishi Pajero

284 261

2 829 000

Минимальная стоимость нового автомобиля

до 1 млн руб.

LADA LARGUS

от 1 до 2 млн руб.

SUBARU FORESTER

БОЛЕЕ 2 млн руб.

TOYOTA HILUX

«МЫ ДАЖЕ НЕ СТАВИМ СЕБЯ В ОДИН РЯД С МАСС-БРЕНДАМИ»

ЧЕМ СИСТЕМА ПОМОЩИ ВОДИТЕЛЮ EYESIGHT ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ПОДОБНЫХ АССИСТЕНТОВ ДРУГИХ МАРОК, В ЧЕМ СМЫСЛ СЛОГАНА «SUBARU. СОЗДАН ИНЖЕНЕРАМИ», ЧЕГО ТЕПЕРЬ НЕТ У НОВОГО FORESTER И ЭТО ПОШЛО ЕМУ ТОЛЬКО НА ПОЛЬЗУ, КАКИЕ НОВЫЕ МОДЕЛИ SUBARU МОГУТ ПОЯВИТЬСЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ И СКОЛЬКО ЧЕЛОВЕК В НЫНЕШНЕМ ГОДУ ПОСЕТИЛИ SUBAFEST — ОБО ВСЕМ ЭТОМ КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW АННЕ КИЛИМНИК РАССКАЗАЛ КОНСТАНТИН КРУГЛЯНСКИЙ, РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА МАРКЕТИНГА И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ «СУБАРУ МОТОР».

REVIEW: Если подводить итоги 2018 года, какие события в жизни компании были самыми важными?

КОНСТАНТИН КРУГЛЯНСКИЙ: Первое, что у нас произошло в этом году: в апреле мы запустили обновленный Outback и продаем автомобилей даже немного больше, чем планировали. Также в мае мы вернули на российский рынок модель, которую в свое время убрали из модельной линейки из-за кризиса 2014 года, — Legasy, седан бизнес-класса. И, возможно, самое важное событие состоялось у нас в ноябре: стартовали продажи нового Forester. Для нас эта модель основная: ее доля в наших продажах составляет 55%. **R:** На что в первую очередь вы бы хотели обратить внимание покупателей у этой новинки?

К. К.: Forester построен на новой глобальной платформе Subaru. На этой же платформе построен XV, и спрос на эту модель сейчас довольно высок: мы продаем больше, чем ожидали. Forester серьезно увеличился в объемах. Колесная база выросла на 3 см, которые пошли в пользу задних пассажиров. Машина стала шире, проем багажника стал больше аж на 13,5 см, а это очень прилично. Теперь у нас самый широкий багажник не только в среднем классе кроссоверов: если брать модели классом выше, там вы тоже такого удобного багажного отсека, скорее всего, не найдете. Еще отмечу широко открываемые двери — практически на 90 градусов, сзади будет очень удобно сажать детей в детские кресла. Тоннель в районе задних сидений теперь сильно занижен, опять же сзади появились USB-разъемы. То есть комфорт пассажиров заметно улучшился.

R: А если говорить о новых технологиях?

К. К.: На новом Forester мы представляем систему помощи водителю EyeSight, которая у нас уже есть на XV, Outback и Legasy. Эта система включает в себя адаптивный круиз-контроль, систему экстренного торможения, слежение за разметкой, подруливание в полосу, предаварийное управление акселератором и слежение за усталостью водителя. Особенность этого комплекса в том, что он работает, полностью полагаясь на стереокамеру, у него нет никаких датчиков, он просто смотрит — это как будто инструктор, который всегда сидит с вами рядом и никогда не отвлекается от дороги.

Адаптивный круиз-контроль системы EyeSight работает на скорости от 0 до 200 км/ч, в пробках можно ехать полностью автономно, а если машина полностью остановилась, достаточно кликнуть кнопку на руле — и автомобиль поедет дальше, держа дистанцию, которую водитель сам выставляет.

R: А есть что-то, чего новинка, наоборот, лишилась?

К. К.: На новом Forester, к сожалению, нет механической коробки передач. В связи с маленьким спросом на автомобили данного типа на мировом рынке. Теперь мы пред-

САМОЕ ВАЖНОЕ СОБЫТИЕ СОСТОЯЛОСЬ У НАС В НОЯБРЕ: СТАРТОВАЛИ ПРОДАЖИ НОВОГО SUBARU FORESTER



ПЕТР КАСИН

лагаем базовую версию с «автоматом», и в принципе она уже достаточно загружена: светодиодные фары, климат-контроль, полный привод, литые диски, стеклоподъемники и много всего остального.

Также теперь нет турбодвигателя: мы предлагаем два атмосферных мотора, которые были полностью переработаны и получили непосредственный впрыск топлива. Двухлитровый двигатель мы немного дефорсировали, дабы попасть в налоги, — до 150 л. с. А новый 2,5-литровый мотор прибавил 14 л. с.: теперь его мощность составляет 185 л. с., также он прибавил в крутящем моменте, полку которого мы сместили в угоду низким оборотам, то есть машина в городском режиме движения намного активнее себя ведет.

Также стоит отметить наш новый вариатор. Многие побаиваются вариаторов, но у Subaru он один из лучших. Основное его преимущество — цепь с укоренными звеньями, за счет чего удалось расширить диапазон передаточных отношений в самой коробке. Для простого покупателя это означает серьезную экономию топлива, а также возможность при необходимости активно разогнаться.

R: Вы несколько раз отметили хорошие показатели продаж. С чем вы это связываете?

К. К.: Очень сильно подтянулся продукт, с точки зрения качества мы даже не ставим себя в один ряд с масс-брендами. Что касается нашего полного привода, он у нас всегда постоянный полный, зима и Subaru — это как синонимы. Также у нас была успешная рекламная кампания. Мы провели полное репозиционирование бренда, у нас

новый слоган, только для российского рынка: «Subaru. Создан инженерами». Этим мы хотим подчеркнуть технические особенности автомобилей нашей марки.

R: Но, по сути, все автомобили созданы инженерами.

К. К.: Да, но мы не предлагаем то, что предлагают все. Нашим слоганом мы хотим подчеркнуть те технические особенности, которые скрыты от человеческих глаз кузовом автомобиля. Любой субарист вам скажет: когда едешь за рулем Subaru, ты испытываешь особые эмоции. От чего? Это объясняется техническими решениями — например, у нас приводные валы одинаковой длины, в отличие от большинства конкурентов, постоянный полный привод, низкий центр тяжести за счет применения двигателя особой конструкции, всяядная подвеска, клиренс 22 см, японская сборка, высокая надежность, невероятный уровень безопасности и одна из лучших обзорностей в классе. У автомобилей Subaru очень много особенностей. Симметричный полный привод — наша запатентованная технология. Оппозитный двигатель в передней части кузова используем только мы. И так далее. Но если говорить о простом потребителе, то ему очень сложно вдаваться в технические подробности. Поэтому мы и выбрали такой слоган — чтобы люди больше обращали внимания на особенности наших автомобилей и понимали, почему наши автомобили доставляют высший уровень удовольствия за рулем и почему мы чуть дороже, чем модели массового сегмента.

R: Как принималось решение о возвращении Legasy на российский рынок?

К. К.: Многие владельцы модели предыдущего поколения спрашивали нас про новый Legasy, и все эти годы, что модель ушла с рынка, мы продолжали получать запросы от покупателей. Решение вернуть Legasy связано еще и с тем, что сейчас мы можем предоставить на нее достаточно адекватную цену. Но самое главное для нас как для компании — расширение модельной линейки. Потому что с коротким модельным рядом очень тяжело привлекать разных покупателей. Но теперь помимо внедорожников у нас есть и седан, а это другая каста покупателей.

R: Есть ли перспективы появления еще каких-то новых моделей?

К. К.: В США сейчас появился в продаже абсолютно новый автомобиль Subaru Ascent. Это крупный кроссовер: больше 5 м в длину, семи- или восьмиместный, очень серьезно оборудованный — там, например, уже в базе идет трехзонный климат-контроль. Мы сейчас общаемся на эту тему с Японией, очень хотим привезти его в Россию. На сегодня, к сожалению, квот для России нет. Хотя у нас много запросов на эту модель.

R: Вы не просто японская компания, все ваши машины производятся исключительно в Японии. Сейчас отмечают год Японии в России. Какие интересные мероприятия проводит ваша компания?

К. К.: Мы начали этот год с того, что помимо серийных машин привезли концепт-кар Subaru на региональную автомобильную выставку во Владивостоке, и это был новый прецедент для России, а для автолюбителей Дальнего Востока это стало событием. Вообще, у нас проходит много интересных событий. Мы приняли участие в «Формуле Студент», прошедшей в Москве в парке Горького. Мы стали партнерами Кирилла Сарычева, пауэрлифтера, тяжелоатлета-рекордсмена. Мы поздравили нашего великого хоккеиста двукратного олимпийского чемпиона Бориса Майорова с юбилеем — ему исполнилось 80 лет. В рамках ретрохоккейного матча подарили Борису Александровичу Subaru XV, выкатили его на лед, поздравляли всем стадионам.

Но самое массовое наше мероприятие этого года, конечно, Subafest, который прошел 15 сентября. К нам пришли 5565 человек, мы провели около 1 тыс. тест-драйвов. Среди посетителей были и субаристы, и несубаристы, было очень много семей с детьми, и вообще праздник удался! Первый подобный фестиваль состоялся в 2009 году, то есть через год мы будем отмечать десятилетие. В последнее время мы стараемся привлечь на мероприятие не только клубы, которых вокруг марки очень много: только в Москве их с десяток, а по всей России — порядка 50. Для клубов в рамках Subafest мы устраивали гоночную зону, где все желающие могли посоревноваться в разных классах. Но в этом году было много обычных посетителей — невладельцев Subaru, которые хотели познакомиться с маркой и просто хорошо провести время, посмотрев на абсолютно новый Subaru Forester. В рамках фестиваля мы впервые показали новинку в России.

R: Кроме юбилейного Subafest что интересного ждет поклонников марки в следующем году?

К. К.: Мы будем проводить много мероприятий, посвященных новому Forester. Думаем о выпуске нескольких спецверсий — вероятно, Subaru XV и Outback. Ну и, конечно, следите за нашими новостями в соцсетях — мы все наши мероприятия заранее анонсируем. ■



ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА

Radisson
HOTEL, ROSA KHUTOR

НОВОГОДНЯЯ НОЧЬ НА РОЗА ХУТОР

ОКУНИТЕСЬ В НЕЗАБЫВАЕМУЮ АТМОСФЕРУ
ВЕНЕЦИАНСКОГО КАРНАВАЛА!
КАРНАВАЛЬНЫЕ МАСКИ,
ЯРКИЕ ТАНЦОРЫ, ПЕРФОМАНС-ШОУ, ЖОНГЛЕРЫ,
ЖИВАЯ МУЗЫКА.
ПРИШЛО ВРЕМЯ И ВАМ НАДЕТЬ МАСКУ,
ЧТОБЫ СТАТЬ ЧАСТЬЮ ЭТОГО
ПРИКЛЮЧЕНИЯ.

Radisson Hotel, Rosa Khutor

+7 862 243 13 77

radissonblu.com/ru/hotel-rosakhutor

реклама

АЖ
HACKETT
SOCHI

ПАРК ПРИКЛЮЧЕНИЙ НА ВЫСОТЕ

SKYPARK

#BUNGY207
#BUNGY69
#SOCHISWING
#SKYSWING
#MEGATROLL
#ZIPLINE

**ПРИКЛЮЧЕНИЯ
НАЧИНАЮТСЯ ЗДЕСЬ**

СОЧИ, С. КАЗАЧИЙ БРОД
8 800 100 4 207 • AJHACKETT.COM

реклама

КВЕСТ СУДЬБЫ

ГОВОРЯТ, УДАЧА — ЭТО ВСТРЕЧА ГОТОВНОСТИ С ВОЗМОЖНОСТЬЮ. КАЖДЫЙ УЧАСТНИК КВЕСТА «АВТО ГОДА» ЗНАЛ, ЧТО МОЖЕТ ВЫИГРАТЬ ПОЕЗДКУ В СОЧИ. НО СНАЧАЛА НЕ ВЕРИЛ В ТО, ЧТО ФОРТУНА ВЫБРАЛА ИМЕННО ЕГО. В ИТОГЕ ПРИХОДИЛОСЬ ПРИЗНАВАТЬ, ЧТО, ДА, ТЫ ОДИН ИЗ СЧАСТЛИВЧИКОВ, КТО ПОЛУЧАЛ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В СОРЕВНОВАНИИ, ПРИЗ В КОТОРОМ — SUBARU FORESTER. НО ШАНС ВЫПАДАЛ НЕ ПРОСТО ТАК: КАЖДЫЙ ИЗ ПРЕТЕНДЕНТОВ ПРИЛОЖИЛ К ЭТОМУ ПУСТЬ И НЕБОЛЬШОЕ, НО УСИЛИЕ. КАК ЭТО ПРОИСХОДИЛО — В РЕПОРТАЖЕ КОРРЕСПОНДЕНТА REVIEW АННЫ КИЛИМНИК.



РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «АВТО ГОДА» ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ ПРИВЕТСТВУЕТ КОМАНДЫ

Первый участник этого ежегодного мероприятия сначала прошел опрос на сайте autogoda.ru, а в нужное время ввел кодовое слово, услышанное в эфире утреннего шоу на «Нашем радио» в специальное окно голосования. Благодаря этому Сергей Огурцов из города Железнодорожного не только попал на квест, но и стал капитаном экипажа с «нашими» радиоведущими.

Второму финалисту возглавить свою команду помог сам бренд Subaru: Сергей Акишин из Нижнего Новгорода записался на тест-драйв и был выбран путем случайной жеребьевки.

Третьим счастливым стал Максим Коваленко из Волгограда. Он был выбран также случайным образом из нескольких десятков тысяч людей, принявших участие в опросах проекта «Рейтинги „Авто года“», также, как и трое других победителей: Павел Ивакин из Воронежа, Александр Черных из Красноярска и Евгений Копытов из Екатеринбурга. Евгений, к примеру, голосует за автомобили в «Авто года» уже семь лет. Так что в этой ситуации вполне можно сказать, что человек, которому повезло, — это человек, который делал то, что другие, возможно, только собирались сделать.

КЛЮЧ НА СТАРТ Автомобильный квест начался не с парковки, а с аэропорта. Ранний рейс Москва—Сочи доставил всех участников на черноморское побережье без задержек. Но шесть командных Subaru Forester, на которых



ОБЩЕЕ «СЕЛФИ» УЧАСТНИКОВ КВЕСТА НА БАШНЕ АХУН

предстояло проходить испытания, ждали нас не в аэропорту, а в живописном «Скай Парке», куда будущих соперников довезли на автобусах. Здесь состоялся еще один розыгрыш. Точнее, жеребьевка состава команд. Заранее был известен лишь состав экипажа с ведущими «Нашего радио». Однако это была не единственная «фирменная» команда: Максиму Коваленко выпало проходить квест с представите-

лями популярного YouTube-канала Wylsacom. Остальным капитанам также достались по два помощника из представителей печатных и онлайн-СМИ, радио, телеканалов, популярных блогеров.

Здесь же, в живописном высокогорном парке приключений, и был дан старт.

Первое задание — и уже интрига. В чем его суть, объясняют на высоте 207 м. Команды стояли на «Скайбридже», втором по длине подвесном пешеходном мосту в мире, и ре-

шали, кто пронесется над Ахштырским ущельем на зиплайне, кто будет карабкаться по скалодрому, добывая по пути как можно больше баночек масла Total Quartz, а кто будет все это документировать. За выполнение этих заданий каждая команда получала еще и таблички со словами, из которых нужно было сложить слоган для масла Total, сделать фотографию и выложить ее в одну из соцсетей. За все это начислялись призовые баллы, которые в нынешнем году получили особенное, довольно забавное название — «автогодики».



SUBARU FORESTER ДОСТОЙНО ПОКАЗАЛ СЕБЯ В УСЛОВИЯХ БЕЗДОРОЖЬЯ В КАРЬЕРЕ ГАЛИЦЫНО



ИЗ МОЙКИ ВЫСОКОГО ДАВЛЕНИЯ HUSQVARNA МОЖНО ЕЩЕ И СБИВАТЬ МИШЕНИ



**Снижает износ.
Продлевает срок
службы двигателя**



TOTAL QUARTZ позволяет бороться с тремя ключевыми факторами, ускоряющими выработку ресурса двигателя вашего автомобиля: трением, образованием отложений и коррозией. Разработанные с учетом требований мировых автопроизводителей по защите двигателей моторные масла TOTAL QUARTZ продлевают срок их службы даже при экстремальных нагрузках и температурах.

total-lub.ru

Реклама. * Мы делаем энергию лучше.



ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

ЗАДАНИЕ ОТ CONTINENTAL — СНЯТЬ КОРОТКИЙ ВИДЕОРОЛИК НА ТЕМУ «ЧТО ЛУЧШЕ: ШИПЫ ИЛИ ЛИПУЧКИ?»



БИТЬСЯ ЗА НОВЫЙ SUBARU FORESTER БЫЛО ВЕСЕЛО И УВЛЕКАТЕЛЬНО

→ НА ПРАВИЛЬНОЙ ВОЛНЕ

А потом пришлось спуститься с небес на землю. Сойти с высоченного подвесного моста в «Скай Парке» и оказаться даже в некотором роде под землей — в Каменском карьере около села Галицыно, который обеспечивает строительные нужды Сочи и Адлера: многие олимпийские объекты построены с применением местного известняка и щебня. Задание было такое: настроить штатную аудиосистему Forester на определенную волну и поймать сигнал от маломощной радиостанции, на частоте которой передали некий код, расшифровать его и сообщить организаторам. В этом задании понадобились не только смекалка и навыки вождения, но и отличные внедорожные качества Subaru, на которых участники метались по дну карьера, прислушиваясь к шипящему радиозаписи.

А вот третье задание первого дня состязаний к полному приводу имело не прямое, а косвенное — интеллектуальное — отношение. Вопросы про Subaru, а также других партнеров квеста «Авто года» — Total, Continental, Husqvarna — поджидали команды на территории этнопарка «Моя Россия», который находится чуть выше по течению реки Мзымта от горного курорта «Роза Хутор». Прежде чем дать правильный ответ, нужно было быстрее команды-соперника нажать на выданный автомобильный клаксон и заработать тем самым по «автогодику» за каждую верную реплику.

День заканчивался — подводили промежуточные результаты, к которым приплюсовывали результаты виртуального квеста, проходящего в социальных сетях, где любой пользователь мог выбрать, кого из капитанов команд он поддерживает. Немного баллов в копилку успеха прибавляли и оценки за видеоролики-презентации, которые команды снимали, дабы продемонстрировать свой настрой на победу, приз в которой, не стоит забывать, ни много ни мало — культовый Forester.

НЕ ПРОЛИТЬ

Первая точка второго дня квеста — Медовеевка, горная деревня, где располагается местная



КОМАНДА, ЗАНЯВШАЯ ВТОРОЕ МЕСТО, ПОЛУЧИЛА СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ — УЛЬТРАЗВУКОВЫЕ ОЧИСТИТЕЛИ SHARP

пивоварня. Добраться туда нелегко: на легковых автомобилях это делать не рекомендуется, и обычно предлагается трансфер на «уазиках». Но те, у кого есть полноприводный Subaru, легко преодолели горный внедорожный серпантин. И тут же получили задание — приготовить на углях люля-кебаб: чем больше порция, тем лучше, но время приготовления было ограничено, а непрожаренное блюдо означало, что с заданием команда не справилась. За каждые 100 г готового продукта давали по одному «автогодику». Жадность до очков брала верх, и некоторые люля внешне выглядели аппетитно, но внутри оставались сырыми.



ПРЕДОСТАВЛЕНО «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

ЖЕРЕБЬЕВКА — МОМЕНТ ОТВЕТСТВЕННЫЙ



СКОЛЬКО ВЕШАТЬ В ГРАММАХ? ВЕРНЕЕ, НАЛИВАТЬ В МИЛЛИЛИТРАХ?

том закрепить результат, то есть проделать один и тот же трюк дважды — вот только за руль садился уже другой член команды. Трос с одной стороны крепился к Subaru, а с другой — к четырехлитровой бутылки. Жать ли еще аккуратно на газ или пора остановиться — это водителю его команда говорила при помощи рации.

Дальше всех ожидало соревнование от затейников из Husqvarna. Одному выпадало работать мойкой высокого давления, второму — стричь траву бензокосилкой, а третьему — пилить бревна, причем довольно филигранно.

ИСПОЛЬЗОВАТЬ ШАНС

Ну а после... а после всех ждал финал. Самое простое задание из всех — на ориентирование. После чего все команды поднялись на смотровую башню Ахун, с которой открывается потрясающий вид на окрестности. Финальное общее фото на фоне заката. И еще пара часов терпения до объявления результатов.

По результатам двух дней соревнований победителем квеста была названа команда «Дай пять!» — пожалуй, самая веселая и жизнерадостная из всех участников. Ее капитан Евгений Копытов из Екатеринбургa и стал обладателем заветного приза — Subaru Forester нового поколения, оборудованный шинами Continental VikingContact 7, и запас моторного масла Total Quartz впридачу. А помогли ему получить заветный приз журналисты Павел Федоров с телеканала «Автоплюс» и Игорь Сирин с радиостанции «Москва FM». Парни, впрочем, тоже получили хорошие призы — комплект премиальных шин Continental каждому.

Ну что ж, и мы там были, задания выполняли, шампанское за победителя пили, но победе его не завидовали, потому что удача была на этот раз не на нашей, а на чужой стороне. Потому что, как говорят, «удача — это постоянная готовность использовать шанс». Так что готовьтесь, голосуйте в проекте «Рейтинги „Авто года“», потому что если фортуна вдруг выберет вас, вы должны быть к этому готовы. ■

ЭКСПЕДИЦИИ ВРЕМЯ НОВЫХ ОТКРЫТИЙ

Время путешествовать

6 ЭКИПАЖЕЙ LAND ROVER

6 ДНЕЙ ПРИКЛЮЧЕНИЙ

УНИКАЛЬНЫЕ ВНЕДОРОЖНЫЕ
МАРШРУТЫ

НАЦИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

НАСЫЩЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ
ПРОГРАММА

РЕКЛАМА

Автомобильные экспедиции организует агентство «Автораzum». Для получения дополнительной информации свяжитесь с туроператором по почте: travel@avtorazum.com, телефону: +7 (495) 008 16 87 или оставьте заявку на сайте: discoverrussia.vip



МАЛО ВРЕМЕНИ НА ЗАВТРАК? ЭТО НЕ ПОВОД ЕГО ПРОПУСКАТЬ!

Просто возьмите ломтик хрустящего хлеба и намажьте на него рьет из лосося «Меридиан-ЭКО».

Рьет — полностью натуральный продукт и содержит много белка, омега-3 и микроэлементов.

Ваш вкусный и полезный завтрак готов за 1 минуту!



РЕКЛАМА



ВСЕ ПО МЕСТАМ

ОБЪЯВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ГОЛОСОВАНИЯ «РЕЙТИНГИ „АВТО ГОДА“-2018» — ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫЯВЛЯЮЩЕГО АВТОМОБИЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЯН,— ПРОШЛО В МОСКОВСКОМ КЛУБЕ WOW 8 НОЯБРЯ. ПОСЛЕ ИТОГОВОЙ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ РУКОВОДИТЕЛИ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ СФЕРЫ АВТОМОБИЛЬНОГО PR И МАРКЕТИНГА, А ТАКЖЕ ЖУРНАЛИСТЫ И АВТОБЛОГЕРЫ СМОГЛИ В НЕФОРМАЛЬНОЙ ОБСТАНОВКЕ ОБСУДИТЬ ОБНАРОДОВАННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ АВТОЛЮБИТЕЛЕЙ. КРОМЕ ТОГО, НА ТОРЖЕСТВЕННОМ ВЕЧЕРЕ ЕВГЕНИЮ КОПЫТОВУ, ПОБЕДИТЕЛЮ ЕЖЕГОДНОГО КВЕСТА «АВТО ГОДА»,



ВЛАДИМИР БЕЗУКЛАДНИКОВ, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА «АВТОМОБИЛЬ ГОДА В РОССИИ»

БЫЛИ ВРУЧЕНЫ ПРИЗЫ — АВТОМОБИЛЬ SUBARU FORESTER, КОМПЛЕКТ ШИН CONTINENTAL VIKINGCONTACT 7, А ТАКЖЕ ЗАПАС МОТОРНОГО МАСЛА TOTAL QUARTZ.





АЛЕКСЕЙ СИМАКИН, РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПАНИИ «АВТОРАЗУМ», ПРИ ТРАДИЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКЕ КОТОРОЙ ПРОШЕЛ КВЕСТ «АВТО ГОДА»



АЛЕХАНДРО КОРЕНЬКО, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «AVIS BUDGET РОССИЯ»



АЛЕКСАНДР ЯКОВЛЕВ, ГЛОБАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПО АВТОМОБИЛЬНЫМ ОНЛАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯМ IPSOS COMCON



ВЛАДИМИР БАРВИНОК, ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ ООО «КОНТИНЕНТАЛ ТАЙРС РУС», ВРУЧИЛ КОМАНДЕ ПОБЕДИТЕЛЯ КВЕСТА СЕРТИФИКАТЫ НА ШИНЫ



ЕВГЕНИЙ КОПЫТОВ ИЗ ЕКАТЕРИНБУРГА, ПОБЕДИТЕЛЬ ЕЖЕГОДНОГО КВЕСТА «АВТО ГОДА»



АНДРЕЙ ЛОМАНОВ, ВЕДУЩИЙ «НАШЕГО РАДИО», НАТАЛЬЯ РУДЕНКО, РУКОВОДИТЕЛЬ PR-СЛУЖБЫ ООО «СУБАРУ МОТОР», ТЕРАВАКИ ЙОСИКИ, ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОР ООО «СУБАРУ МОТОР»



ЯЦЕК ШЕЛОНГ, КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ООО «ТОТАЛ ВОСТОК», ВРУЧИЛ ПОБЕДИТЕЛЮ СЕРТИФИКАТ НА МАСЛО TOTAL QUARTZ

«НАШ ЗАВОД В ВЫСОКОЙ СТЕПЕНИ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ»

КАК ПРОШЛО ОТКРЫТИЕ ЗАВОДА В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ, В КАКИЕ МАШИНЫ НА КОНВЕЙЕР ЗАЛИВАЮТ МАСЛО ЗНАМЕНИТОГО ФРАНЦУЗСКОГО БРЕНДА, ВСЕ ЛИ ГОНКИ ВЫИГРАЛ «КАМАЗ-МАСТЕР» ПОСЛЕ ТОГО, КАК ПОДПИСАЛ КОНТРАКТ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ С TOTAL, И ЧТО ВЫБРАТЬ — «ФОРМУЛУ-1» ИЛИ «КРАСНУЮ МАШИНУ», КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW АННЕ КИЛИМНИК РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ТОТАЛ ВОСТОК» ФАБЬЕН ВУАЗЕН.

REVIEW: Концерн Total открыл завод в России, поздравляем вас с этим событием. Чем вам запомнилась церемония открытия?

ФАБЬЕН ВУАЗЕН: Это был незабываемый момент. Не только для меня, но, надеюсь, для всех участников этого события. Особенно для сотрудников завода, которые, уверен, гордятся тем, что смогли продемонстрировать свои достижения — немалые, надо сказать, — и руководству компании, и региональным властям. Особенно мне запомнилось то, что Патрик Пуянне, президент и председатель совета директоров концерна Total, и Анатолий Артамонов, губернатор Калужской области, нашли время на личное общение с работниками нового производства, получили от них обратную связь. Памятным моментом стало зачитывание телеграммы президента Российской Федерации, адресованной непосредственно «Тотал Восток», в которой Владимир Путин поздравил компанию и пожелал нам удачи в дальнейшей работе.

R: Как вы упомянули, на открытие завода приехал Патрик Пуянне. Довольно ли руководство компании проделанной работой?

Ф. В.: Открытие завода в России — это весьма значимое событие для Total. Настолько значимое, что приезжает президент и председатель правления концерна и лично присутствует на торжественном открытии. Для нашей команды это особенно приятно. К тому же это подчеркивает стратегическую важность России для Total. К слову,

помимо Патрика Пуянне на открытии также присутствовали топ-менеджеры подразделения «Маркетинг и Сервисес». Все они остались довольны и заводом, и самой церемонией.

R: Открытие столь крупного производства невозможно без тесной кооперации с местной властью. В России принято ругать власть. Каковы ваши впечатления от чиновников Калужской области?

Ф. В.: Во-первых, я хотел бы сказать, что мы неслучайно выбрали Калужскую область для своего производства. И сделали это по многим причинам, одна из которых — качество местной инфраструктуры. Отдельно отмечу удивительно дружеский деловой климат в регионе. Мы ни разу не сомневались в правильности своего решения, и я хотел бы выразить свое признание за постоянную поддержку всей администрации Калужской области, а также лично губернатору Анатолию Артамонову.

R: Общая сумма инвестиций в завод составила \$50 млн. Для обычного человека эта сумма в некотором роде непонятная. Насколько это много или мало, можете ли вы сопоставить эти вложения с какими-то другими проектами?

Ф. В.: Эта довольно большая сумма. Если перевести на российскую валюту, то это 3 млрд руб. В качестве сравнения могу привести цифру финансового оборота «Тотал Восток» в России, который близок к \$200 млн в год, то есть, по сути, четверть этой суммы мы вложили в постройку завода, и это показывает, что цифра эта весьма значи-

тельна. С другой стороны, она довольно мала, если сравнивать с некоторыми другими нефтегазовыми проектами, например с полным объемом стоимости проекта «Ямал СПГ», который составляет более \$25 млрд — это в 500 раз больше, чем наше производство в Ворсине.

R: Завод Total обеспечил 50 новых рабочих мест в регионе. Для крупного производства эта цифра кажется незначительной. Сколько всего человек будет работать на заводе и насколько автоматизировано производство в целом?

Ф. В.: Рабочие места, о которых вы говорите, непосредственно созданы для этого проекта. Немного более 30 из них — сотрудники Total, занятые как на производстве, так и в офисе. Остальные позиции, например связанные с логистикой, осуществляются субподрядчиком. Но фактически рабочих мест было создано больше, если включить сюда такие сферы, как обеспечение безопасности, уборка, работа столовой. Говоря же непосредственно о производственном процессе, то в него вовлечены всего 20 человек, что свидетельствует о том, что наш завод очень современный и в высокой степени автоматизированный.

R: С открытием завода компания планирует стать одним из лидеров российского рынка в своем сегменте. Каков ваш план действий?

Ф. В.: Основным пунктом плана действия для достижения этой цели была именно локализация производства. Приведу пример. Завод был открыт 15 октября, а спустя две недели мы подписали новый, весьма крупный контракт с



ЕВГЕНИЙ ГУРЮ

Hitachi, согласно которому Total станет поставщиком смазочных материалов для компании с начала следующего года, и мы не смогли бы подписать этот контракт, не имея местного производства.

R: Вы довольны партнерством Total с российской командой «КАМАЗ-мастер»?

Ф. В.: Конечно! Но когда мы говорим о нашей поддержке гоночной команды, то успехи или поражения — наши общие. Сотрудничество длится уже три года. С тех пор «КАМАЗ-мастер» выиграла все гонки, в которых участвовала, а речь и о «Дакаре», и о «Шелковом пути». Мы очень гордимся нашим партнерством, и хотелось бы подчеркнуть, что оно является не только маркетинговым, но и техническим: Total делится своим опытом в разработках и предоставляет команде технические консультации, все для того, чтобы команда максимально эффективно использовала наши смазочные материалы, способствующие повышению общей производительности и долговечности работы двигателей.

R: Total сотрудничает с автомобильными командами в самых разных дисциплинах. Какие из них лично вам нравятся больше всего?

Ф. В.: Если говорить о гонках на треке, то помимо «Формулы-1» мне нравятся соревнования на выносливость. Например, «24 часа Ле-Мана», где Total, кстати, тоже присутствует, и среди наших партнеров — команда Aston Martin. Более того, Total поставляет топливо для всех участников этой гонки. Что касается ралли, то должен признаться, что серьезно начал интересоваться гонками грузовиков только тогда, когда мы начали наше сотрудничество с командой «КАМАЗ-мастер». Меня, надо сказать, все это сильно впечатлило, так что, вероятно, именно эта гоночная серия мне сейчас нравится больше всего.

R: Total уже два года сотрудничает с Федерацией хоккея России. Что принесло компании это партнерство?

Ф. В.: Конечно, тут не как в автоспорте: команда не использует смазочные материалы Total, нет демонстрации достижений нашей компании. Но эти взаимоотношения приносят нам узнаваемость бренда Total Quartz, который официально рекламируется в рамках партнерства с Федерацией хоккея. Это усиливает узнаваемость нашей марки и наш имидж в целом, потому что в России к хоккею огромная страсть. Ассоциация нашего имиджа с успехом сборной России, включая победу команды во время последних Олимпийских игр в Корею, очень важна для нас.

R: Если бы у вас был выбор, куда бы вы пошли — на финал чемпионата мира по хоккею или на гонку «Формулы-1»?

Ф. В.: Я несколько раз бывал на гран-при, в том числе в Сочи. Кстати, это очень хороший гоночный трек. Но все же «Формула-1» по-прежнему не самый популярный вид спорта в России. Я бы отдал предпочтение чему-то более общепризнанному в вашей стране, и определенно мне было бы куда более интереснее наблюдать за хоккейными схватками на стадионе, но, к сожалению, у меня пока не было возможности увидеть финал чемпионата мира, поэтому я определенно выбрал бы хоккей, особенно если матч будет с участием «Красной машины». ■



ПРЕДЛОЖЕНО: «АВТОМОБИЛЬ ГОДА»

КОМАНДА «КАМАЗ-МАСТЕР» И ПРЕДСТАВИТЕЛИ КОМПАНИИ «ТОТАЛ ВОСТОК»

Volkswagen Multivan Style*

Управляйте стилем



Цена от **3 399 000** ₽

От **20 000** ₽ в месяц**



Volkswagen

* Стилъ. ** Ежемесячный платеж в сумме 20 000 руб. означает величину затрат заемщика, взявшего кредит по программе кредитования ООО «Фольксваген Банк РУС» (далее – Банк) «Кредит с остаточным платежом на приобретение нового автомобиля» на покупку нового автомобиля Volkswagen Multivan Comfortline 2.0 TDI 140 л. с., авт., DSG (7) стоимостью 3 399 000 руб., при получении кредита сроком на 36 мес., первоначальном взносе 1 734 450 руб. (51,03 % от стоимости автомобиля), остаточном платеже 1 350 000 руб. (39,72 % от стоимости автомобиля) и процентной ставке 8,9 % годовых при предоставлении полного пакета документов. Банк не определяет размер стоимости автомобиля и порядок ее предоставления. Информация не является офертой Банка, расчет является приблизительным. Полная стоимость кредита и конкретные параметры кредита будут рассчитаны исходя из сведений, указанных потенциальным заемщиком в анкете. Основные условия кредитования ООО «Фольксваген Банк РУС» по продукту «Кредит с остаточным платежом на приобретение нового автомобиля» на приобретение нового автомобиля марки Volkswagen Multivan: валюта кредита – рубли РФ; сумма кредита – от 120 тыс. до 4 млн руб. при предоставлении полного комплекта документов и до 2 млн руб. при предоставлении двух документов. Процентная ставка при предоставлении полного пакета документов при первоначальном взносе (далее – ПВ) от 40 % (включительно) составит: при сроке 13–36 мес. – 8,9 % годовых. Процентная ставка при предоставлении двух документов при ПВ от 40 % (включительно) составит: при сроке 25–36 мес. – 9,9 % годовых. Минимальный размер остаточного платежа составит 20 % от стоимости автомобиля; максимальный размер остаточного платежа составит: при сроке 25–36 мес. – 40 % от стоимости автомобиля. Обеспечение по кредиту – залог приобретаемого автомобиля. Условия предоставления кредита действительны на 01.11.2018 и могут быть изменены Банком. Информация по телефону Банка 8-800-700-75-57 (звонок по России бесплатный). Лицензия ЦБ РФ № 3500. 117485, г. Москва, ул. Обручева, д. 30/1, стр. 1. www.vwbank.ru. Реклама.

ИДЕАЛЬНАЯ СИСТЕМА

НОВЫЙ SUBARU FORESTER

УМНЕЕ • БОЛЬШЕ • МОЩНЕЕ*



SUBARU



ЯПОНСКАЯ СБОРКА | ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПОЛНОПРИВОДНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ №1**

СОЗДАН ИНЖЕНЕРАМИ

РЕКЛАМА. * Идеальная система «Умнее, больше, мощнее» по сравнению с 4 поколением Subaru Forester. ** Крупнейший производитель полноприводных автомобилей в 2015-2016 гг. www.autocar.co.uk. *** Номер для бесплатного звонка с мобильного телефона по всей России. ¹ Система интеллектуального привода ЭсАй-драйв. ² Система активного управления вектором тяги Эктив Торк Векторинг. ³ Система помощи водителю Айсайт. ⁴ Система помощи при движении по бездорожью Икс-мод. ⁵ Оппозитный двигатель SUBARU Боксер, 2,5 л. ⁶ Постоянный полный привод. ⁷ Клиренс 220 мм. ⁸ Комплекс систем обнаружения автомобиля, движущегося сзади. ⁹ Глобальная платформа Subaru.

8 800 555 00 20***
subaru.ru