№3(141) 2016

Автоинструкция

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

AUTOPARTS

SAPE 2016

Shanghai New International Expo Center

ШАНХАЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА АВТОКОМПОНЕНТОВ

VITEX

защита на молекулярном уровне

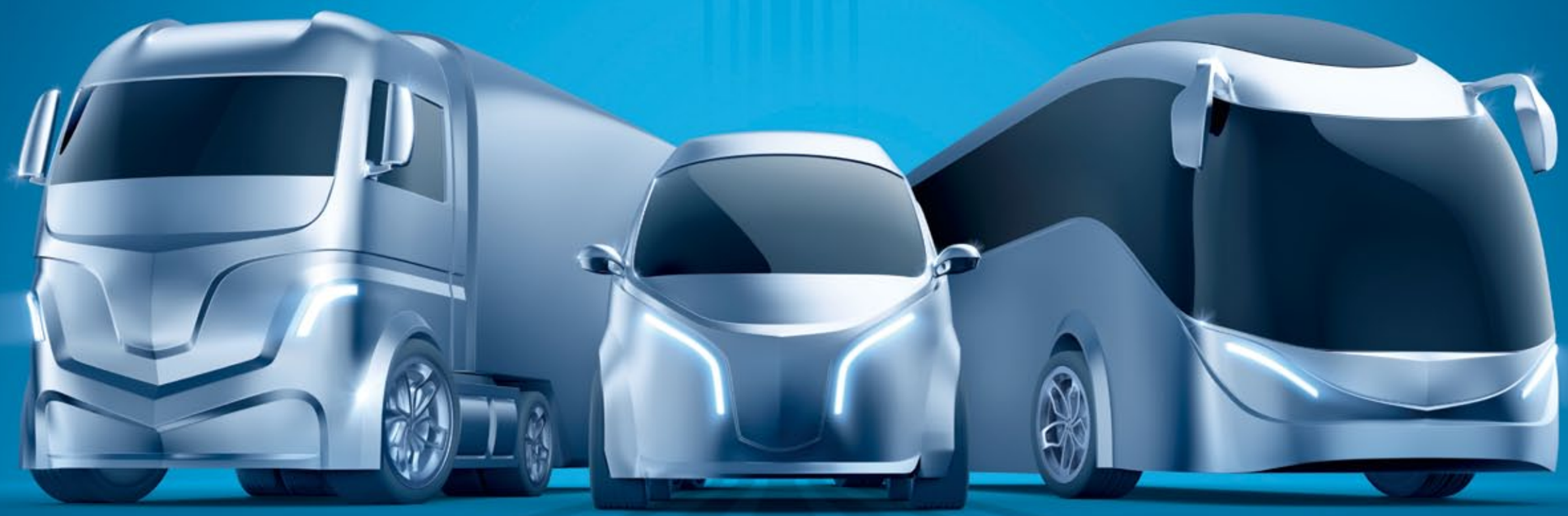
VITEX DIESEL 5W30

SPECIFICATIONS: ACEA E7/E6/E4, API CI-4/CH-4/CG-4/CF-4/CF

ПОЛУСИНТЕТИЧЕСКОЕ МОТОРНОЕ МАСЛО ДЛЯ ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ

GERMAN POWER ADDITIVES

www.vitex.mobi



IAA

Driving the Future*

* Движение к будущему

22–29 сентября 2016
Ганновер. Германия

Организатор - VDA (союз автомобильной промышленности)

VDA Verband der Automobilindustrie

→ **www.iaa.de**

ООО “Дойче Мессе РУС”
Николай Каменецкий
Тел.: +7 495 669 46 46
Факс: +7 495 691 26 25
Nikolay.Kamenetsky@messe-russia.ru
www.messe-russia.ru

IAA - крупнейший в мире международный салон коммерческого автотранспорта!

IAA – единственная в мире выставка, на которой представлен весь коммерческий транспорт, а также производители запчастей и аксессуаров!

На IAA встретятся специалисты отрасли со всего мира. Это лидирующая выставка транспорта и логистики. Выставка уникальна своими инновациями, многопрофильностью, деловой программой, а также профессиональными участниками и посетителями.

Автосалон в Женеве парад суперкаров 2016

86-й автомобильный салон прошел 3–13 марта в сердце Европы. Среди всех представленных премьер особое место занимают суперкары, которыми шоу не то что изобиловало, а буквально кичилось. Сотни тысяч посетителей смогли по достоинству оценить как полет инженерной мысли и обилие лошадиных сил, так и витиеватые линии футуристического дизайна новинок.

687 000
посетителей

Bugatti Chiron

Bugatti Chiron

Классика запредельного жанра. Известный концерн выпустил финальную версию своей незабвенной и вместе с тем нашумевшей модели, которая очень сильно похожа на автомобиль из компьютерного симулятора. Теперь Chiron в серийном производстве и, если вы богаты и любите быструю езду, то 1500 л.с. ждут вас. Подобная мощность достигается с помощью 8-ми литрового двигателя W16. Всего компания планирует выпустить 500 подобных моделей, каждая из которых будет стоить 2,4 млн евро.

DS E-TENSE

DS E-TENSE

Перед вами карбоновый суперкар на электрической тяге от французского автопроизводителя DS. Это пока малоизвестная марка известного концерна Citroen, которая решилась продемонстрировать всему миру свои дизайнерские возможности. Два немецких электродвигателя Siemens AC вырабатывают 402 л.с. мощности. Что позволяет разогнать 1,8 тонный суперкар до заветных 100 км/ч за 4.5 секунды. Заряда аккумулятора — в зависимости от режима езды — хватит на более чем 300 км пути.

Автосалон в Женеве

Koenigsegg Regera

Koenigsegg Regera

Перед вами скандинавское представление о мощи, дизайне и суперкаре. Известный бренд и в этот раз не изменил своим традициям и привез на шоу очень мощное авто. Под капотом зверя 1100-сильный пятилитровый двигатель V8 с двумя турбокомпрессорами, а также тремя электромоторами. По одному на каждое из задних колес, а третий агрегат размещен на коленвале. Суммарная отдача комплекса — 1500 л.с. и 2000 Нм. Разгон до 100 км/ч за 2,8 секунды, до трехсот за 10, 9 секунды.

80% гостей удовлетворены посещением шоу

Lamborghini Centenari

Lamborghini Centenari

Выпуск этой шикарной новинки приурочен к столетию со дня рождения основателя марки Ферруччо Ламборгини. Выполнена премьера на базе известной модели Aventador. Под капотом 6,5-литровый двигатель V12 мощностью 770 л.с., что на 20 «лошадей» больше, чем у самой мощной версии «исходника». По факту, Centenari стала самым мощным автомобилем этого бренда. Разгон до сотни за 2,8 секунды, до трех за 23,5. Заявленная максимальная скорость составляет 349 км/ч.

Автосалон в Женеве

16 CHF

стоимость входного билета

Sin Car R1

Sin Car R1

Знакомьтесь, «греховный автомобиль» или «автомобиль греха». Именно так с английского языка можно перевести название это суперкара, который, к слову, прибыл из Великобритании. Он предназначен для профессиональных гонок, но также может стать верным другом и на городских дорогах, как утверждают конструкторы. Разрабатывается исключительно индивидуально, с учетом всех особенностей и пожеланий заказчика. Безопасность производители закономерно ставят во главу угла.

NIPPON PAINT
АВТОРЕМОНТНЫЕ ПОКРЫТИЯ

Снижение цен
на продукцию NIPPON PAINT
Подробности и сроки действия акции уточняйте на сайте www.PaintBC.ru

реклама

MEGA V1 — универсальный двухкомпонентный акрил-уретановый грунт-выравниватель

PP Primer — адгезионный грунт для PP пластиков

Эксклюзивный импортер лакокрасочных материалов для авторемонта Nippon Paint Co. на территории РФ и в странах СНГ ООО «СП БИЗНЕС КАР»

* Срок действия акции ограничен

117452, Москва,
Балаклавский пр., 26.
Тел. +7 (495) 725–33–51
www.paintbc.ru

КОРОТКО

Международные новости

на 53%
сократилась дорожная смертность в ЕС за 2001–2014 гг.

на 300%
усиливает профиль заготовки технология I-ECAP

Новый манекен пешехода

Европейские ассоциации автопроизводителей ACEA и автопоставщиков CLEPA разработали новый манекен пешехода и опубликовали его открытую спецификацию. Инновация позволяет более качественно тестировать системы активной безопасности, такие, как система предупреждения о лобовых столкновениях (FCW). Напомним, что тест на автоматическое предотвращение наезда на пешехода стало обязательной частью Euro NCAP с 2016 г.

Скрытый профиль

Университет Стратклайда (Великобритания) разрабатывает технологию, которая заменит листовые сварные заготовки (TRB) и профилированные прокатные заготовки (TWB). Метод Incremental Equal Channel Angular Pressing (I-ECAP) позволяет локально изменить физические параметры листовой заготовки, при этом сохранив неизменной толщину листа. Твёрдость сплавов удаётся увеличить до 4-кратной.

1 млн пользователей каршеринга насчитывается в 7 ведущих странах ЕС

Транспортные тренды ЕС

Европарламент опубликовал итоги исследования транспортных тенденций в ЕС. В числе основных трендов названы демографические (иммиграция и старение коренного населения), технологические (проникновение информационных технологий в транспорт, развитие электронной коммерции) и экологические (ужесточение норм выбросов). Прогнозируется, что среди новых водителей будут преобладать молодые иммигранты, что нужно учитывать при разработке стратегий.

60 секунд занимает формование по новому методу

Многоразовый углепластик

Одно из главных препятствий к широкому внедрению углепластиков — невозможность их переработки на вторсырьё — устранено, заявляет стартап Mallinda. Новый связующий состав можно растворить химреагентом без нагрева и выделения токсинов. Отделённые друг от друга связующий состав и углеволокно могут быть использованы повторно. Технология позволит уменьшить энергозатраты и время производства деталей, а также полностью утилизировать отходы производства углепластика.

цитата

Ержан Мандиев
генеральный директор «АЗИЯ АВТО Казахстан»

«Наш холдинг («БИПЭК Авто») в минувшем году приобрел 15 дилерских центров Lada в Сибирском и Уральском федеральных округах. Вместе с АвтоВАЗом мы модернизируем сбытовую и сервисную инфраструктуру марки в азиатской части России. С запуском новых усть-каменогорских мощностей в этих автоцентрах будут продаваться автомобили казахстанской сборки. И если состояние рынков двух стран будет благоприятствовать, до конца нынешнего года мы рассчитываем расширить российскую сеть холдинга за счет 9 новых автоцентров в таких городах, как Курган, Магнитогорск, Красноярск, Кемерово, Бийск и Оренбург».

АА «Автостат»

Российские новости

517 млрд руб.
заработал автосервисный сегмент РФ в 2015 г.

Пол-триллиона разделить на СТО

АА «Автостат» опубликовало исследование «Рынок автосервиса в России». В 68 регионах, в которых числится 96% автопарка страны, он составил 517 млрд руб. Основной вклад вносят услуги автомойки (23,4%) и кузовного ремонта (22,6%). Самый большой объём сервисных услуг оказывается в Москве и МО (более 120 млрд руб.), а также Санкт-Петербурге и ЛО (44,2 млрд руб.). В 10 других регионах ёмкость рынка в 2015 г. превысила 10 млрд руб.

На 28% упали продажи Chevrolet Niva в 2015 г.

Без сокращений

«GM-АвтоВАЗ» сообщил, что конвейер будет переведён с двух смен на одну. При этом за счёт оптимизации затрат предприятие сможет обойтись без сокращений рабочих мест или зарплат. Сейчас завод мощностью 98 тыс. авто в год загружен на треть. Большинство других автопроизводителей также были вынуждены перейти с двух смен на одну, но предупреждали и о сокращениях штата.

более 300 автосервисов насчитывает российская сеть BCS

В экстренном случае набрать 800

Сеть автосервисов Bosch Car Service в России создала единый колл-центр для записи в автосервис, доступный по бесплатному федеральному номеру. Сотрудники Bosch полагают, что в первую очередь новая услуга пригодится в том случае, если поломка произошла в дороге, тогда оператор колл-центра определит местоположение ближайшего из «Бош сервисов» и направит в него клиента.

20 миллионов литров расходуется в США ежегодно из-за плохо накачанных шин

АвтоВАЗ предложит россиянам датчики давления

АвтоВАЗ рассматривает возможность предложить датчики давления в шинах на внутреннем рынке России, сообщает «АвтоСреда» со ссылкой на директора проектов Lada XRay и Vesta Олега Груненкова. В 2015 г. такими устройствами начали оснащать экспортные варианты Lada Kalina и Granta, продаваемые в ЕС — там их наличие обязательно. По данным ряда западных исследований, использование датчиков примерно в 2 раза сокращает перерасход топлива и преждевременный износ шин, снижает аварийность.

цитата

Евгений Митин
директор дизайн-студии Zebrand

«АвтоВАЗ кампанией «с НеВестой» явно подставился и пригласил коллег сыграть на своём подготовленном поле. Lada пробует выступить как бренд-задира, провокатор. В принципе, это вполне возможная стратегия его развития. Недовольная и капризная азиатская невеста — образ, который не обещает зрителю ничего хорошего, по сравнению с нашей, российской, родной. Но вот обоснованность и аргументированность такого сообщения под большим вопросом. Бренд Hyundai использует аргументы, а Lada только эмоции. Хотя для вирусной кампании это нормально. Аргументы, наверное, будут дальше».

АА «Автостат»

automechanika
DUBAI

8 – 10 мая, 2016
на месяц раньше

Крупнейшая международная выставка запасных частей и автокомпонентов на Ближнем Востоке

Перспективы для развития Вашего бизнеса на Ближнем Востоке

Добро пожаловать на выставку Automechanika Dubai

Здесь Вы сможете найти прогрессивные бизнес-решения, открыть для себя новые рынки сбыта и наладить ценные деловые контакты.

В 2015 году 1 882 экспонента и 30 365 посетителей оценили все преимущества выставки Automechanika Dubai.

Регистрируйтесь онлайн уже сейчас
www.automechanikaDubai.com/AVI

messe frankfurt

67 млрд руб.
потерял АвтоВАЗ в 2015 году

«Бу!» — страшным голосом сказал Чемезов

Бу Андерссон написал заявление об увольнении после резкой критики со стороны главы «Ростеха» Сергея Чемезова. Новым руководителем завода назначен Николя Мор. У Андерссона были все шансы отстоять себя, он никогда не боялся быть немилым и имел реальные козыри. Но предпочёл на этот раз уйти от конфликта.

Сергей Целиков,
гендиректор АА «Автостат»
«Я сомневаюсь, что Андерссон покинет свой пост раньше, чем у него закончится контракт. Это было бы слишком затратно. Во-вторых, Карлосу Гону пришлось бы таким образом признать, что были предприняты неверные стратегические шаги. Если сейчас руководство сменится, то компанию будет "колбасить". Любому новому руководителю нужно заново налаживать отношения с дилерами, поставщиками, персоналом, создавать свою команду. Если курс на интеграцию в мировой автопром — то этим должны заниматься иностранцы. А если важнее социальные аспекты, то во главе АвтоВАЗа должен быть российский руководитель».

АА «Автостат»

Игорь Моржаретто,
автор рубрики «Автодетали» на «Вести FM»
«Он достаточно жестко убирал людей из высшего звена, и обиженных там действительно много. Из-за убытков у АвтоВАЗа возникают проблемы с акционерами. И сейчас в верхах как раз решается вопрос о том, что же делать. Что касается самого Андерссона, то ходили слухи, что его не будут трогать до конца года. Иначе ему придется выплатить огромную неустойку» («Газета.ру»).

Сергей Чемезов, глава госкорпорации «Ростех»
«Теперь нам нужен новый человек. Это всё. Решение будет принято на заседании совета директоров, которое состоится после государственных праздников. Здесь по методу обрезания народ выгнали на улицу. Эта практика, наверное, европейская, мы считаем, что этого делать нельзя, надо вести себя гибче. Вопрос и в регионе, и в правительстве поднимался уже не раз» («Авто Mail.ru»).

Петр Золотарев, глава независимого профсоюза АвтоВАЗ
«Собственники АвтоВАЗа — это Карлос Гон, Renault-Nissan и Ростех, они и определяют политику АвтоВАЗа. И говорить, что во всем виноват Андерссон, неправильно, нельзя допускать манипуляций на эту тему перед выборами. Еще до его прихода Минпромторг рекомендовал оставить на АвтоВАЗе не более 55 тыс. сотрудников» («Газета.ру»).

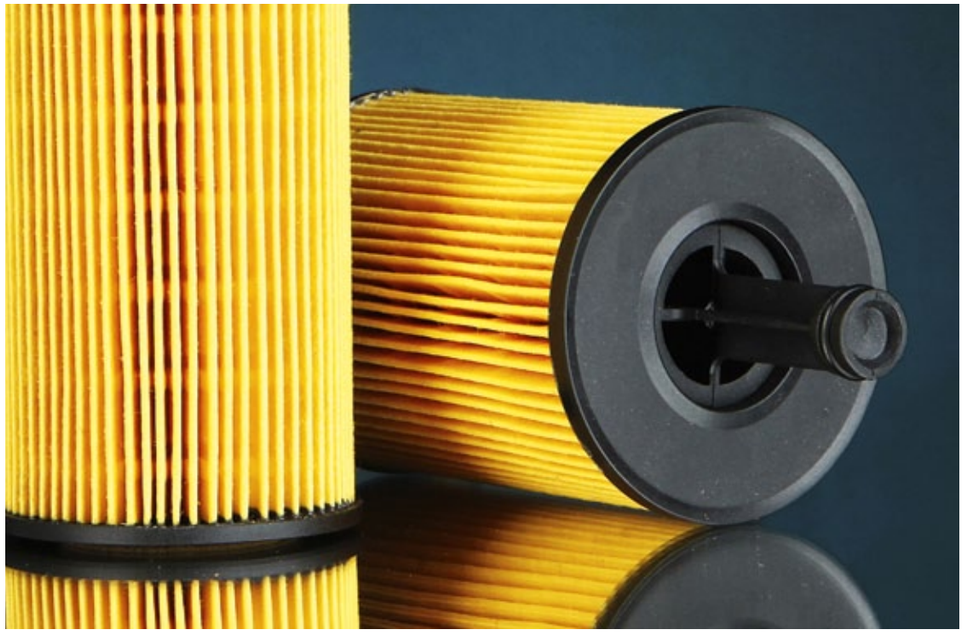
Владимир Беспалов, аналитик «ВТБ Капитал»
«Были существенно сокращены расходы, выросло качество продукции, но на рынке сейчас такое положение, что этих факторов недостаточно. У завода огромные производственные мощности, и пока рынок не пойдет вверх, АвтоВАЗ на полную мощность не заработает. Даже если будет новый менеджер, ему придется решать те же задачи» («Газета.ру»).

Борис Меламед, младший партнер практики «Промышленность» консалтинговой группы «НЭО Центр»
«Запущена новая модель, успешно прошел старт продаж. Под его руководством произошло переосмысление бренда с упором на выпуск более конкурентной и качественной продукции. Прежний менеджмент не смог выпустить ничего похожего. Андерссон же нацелен на дальнейшее развитие и продвижение бренда» («Газета.ру»).

Рынок автомобильных фильтров: без взлётов, без падений

Текст Евгений Новожилов

Ёмкость рынка автомобильных фильтров огромна, порядка 300 млн долларов, так как различных фильтров в машине много — от восьми и больше. Рынок фильтров для автомобилей реагирует на изменения автопарка в целом, обрушение продаж новых автомобилей влияет на него не слишком сильно. Поэтому ситуацию на рынке автомобильных фильтров можно назвать стабильной, точнее, малоподвижной.



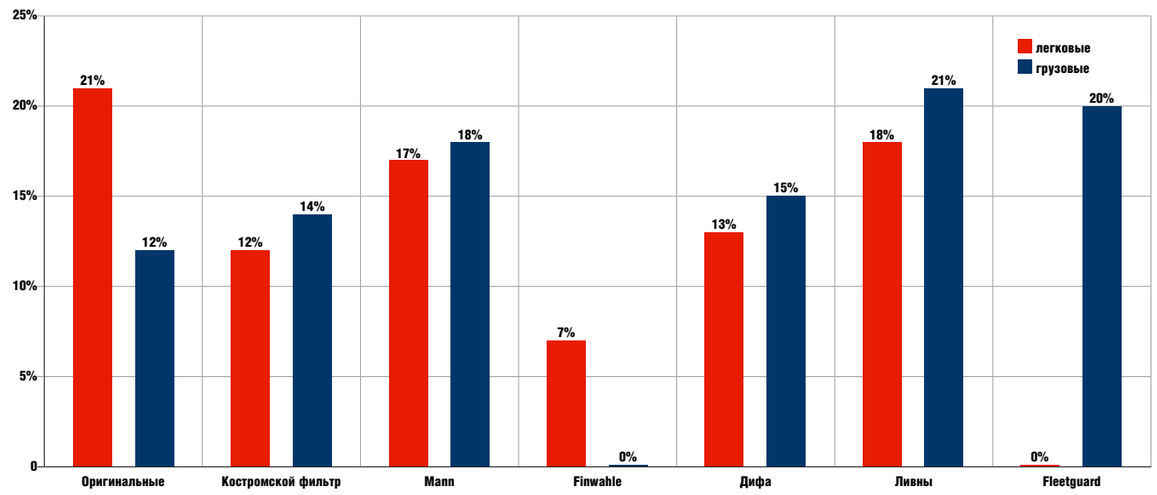
В современных автомобилях устанавливаются воздушные, масляные, топливные, салонные фильтры, фильтры картерных газов с момента внедрения Евро-4, фильтры для очистки масла в АКПП, могут быть установлены дополнительные фильтры для тонкой очистки дизельного топлива с подогревом, системы предварительной фильтрации дизтоплива, фильтры-адсорберы для удаления влаги из пневматической тормозной системы в грузовиках, фильтры для очистки антифриза и другие. Наибольшую долю на рынке занимают масляные фильтры и воздушные, а наиболее растущий сегмент — салонные фильтры.

Масляные фильтры

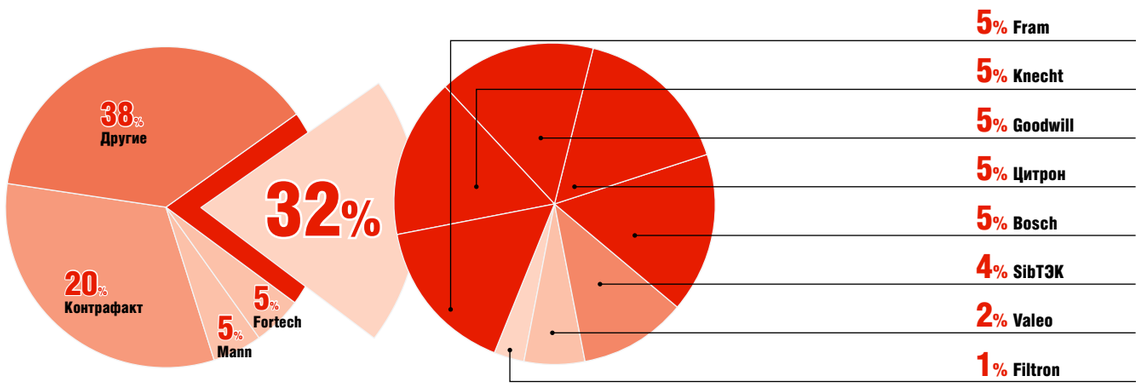
Рынок автомобильных масляных фильтров в РФ ежегодно увеличивается на 1%–2%. В России интервал замены масляных фильтров примерно равен пробегу легкового автомобиля в год, поэтому объём рынка масляных фильтров в количественном выражении немногим больше легкового автопарка.

На российском рынке представлена продукция ключевых мировых производителей, таких как Mann и Knecht, российских компаний, компаний-упаковщиков, и большое количество контрафакта, так как наладить производство фильтров можно в полукустарных условиях. Фильтры отличаются по стоимости, которая определяется и брендом и реальными качественными показателями.

Масляные фильтры, ТМ, доли на рынке, %



Воздушные фильтры для отечественных автомобилей, доли ТМ, %



Структуру рынка масляных фильтров можно считать полностью сложившейся. На вторичном рынке среди легковых автомобилей отечественных марок преобладают ТМ «Ливны», «Дифа», «Костромской фильтр». В сегменте легковых автомобилей иностранных брендов лидируют фильтры ТМ Finwhale, Mann, Fleetguard.

Потребности первичного рынка российских марок обеспечивает преимущественно ОАО «Автоагрегат». На рынке грузовых автомобилей преобладают ТМ «Ливны», «Дифа», «Костромской фильтр».

В связи с тем, что рынок масляных фильтров стабилен и сформирован, он характеризуется средним уровнем конкуренции, более острым в сегментах иномарок в периоды роста авторынка. Борьба происходит между производителями и упаковщиками и между производителями легальной продукции и контрафактом, но в кризисное время сегменты легальной, брендовой продукции и упаковщиков качественных фильтров растут медленнее, чем контрафакт.

Этому способствует тот факт, что внешне качественные фильтры могут не отличаться от прямых подделок, так как при изготовлении фильтрующих элементов используют легко внешне воспроизводимые материалы, чаще всего это специальные виды фильтровальной бумаги, а также различные многослойные нетканые фильтрующие синтетические материалы.

Что касается дальнейшего развития, то в России в обозримом будущем не предвидится изменений ситуации на авторынке, соответственно, и на рассматриваемом рынке будет сохраняться примерно такое же положение, что и сейчас с усилением позиций более дешёвой, внебрендовой продукции.

Технологический прогресс в производстве масляных фильтров происходит в направлении укрупнения и усложнения конструкции фильтрующих устройств автомобиля, поставки на вторичный рынок сменных фильтрующих элементов, которые легко утилизировать после окончания срока службы, развития бескорпусных узкоспециализированных фильтрующих элементов.

Воздушные фильтры

Объём рынка воздушных фильтров в РФ порядка 50 млн шт. Рынок поделен между производителями широко известных в мире брендов из ЕС и США, азиатскими производителями и отечественными предприятиями.

На рынке представлено более двадцати только хороших известных ТМ рассматриваемой продукции. Наиболее востребованные для автомобилей новых отечественных марок воздушные фильтры — ТМ Filtron, Fortech, Fram, Goodwill, Mann, Knecht, а также SibТЭК, TSN Цитрон. В сегменте российских иномарок преобладает продукция ТМ Febi Bilstein, Knecht, Mann, Filtron, LYNXAuto, Patron, TSN Цитрон, Champion. В сегменте легковых машин азиатских брендов наиболее востребованы воздушные фильтры ТМ Mann, Knecht, Sintec, Невский фильтр и оригинальные.

Рынок воздушных фильтров можно назвать сформированным, уровень конкуренции средний, в более динамичные времена обостряющийся в сегменте иномарок, тогда в этом сегменте доминируют импортные бренды. Отечественная продукция востребована в сегменте автомобилей отечественных марок. На рынок также влияют региональные особенности — за пределами Москвы и Санкт-Петербурга автовладельцы более лояльно настроены к отечественной продукции и внебрендовым фильтрам для отечественных машин, которые составляют большую часть регионального автопарка. Импортные брендовые фильтры могут быть дороже отечественной продукции в несколько раз, что определяет выбор автовладельца.

Рынок вообще характеризуется большим количеством внебрендовой продукции, активной деятельностью компаний-упаковщиков, перепродажей китайской и турецкой продукции разного качества, большим количеством контрафакта. Эта особенность определяется тем, что для организации производства воздушных фильтров не нужны большие вложения и сложное оборудование, тем более, для перепродажи продукции неизвестных торговых марок.

Динамика развития рынка автомобильных воздушных фильтров определяется изменениями автопарка в целом — продажами и новых, и подержанных автомобилей. Поэтому, если падают продажи новых машин, то объём рынка систем очистки воздуха меняется мало. Но качество рынка ухудшается.

Одной из ключевых тенденций в технологическом развитии воздушных фильтров является стремление к максимальной компактности. В частности, поэтому круглые фильтры вытеснены воздушными фильтрами панельного типа, которые отличаются более выгодным соотношением между площадью фильтрации и объёмом корпуса. Дальнейший прогресс связан с возможностью изменять форму фильтра.

Так, концерн Mann+Hummel уже создал технологию изготовления Flexline. Воздушный фильтр Flexline можно инсталлировать в любое ограниченное пространство, так как он имеет гибкий внешний контур и может принимать любую форму. Кроме того, гибкий контур позволяет увеличить поверхность фильтрации. Но до российского авторынка эта технология, скорее всего, дойдёт нескоро. Не раньше, чем авторынок выберется из ямы кризиса.

Салонные фильтры

Сегмент салонных фильтров был одним из самых динамично развивающихся в рамках рассматриваемого рынка. Темпы роста составляли более чем 10 % ежегодно. Салонные фильтры появились относительно недавно, но к настоящему времени автопарк ЕС оснащён салонными фильтрами на 85%, а парк новых автомобилей на 97%, и в ближайшем будущем в каждом автомобиле будет салонный фильтр.

Соответственно, и на российском авторынке количество салонных фильтров росло ускоренными темпами. Сейчас продажи новых машин в РФ не растут, в связи с чем продажи салонных фильтров тоже замедлились.

Рынок салонных фильтров в России ещё не успел сформироваться, автовладельцы в большинстве своём не считают нужным устанавливать эти устройства в автомобиль, а в настоящее время ещё и экономят на автокомпонентах не первой необходимости. Тем не менее, и на этом рынке уже есть основные игроки, доли которых можно ориентировочно определить. К ним относятся Mann+Hummel, который в сегменте брендовой продукции занимает порядка 20%, компания Sogefi, которая занимает около 5% сегмента, и Bosch, с долей порядка 2–3%. При этом увеличивается доля салонных фильтров производства Китая, Кореи и других азиатских стран. Российские предприятия также поставляют салонные фильтры на рынок, в частности, ООО «Концерн Цитрон».

По понятным причинам высокие темпы роста рынка салонных фильтров не восстановятся в ближайшей перспективе. Но автопарк РФ, по-прежнему, продолжает изменяться в сторону увеличения доли иномарок и салонные фильтры будут востребованы, так как встроены в автомобиле на сборочном предприятии и нуждаются в регулярной замене. При этом быстрее будет расти доля внебрендовой продукции, поскольку она дешевле.

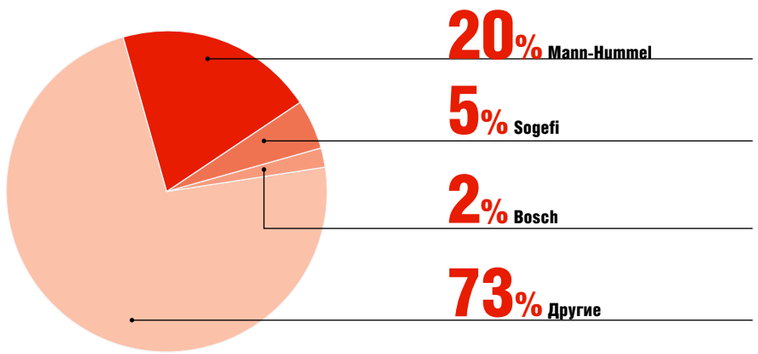
Участники рынка отмечают, что назначение салонных фильтров до сих пор непонятно многим автовладельцам в России. Особенно необходимость их регулярной замены. Это препятствует развитию рынка не меньше, чем общее снижение покупательской способности.

Технология изготовления салонных фильтров не слишком динамично изменяется и здесь не предвидится особых изменений. Салонные фильтры в основном делаются из гофрированной бумаги и качество очистки достаточно для отечественных автовладельцев. Некоторые компании импортируют в РФ салонные фильтры из нетканых материалов, которые обеспечивают более тщательный отсев частиц пыли и сажи.

Пока ещё редки угольные салонные фильтры, которые делаются из бумаги с частицами активированного угля, которые могут удалять пыль и выхлопные газы, кроме формальдегидов или CO_2. Но для российского рынка они слишком дорогие. Редко встречаются и электретные фильтры, которые имеют электретный слой из большого числа заряженных волокон, удерживают мельчайшие частицы загрязнений.

Почти неизвестны в РФ угольные фильтры, имеющие электретный слой и слой с антисептической пропиткой. Все эти, современные виды салонных фильтров ещё ждут своего часа на российском авторынке. С другой стороны, торможение авторынка, возможно, в то же время является и залогом будущего стремительного роста. ai

Салонные фильтры, доли ТМ на рынке, %



Рынок автомобильных фильтров

«Конкурентная среда в сегменте фильтров усиливается с каждым годом»

Сергей Волченков
Начальник отдела маркетинга
ЗАО «АВТОКОМ»
(ОАО «Автоагрегат»)

На сегодняшний день на рынке автомобильных фильтров, наверное, как и у всех производителей, есть несколько факторов, которые влияют на ситуацию:

- снижение объемов продаж новых и подержанных автомобилей;
- сложная экономическая ситуация;
- рост курса валют;
- снижение покупательской активности.

Конкурентная среда в сегменте фильтров усиливается с каждым годом и это связано с приходом на рынок большого количества брендов, которые продают на территории России и стран СНГ. Из них реальных производителей не более 20%, а все остальные, так называемые «переупаковщики», которые заказывают фильтры у сторонних производителей под своей торговой маркой. Основной фактор входа на рынок — это низкая цена и яркая упаковка, а качество отходит на второй, а то и третий план, но страдает при этом рядовой потребитель.

У нас есть несколько основных направлений развития компании сегодня:

Во-первых, предлагать потребителю на вторичном рынке только качественный продукт, так как ситуация на рынке сложная и стоимость запасных частей растет с каждым днем. Автовладелец начинает приобретать качественные фильтры потому, что сэкономив на фильтре 50–200 рублей можно потерять 10 000–50 000 рублей при капитальном ремонте.

Во-вторых, работа с автозаводами по разработке и внедрению новых фильтров и обеспечению фирменных станций технического обслуживания.

И, в-третьих, импортозамещение востребованных фильтров, как на первичном, так и на вторичном рынке.

«По нашим прогнозам текущие события определяют состояние рынка на перспективу 2–4 года»

Владлен Азаров
Коммерческий директор
«БИГ Фильтр»

Серьезное падение платежеспособности населения и спроса привело к сокращению потребностей как на первичном (поставки на конвейер и в гарантийные сети), так и вторичном рынках (постгарантийное обслуживание автомобилей). По нашим прогнозам текущие события определяют состояние рынка на перспективу 2–4 года.

Чтобы сохранить и увеличить конкурентноспособность сегодня, по нашему мнению, нужно быть в равной степени ориентированными как на локальный, так и на экспортные рынки. Весь вопрос в том, как убедить западных партнеров в надежности российских производителей. Нам решать эту задачу немного проще, имея в портфолио положительный опыт сотрудничества с рядом глобальных автоконцернов и производителей/дистрибуторов автокомпонентов.

Использовать ситуацию для расширения своего присутствия на рынке — не можно, а нужно; тем более, что и мы, и, надеюсь, наши российские коллеги ощущаем возросший интерес к отечественной продукции. Но в тоже время полагаю, что добиться долговременного эффекта в расширении присутствия на рынке можно только реально выпуская качественные автомобильные фильтры, а не «стараясь» это делать.

Так, наша продукция серийно поставляется в 32 страны мира. Автомобили Volkswagen, Skoda и Seat сходят с конвейеров европейских и российских заводов, укомплектованные фильтрами нашего производства. Фильтры BIG по своим характеристикам не уступают ведущим мировым производителям, а по цене гораздо доступней.

«Производство на территории РФ позволяет сохранить уровень ценового предложения в разумных пределах без потери качества»

Владимир Михайлов
директор по маркетингу
ЗАО «ПКФ «Невский фильтр»

Рынок фильтров переживает серьёзные структурные изменения. Изменение состава автопарка и инфляция, по-прежнему, являются главными факторами.

Если изменение динамики продаж а/м рынка в последние годы ведёт к снижению его ёмкости, то рост автопарка, хоть и снизивший за последние годы свой темп, а также инфляция ведут к увеличению ёмкости рынка фильтров.

Не секрет, что на рынке СНГ существует множество компаний, имеющих в своём ассортименте импортную продукцию. И в гонке за прибылью в условиях текущего курса валют пренебрегают качеством. Определяющим условием для сохранения конкурентоспособности является сбалансированная ценовая политика и переориентация производства.

Производство на территории РФ в данных условиях позволяет сохранить уровень ценового предложения в разумных пределах без потери качества.

«Теперь цена — определяющий аргумент для клиента при выборе фильтра»

Сергей Енин
Продукт-специалист Bosch
по фильтрам

Состояние рынка автомобильных фильтров отражает ситуацию на российском рынке запчастей. В целом, рынок падает. Можно сказать, что рынок растет в рублях, но падает в евро.

Растет доля среднего и низкого ценового сегментов. В сегментах рынка, которые до кризиса росли, рост замедлился. Сегменты, которые падали, падают быстрее.

В этой ситуации важно вести осторожную ценовую политику. Теперь цена — определяющий аргумент для клиента при выборе фильтра. Кроме того, сегодня невозможно сохранить конкурентоспособность на рынке без программ лояльности, бонусов, сезонных акций. Компания Bosch готова предложить клиентам маркетинговые программы с максимально выгодными условиями работы.

Большинство компаний сейчас борется за улучшение финансовых составляющих, оптимизацию затрат и сокращение издержек, а не за долю рынка. Все поставщики очень осторожно относятся к инвестициям в будущее развитие, но несмотря на это у каждого есть возможности для увеличения своей доли на рынке.

«При сложившейся ситуации на рынке, одним из самых важных факторов является получение конкурентного преимущества»

Михаил Добарин
коммерческий директор
ТД «ТСН-Авто»

Российский рынок автомобильных фильтров развивается с изменением структуры рынка, что создает условия для существенного расширения возможностей, открывающихся перед заводом ЦИТРОН как одного из крупнейших российских производителей автомобильных компонентов, предназначенных для легковых и грузовых автомобилей, автобусов и спецтехники. При сложившейся ситуации на рынке, одним из самых важных факторов является получение конкурентного преимущества. Завод ЦИТРОН активно внедряет современные технологии, на постоянной основе происходит освоение новых видов продукции —

это позволяет расширять клиентскую базу, как на российском, так и зарубежном рынке и повышать качество выпускаемой продукции. Завод ЦИТРОН аккумулировал у себя лучших специалистов и передовые технологии, чтобы оправдать доверие клиентов и партнеров в России. Вот уже более 20 лет мы обеспечиваем развитие успешного бизнеса наших партнеров.

Мы постоянно совершенствуем качество товара, свои производственные линии и ассортиментную линейку, основываясь на новейших тенденциях рынка.

Традиционное участие завода ЦИТРОН в региональных и международных специализированных выставках каждый раз позволяет всем посетителям более подробно ознакомиться с широчайшим ассортиментом нашего производства, а также получить профессиональные рекомендации по её применению, благодаря нашим ведущим техническим специалистам, присутствующим на стендах.

«Дно кризиса пройдено, люди адаптировались к текущим условиям. Потребитель стал намного грамотнее»

Наталия Меркулова
директор по производству
ТД «Километр»

На сегодняшний день на отечественном рынке автомобильных фильтров присутствует едва ощутимый спад, который может быть связан с явлениями сезонного порядка. В целом, в среднесрочной перспективе, можно говорить о положительной динамике. Дно кризиса пройдено, люди адаптировались к текущим условиям. Потребитель стал намного грамотнее, и если, несколько лет назад люди еще не понимали, для чего нужны салонные фильтры, и как они влияют на здоровье, то сейчас они осознанно делают свой выбор в пользу качественного продукта.

В кризисной ситуации мы не пошли на удешевление продукции, а, наоборот, стали уделять качеству еще больше внимания. Люди стали считать деньги и не готовы получать товар, уступающий по качеству предкризисному. Также мы старались до последнего «держать цены» на свою продукцию, думая о наших потребителях.

«Фильтры, как любой расходный материал, будет иметь постоянный спрос, без каких либо резких колебаний, в пределах 5%»

Валерий Балашов
торговый консультант
Ferdinand Bilstein RUS

На рынке запасных частей и фильтров, в частности, прослеживается тенденция к покупке бюджетных продуктов. Появляются никому не известные азиатские производители с низким качеством и низкой ценой. Объем рынка не изменился, изменилась структура, из сегмента А, покупатель переходит в сегмент В или С.

Фильтры, как любой расходный материал, будет иметь постоянный спрос, без каких либо резких колебаний, в пределах 5%.

Стимулирование спроса, за счет специальных акций, фиксация или регулирование отпускных цен на приемлемом уровне (поделиться с рынком маржой), расширение линейки фильтров в программе поставщика, постоянный мониторинг ситуации на рынке позволит быстро реагировать на все тренды.

Необходимо использовать данную ситуацию для усиления своих позиций на рынке, так как сейчас потребитель активно интересуется новыми продуктами, которые могут его заинтересовать по различным критериям (цена, качество, рекомендации производителя). Наши фильтра Blue Print, отлично соответствуют возросшим требованиям клиентов, как по стоимости, так и по качеству. Мы предлагаем широчайший ассортимент фильтров, для большого парка автомобилей.

Продукцию Blue Print и фильтра, в частности, можно приобрести у наших партнеров по всей России. Совместно мы проводим и развиваем сотрудничество в продвижении нашей продукции, за счет акций, технических семинаров, информационной и маркетинговой активности.

«Экономическая ситуация позволяет отечественным производителям увеличивать свою долю за счет замещения импортной продукции, которая более зависима от колебаний курса валют»

Людмила Пряничникова
маркетолог компании «Тосол-Синтез»

На сегодняшний день емкость рынка фильтров для автомобилей, снятых с гарантийного обслуживания, оценивается в 200 млн. единиц. По нашим оценкам, емкость рынка остается на уровне 2015 года. Основные изменения происходят в структуре рынка. Емкость сегмента фильтров для отечественных автомобилей ежегодно падает на 3–4%, при этом сегмент импортных расходных материалов растет на 5–6%.

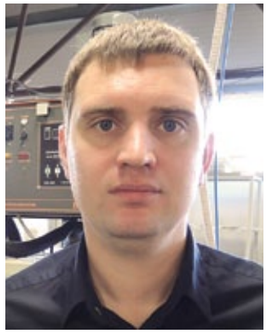
В 2016 году структура сегмента фильтров для легковых автомобилей выглядит следующим образом: доли рынков для отечественных и импортных автомобилей примерно равны. Еще три года назад был значительный перевес отечественного сегмента.

Кризисная ситуация характеризуется общим снижением покупательской способности клиентов. На первое место при выборе расходного материала выходит цена, поэтому сейчас можно говорить о переходе покупателей с премиального и среднего сегмента в сторону бюджетного.

Для того, чтобы сохранять конкурентноспособность, необходимо не только производить продукцию высокого качества, но и обеспечить приемлемую для покупателя цену, а также осваивать новые каналы сбыта.

Экономическая ситуация позволяет отечественным производителям увеличивать свою долю за счет замещения импортной продукции, которая более зависима от колебаний курса валют. Для этого компания «Тосол-Синтез» работает над развитием своего ассортиментного портфеля, согласно тенденциям российского автопарка, а так же за счет новых каналов сбыта.

«Европейские производители должны будут очень серьезно «умерить свой аппетит» для сохранения своей доли на российском рынке или уйти с него»



Хрипушин Александр
коммерческий директор
Российско-итальянской фабрики воздушных и салонных фильтров. Бренды «MISTRAL» и «PAF Filter»

В продажах несомненно присутствует спад импортных (Европа и Китай) фильтров. Для российских производителей — это серьезная возможность занять большую долю рынка подорожавших импортных фильтров.

Я уверен, что текущая экономическая ситуация на руку всем российским производителям и ожидаю только роста. Европейские производители должны будут очень серьезно «умерить свой аппетит» для сохранения своей доли на российском рынке или уйти с него.

На рынке представлены фильтры разных ценовых категорий и, соответственно, разного качества. Снижение доходов населения приводит к повышенному спросу на дешевые бренды. Качественные фильтры производятся только из импортных материалов и их себестоимость прямо зависит от курсов валют. Чтобы удержаться на рынке, а также иметь возможность развивать новые направления нельзя

жертвовать качеством, нужен оптимальный баланс между ценой и качеством, что является особой гордостью нашей фабрики.

Безусловно, это очень хороший шанс закрепиться. Для этого нужно лишь выполнять одно из условий — достойный фильтр за приемлемые деньги. Также нужно уходить от шаблонного общения с действующими и потенциальными клиентами. Вырабатывание лояльности клиента путем индивидуального подхода к проблемам, просьбам или пожеланиям позволит сохранить существующие объемы производства, с оптимизмом смотреть в будущее и развивать производство.

Мы молодая компания и представлены не во всех регионах России. Сейчас интенсивно развиваем дилерскую сеть, заходим на рынок с качественным продуктом за приемлемые деньги. Мы ценим клиентов, для которых важно качество, а не самая низкая цена на рынке.

«Никакой катастрофы на рынке нет, более того, экономические трудности подстёгивают производителей, товаропроводящие сети, автосервисы к активной работе»

Виктор Кондратьев
региональный менеджер
Sogefi Group

Непростая экономическая ситуация не может не сказываться на рынке автомобильных фильтров. Однко следует отметить, что рынок фильтров достаточно стабилен и даже в кризис страдает не так сильно как многие другие сегменты рынка автозапчастей. Связано это с тем, что даже оттягивая до последнего замену таких запчастей как, например, тормозные диски или амортизаторы, моторное масло, а, следовательно, и основные фильтры — автовладельцы все равно вынуждены их менять. Конечно, многие ищут возможности сэкономить на стоимости автозапчастей, и мы видим, что водители, раньше предпочитавшие обслуживать автомобиль у официального дилера и ставить оригинальные запчасти, всё больше обращаются к качественным брендам aftermarket. Отдельно стоит сказать о рынке фильтров на грузовой транспорт и спецтехнику — он пострадал гораздо сильнее. Но главное, что никакой катострофы на рынке нет, более того, экономические трудности подстёгивают производителей, товаропроводящие сети, автосервисы к активной работе, а потребителей к осмысленному выбору.

В среднесрочной ситуации падение продаж новых автомобилей уменьшит рост рынка. Возможно, что сокращение покупательной способности населения сыграет на руку производителям и упаковщикам дешёвой низкокачественной продукции, но пока мы видим, что автолюбители тщательно подходят к выбору автозапчастей и, откладывая замену своего автомобиля на более новый или престижный, стараются тщательно его обслуживать.

Сегодня нужно гораздо быстрее реагировать на изменения, проявлять максиум гибкости и внимания к потребностям клиентов, чтобы не только сохранить свое место на рынке, но и попытаться обойти конкурентов на повороте

Если как страус прятать голову в песок и просто ждать, когда кризис закончится, то можно полностью потерять рынок. Более того, надо привыкать жить и работать в текущих условиях, это наша новая реальность. Растущий рынок прощает ошибки, а сейчас ярко проявилось расслоение компаний — некоторые теряют своих клиентов или даже уходят с рынка, другие же активно развиваются. Ситуация крайне неоднородная.

Вы можете высказать свое экспертное мнение на страницах нашего журнала

ai МНЕНИЕ

Фильтры Sogefi установлены в восьми из десяти самых продаваемых в Европе автомобилях

Согласно данным исследования экспертов компании IHS, с 1959 года собирающей и анализирующей техническую информацию в различных областях мирового промышленного производства, Sogefi продолжает оставаться ведущим поставщиком первичной комплектации в своем сегменте, поставляя фильтрующие элементы и фильтрующие модули производителям самых популярных автомобилей в Европе. Почти 80 % автомобилей, которые регулярно входят в TOP-20 европейского рынка, оснащены этими компонентами.

Масляные фильтры Sogefi установлены в восьми из десяти самых продаваемых моделей европейского рынка, среди которых Renault Clio, Opel Corsa и Opel Astra, Peugeot 208, а также Nissan Qashqai. Масляные фильтры Sogefi используются в автомобилях Ford Fiesta и Focus и VW Polo, дизельные фильтры Sogefi также применяются на моделях Ford Fiesta и Focus, Peugeot 208 и Peugeot 308, Citroen C3. И, наконец, модули воздушных фильтров Sogefi установлены на Peugeot 208, Nissan Qashqai и Citroen C3.

Большой потенциал

Контракт, заключенный компанией Sogefi с VW Group, свидетельствует о высоком уровне доверия ведущих автопроизводителей к продукции и компетенции Sogefi. Специалисты компании разработали навинчиваемый масляный фильтр для трехцилиндрового дизельного двигателя 1.4 TDI Blue Motion. Этот фильтр также будет устанавливаться на всех автомобилях Volkswagen, созданных на платформе PQ25/A05, причем фильтр Sogefi будет использоваться для всех трех модификаций двигателя мощностью 75 л. с., 90 л. с. и 105 л. с.

В число самых популярных автомобилей в Европе, уже оснащенных двигателем 1.4 TDI Blue Motion с фильтром Sogefi, входит VW Polo — четвертая по популярности модель Европы, а также Audi A1 и Skoda Fabia. К ним скоро присоединится и Seat Ibiza. Таким образом, в течение следующих трех лет этот фильтр будет установлен более чем на миллион автомобилей в Европе.

Компания Sogefi уже предлагает этот фильтр на рынке запчастей под наименованиями Purflux LS992, CoopersFiaam FT6134, Fram® PH11788. Он соответствует тем же высоким требованиям к тонкости очистки, т. е. 50% частиц меньше 17 мкм и 90% частиц меньше 27 мкм, что и OEM-компоненты. С чрезвычайно широким диапазоном применения и интервалом обслуживания 30 000 км этот фильтр имеет отличный потенциал стать одним из самых продаваемых изделий на вторичном рынке автозапчастей.

Андреа Таскини, генеральный менеджер подразделения запасных частей Sogefi Aftermarket, подчеркивает: «Успех, которого наша компания достигла, став поставщиком большого числа автопроизводителей Европы, включая Германию, Францию, Италию и Великобританию, является результатом стремления компании к инновациям, исследованиям и разработкам. Данные исследования IHS также подчеркивают большой потенциал, который сегодняшний успех обеспечивает в будущем для наших дистрибьюторов на рынке автозапчастей».

цитата

Андреа Таскини
генеральный менеджер подразделения запасных частей Sogefi Aftermarket

«Успех, которого наша компания достигла, став поставщиком большого числа автопроизводителей Европы, включая Германию, Францию, Италию и Великобританию, является результатом стремления компании к инновациям, исследованиям и разработкам».

Справка

Sogefi Group, основанная в Италии в 1980 г., является мировым лидером по производству автомобильных компонентов для конвейерной комплектации и рынка запасных частей. Компания сотрудничает с крупнейшими мировыми производителями легковых и коммерческих автомобилей и является лидером на рынках Европы и Южной Америки.

Входящее в Sogefi Group подразделение Suspension Components занимает третье место в мире по объему производства деталей подвески. А подразделение Sogefi Engine Systems является одним из ведущих производителей модулей фильтрации масла, топлива, воздуха и систем охлаждения двигателя.

Подразделение Sogefi Aftermarket один из ведущих в Европе поставщиков автомобильных фильтров производителям оригинальных комплектующих и на рынок запасных частей. Под брендами Purflux, Fram®, CoopersFiaam и Tecnocar (в Италии) на рынке запасных частей предлагается полный ассортимент автомобильных масляных, воздушных, топливных и салонных фильтров оригинального качества для всех основных американских, европейских и азиатских марок автомобилей. Под маркой Sogefi Pro выпускаются фильтры для рынка запасных частей для коммерческих автомобилей.

В 2014 году оборот Sogefi Group, акции которой котируются на Миланской фондовой бирже, составил 1,350 млн евро. Численность сотрудников компании составляет порядка 6,700 человек по всему миру, 42 производственные площадки и 16 торговых представительств расположены в 21 стране.

Bosch Топливные фильтры

более 85 лет бесперебойной работы двигателей

Топливные фильтры Bosch сегодня представляют собой высокотехнологичные компоненты, обеспечивающие долгосрочную защиту систем впрыска. Впервые появившись в 1930 году, конструкция фильтров постоянно улучшалась, чтобы соответствовать повышающимся требованиям к чистоте топлива. Современные фильтрующие элементы способны улавливать мельчайшие продукты загрязнений и различные примеси топлива.

Компания Bosch выпускает топливные фильтры для двигателей любых типов, начиная от бензиновых фильтров для карбюраторных систем до дизельных фильтров со встроенным подогревом и сенсорными технологиями для систем Common Rail.

Качественные топливные фильтры — основа надежной работы систем дизельного впрыска Common Rail

Компания Bosch разрабатывает собственные системы впрыска Common Rail так, чтобы они могли эксплуатироваться в любой стране мира, на автомобилях с двигателями любого типа. Такой подход позволяет Bosch оставаться лидером и одним из крупнейших производителей дизельных систем.

При этом качественная фильтрация дизельного топлива и отделение воды способствуют защите ТНВД, инжекторов и клапанов системы впрыска от повреждений и коррозии. Именно поэтому дизельные фильтры Bosch разработаны с точностью до тысячной доли миллиметра. Благодаря им система Common Rail функционирует на высоком уровне надежности.

Bosch разрабатывает топливные фильтры для любых систем

Другой областью применения фильтров Bosch по всему миру являются биодизельные двигатели и двигатели гибридных автомобилей. Биодизельное топливо подразумевает больший процент содержания воды в составе, что существенно затрудняет процесс ее отделения. Именно поэтому материалы, из которых изготовлен сам фильтр, и изолирующие материалы внутри него разрабатываются с особыми требованиями. Сложность с гибридными двигателями состоит в слишком плотной компоновке агрегатов и ограниченном свободном пространстве в моторном отсеке. Эта проблема была решена путем создания фильтров уменьшенного размера, но обладающих той же высокой степенью очистки.

Специальные фильтры были созданы для автомобилей с системами старт-стоп. Инженерами Bosch было учтено, что при частых пусках двигателя топливный фильтр подвергается большим пульсациям давления, поэтому в их конструкции применяются более прочные материалы.

Широкий ассортимент Bosch позволяет найти топливный фильтр практически для каждого автомобиля

Чтобы гарантировать оптимальную фильтрацию топлива и защиту системы впрыска на протяжении всего срока эксплуатации, необходимо производить периодическую замену фильтров в соответствии с определенным интервалом. Ассортимент запчастей Bosch включает более 400 различных типов топливных фильтров. Это обеспечивает практически полный охват и покрытие рынка. Каждый год Bosch производит около 15 миллионов топливных фильтров, поставляемых как на конвейеры автопроизводителей, так и в сегмент послепродажного обслуживания. Многие автомобильные бренды доверяют и полагаются на экспертные знания Bosch, накопленные в качестве лидера в производстве систем впрыска топлива. Лучшим подтверждением этого является использование топливных фильтров компании Bosch в качестве оригинального оснащения автомобилей.

Фильтр очистки масла

для автомобилей с двигателями «CUMMINS»

В рамках программы импортозамещения ОАО «Автоагрегат» (г. Ливны) начало производство фильтров очистки масла для автомобилей с двигателями Cummins 6 ISBe 300, Cummins 4 ISBe 185, Cummins 6ISBe 245.

ФМ 028.1012005 (Аналог Fleetguard LF-16015) отличается целым рядом эксплуатационных преимуществ, к числу которых относятся следующие показатели:

- В фильтре использована фильтровальная бумага нового поколения с техническими характеристиками отвечающими всем требованиям мировых стандартов.
- Высокая пропускная способность фильтроэлемента, обеспечивающая стабильные показатели циркуляции масла в системе смазки силового агрегата.
- Максимальная эффективность фильтрации загрязнителей любого происхождения (механического, химического), что обеспечивает оптимальную защиту силового агрегата.
- Низкое гидродинамическое сопротивление, позволяющее обеспечить стабильное снабжение силового агрегата маслом на всех режимах работы.
- Гарантированное качество работы фильтра во время всего срока эксплуатации.
- Лакокрасочное и оцинкованное покрытие деталей фильтра гарантирует высокую степень защиты от коррозии, что позволяет эксплуатировать в любых климатических условиях.
- Длительный срок службы фильтрующего элемента, который достигается благодаря высокому резерву его грязеемкости.
- Грани на корпусе изделия позволяют производить удобный монтаж и демонтаж фильтра с помощью ключа.

Применяемость:

- КамАЗ-65115, 65116, 65117 дв. Cummins серии ISBe (Евро-3)
- КамАЗ-4308, 5308, 53605, 43253, 43255. дв. Cummins серии ISBe (Евро-3)
- ПАЗ, КАВЗ, ЛиАЗ с дв. Cummins C-245.20
- IVECO EuroCargo HIGER DAF 45/55 /CF65 / LF45 / LF55 Cummins ISB3.9 /ISB4/ ISBE

Взаимозаменяемые номера фильтров и аналоги:

- MANN: 950/26
- Donaldson: P550520
- Cummins: 4897833
- Knecht: OC502
- WIX: 57037
- IVECO: 504074043

О предприятии

Свыше 40 лет предприятие ОАО «Автоагрегат» удерживает лидерство на территории России и стран СНГ по производству фильтров и фильтроэлементов. За это время накоплен богатый опыт, создан большой технический и научный потенциал. Надежность продукции оценена по достоинству, подтверждение тому - доверие таких предприятий как: АВТОВАЗ, ГАЗ, ЗМЗ, КамАЗ, УАЗ, Волжские моторы, ЯМЗ, Тутаевскмй моторный, Уфимскмй моторный, ЗиЛ, МАЗ, УралАЗ, ПАЗ, ЛИАЗ, Ростсельмаш, АгромашХолдинг, Красноярский комбайновый, Алтайдизель, Минский тракторный, Минский моторный, Волгоградский тракторный, Липецкий тракторный и др.

Вся продукция изготавливается на современном, высокотехнологичном, западноевропейском и японском оборудовании, с применением высококачественных материалов. Номенклатура выпускаемой ОАО «Автоагрегат» продукции постоянно увеличивается, в настоящее время она составляет свыше 400 наименований фильтров и фильтрующих элементов.

АСК «НИЖЕГОРОДСКОЕ КОЛЬЦО»
Календарь спортивных мероприятий
летний сезон 2016 года

АПРЕЛЬ
16 апреля Учебно-тренировочные сборы для участников кольцевых автогонок
23, 24 апреля Чемпионат NLS, 1 этап + Чемпионат ПФО по кольцевым автогонкам + Кубок России в классе «Формула»
30 апреля Учебно-тренировочные сборы RSBK

МАЙ
1–2 мая Учебно-тренировочные сборы RSBK
7–8 мая RDA: турбо-шоу “D.VISIONS”
15 мая Любительский Кубок NRing, 1 этап + Открытый Кубок по картингу, 1 этап
21–22 мая Международные соревнования по мотогонкам RSBK
28–29 мая Чемпионат России по шоссейно-кольцевым автогонкам РСКГ

ИЮНЬ
4 июня Drift Family
5 июня Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 2 этап
11–12 июня Чемпионат Russian Hot Hatch Club Championship (RHHCC)
17–18 июня Всероссийские соревнования по дрифтингу «Российская Дрифт Серия» (RDS)
19 июня Кубок России Formula Masters Russia
20 июня Соревнования по велоспорту
25 июня Открытый Чемпионат по дрэг-рейсингу «Битва Моторов», 1 этап
26 июня Любительский Кубок NRing, 2 этап + Открытый Кубок по картингу, 2 этап

ИЮЛЬ
2 июля Всероссийская гоночная серия MaxPowerCars
3 июля Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 3 этап
9–10 июля RDA: турбо-шоу “D.VISIONS”
15–16 июля Чемпионат XBikes
17 июля Автомобильный фестиваль «Русские горки»
23–24 июля Всероссийская гоночная серия MaxPowerCars
28–30 июля Международные соревнования по мотогонкам RSBK

АВГУСТ
6 августа Открытый Чемпионат по дрэг-рейсингу «Битва Моторов», 2 этап
7 августа Любительский Кубок NRing, 3 этап + Открытый Кубок по картингу, 3 этап
19–20 августа Всероссийские соревнования по дрифтингу «Российская Дрифт Серия» (RDS)
21 августа Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 4 этап
27 августа Всероссийская гоночная серия MaxPowerCars
28 августа Любительский Кубок NRing, 4 этап + Открытый Кубок по картингу, 4 этап

СЕНТЯБРЬ
10 сентября Чемпионат Porsche Club Cup
24–25 сентября Чемпионат Russian Hot Hatch Club Championship (RHHCC)

ОКТЯБРЬ
1–2 октября Чемпионат по шессейно-кольцевым автогонкам NLS, 5 этап
09 октября Любительский Кубок NRing, 5 этап

«НИЖЕГОРОДСКОЕ КОЛЬЦО» — лучшая гоночная трасса России 2015*

* по итогам голосования, организованного гоночной серией RHHCC

Жаркое лето 2016 на NRing

www.nnring.ru

Предстоящий сезон на Nring будет столь же насыщенным яркими гонками, премьерными мероприятиями, настоящими событиями автоспортивной жизни нашего города и всей страны. Чемпионаты и Кубки России по автомобильным и мотоциклетным гонкам, международные соревнования, многоэтапный Чемпионат NLS, дрифт, дрэг-рейсинг, картинг, любительские гоночные серии и Кубки, тест-драйвы, ярмарки, презентации и даже велогонки — все это зрители увидят на «Нижегородском кольце» в летнем сезоне 2016 года.

Вадим Баханов,
генеральный директор АСК «Нижегородское кольцо»

«Уже сейчас, более чем за месяц до открытия летнего сезона, календарь «Нижегородского кольца» плотно заполнен спортивными мероприятиями. Не осталось ни одного свободного уикенда. Более того, некоторые соревнования мы объединяем в один гоночный день, делая его интереснее для зрителей. Конечно же, это проводится не в ущерб спортивных регламентов и не нарушает структуру соревнований.

NRing еще раз доказал, что не случайно второй год подряд стал обладателем звания «Лучшей гоночной трассы России». Мы многое сделали, дабы соответствовать этому почетному званию. Такой результат доказывает, что «Нижегородское кольцо» достойно держит планку, и мы на верном пути. Второй год подряд мы стали лучшими еще и потому, что к нам приезжают лучшие серии, соревнуются лучшие пилоты, приезжают лучшие зрители. Мы ценим дружбу с гоночными сериями, спортсменами и приглашаем зрителей в новом сезоне вновь стать свидетелями яркой, бескомпромиссной борьбы на протяжении всех заездов, высочайшего мастерства пилотов, их неудержимой воли к победе»

Текст: Михаил Милошевич

Ну, и что с тобой теперь делать?

«Отработка» моторного масла из головной боли в ближайшие годы превратится в ресурс повышения рентабельности автобизнеса, увеличив при этом прибыль национальной отрасли на десятки миллиардов рублей.

— Мы только одно делаем: используем отработанное масло для отопления помещения в зимнее время, и всё, — рассказывает мне знакомый владелец СТО. — Для популяризации переработки ничего не делаем, не задумываемся над этим. Уж не знаю, хорошо это или плохо.

Примерно половина россиян меняют масло в машине самостоятельно. Опрос на портале Avtozam.com показал, что 36% частных автомобилистов хранят «отработку» в канистрах, 34% используют в хозяйственных целях, 27% сливают «от дома подальше», и лишь 2% сдают на переработку.

В России ежегодно утилизируется около 1,5 млрд л отработанного масла (оценка портала newchemistry.ru — прим. авт.). Один литр масла, если хотя бы сжечь его в качестве отопления, заменяет литр топочного мазута — и это топливо досталось практически бесплатно. То есть, в масштабах страны речь идёт о десятках миллиардов рублей экономии. В потенциале этот объём мог быть ещё больше — вспомним про бесчисленные хранимые канистры и тихие сливы в почву.

Поэтому мы решили, отложив в сторону вопросы морали разных вариантов «утилизации», исследовать: какие существуют возможности для получения экономического эффекта от использованного моторного масла в условиях России?

30–60%

должна составлять цена регенерированного масла от цены нового аналога, для того, чтобы иметь шанс неплохо продаваться

Захоронение: отрицательный эффект

– Опасные отходы, какими являются и автомобильные жидкости, должны собираться отдельно от других отходов и передаваться для дальнейшего обращения в организации, имеющие лицензию на обращение с ними, — говорит Евгения Кузнецова, замруководителя органа по сертификации «Листок жизни» (НП «Экологический союз»).

Для станции техобслуживания это расходы, пусть и небольшие, так что экономический эффект — отрицательный. Почему эта практика до сих пор наиболее популярна? Принято кивать на «неразвитость инфраструктуры раздельного сбора и переработки отходов», но общение с менеджерами указывает на другую причину.

До последнего времени автомобильный рынок быстро рос, и управленцам было не до отходов. Небольшая плата за их вывоз позволяла сосредоточиться на расширении продаж — это было целесообразнее. Сейчас рынок сжался, и можно думать об «отработке» как о ресурсе дополнительного дохода.

Тем не менее, для множества предприятий это всё ещё актуальный подход. Мы же переходим к более перспективным вариантам.

Использование в хозяйстве: нулевой эффект

У механика, ремонтирующего мою машину, нет проблемы утилизации масла: зимой он отапливает им свой гараж, а летом к нему регулярно приезжают лесозаготовщики и всю «отработку» забирают для смазки бензопил и антисептической обработки древесины.

— Эта практика нежелательна, — говорит Евгения Кузнецова из НП «Экологический союз», — потому что автожидкости, как правило, содержат много токсичных веществ, которые не должны использоваться для обработки древесины. Она потом будет так или иначе контактировать с человеком.

Однако это лучше, чем слив в землю. Поэтому для небольших СТО в тех местах, где нет возможности сдать масло в утилизацию, этот метод является выбором «меньшего зла».

Сжигание: выходим в плюс

По оценке специалистов, 1 литр масла при сжигании даёт 40 МДж энергии. Стоит «погуглить» одну минуту, и вы обнаружите массу

3ton AUTOCHEMICAL
Quality is the best policy
www.3ton.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АВТОХИМИЯ

организаций в разных регионах страны, скупающих «отработку» на топливо. Плата колеблется от 0 до 10 руб./л.

Однако и этот метод довольно вреден для здоровья. «Сжигание отработанных масел не обеспечивает достаточного распада органических соединений», — говорится в открытом докладе «Анализ потенциала использования отработанных масел». (Захаров С.В., Кожевников В.А., ОАО «ВНИПИэнергопром»).

Авторы объясняют, что полный распад органических соединений происходит при 7000°С, тогда как температура в печах и котлах разной степени совершенства варьируется от 200 до 2500°С.

Самые экономичные, мощные и безвредные источники тепла, работающие на «отработке» — это специализированные навесные горелочные устройства для стандартных водогрейных отопительных котлов. Хотя даже в лучших образцах ПДК по токсичным газам превышаются примерно в 10 раз.

Что же, использование масла для отопления помещений рентабельно и куда более безопасно, чем захоронение или применение в быту. Это сейчас наилучший доступный вариант для малого бизнеса в России. Что касается крупных и средних компаний, это всё-таки не самый выгодный способ.

Переработка в топливо: с мыслями о лучшей жизни

Вот уже несколько лет финский концерн Neste держит лидерство по объёмам производства дизельного топлива из отработанного масла на 3 заводах в Финляндии, Нидерландах и Сингапуре.

Мы упоминаем этот вариант лишь в ознакомительных целях.

— Да, теоретически это перспективно, но на сегодняшний день в России невозможно, — говорит Евгения Кузнецова.

Восстановление/ регенерация: дилеры начинают и выигрывают

Слова «восстановление» и «регенерация» кажутся синонимами — только одно чисто русское, а другое англицизм. Однако в технологии утилизации машинных масел эти термины имеют разные значения.

36% частных автомобилистов хранят «отработку» в канистрах, 34% используют в хозяйственных целях, 27% сливают «от дома подальше» и лишь 2% сдают на переработку

Восстановление — это удаление из масла загрязняющих веществ. Такой способ позволяет не вернуть продукту первоначальные свойства, но лишь вторично использовать его, обычно в других целях.

Регенерация, или полное восстановление свойств моторного масла — наиболее предпочтительный способ утилизации «отработки» с точки зрения экологии и финансовой выгоды.

— В России регенерация практически отсутствует, — говорит Евгения Кузнецова. — Она сопряжена с большими трудностями: масла имеют разный тип, разные примеси в зависимости от типа и характера использования, разный состав добавок. Практически отсутствует практика их отдельного сбора, хранения и транспортировки, то есть гипотетический переработчик получит смесь отработанных масел разного состава.

— Скорее можно говорить о восстановлении масел и их вторичном использовании, и то, скорее, такие отходы поступают от крупных и ответственных предприятий, а не от массовых автосервисов, которых гораздо больше, — заключает Евгения.

Тем не менее, если ваша компания может обеспечить сбор продукта (и, соответственно, сбыт) в объёме не меньше сотен литров в сутки, то можно рассмотреть и переход на регенерацию. Наиболее перспективен он для сетей дилерских и монобрендовых СТО, корпоративных автопарков размером от 100 единиц техники и больше. Причина проста: эти предприятия знают артикул масла, сливаемого с того или иного автомобиля, могут наладить раздельный сбор и обеспечить достаточную загрузку регенерационного оборудования.

Можно оценить и рентабельность.

В наши руки, например, попала оценка, приведённая для установки очистки минеральных масел «Мелиоформ-ОММ»: себестоимость очистки колеблется от 500 до 2000 рублей на 1 куб. м.

Далее требуется восстановить комплект присадок. Здесь также есть оценка: пакет присадок для масла М10Г2К стоит 150 руб./кг и добавляется в количестве 3,6% от объема масла. Всё вместе не более 10 руб./л.

Продавать регенерированное масло по той же цене, что и новое, конечно, не получится.

— Покупатели должны быть научены, что продукт из вторсырья ничем не хуже продукта из нефти, — говорит Евгения Кузнецова. — Сейчас покупатели таких продуктов избегают, по нашим наблюдениям.

Однако есть основания считать, что регенерированное масло будет неплохо продаваться, если его цена будет составлять 30-60% от цены нового аналога. Известно, что восстановленные автозапчасти продаются именно с такой скидкой от цены нового аналога — при том, что на них даются те же гарантии, что и на новые.

Для сравнения, утилизация «отработки» в качестве отопительного топлива позволяет выручить лишь 5–20% изначальной стоимости масла.

Мы наблюдаем, что в Рунете в последние 2–3 года началось лавинообразное накопление информации — маркетинговой, управленческой, технологической — по обращению с использованными машинными маслами. Не за горами день, когда у нас язык не повернётся назвать «отработку» отходами: ей больше подойдёт эпитет «чёрное золото». ati

ГЛУШИТЕЛИ
Широкий выбор (в том числе из алюминия) по оптимальным ценам. Все глушители проходят специальную антикарозийную обработку. Качество глушителей производства «Три-В Плюс» соответствует требованиям, предъявляемым потребителями и государственными стандартами.

ПРИЕМНАЯ ТРУБА
Проходит жесткий контроль герметичности и высококачественную окраску. Это позволяет продлить срок эксплуатации трубы и облегчить её установку в автомобиль.

РЕЗОНАТОРЫ
При производстве резонаторов используются только качественные лакокрасочные материалы. Это позволяет значительно продлить срок службы резонатора.

МЕХАНИКА
Рычаги задних подвесок для автомобилей ВАЗ производятся из высокопрочных материалов, которые по достоинству оценили клиенты компании «Три-В Плюс» и их покупатели.

Вся выпускаемая продукция реализуется по минимально возможной стоимости, то есть оптовые цены на выхлопные системы и запчасти к ним в компании «Три-В Плюс» ниже, чем среднерыночные на продукцию аналогичного качества. Компания может позволить себе удерживать рост цен, абсолютно не снижая при этом надёжности изделий, так как использует наиболее эффективные технологии и передовое высокоточное оборудование. Постпродажная гарантия 12 месяцев.

Компания «Три-В Плюс» открыта к сотрудничеству с оптовыми покупателями из любых регионов России

г. Тольятти, ул. Ларина д. 151, стр. 4,
тел.: (8482)69-54-24, 69-53-53,
mail@vvv-tlt.ru, www.vvv-tlt.ru

Износ остановлен!

В середине 20 века Гаркунов Дмитрий Николаевич, российский ученый, Академик Российской инженерной академии, вместе с другими советскими учеными, совершил величайшее открытие в области трения и износа. Открытие признали во всем мире. И благодаря ему, на основе таких явлений как «водородный износ металлов» и «эффект безызносности», были разработаны моторные масла и прочие смазочные материалы «КУППЕР».

Сами моторные масла изготавливают по обычной технологии блендинга базовых масел с пакетом присадок. Отличие же масел КУППЕР в использовании особого пакета присадок, который не содержит в своем составе фосфор, цинк, серу. Мы применяем аббревиатуру NO SAPS. Наши масла — это инновация в борьбе с износом. Как правило, российские и западные пакеты присадок в объеме масла составляют около 13–15%, а в масле КУППЕР такой процент всего 2,5. Сульфатная зольность нашего четырехтактного масла не более 0,1%. В пакете нет щелочных присадок, но режим работы такой, что по сравнению с обычным маслом при двойном периоде эксплуатации масло окисляется меньше. Это подтверждают многочисленные эксплуатационные испытания.

В результате, масло реально снижает темп износа поверхностей в десятки раз. Достигается это за счет образования на твердых стальных поверхностях тончайшей медной пленки. Благодаря чему, потребление энергии узлами трения снижается на 15%, а также, минимум на 50% снижается попадание моторного масла в камеру сгорания, в результате чего значительно возрастает КПД сгорания топлива.

Масла КУППЕР превосходят многие западные образцы по своим энергосберегающим и топливосберегающим свойствам. А значит, превосходят требования API. В ходе проведенных нами исследований, мы установили, что, при применении металлоплакирующих смазочных материалов КУППЕР:

- повышается долговечность узлов трения;
- снижаются потери на трении;
- повышается КПД машин и оборудования;
- увеличивается период между заменами смазочных материалов в 2–3 раза;
- снижается потребление топлива на 10–15%;
- улучшается защита узлов и деталей в режимах аварийной эксплуатации;
- кардинально снижается вредность выхлопных газов.

Применяйте смазочные материалы CUPPER и остановите износ вашего двигателя!

Cupper
Cuprum Performance

По всем вопросам:
8-800-200-19-12
info@cupper-shop.ru
Cupper-shop.ru

Новичкам премьер-лиги ЛКМ

Текст: Роман Назаров

Качественные японские окрасочные материалы и оборудования по-прежнему остаются выгодными по совокупности факторов. Одна из причин этого — кропотливая подготовительная работа, которую «Бизнес Кар Рефиниш», поставщик материалов и оборудования Nippon Paint, проводит с новыми пользователями. Мы побеседовали с Николаем Бычковым, ведущим специалистом по развитию компании.

В последние месяцы стало труднее или проще привлекать клиентов?

Задача сложная, но вполне решаемая. Кризис, конечно, внес коррективы, но отлаженные механизмы, используемые ранее, действуют и ныне. Мы понимает это буквально: если сегодня не найдем клиента, завтра его найдут конкуренты, и вся прибыль уйдет к ним.

В этой работе мы полагаемся на сформированную нами дилерскую сеть — на наших партнеров. Найти и привлечь корпоративных клиентов — это только полдела, надо еще и правильно с ними работать, ведь корпоративные клиенты — это большая часть прибыли нашей компании.

Повысилась ли «подвижность» клиентов, их стремление менять поставщиков и партнёров?

Рынок автосервисных услуг в кузовном сегменте довольно специфичен, а в кризисные времена и подавно.

Снижение себестоимости ремонта и накладных расходов — основная задача руководства СТО, поэтому многие руководители сейчас стараются минимизировать расходы на лакокрасочные и другие материалы, применяемые в кузовном ремонте. Так, премиум-сегмент ЛКМ зачастую уступает место среднему, а в некоторых случаях и бюджетному. Соответственно, меняется и поставщики.

Чаще всего, на мой взгляд, такие действия экономически не оправданы: выигрывая незначительно на стоимости, проигрываешь в качестве и во времени — с новым поставщиком руководству СТО приходится налаживать связи, логистику. Не всегда он может оказать достойную техническую поддержку. Мы неоднократно сталкивались с такой ситуацией, когда партнер уходил в средний или низший сегмент, но потом неизменно возвращался.

Как изменился диалог с потенциальными покупателями?

Еще совсем недавно потенциального покупателя техническая сторона вопроса интересовала в первую очередь. Сейчас диалог неизменно сводится к вопросу о ценах.

Какие аргументы в пользу материалов и оборудования Nippon Paint сейчас стали больше привлекать новых клиентов, какие потеряли привлекательность?

Рассказывая о наших продуктах и услугах, мы в первую очередь делаем упор на технологичность материалов Nippon Paint, их удобство в применении, экономичность и экологичность. Пытаемся донести до потребителя, что за счет малого расхода (и высокой скорости ремонта, на которую сейчас не принято обращать внимание) мы выигрываем, в том числе и в цене. Конечно же, предлагаем и разные варианты с оплатой — отсрочки платежей, акции, гибкую систему скидок и т.д.

Бывает, что нового клиента привлекают одни свойства продукта, но вы понимаете, что в работе ему будут полезны совсем другие свойства?

Чаще всего происходит по-другому. Начиная работать с нашими продуктами, потребитель узнает о новых возможностях, с которыми он раньше не сталкивался.

Так, на одном из автосервисных предприятий были весьма удивлены, когда поняли, что колорист стал делать заказы практически в два раза быстрее, а перекрасы сократились до минимума. Колорист объяснил, что до этого он работал с палитрой из 70 пигментов, а теперь у него выбор из 150 и это существенно упрощает и ускоряет подбор автоэмали.

Большим плюсом является также реальное напыление краски на цветовых образцах-фандеках, которые поступают от производителя ЛКМ — оператору остается лишь подойти к автомобилю и при помощи цветового веера выбрать нужный оттенок. Далее дело техники: краска, собранная по рецепту на веере, не будет отличаться от цвета ремонтируемого автомобиля.

«Сделано в Японии» — в этом современные русские клиенты видят больше плюсов или минусов? Какие ассоциации возникают при холодном контакте?

Общаясь с потенциальным клиентом (в том числе и по телефону), мы видим неподдельный интерес к японскому производителю. Полагаю, во многом это связано с засильем китайской продукции на российском, да и мировом рынке в целом. А доверие наших соотечественников к японскому качеству всегда присутствовало, еще со времен СССР.

Японский бренд Nippon Paint как раз, в полной мере отвечает слогану «Сделано в Японии — сделано на совесть». Честно говоря, мы и наши клиенты ни разу не разочаровались в заявленном высоком качестве продукции японского производителя ЛКМ.

Что вы даёте новому клиенту до заключения договора и начала денежных отношений?

Конечно же, мы пытаемся сделать наши отношения максимально открытыми и прозрачными — партнер должен знать все условия сотрудничества. В контрактах-договорах у нас никогда не бывает «мелкого шрифта» — все четко и ясно прописано.

Мы неоднократно сталкивались с такой ситуацией, когда партнер уходил в средний или низший сегмент, но потом неизменно возвращался

Но прежде, до подписания документа о сотрудничестве, предшествует кропотливая подготовительная работа. Самая разная. Вместо цветастых презентаций и хвалебных дифирамбов в свой адрес, мы приглашаем потенциального партнера посетить действующие производства, где пользуются лакокрасочной системой цветоподбора и лакокрасочными материалами Nippon Paint. Приезжаем сами с демонстрацией. Знакомим маляров и колористов с премудростями лакокрасочной системы. Особенно впечатляет, когда наши технические эксперты производят демонстрационную окраску не на тест-панелях, как принято, а на реальных автомобилях.

Предварительные консалтинг и аудит предприятия — также составные части работы с клиентом.

Не боимся мы и участвовать в тендерах-сравнениях с другими лакокрасочными системами, когда у владельца СТО есть сомнения — какую из конкурентных систем выбрать. Мы всегда уверены в качестве продукта, предоставляемого клиенту, и несем за него полную ответственность, в том числе и в предоставлении полноценной технической поддержки.

Опишите программу «вхождения в семью Nippon Paint» для новых клиентов.

Как таковой программы нет. Есть принципы работы, которые доказали свою эффективность в работе с корпоративными клиентами. В рамках одного интервью изложить все принципы весьма проблематично, но есть основные.

Прежде всего, это постоянный контакт со всеми участниками процесса в данной цепочке. Это и руководство, и группа логистики, и технический персонал.

Важно, что бы корпоративный клиент был не просто клиентом, а партнером по бизнесу. Если бизнес партнера развивается, дела идут в гору — будет больше заказов с его стороны. И наша основная задача постараться помочь партнеру сделать его бизнес прибыльным.

BKF Service: новая перспектива бизнеса

За последние 10 лет число легковых автомобилей в России увеличилось почти в 2 раза. Вместе с увеличением автопарка растет и рынок сбыта сервисных услуг, связанных с обслуживанием автомобилей. В том числе, автомоечных комплексов.

За долгие годы своего существования технология автомойки претерпела существенные изменения. Бесконтактные мойки самообслуживания представляют собой одно из последних новшеств в данной сфере. На сегодняшний день — это самая современная и перспективная технология мойки автомобилей. В России рынок автомоек самообслуживания начал активно развиваться только с 2011 года. Одним из лидеров в сфере автомоечного оборудования является компания BKF Service, специализирующаяся на разработке, производстве, строительстве и эксплуатации бесконтактных автомоек самообслуживания. Компания имеет огромный опыт, основывается на постоянном развитии технологий и применении самых современных решений. Именно благодаря этому ей удалось завоевать звание компании, которая формирует стандарты на рынке бесконтактных моек.

Суть процесса мойки заключается в том, что с помощью специального оборудования компании BKF Service автовладелец может сам помыть свою машину в комфортных условиях одного из боксов автомойки. Система полностью автоматизирована, и разобраться в ней достаточно просто любому водителю. Более того, автолюбители самостоятельно определяют стоимость мойки их автомобиля, выбирая нужную им программу. Полный цикл состоит из 5 программ: предварительная и основная мойка, ополаскивание, покрытие горячим воском и сушка/блеск. Даже очень загрязненный автомобиль можно отмыть до максимальной чистоты и блеска.

Важнейшим преимуществом BKF Service является производство автомоечных комплексов «под ключ». Это обозначает, что заказчик получает полное сопровождение проекта от подбора земельного участка до управления объектом. Компания консультирует по вопросам эффективности использования земельного участка под автомойку, осуществляет подбор оборудования, учитывая специфику региона, подготавливает и согласовывает проектную документацию и реализует строительство комплекса.

Владельцы автомоек самообслуживания, работающих на оборудовании компании BKF Service, отзываются о своем роде деятельности только положительно. Это связано с низкой конкуренцией, автоматизированному процессу работы мойки и минимальному штату обслуживающего персонала. Автомобилисты сами выполняют мойку машины, поэтому отсутствуют претензии к качеству мытья или поломке каких-либо деталей после проведения работы. Владельцам автомойки предоставлен абсолютный контроль системы оплаты за счет автоматизации происходящих процессов, и нет нужды в присутствии персонала.

Вышеперечисленные преимущества безусловно свидетельствуют о том, что строительство автомойки самообслуживания является перспективным бизнесом, который приносит основательный доход.

Компания BKF Service поможет вам в реализации качественного проекта автомойки с новейшим оборудованием высокого класса.

ООО «БКФ СЕРВИС»
Санкт- Петербург, Московское шоссе, 46 лит.Б
8 800 700 6034, 8 960 239 69 23
info@bkfservice.ru
www.bkfservice.ru

СИБЕК
Производство профессионального оборудования для автосервиса
Россия, Омск, ул. 20-я Северная, 107.
Телефоны: +7 (3812) 97-22-70
Факс: +7 (3812) 66-02-38
Электронная почта: sales@sibek.ru
Сайт: sibek.ru

Эребус
вулканизатор

предназначен для ремонта грузовых и сельхозшин

Почему надо выбирать именно наш вулканизатор?

ПРЕИМУЩЕСТВА:

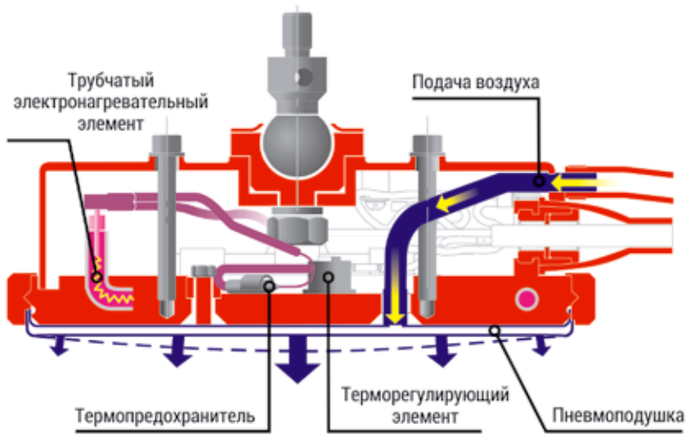
1 Универсальный вулканизатор для ремонта грузовых и сельхозшин диаметром до 26 дюймов.

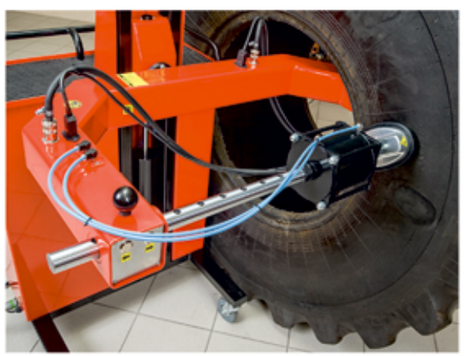
2 Изменяемая геометрия поверхности нагревательных элементов.

3 Блок автоматического управления со встроенным электронным таймером и пневмолифтом рабочей скобы.

4 Пневматический привод.

ВЕРХНИЙ ПРИЖИМ (в разрезе)





Стратегия непрер ывного улучшения

В этом году компания «БелМаг» отмечает юбилей — 20 лет. За годы работы предприятие, начав с выпуска всего лишь трех видов шаровых опор, расширило свой ассортимент до нескольких сотен позиций, достигло лидерства в разработке шаровых шарниров, и выработало концепцию, согласно которой и производит свою продукцию.

«Современные автотехнологии» — именно такой принцип исповедуют магнитогорцы в своей работе, основой которой является непрерывное улучшение конструкции, материалов, технологии, а значит и качества производимой продукции.

НПО «БелМаг» является поставщиком шаровых опор на «АВТОВАЗ» с 2007 года. Именно в это время специалисты предприятия разработали, запатентовали и внедрили на конвейер «АВТОВАЗа» новую конструкцию шаровой опоры с цельнокованым корпусом для всех переднеприводных автомобилей, обладающую улучшенными эксплуатационными характеристиками. Научный подход к делу и постоянное желание двигаться вперед в том же году позволило НПО «БелМаг» одержать еще одну победу — шаровые опоры подобной конструкции начали поставляться на конвейер «GM-АВТОВАЗ», где собирается один из самых популярных российских внедорожников Chevrolet Niva.

Имея в своем вооружении отличный научно-технический потенциал, магнитогорцы не стали останавливаться на достигнутом результате, и в скором времени прогрессивная конструкция шаровых опор претерпела модернизацию. Применение цельного гомополимерного (взамен составного углеполиамидного) вкладыша и другие новшества в технологии существенно снизили трение в шарнире и повысили его долговечность. Особо стоит отметить опору для ВАЗ 21214М (модернизированная «Нива»), которая по сравнению с обычными опорами имеет увеличенный угол качания шарового пальца в корпусе опоры, что обеспечивает безударную работу опоры в крайних положениях подвески обновленного автомобиля. Как результат — «БелМаг» заслуженно завоевал эксклюзивность в вопросе конвейерных поставок шаровых опор.

Шаровая опора «Конвейерная» 1118

С октября 2011 года «БелМаг» поставляет рулевые тяги с наконечниками собственной запатентованной конструкции для автомобилей LADA Granta, Kalina и Priora, а также DUTSUN on-DO и mi-DO. Наконечники отличаются наличием пальца с высокоточной обработкой сферы и вкладышем из современного материала, позволившего исключить из конструкции детали прижимную пружину вкладыша. Это привело к снижению трения в шарнире, а также к повышению долговечности изделия. В результате «БелМаг» создал наконечник с «европейской» конструкцией, но для отечественного автомобиля.

В 2013 году на дорогах страны появилась ГАЗель NEXT. Специально для этого проекта «БелМаг» разработал, запатентовал и изготовил новые шаровые опоры верхних и нижних рычагов подвески, которые и были одобрены к поставкам, выиграв тендер, обойдя при этом двух европейских и двух российских производителей. Так что все автомобили ГАЗель NEXT, колесящие по нашим дорогам, «опираются» в своем нелегком труде на опоры производства «БелМаг». В ноябре того же года магнитогорцы одержали еще одну «конвейерную» победу — начались поставки рулевых тяг на конвейер АЗ «УРАЛ» для автомобилей УРАЛ-М и УРАЛ NEXT. Как известно, грузовые автомобили эксплуатируются в очень тяжелых условиях, что выдвигает довольно жесткие требования к продукции и поставщику, которым «БелМаг» в производстве своих деталей успешно удовлетворяет и по сей день.

Рулевой наконечник «Конвейерный» 2190

В 2015 году «БелМаг» снова заявил о себе на тольяттинском конвейере: с июля начались поставки на «АВТОВАЗ» шаровой опоры для революционной разработки завода — LADA Vesta. Этот автомобиль спроектирован «с нуля»: совершенно новая платформа, в конструкции которой применено множество узлов и деталей, ранее не использовавшихся в автомобилях существующего модельного ряда «АВТОВАЗа». Таковыми являются и шаровые опоры, проектирование которых специалисты «БелМага» начали задолго до старта серийного производства автомобиля. Эти опоры вобрали в себя все технологические наработки, накопленные «БелМагом» за годы проектирования и производства шаровых шарниров, а также опыт и веяния европейской автомобильной промышленности. Конструкцию опор отличает чеканенный фланец корпуса, шаровой палец с отверстием под TORX и цельный вкладыш от европейского поставщика, а также бесфланцевый чехол из износостойкого сорта резины, который обеспечивает повышенную герметичность узла за счет применения новых уплотнительных колец. Все это позволило «БелМагу» получить одобрение со стороны «АВТОВАЗа», успешно пройти все испытания и завоевать эксклюзивность в поставках. Таких результатов во многом помогли добиться разработка, изготовление и приобретение уникального технологического оборудования от ведущего европейского поставщика, которое обеспечивает полный технологический процесс производства и автоматический контроль качества, аналогов которого в России на данный момент просто не существует.

«Превосходство в деталях» — именно такое отношение к делу на протяжении многих лет отличает НПО «БелМаг». Осенью 2015 года магнитогорцы опять это доказали. И снова улучшению подверглась шаровая опора, конструкцию которой, вроде бы, специалисты предприятия довели до совершенства, но не тут-то было! Как известно, одной из главных причин преждевременного выхода из строя шарнира является агрессивное воздействие окружающей среды. Это и пыль, и грязь, и реагенты, которыми в избытке могут «похвастаться» отечественные дороги. Все это порой попадает под чехол, несмотря на его плотность прилегания к корпусу опоры, начиная необратимый процесс раннего износа деталей. Стремясь полностью избавить потребителя от этой неприятности, специалистами НПО «БелМаг» было принято решение о замене существующих уплотнительных колец опор на кольца от ведущего европейского производителя (Германия). Эти кольца изготавливаются из современного сорта пружинной стали, обладающей большей стойкостью к деформации, а специально подобранное прямоугольное сечение колец позволяет увеличить силу обжатия чехла более чем в 9 раз, исключая проворот чехла в процессе работы шарнира и обеспечивая лучшую герметичность детали. Стоит отметить, что новые кольца отличаются цинк-ламельным покрытием, поверх которого нанесена краска (кольца для шаровых опор переднеприводных автомобилей окрашены в зеленый цвет, а для всех остальных — в красный), что обеспечивает коррозионную стойкость не менее 240 часов без появления коррозии основного металла в камере соляного тумана.

Шаровая опора LADA VESTA

В конце 2015 года «БелМаг» снова напомнил о себе конвейеру «АВТОВАЗа» как о производителе с большим научным потенциалом. Объектом пытливого технического ума магнитогорцев вновь стали шаровые опоры для легендарного тольяттинского внедорожника — ВАЗ 21214М. Модернизированная верхняя шаровая опора теперь отличается наклоном фланца корпуса относительно оси шарнира. Это позволило предотвратить стук пальца о корпус опоры при максимальных ходах подвески, а также преждевременный выход шарнира из строя. Поверхности прилегания болтов и рычага выполнены в виде опорных площадок, а сам корпус опоры изготовлен методом штамповки в конечный размер. Помимо прочего, оптимизация контура корпуса позволила снизить массу шаровой опоры на 6%.

Шаровая опора верхняя 21214М

Основное отличие нижней шаровой опоры для ВАЗ 21214М от изделия предыдущей конструкции — в размерах ее фланца. Не вдаваясь в дебри технических подробностей, применение опоры с увеличенным фланцем в модернизированной подвеске внедорожника позволило добиться большей устойчивости, лучшей управляемости и повышенного уровня безопасности автомобиля.

Оба изделия прошли испытания и получили одобрения от «АВТОВАЗа». Поставки на конвейер верхней шаровой опоры начались с декабря 2015 года, а нижней — с марта 2016 года.

Все достижения, которыми на сегодняшний день НПО «БелМаг» по праву может гордиться, стали результатами процессов непрерывного улучшения деятельности предприятия. Именно такая стратегия позволяет идти в ногу со временем, а значит — производить современные автокомпоненты!

www.belmag.ru

Как построить бизнес на дефлекторах?

В ходе множества наших исследований автопарка России, мы выявили закономерность, что каждый седьмой автомобиль в нашей стране оснащён оконными дефлекторами. Чтобы сделать рекомендации для наших читателей как правильно построить продажи этого популярного товара, мы связались с компанией-производителем, чья продукция на авто встречалась нам чаще всего. На вопрос: «Что за продукт оконные дефлекторы и как с ним работать на рынке?» нам ответил руководитель направления «дефлекторы» компании AZARD GROUP Антон Брязгунов.

Почему именно ваша продукция встречалась нам наиболее часто?

Мы производим дефлекторы Voron Glass уже более 10 лет. Несмотря на то, что этот продукт пользуется высокой популярностью у автовладельцев, он достаточно специфичен и организовать его продажи нужно правильно.

Почему дефлекторы пользуются таким большим спросом?

Существует три причины покупки дефлекторов:

1. Практичность. Когда окно приоткрыто, дефлектор отводит воздушный поток и защищает от снега и дождя, обеспечивая оптимальный воздухообмен в салоне и естественную вентиляцию.
2. Предотвращение попадания пепла от сигарет в салон автомобиля.
3. Внешний тюнинг.

На что обращают внимание при покупке дефлекторов?

В первую очередь покупатель оценивает способ монтажа. Выбирая между вставными и накладными дефлекторами, чаще отдаётся предпочтение второму варианту.

Важный фактор — материал. В линейке Voron Glass SAMURAI используется авиационный поликарбонат, который обеспечивает максимальную гибкость и прочность изделия. А линейка Voron Glass CORSAR изготовлена из акрила: ударопрочного пластика с высокой устойчивостью к механическим повреждениям.

Если вместе с дефлектором идёт оригинальный 3м скотч и адгезированная салфетка, как у Voron Glass, покупатель выберет именно этот продукт, а магазин избежит негатива из-за некачественной установки. Кстати, пик спроса на них приходятся на весенне-летний сезон, когда для установки дефлектора не нужно отапливаемое помещение. То есть май — идеальное время для начала продаж дефлекторов даже для тех, кто ещё не занимался этим бизнесом.

Как правильно построить бизнес по дефлекторам?

Самое важное — подобрать поставщика, который сможет предоставить оптимальный ассортимент. В арсенале Voron Glass 256 SKU, в которые входят самые популярные модели — 95% автопарка России.

Сегодня наименее рискованный вариант — это работа в медиум сегменте. Сейчас средняя розничная цена на самые востребованные модели не превышает 1500 р. А в линейке Voron Glass не более 1000 р. за комплект.

Чтобы защитить бизнес от брака и рекламаций, необходимо передать товар покупателю в целости и сохранности. Поэтому каждый дефлектор мы упаковываем в защитную плёнку, а весь комплект мы вкладываем в индивидуальную упаковку: плотный полиэтиленовый пакет или картонный короб.

Важный фактор успеха — поддержка продаж от производителя. Мы проводим бесплатные обучения, предлагаем торговое оборудование и POS материалы, информационные каталоги, а также промо фото с подробным описанием каждого дефлектора.

Ну и конечно, дефлекторы обладают более высокой маржой, чем другие расходники.

Какой первый шаг вы посоветуете сделать тем, кто решил серьёзно заняться этим бизнесом?

Зайти на наш сайт, связаться со мной и мы откроем для вас выгодный бизнес!

AZARD GROUP
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР АВТОАКСЕССУАРОВ

г.Рязань, ул. Маяковского, дом 1а, корпус С
тел.: 8(4912) 50-33-06, 46-01-02
www.azard.ru

Daimler и КАМАЗ

начали строительство завода совместного производства кабин в Набережных Челнах

Стратегическое партнерство между Daimler и «КАМАЗом» существует с 2008 года, и за это время превратилось в интенсивное сотрудничество с большим количеством успешных совместных проектов.

В связи с началом строительства завода совместного производства кабин в Набережных Челнах (Татарстан), 9 марта 2016 года состоялась встреча делегаций компаний «Даймлер АГ» и ПАО «КАМАЗ», в рамках которой прошло обсуждение текущих проектов по технологическому партнерству и развитию совместного предприятия ООО «ДАЙМЛЕР КАМАЗ РУС» («ДК РУС»). Мнениями об экономической ситуации и положении на рынке коммерческой техники в России обменялись Сергей Когогин, генеральный директор ПАО «КАМАЗ», доктор Вольфганг Бернхард, отвечающий в правлении «Даймлер АГ» за грузовики и автобусы и руководство ООО «ДК РУС».

На встрече обсуждался статус совместного проекта по строительству завода производства кабин для грузовых автомобилей (производство каркасов кабин и окраска). В этот же день партнеры по совместному производству посетили строительную площадку корпуса нового завода кабин «ДК РУС» на территории «КАМАЗ», а также сборочный конвейер кабин на автомобильном заводе «КАМАЗ».

Совместная кооперация позволяет «Даймлер» оказывать поддержку «КАМАЗ» в обновлении и модернизации его модельного ряда. Этим «Даймлер» вносит свой вклад в развитие российской автомобильной промышленности. «Начало строительства нового завода кабин в Набережных Челнах и обсуждение последующих шагов по реализации проекта явились подтверждением интенсивного сотрудничества между «Даймлер» и «КАМАЗ», — отметил Хайко Шульце, генеральный директор ООО «ДК РУС».

С 2010 года совместное предприятие ООО «ДК РУС» выпускает в Набережных Челнах грузовые автомобили «Мерседес-Бенц» всего модельного ряда и грузовики «ФУСО», отвечает за продажи и послепродажное обслуживание грузовиков «Мерседес-Бенц» и «ФУСО», а также автобусов «Мерседес-Бенц» и «Сетра» на российском рынке. Ровно пять лет назад состоялось торжественное открытие конвейера по производству грузовиков «Мерседес-Бенц» в Набережных Челнах.

В юбилейный год ООО «ДК РУС» смог добиться неплохих результатов, несмотря на сложную ситуацию на рынке. Впервые с момента создания СП грузовикам «Мерседес-Бенц» удалось достичь в России доли рынка в 22,2% среди грузовиков «Большой Семерки» (марки Mercedes-Benz, Scania, Volvo, MAN, DAF, Iveco, Renault). Более 60 процентов всех проданных автомобилей «Мерседес-Бенц» и 100 процентов «ФУСО» были выпущены на заводе в Набережных Челнах.

SCANIA
125 ЛЕТ
ЭТО
ЭКОНОМИЯ
ДО 10%
ТОПЛИВА
благодаря обученным
водителям*.
На правах рекламы. Товар сертифицирован.
* По данным системы мониторинга автопарка Scania за 2014–2015 гг.
Обучение — консультационная услуга, выдается сертификат внутреннего образца Scania.
Школа водительского мастерства и система мониторинга автопарка Scania —
отличный способ снижения ежедневных эксплуатационных расходов.
#scania125
SCANIA
125 YEARS

«МАН Трак энд Бас РУС»

итоги 2015 года, перспективы на 2016 год

Финансовый год 2015 был полон вызовов: в то время как европейский рынок коммерческих автомобилей восстановился, ситуация в других регионах, особенно в Бразилии, а также в бизнесе энергомашиностроения оставалась напряжённой. Несмотря на то, что мировая экономика регистрирует умеренный рост, во многих странах с развивающейся экономикой темпы экономического роста в течение года замедлились. В России и Бразилии продолжает развитие негативный тренд.

На ежегодной пресс-конференции российское подразделение немецкого MAN опубликовало результаты своей деятельности в России по итогам прошедшего 2015 года.

Российский рынок коммерческой техники показал существенное снижение, которое составило 44,5% по сравнению с результатами 2014 года. Снижение доли европейских брендов в целом больше, чем общерыночный показатель, и составляет –57,5%. Тем не менее, MAN удалось сохранить долю в 20,3% рынка среди «европейцев» в сегменте грузовиков полной массой от 6 тонн.

Серия MAN TGS признана самой популярной моделью в сегменте новых грузовых автомобилей европейских марок по итогам 2015 года с показателем в 1621 единицу.

В 2015 году автомобили MAN вновь признаны немецкой комиссией технического надзора TUV самыми надежными. MAN удерживает первенство в рейтинге TUV с 2012 года.

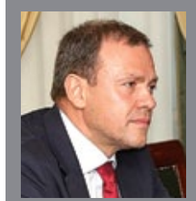
Выводы комиссии TUV находят подтверждение на рынке. Так, совокупный объем продаж новых и подержанных грузовиков MAN в России по итогам 2015 года значительно превысил показатели конкурентов, рыночная доля MAN в общих продажах грузовых автомобилей европейской «семерки» составила 24%.

Компания «МАН Трак энд Бас РУС» делает ставку на надежность своей техники и услуги существующим и потенциальным клиентам: оптимизацию сервисной поддержки, улучшение показателей общей стоимости владения коммерческим автомобилем, развитие направления сервисных контрактов, программу обучения водительскому мастерству ProfiDrive и продажи оригинальных запасных частей. Дилерская сеть MAN из 50 авторизованных станций по всей России продолжает работу с клиентами в направлении продаж и послепродажной поддержки непосредственно в регионах.

MAN лидирует в сегменте автомобилей для строительства с долей рынка 27% и традиционно держится среди лидеров в полноприводном сегменте, доля в продажах седельных тягачей с колесной формулой 6х6 составляет 47% среди прямых конкурентов.

Несмотря на существенное снижение продаж автобусов иностранного производства в России, MAN удерживают долю рынка в 34,6% в продажах новых туристических автобусов длиной свыше 10 метров.

цитата



Йорг Моммертц
генеральный директор ООО «МАН Трак энд Бас РУС»

«Европейский рынок в 2015 г. показал неплохие результаты с ростом более 16%, несмотря на то, что некоторые страны испытывают экономические трудности. То, что касается российского рынка, он падает четвертый год подряд, и с 2013 г. по настоящее время составляет только треть объема. Это говорит о сложных экономических условиях, в которых нам приходится работать. Россия — это наш крупнейший целевой рынок, после Германии. Падение автобусного рынка не такое большое, как грузовиков, но тоже ощутимо.
Каковы перспективы на 2016 год? Несмотря на падение ВВП, и тот факт, что продажи грузовиков являются индикатором состояния экономики, все же необходимость обновлять флот, особенно для крупных перевозчиков, дает нам надежду на продажи.
Мы привержены нашим российским клиентам и планируем развивать сотрудничество с ними в дальнейшем. Мы в MAN уверены, что в перспективе нас ждет успех, ведь парк автомобилей MAN в России один из самых многочисленных в сравнении с конкурентами».

BRISK®

Чешская компания BRISK Табор, а.о. идет в Россию

Один из мировых лидеров производителей свечей зажигания, Чешская компания BRISK Табор, а.о., решила переместить часть своего производства в Россию.

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в России и в мире вообще, хозяин фирмы **BRISK Табор,** а.о. господин Моймир Чапка принял решение идти навстречу условиям требования локализации производства в РФ и желаниям покупателей продукции компании — получать свечи зажигания **BRISK** в намного более гибком графике, чем до сих пор.

Компания **BRISK Табор,** а.о. является поставщиком своей продукции для таких гигантов как **VW Group, Volvo, Husqvarna, AVTO VAZ, UMZ, ZMZ** и других производителей автомобилей и садовой техники. За все время существования фирма **BRISK** выпустила более 1,5 миллиарда свечей зажигания для покупателей во всем мире. Поставки в более чем 150 стран мира говорят о том, что популярность нашего бренда действительно растет. Качество и приемлемая цена один из основных факторов такой популярности.

В последние несколько лет фирма **BRISK** занимает одно из лидирующих мест и в выпуске датчиков для автомобилей, объемы выпускаемой продукции стремительно растут каждый год. В настоящий момент существует проект локализации производства датчиков в России, так как многие фирмы в Российской Федерации интересуются поставками датчиков для автомобильных конвейеров.

В мае и июне текущего года фирма **BRISK** запускает производства по выпуску свечей зажигания в городе Тольятти по требованию фирм **АвтоВАЗ, Renault-Nissan, PCMA Калуга** и других фирм. В тоже время компания начнет выпускать продукцию и под заказы клиентов для вторичного рынка. Уверены, что все клиенты компании оценят такой шаг.

Фирма **BRISK Табор**, а.о. создает не только новые рабочие места для граждан Российской Федерации на производстве в Тольятти, но и для всех фирм в России, которые будут выпускать компоненты для продукции компании **BRISK**. Саратов, Челябинск, Сарапул — это города, где в настоящий момент готовятся к запуску производства комплектующих частей для свечей зажигания с технологической поддержкой компании **BRISK** и поддержкой Чешских специалистов .

Для дальнейшего развития присутствия продукции **BRISK** в Российской Федерации такой поступок является одним из самых ключевых и стратегических в 2016 году. Нам есть чем гордиться.

www.brisk.ru

12-я международная выставка автомобильной индустрии

ИНТЕРАВТО

+7 (495) 727-26-31
www.interauto-expo.ru

реклама

25-28 августа 2016 года

Крокус Экспо

Автокомпоненты и запчасти
Автохимия
Автоаксессуары
Автоэлектроника
Гаражное и сервисное оборудование

МВЦ «Крокус Экспо»: 65-66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе), станция метро «Мякинино»

Организатор: Крокус Экспо Международный выставочный центр
Генеральный информационный партнёр: Авторадио
Информационный партнёр МВЦ «Крокус Экспо»: БиВ

12+

Magneti Marelli на Женевском автосалоне 2016

Maserati Levante

Компания Magneti Marelli представила на Женевском автосалоне 2016 технологии, анонсированные на многих международных выставках. В центре внимания посетителей были автомобили Maserati Levante, Ferrari GTC4 Lusso и новые версии Alfa Romeo Giulia.

Настоящим открытием Женевского автосалона 2016 стала мировая премьера Maserati Levante. При создании этой модели были применены новейшие разработки и технологии Magneti Marelli. Кроссовер Levante получил приборную панель Magneti Marelli в фирменном стиле Maserati с двумя круглыми «колодцами» тахометра и спидометра, которые дополняет 7-дюймовый цветной TFT-дисплей разрешением 800 x 480 точек. Полностью светодиодная задняя оптика оригинального дизайна с высокой равномерностью подсветки — также «работа» Magneti Marelli. При движении задним ходом фары освещают дорогу, улучшая обзорность для камеры заднего вида. Magneti Marelli — также поставщик деталей подвески для Maserati Levante.

Дебютировавшая на Франкфуртском автосалоне 2015 Alfa Romeo Giulia официально представлена в Женеве в бензиновой и дизельной версиях, а также и в топовом варианте Giulia Quadrifoglio. Кроме того, на этих моделях установлена светотехника Magneti Marelli — галогенные и адаптивные ксеноновые фары головного света, светодиодные задние фонари, новая мультимедиа система с TFT-дисплеем диагональю до 8,8 дюйма с эффектом «черной панели» — иннова-

На моделях установлена светотехника Magneti Marelli — галогенные и адаптивные ксеноновые фары головного света, светодиодные задние фонари, новая мультимедиа система с TFT-дисплеем диагональю до 8,8 дюйма с эффектом «черной панели» — инновационной технологии «оптического соединения», разработанной для получения исключительной четкости изображения

Alfa Romeo Giulia

ционной технологии «оптического соединения», разработанной для получения исключительной четкости изображения. Также для Giulia компания Magneti Marelli разработала бортовой компьютер, детали задней подвески, выхлопной системы и элементы как для 2 литрового бензинового силового агрегата (электронный блок управления, впускной коллектор), так и для дизельного двигателя объемом 2,2 л (дроссельный узел и впускной коллектор). Отдельного внимания заслуживает уже известная система контроля ходовой части (CDC) модели Giulia Quadrifoglio, электронный блок управления которой был разработан в тесном сотрудничестве с Magneti Marelli. Он является «мозгом» всей бортовой электроники и обеспечивает отменное сочетание динамических свойств и управляемости.

Magneti Marelli приняла участие в создании и нового Ferrari GTC4 Lusso, разработав системы и компоненты управления силовым агрегатом (гидравлическим приводом и блоком управления трансмиссией с двойным сцеплением), а также электронные системы (бортовой компьютер). Стоит отметить и дизайн полностью светодиодных задних фонарей от Magneti Marelli Automotive Lighting — их световые кольца будто бы парят в воздухе. Стоп-сигналы и указатели поворота округлой формы выполнены в фирменном стиле Ferrari. В задний противотуманный фонарь встроены три мощных светодиода для усиления освещения в условиях плохой видимости. Кроме того, для нового GTC4 Lusso Magneti Marelli поставляет педальный узел.

Для мировой премьеры Fiat компания Magneti Marelli поставляет на конвейер выхлопную систему для 1,4-литрового двигателя с турбонаддувом и систему Multi Air, а также различные компоненты силового агрегата (электронный блок управления (ECU), впускной коллектор, дроссельный узел и топливные форсунки для вышеупомянутого двигателя).

Для дебютанта Fiat Tipo в кузове универсал Magneti Marelli производит выхлопную систему, амортизаторы, элементы подвески. Также компания изготавливает детали 1,6-литрового бензинового мотора (блок управления двигателем, электропривод дроссельной заслонки и датчики), элементы дизельного двигателя аналогичного объема (впускной коллектор и электропривод дроссельной заслонки) и детали дизельного мотора объемом 1,3 л (блок управления двигателем и электропривод дроссельной заслонки). Кроме того, подразделение Automotive Lighting компании Magneti Marelli — еще и разработчик фар головного света и задних фонарей для модели Tipo.

Компания Magneti Marelli также представлена на стендах FCA как создатель мультимедийного оборудования для презентаций. Установленная на стенде Alfa Romeo интерактивная стена, созданная по технологии Microsoft Kinect, позволяла посетителям совершить виртуальную экскурсию по модели Alfa Romeo Giulia и таким образом поближе познакомиться с технологиями Alfa Romeo и Magneti Marelli.

На стенде Fiat была установлена интерактивная панель Magneti Marelli с сенсорным экраном, посвященная новой модели Fiat 500S, в которой представлены все технологии Magneti Marelli, уже доступные в линейке Fiat 500. «Путешествуя» по дисплею, можно увидеть новые модули головного и заднего света от Automotive Lighting, а также цифровой 7-дюймовый TFT-дисплей приборной панели и роботизированную коробку передач Dualogic.

Что касается электронных систем, стоит отметить, что в BMW 5 и 7 серий устанавливается мультимедийная система Magneti Marelli, основанная на концепции свободного программного обеспечения (opensource). В самой продвинутой версии система предлагает превосходную графику и современный набор функций,

Стоит отметить и дизайн полностью светодиодных задних фонарей от Magneti Marelli Automotive Lighting — их световые кольца будто бы парят в воздухе

Ferrari GTC4 Lusso

О компании

Компания Magneti Marelli специализируется на производстве систем, модулей и высокотехнологичных компонентов для автомобильной отрасли. Холдингу принадлежит 12 научно-исследовательских центров, 26 инженерных центров и 89 производственных предприятий по всему миру с общим числом сотрудников — 38 000 человек. Объем продаж в 2014 году составил 6,5 млрд евро. Международная группа Magneti Marelli поставляет продукцию для большинства крупных автопроизводителей в Европе, Северной и Южной Америке и странах Азии. Сфера деятельности компании охватывает электронные системы, системы освещения, управления двигателя, компоненты подвески и амортизаторы, выхлопные системы, запчасти и услуги для рынка послепродажного обслуживания, пластиковые компоненты и модули, а также мотоспорт. Magneti Marelli входит в состав холдинга FCA.

таких как навигационная система, доступ в Интернет и широкие возможности для различных видов соединения, в т. ч. беспроводного. Кроме того, на 7-й серии установлены светодиодные задние фонари от Magneti Marelli Automotive Lighting.

Автомобиль Opel Astra, обладателя престижной премии «Автомобиль года», Magneti Marelli обеспечила элементами силового агрегата (автоматизированной механической коробкой передач (AMT), блоком управления трансмиссией (TCU)) и световыми решениями (задними фонарями с классическими лампами накаливания и светодиодами).

Компания Peugeot представила в Женеве новые модели 2008 и Expert, каждая из которых оснащена навигационной системой Magneti Marelli с 7-дюймовым сенсорным дисплеем высокого разрешения (800 x 480 точек). Это модульное устройство позволяет воспроизводить музыку, просматривать фотографии, а в самой продвинутой версии предоставляет и доступ в Интернет с помощью USB.

Magneti Marelli Automotive Lighting поставляет световые системы для Mercedes-Benz C-Class Convertible с галогенными и светодиодными фарами головного света, в том числе полностью светодиодную версию Multi Beam (адаптивную систему со светодиодным лучом, управляемым при помощи активации светодиодов по сигналу от камеры). Светодиодные задние фонари компании представлены на новом Renault Megane.

Деталями силового агрегата компании оснащается и новый Seat Ateca. Кроссовер испанского производителя получил дроссельный узел Magneti Marelli в модификациях с бензиновым двигателем объемом 1,0 и 1,4 л. Кроме того, дроссельный узел компании применяется на моделях Skoda Superb Wagon и Skoda Vision S. ai

MIMS
automechanika
MOSCOW

20-я Международная выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобилей

22-25 августа 2016
Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Организатор ITEMF EXPO

www.mims.ru

ai Автоинструкция

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

55 000
тираж

48
регионов России

100%
целевая аудитория:

Производители и дистрибьюторы компонентов и запчастей

Оптовые поставщики

Розничные продавцы

Журнал для автоспециалистов «Автоинструкция» (+16)

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-21113 от 20.05.05

Учредитель и издатель: **ООО «Дюран Медиа Групп»**
Официальный агент Messe Frankfurt Exhibition GmbH по бренду Automechanika на территории России
automechanika

Главный редактор: **Елена Павелко**

Обозреватели: **Евгений Новожилов, Василий Пражек, Елена Кочемас, Ольга Васильева, Роман Назаров, Александр Грачёв, Игорь Бек, Михаил Милошевич, Олег Брянский**

Дизайн и верстка: **Максим Перльмуттер**

Региональные менеджеры: **Светлана Зулитова, Екатерина Скиба**

Адрес редакции: **Москва, Третьяковский пр., д. 6, стр. 2**
тел: (495) 797-10-44
e-mail: avtoinstrukcia@mail.ru

Тираж: **55 000 экз.**

Журнал распространяется в 48 регионах России.

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

Рекламно-информационный журнал распространяется бесплатно. Система распространения нацелена на максимальный охват целевой аудитории.

За содержание рекламных обьявлений ответственность несет рекламодатель. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Разработанные модули и текстовые материалы являются интеллектуальной собственностью редакции. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.
Представленные статьи и изображения получены из открытых источников и опубликованы в информационных целях.

Электронная версия журнала
www.avtoinstrukcia.ru/archive.htm

Available on Google play | Download on the App Store

www.avtoinstrukcia.ru

Ведущее автомобильное событие года!

ММАС
Московский Международный Автомобильный Салон

26 августа - 4 сентября
2016

Москва
Крокус Экспо

www.mas-expo.ru

реклама 0+

Организаторы: Крокус Экспо
Под патронатом: OICA
При поддержке: AEB Association of European Businesses
Генеральные информационные партнёры: Авторадио, Автомир, газета.ru, Авто Плюс

VITEX®
ULTRA G

Антифриз – концентрат
Vitex G 12+ Ultra G

Допуски: **VW TL 774 D/F.**

Антифриз - концентрат
Vitex G 12 Ultra G

Допуски: **Mercedes-Benz Blatt 325.3, MAN 324 SNF, VW TL 774 D/F.**

защита на молекулярном уровне

Антифриз - концентрат
Vitex G 11 Ultra G

Соответствует спецификации
ASTM D 3306, SAE J 1034, AFNOR R-15-601, BS 6580:1992.

Антифриз Vitex G 12+ Ultra G

Произведено из концентрата Alpine Mitan GmbH, Германия, имеющего допуски:
VW TL 774 D/F.

Антифриз Vitex G 12 Ultra G

Произведено из концентрата Alpine Mitan GmbH, Германия, имеющего допуски:
Mercedes-Benz Blatt 325.3, MAN 324 SNF, VW TL 774 D/F.

Антифриз Vitex G 11 Ultra G

Соответствует спецификации
ASTM D 3306, SAE J 1034, AFNOR R-15-601, BS 6580:1992.

www.vitex.mobi