



КРАСКОПУЛЬТ ГОДА

«Золотой ключ – 2013»: лидеры отрасли

29 августа 2013 года в рамках выставки «ИНТЕРАВТО» состоялась вторая торжественная церемония вручения международной премии «Золотой ключ – 2013». Организаторами премии выступили Издательский дом «Автомобильное время» (журналы «КУЗОВ» и «Управление автобизнесом»), МВЦ «Крокус-Экспо» и Автомобильная сервисная ассоциация (АСА). Премию поддержали маркетинговое агентство «GiPA Россия», ИД «Макс Медиа», журнал «АБС-Авто», а также ведущие автомобильные СМИ и интернет-порталы.

Премия проводилась под постоянным контролем экспертной комиссии. Победитель в каждой номинации определялся жюри методом совокупной оценки нескольких показателей. С самого начала специалисты проводили комплексный экспертный анализ в отраслях по каждой номинации. Параллельно в интернете на сайте оргкомитета премии проходило голосование. Более 5600 голосов было принято в период с 15 мая по 18 августа 2013 года.

Второй год подряд премия «Золотой Ключ» призвана выбрать лучших и самых активных поставщиков автосервисного оборудования, а также огласить бренды, завоевавшие сердца потребителей российского рынка. По словам организаторов, многообразие брендов и высокий авторитет лидеров рынка поставили перед оргкомитетом сложную задачу по выбору лучших из лучших.

«Премия является отражением деятельности компаний на рынке России в таких сегментах автобизнеса как продажа и продвижение автосервисного оборудования, оказание услуг и сервисной поддержки, маркетинговые проекты и IT-программы для СТО. Оргкомитет постарался объективно и всесто-



Премия «Золотой Ключ» призвана выбрать лучших и самых активных поставщиков автосервисного оборудования и огласить бренды, завоевавшие сердца потребителей российского рынка.

ронне подойти к вопросу определения лауреатов. В следующем году мы учтем все конструктивные пожелания участников рынка и расширим номинации, критерии оценки, а также географический и количественный охват целевой аудитории», - рассказала Марина Белоглядова, руководитель

Оргкомитета, генеральный директор ИД «Автомобильное время».

Тысячи респондентов проверялись системой безопасности сайта во избежание ангажированности. А с 1 июля по 25 августа 2013 года начался телефонный опрос 2 000 СТО по всем номинациям. «Премия



Майкл Фауэр, представитель компании Sherwin Williams, официального спонсора премии «Золотой Ключ-2013».

«Золотой Ключ» набирает обороты, все больше участников втягиваются в состязание, и все больше голосующих регистрируются на сайте. Многие компании уже сейчас предложили провести в следующем году конкурсный отбор в рамках новых номинаций, и мы, безусловно, эту инициативу одобряем», - заявил Андрей Насонов, исполнительный директор АСА.

Голосование проводилось в два этапа. В первом этапе принимали участие все бренды, представленные на российском рынке автосервисного оборудования. На втором

этапе из пятерки лидеров по каждой номинации жюри выбирало победителя. Лидеры премии «Золотой Ключ - 2013» представлены в 22 номинациях.

На вручение премии прибыло много иностранных гостей, среди которых оказались представители официальных спонсоров Sherwin Williams, TEXA и SangsinBrake. По словам Майкла Фауэра, представителя Sherwin Williams, компания гордится таким сотрудничеством. Также представитель акцентировал внимание на том, что премия – это тренировка для бизнеса, ведь в реаль-

ности клиенты не ставят «клики» в интернете, а голосуют рублем. Со словами приветствия выступила и Елена Катеринская, глава российского представительства компании TEXA: «Мы с удовольствием стали спонсорами премии, которая вручается лучшим представителям бизнеса, тем, кто отлично зарекомендовал себя на отечественном рынке».

В номинации **«Гидравлическое оборудование года»** с небольшим отрывом победила компания **ОМА**. Набрав 20% голосов, она лишь немного оторвалась от преследующих ее компаний APAC и Ravaglioli. Премия была вручена представителям компании «Транстехсервис» (ТТС), крупнейшего дистрибьютора бренда ОМА на отечественном рынке.

Лучшим сварочным оборудованием года были признаны продукты марки **GYS**, получившей 35% голосов. Ближайший конкурент, компания Nordberg, набрала около 30%. Сергей Александров, представитель компании «Европроект Групп», дистрибьютора GYS, был очень доволен, что бренд второй год подряд уверенно завоевывает высшее место на пьедестале почета: «Высокое качество продукции, профессионализм сотрудников предприятия-производителя, а также современные технологии, разрабатываемые в собственной лаборатории, и омологация продуктов приводят бренд GYS в очередной раз к победе».

Корпорация **Bosch** получила 34% голосов в номинации **«Диагностическое оборудование»**, что практически в два раза превышает показатели ближайшего соперника компании TEXA. К слову, на минувшей выставке Bosch получила восемь наград сразу нескольких крупнейших премий в России в области автомобильных компонентов и автосервиса – «Золотой Ключ», GIPA Awards и «Мировые Автомобильные Компоненты».



Елена Катеринская, глава компании «ТЕХА Россия», официального спонсора премии «Золотой Ключ-2013».

«Мы стараемся, чтобы огромные российские просторы в полной мере получили все доступные нам высочайшие



Лучшее гидравлическое оборудование – марка ОМА.

технологии, чтобы каждый автомобилист в каждом регионе нашей страны мог беспрепятственно починить свой автомобиль в качественном сервисе», - сказал во время награждения Николай Янковский, руководитель группы развития «Бош Авто Сервис» в России.

В категории «Малое диагностическое оборудование» компания **ТЕХА** завоевала сразу 42% голосов. По мнению оргкомитета премии, в этой номинации между двумя лидерами ТЕХА и Wurth шла ожесточенная борьба на протяжении всех этапов состязания. Решающим фактором в пользу компании ТЕХА стала ее активность на рынке, а



Лидер в категории «Диагностическое оборудование» - компания Bosch.

также многообразии инновационных решений в сфере малой диагностики. «Коллектив компании сделает все возможное, чтобы не потерять своего преимущества на российском рынке и расширить сферу своего влияния», – заявила Елена Катеринская, глава «ТЕХА Россия».

Премия компании **FIAC**, производящей **лучшее компрессорное оборудование**, вручала Марина Лукина, эксперт АСА, управляющая компании «ПРОФИТ». «Есть компании, названия которых стали именами нарицательными. Когда мы говорим «ксерокс», мы подразумеваем копировальное оборудование,



Лучший бренд сварочного оборудования - GYS.

а для наших детей мы приобретаем не подгузники, а «памперсы». Я искренне желаю, чтобы имя FIAC также стало нарицательным в области компрессорного оборудования», – сказала Марина.

15 претендентов, среди которых были такие бренды как Hunter, ОМА и МАНА, сражались за звание **лучшего подъемного оборудования**. Победителем с 28% голосов стала компания **Rotary Lift**, немного оторвавшаяся от Ravaglioli.

Александр Груздев, генеральный директор «GiPA Россия», лично поздравил представителей компа-



Победитель в номинации «Малое диагностическое оборудование» - компания ТЕХА.



FIAC - победитель номинации «Компрессорное оборудование».



Лучшее подъемное оборудование - марка Rotary Lift.



«Шиномонтажно-балансировочное оборудование» – Hofmann.

нии **Hunter** с победой в номинации **«Стенд года «сход-развал»**. «Мы не просто так взяли главный приз. Ведь 28%, которые мы набрали, объективно доказывают, что для компании Hunter российский рынок является самым развитым и самым важным за пределами Северной Америки», - уверен Виктор Сивков, президент дистрибьютора бренда Hunter, компании «ЕВРОСИВ».

В номинации **«Шиномонтажно-балансировочное оборудование»** несколько марок выступили в качестве фаворитов: Hofmann, Beissbarth, Werther и ATIS. По итогам голосования, с небольшим перевесом, выиграл бренд **Hofmann**, получив 22%. Иностранные представители компании признались, что приятно осознавать свое лидерство на рынке, однако победа была достигнута не только самим предприятием, но также его партнерами на территории России.

Известным иностранным брендам Filcar, Nederman, Norfi, Nordberg оказался «не по зубам» отечественный **производитель систем для отвода выхлопных газов ЗАО «СовПлим»** с 35% рейтинга. Единственным конкурентом российской компании стал Nederman, достигнувший примерно такого же уровня лояльности.

Компания «Мастак» представляет на рынке **лучший инструмент – King Tony**, за который проголосовал 31% опрошенных. Несмотря на то, что тайванский бренд в первое время конкурса проигрывал в интернете, нагнать своих соперников ему удалось благодаря прямому контакту с потребителями. «Наша продукция крепка и до скучного стабильна. В 90-х было сложно продвигать этот бренд из-за его азиатского происхождения, но спустя годы мы смогли преодолеть стереотипы», – рассказал Илья Нафеев, генеральный директор ООО «Мастак Центр».

Победившему в номинации **«Пневматический и электроинструмент года» дистрибьютору бренда Rodcraft компании «Эквинет»**, Елена Катеринская подарила книгу об истории и современной работе предприятий ТЕХА в Италии. По мнению жюри, финальные 22% голосов за победителя



Лучшая система для отвода выхлопных газов - ЗАО «СовПлим».



Победитель номинации «Ручной инструмент» - бренд King Tony.



Ferrum - лидер номинации «Мебель для СТО и складское оборудование».



Nova Verta – лучший бренд окрасочно-сушильного оборудования.

должны стимулировать компанию на более активные действия.

Уже второй год подряд на сцену поднимается Сергей Терентьев, коммерческий директор компании **Ferrum**, чтобы получить заслуженную награду в номинации **«Лучшая мебель для СТО и складское оборудование»**: «Победа не показатель, а оценка эффективности работы коллектива. В этом году мы получили 40% голосов, а в прошлом - 46%, значит, нам есть над чем работать».



«Стенд года «сход-развал» – Hunter.

В номинации **«Окрасочно-сушильное оборудование года»** с 26% лояльности выиграли товары компании **Nova Verta**. «Завод производит отличное оборудование, однако, само по себе оно не дойдет до конечного клиента. Немало усилий вкладывается нашей командой в популяризацию этих продуктов, но

редко когда нас кто-то благодарит. Эта награда возмещает этот пробыл», - шутит Андрей Герасименко, представитель дистрибьютора «Авто М».

Лучший стенд года для правки кузовов в этом году принадлежит фирме ATIS. «Пусть 20% не пото-



Лучший стенд года для правки кузовов – ATIS.



«Лучший отечественный производитель автосервисного оборудования» – «Технокар».

лок, но получение премии – это настоящий успех нашей компании. Нам было важно посетить это торжественное событие, где не только награждаются лидеры, но также укрепляются профессиональные связи, происходит обмен опытом, демонстрируются новинки и производство», – считает Сергей Величко, генеральный директор компании ATIS.

Особое внимание всей публики было приковано к исходу конкурсного состязания компаний в номинации **«Краскопульт года»**. Devilbiss, ANEST IWATA и другие бренды лишь немного уступили краскопультам **SATA**. Их показатель – 36%.

Представители компании **«Технокар»**, занявшей пер-



«Краскопульт года» – SATA.



Лучшее IT-решение для СТО – «Аудатэкс».



«Лучшая программа для СТО от производителей ГСМ» – Shell

вое место с 22% в номинации **«Лучший отечественный производитель автосервисного оборудования»** и производящей стенды сход-развала под маркой «ТехноВектор», пригласили экспертов и журналистов на экскурсию на свое производство.

Лучшее IT-решение для СТО в этом году предложила компания **«Аудатэкс»**, набравшая 31% голосов. Александр Казаченко, руководитель направления по развитию региональной сети «Аудатэкс», заявил, что был искренне удивлен количеством конкурентов, число которых с каждым годом растет, благодаря чему компания с каждым годом все отчаяние сражается за качество и долю рынка.



«Лучшая программа для СТО» – Bosch.

Bosch получил 34% голосов в рамках номинации **«Лучшая программа для СТО»**. «Еще в 1921 году, когда компания вышла на мировой рынок, ее руководство осознало, что необходимо создать партнерскую систему. Спустя 90 лет на 16 000 предприятий по всему миру задействовано 350 тысяч человек. Если год назад при награждении «Бош Авто Сервис» имел 225 сервисов в РФ, то сегодня их число увеличилось до 271», – рассказал Николай Янковский.

33% голосовавших поддержали



«Новинка года» – Mirka.



«Лучшая компания по сервисному обслуживанию» – «Транстехсервис» (ТТС).

вых событий, показывающих нашим клиентам возможности компании», - уверен Павел Тризна, генеральный директор компании. «Мы благодарны нашим конкурентам, которые не дают нам раскисать и заставляют находиться в тонусе», - добавил коммерческий директор Игорь Точиллов.

После завершения торжественной церемонии награждения Аркадий Золотников, заместитель Генерального директора ЗАО «Крокус Интернэшнл», емко подытожил результаты конкурса: «Премия имеет огромное значение не только для всей отрасли, но и для самой выставки «ИНТЕРАВТО». Поскольку мы являемся флагманом на этом поле деятельности, то и должны поддерживать все интересные инновационные проекты. Когда-то у меня был «Запорожец», который мы самостоятельно ремонтировали во дворе или на даче. Теперь я смотрю на современные автомобили и понимаю, что собрать и разобрать их в гараже без соответствующих знаний и инструментов практически невозможно. Однако сегодня все необходимое оборудование существует, просто выбирай марку. Но как ее выбрать? На этот вопрос и отвечает премия «Золотой Ключ». ■



Гран-При премии «Золотой Ключ-2013» – «Эквинет».

Shell в номинации «Лучшая программа для СТО от производителей ГСМ».

Победителем в конкурсе «Новинка года» за разработку и выведение на рынок компактной электрической роторно-орбитальной шлифовальной машинки Mirka Deros, для универсального применения без блока питания, жюри единогласно признало бренд **Mirka**.

«Платой за труд своих коллег» назвали премию сотрудники компании «Транстехсервис» (ТТС), кото-

рая с 38% лояльности победила в номинации «Лучшая компания по сервисному обслуживанию».

Самую главную награду, Гран-При премии «Золотой Ключ-2013», получила компания «Эквинет», которая, по мнению 33% опрошенных и проголосовавших, является лучшим поставщиком года. «Несмотря на то, что автобизнес сейчас находится в стагнации, рынок автосервисного оборудования растет и будет развиваться дальше. Премии и номинации необходимы нашему бизнесу в качестве имидже-



Марина Белоглядова, глава Оргкомитета, директор ИД «Автомобильное время».