

Вспоминаем год минувший

Татьяна АКимова

Подводя итоги 2013 года, мы попросили игроков российского рынка автокомпонентов, материалов и оборудования для авторемонта оценить прошедший год, поделиться своими прогнозами на 2014 год, а также рассказать о новинках, которые они представят в наступившем году.

Алексей Сиволов, руководитель департамента маркетинга и рекламы компании «Европроект Групп»: «Говоря о факторах, определивших развитие рынка автосервисного оборудования и материалов в 2013 году, отмечу, что стагнация и отрицательная динамика продаж легковых автомобилей заставила дилеров искать дополнительные пути заработка и обратить внимание на повышающие эффективности послепродажного обслуживания».

Кризис в большинстве стран Европы изменил стратегии в России и странах БРИК основных иностранных производителей материалов и оборудования. Главными трендами стали поиск новых импортеров, дилеров для расширения рынка сбыта; усиление присутствия в виде открытия представительств и активной работы с конечным потребителем. Происходит «перетряхивание» портфеля брендов у основных российских игроков, а на рынке появляются новые бренды.

После кризиса 2009-2010 гг. спрос формируется по принципу поиска максимально эффективных решений и экономии затрат. Значительно возрос спрос на услуги, стоит отметить и активное развитие электронной коммерции.

В 2014 году наша компания отмечает 15-летие работы на рынке России. К этой дате мы подошли с весомым багажом в виде развитой сети дистрибуции, состоящей из 25 собственных филиалов и более 130 розничных магазинов «КУЗОВ Маркет» по всей России. За последние годы компания вывела на рынок несколько новых брендов ЛКМ и материалов для кузовного ремонта, заключила новые контракты с известными производителями. Мы активно развиваем направление услуг в сфере консультаций и аудита АТЦ совместно с нашими партнерами как, например, «Аудатэкс».

Олег Спиридонов, генеральный директор «МАХА Россия»: «Прошлый год показал, что в небытие уходит тенденция «дешевле, еще дешевле». Другое наблюдение - ситуация с рынком оборудования для техосмотра. Каков техосмотр, такое и оборудование. Еще одна тенденция, вызванная экономической ситуацией - сокращение производственных темпов в стране и перевод производства в другие, вернее, другую всем известную страну. Конкуренция на рынке остается сильной, и решающими факторами являются качество оборудования и качество работы с клиентом.

Показатели «МАХА Россия» на конец 2013 года довольно-таки неплохие. Подчеркну, что среди 18 дочерних компаний по всему миру только мы и испанское представительство выполнили план по обороту за первое полугодие 2013-2014 финансового года.

В 2013 году у нас появились новые электромеханические и электрогидравлические подъемники, новое диагностическое оборудование. Впервые в России сертифицирован в качестве средства измерения стенд проверки демпфирующих свойств подвески автомобилей. В 2014 году мы приступаем к поставкам нового прибора проверки автомобильных фар MLT 3000. Это единственный в мире прибор, который позволяет проверить все типы существующих фар и способен к апгрейду с учетом дальнейшего развития технологий освещения».

Роман Максимов, менеджер по маркетингу компании «ППГ Индастриз» в России и странах СНГ: «Отвечая на вопрос о тенденциях, определивших развитие рынка ЛКМ в России в 2013 году, стоит обратиться к данным Европейского Совета производителей и импортеров ЛКМ. Последний отчет, имеющийся в нашем распоряжении, включает данные за 9 месяцев 2013 года, согласно которым объем рынка материалов для



Алексей Сиволов, руководитель департамента маркетинга и рекламы компании «Европроект Групп».



Олег Спиридонов, генеральный директор «МАХА Россия».



Роман Максимов, менеджер по маркетингу компании «ППГ Индастриз» в России и странах СНГ.



Олег Афиногенов,
коммерческий директор
«Мирка Рус».



Малгоржата Засадска,
глава отдела маркетинга
компании Sherwin-Williams UK
Automotive по странам
Центральной и Восточной Европы и
Скандинавии



Сергей Залманов,
коммерческий директор
ООО «Аймол Лубрикантс», официаль-
ного представительства в
России и СНГ компании
A.I.M.b.v. (Голландия) -
владельца AIMOL.



Олег Молотков,
генеральный директор ZF
Russia.

ремонта автотранспорта, поставляемых PPG, Akzo Nobel, BASF, Axalta, Valspar и Lechler, составил порядка 10 млн литров, что на 7% выше показателей аналогичного периода 2012 года и всего на 3% - показателей 2008 года. В моем распоряжении нет данных по другим поставщикам, но предполагаю, что их объем продаж в литрах также растет с темпами от 2 до 5%. Полагаю, что рост по рынку материалов для ремонта легковых авто обусловлен активными действиями всех игроков в сегменте эконом-класса, где появились новые имена (например, Fininsh1, Green Line), новые материалы в уже существующих линейках (например, обновленные грунты, шпатлевки, добавки в QUICKLINE®, обновления дизайна продукции (VIKA®)). Не стоит забывать об активном демпинге известных поставщиков, старавшихся удержать и увеличить объем продаж в этом сегменте за счет снижения цен.

Могу сказать, что 2013 год был не самым легким для PPG, но в целом успешным. В 2013 году значительно обновилась линейка материалов QUICKLINE®, в ней появились новые лаки, грунты, шпатлевки, добавки, новые цвета в палитре готовых эмалей. В 2014 году мы планируем расширять долю на российском рынке и вскоре начнем продажи новой линейки материалов VALUE-PRO®.

Малгоржата Засадска, глава отдела маркетинга компании Sherwin-Williams UK Automotive по странам Центральной и Восточной Европы и Скандинавии: «Прошедший год стал для Sherwin-Williams Automotive Finishes годом роста и изменений. Благодаря покупке компании Pullana в 2012 году мы добились прироста показателей на рынке Китая. В 2013 году Sherwin-Williams купила сеть COMEX (США/Канада), состоящую из 314 автомастерских. В мае 2013 года мы стали официальным партнером NASCAR и спонсором на спринт-сериях NASCAR, гонках NASCAR Touring and Weekly Series и Grand-an Road Racing. В прошлом году Sherwin-Williams достигла существенного прироста (свыше 20%) в Европе, Африки и в странах Ближнего Востока; 2013 год также стал успешным для компании в регионе Бенилюкс. Мы добились 300-процентного прироста в России и продолжаем развиваться на этом ключевом рынке.

Sherwin-Williams представила новое поколение водорастворимых лакокрасочных систем AWX Performance Plus. Мы по-прежнему продвигаем технологии HP Process на рынках Европы, США и Канады. В 2014 году компания продолжит внедрение своего нового высоко-

технологичного спектрофотометра. К концу 2014 года мы планируем вывести на мировой рынок новое революционное программное обеспечение по цветоподбору».

Олег Афиногенов, коммерческий директор «Мирка Рус»: «Развитие автосервисного рынка в 2013 году замедлилось из-за падения продаж новых автомобилей, год отличался обострившейся конкуренцией в секторе рынка, где представлена и продукция Mirka. В таких условиях преимущество было на стороне тех, кто мог предложить клиентам уникальную продукцию, материалы и оборудование или эффективные системные решения. Благодаря передовым продуктам Mirka - сетчатым абразивам семейства Abranet, электрическим шлифовальным машинкам с бесщеточным двигателем, пневматическим-шлифмашинкам нового поколения - мы смогли сохранить высокие показатели продаж и достичь прироста, в том числе, и в премиальном секторе кузовного ремонта.

В 2014 году российский офис Mirka рассчитывает укрепить позиции в сегменте стандартных продуктов. Новинкой ассортимента Mirka в России станет появившийся в середине 2013 года в Европе сетчатый абразив Abranet Ace с керамическим зерном. Такой материал предназначен для работ, где требуется абразив высокой стойкости, обеспечивающий высокое качество и производительность шлифования. Обновленная полировальная система Polarshine займет важное место среди новинок. Новым словом предстанет оптимизированная система подготовки ремонтируемых поверхностей Mirka OSP, отличающаяся тем, что в ней нет традиционной градации абразивов по шкале зернистости, а для выполнения операций используются материалы с маркировкой «Шаг 1», «Шаг 2» и так далее. Компания уже начала знакомить российских ремонтников с этой линейкой продуктов. Будут новинки и в линейке механического инструмента Mirka».

Сергей Залманов, коммерческий директор ООО «Аймол Лубрикантс», официального представительства в России и СНГ компании A.I.M.b.v. (Голландия) - владельца AIMOL: «Для нас, как для производителя смазочных материалов, заметными событиями в прошлом году стали строительство и запуск блендинговых заводов, принадлежащих иностранным производителям в России и странах бывшего СССР; сделка с «Роснефтью» компании «ТНК-ВР» повлияла на расстановку сил на рынке; рост курса доллара и евро определили

соотношение цен на ГСМ. Основным фактором роста рынка продаж является увеличение доли иномарок в автопарке России.

В 2013 году компания продала на 40% больше продукции в канале b2c. Для нас это положительный фактор, говорящий о росте известности марки. Мы дополнили линейку автохимии 15 продуктами. В 2014 году компания расширит линейку моторных масел для легковых авто за счет так называемых «энергосберегающих масел» и масел со спецификациями автопроизводителей. Роста объемов продаж мы собираемся добиться за счет введения в ассортимент новых позиций, усиления каналов продаж, увеличения числа партнеров-дистрибьюторов, количества точек продаж».

Олег Молотков, генеральный директор ZF Russia: «Минувший год прошел для нас достаточно успешно. Мы достигли плановых показателей практически по всем направлениям. В России концерном ZF получен 10-процентный прирост к 2012 году. Такой позитивный результат мы имеем как по нашим традиционным направлениям – сцепления, амортизаторы, детали подвески, так и по сервисным компонентам - поставка рулевых реек и агрегатов, увеличение торговли запасными частями для коробок передач, мостов под маркой ZF.

С конца прошлого года - января 2014 года мы начали торговлю оригинальными коробками передач для легковых автомобилей Land Rover и BMW российского производства. Дальнейшее развитие и усиление направления по АКПП станет возможно с запланированным на конец зимы – весну событием: запуском собственного сервисного центра ZF для агрегатов грузовых автомобилей. Впрочем, это уже планы на будущее, в которое мы смотрим с достаточно обоснованным оптимизмом и надеемся, что за счет диверсификации и увеличения объема услуг добьемся такого же ровного и значительного роста в нынешнем году».

Алексей Прусаков, региональный менеджер Contitech Antriebssysteme GmbH: «Прирост автопарка России замедлился в 2008-2009 гг. Следствием этого стало некоторое снижение темпов роста вторичного рынка в 2013 году. Поставщики продукции зависят от курса валют, а он в прошлом году был неблагоприятен для импортеров. В периоды сильного движения валютных курсов чувствовалась неуверенность в прогнозировании



LUZAR - ЭТАЛОН автомобильного радиатора!

Стратегию лидерства компании LUZAR определяют широкий ассортимент, отличные цены, постоянное наличие продукции, и главный фактор – постоянное и стабильное качество радиаторов LUZAR, признанных эталоном автомобильного радиатора.

3 параметра эталона автомобильного радиатора

- Радиаторы LUZAR обеспечивают стабильную температуру двигателя, исключая риск его перегрева, минимальную нагрузку на детали системы охлаждения.
- Радиаторы LUZAR обладают идеальным геометрическим соответствием оригинальным радиаторам для отечественных и импортных автомобилей.
- В радиаторах LUZAR увеличена толщина сердцевины радиатора, используется большее количество ламелей, установлены турбулизаторы (завихрители), разработан специальный сливной кран, имеются сменные подушки радиатора, а также – удобная упаковка «шкатулка» для легкого извлечения радиатора.





Алексей Прусаков,
региональный менеджер
Contitech Antriebsysteme
GmbH.

будущих продаж со стороны розницы и СТО. Прошлый год запомнился климатическими аномалиями в I квартале, которые вместе с последовавшим повышением курса евро сместили сезонность спроса.

2013 год можно занести в актив Contitech: мы достигли запланированных показателей на наших рынках, частично переработали систему дистрибуции, стали оперативно реагировать на скачки спроса, внедрили новый подход в техническом обучении СТО. В наступившем году мы планируем расширить ассортимент поставляемой продукции, изменить дизайн упаковки ремней и комплектов Contitech. Мы предоставим нашим клиентам более полную техническую информацию на русском языке через интернет и предложим самые совершенные решения в плане логистики и поставок».



Паоло Катальди,
коммерческий директор
подразделения запасных
частей в странах Европы,
Ближнего Востока и
Африки, Brembo S.p.A.

Паоло Катальди – коммерческий директор подразделения запасных частей в странах Европы, Ближнего Востока и Африки, Brembo S.p.A. «В 2013 году рынок автокомпонентов в России рос менее интенсивно, чем в предыдущие годы. Однако рынок продолжает развиваться благодаря увеличению и обновлению автопарка в последние 10 лет. Во второй половине 2013 года экономический фон в России стал менее благоприятным в связи динамикой валютного курса. Но спрос на качественные запчасти продолжает расти и увеличение продаж Brembo в России в 2013 году составило почти 20%.

Brembo видит позитивные перспективы в 2014 году в России. Мы будем расширять наш ассортимент, ведь цель компании – 95-процентное покрытие автопарка России к концу 2014 года. В этом году мы выпустим в продажу не менее 300 новых артикулов тормозных дисков. В дальнейшем будем совершенствовать технические характеристики нашей продукции для вторичного рынка при сохранении разумных цен для российских клиентов».



Евгений Сушили,
бренд-менеджер KYB.

Евгений Сушили, бренд-менеджер KYB: «Прошлый год стал непростым для рынка автокомпонентов в России. Влияние оказали замедление роста экономики, снижение макроэкономических показателей. Среди значимых факторов можно выделить ослабление рубля по отношению к доллару и евро. Внесла свои коррективы и затянувшаяся зима – весенний всплеск спроса на автокомпоненты задержался более чем на месяц.

Основными факторами, влияющими на выбор того или иного продукта для СТО, остаются качество, широта ассортимента, дополнительные сервисные услуги, например, гарантийная политика. KYB уделяет особое внимание этим факторам. В России компания предлагает расширенную гарантию до 2-х лет на свою продукцию. С 2006 года мы реализуем концепцию KYB-Сервис, направленную на создание сети авторизованных СТО в России и СНГ.

Главный результат прошлого года – открытие двух складов KYB в Москве и Владивостоке. Этот шаг позволил вывести сервис для дистрибьюторов на высокий уровень, расширить ассортимент, сделать доступнее продукцию KYB для оптовых покупателей и автомобилистов. Мы продолжили вводить в ассортимент продукцию для популярных автомобилей, расширяя ассортимент по амортизаторам и другим продуктам: пружинам, защитным комплектам и комплектам верхних опор. В 2014 году KYB продолжит совершенствовать уровень сервиса; нами также запланировано появление многих интересных новинок в ассортименте».

Петр Нечипоренко, директор по маркетингу «ТД Лузар»: «Итоги 2013 года еще раз доказали тенденцию уменьшения нашего основного «целевого потребителя» – автомобилей «ВАЗ» и «ГАЗ». В рамках этой тенденции проходит рост емкости рынка запчастей для иномарок. Еще одна тенденция – негативная ситуация в экономике России, которую можно назвать «латентным кризисом». Это приводит к экономии на запчастях. Еще одна более спорная тенденция – изменение климатических условий, приводящее к «сглаживанию» сезонных колебаний и к смещению «реальных» времен года. И наши наблюдения, связанные с корреляцией «погода-продажи», подтверждают эту тенденцию.

Хочется отметить первые шаги компании в сфере поставок радиаторов на автозаводы «Volkswagen Russia» (Калуга) и «АвтоТор» (Калининград). В этом мы видим перспективы для развития компании и увеличения доли рынка радиаторов LUZAR. Значимым событием стало начало производства «грузовых» радиаторов для «ГАЗ» и «КАМАЗ» – это открывает для нас новый сегмент рынка. Отметим также рост объемов реализации радиаторов LUZAR для иномарок, расширение ассортимента, начало работы с новыми партнерами. Хочется сказать о важном шаге, сделанном нами в ушедшем году. Мы нача-

ли организацию производства новых типов радиаторов с передовой конструкцией и рассчитываем начать их выпуск в 2014 году».

Сергей Кряквин, директор Управления маркетинга и рекламы «БИГ Фильтр»: «Основным фактором влияния на рынок автокомпонентов в 2013 году стало снижение покупательской активности, вызванное ухудшением экономической ситуации. Его последствия испытал и первичный, и вторичный рынки. Прошло время веры потребителя в «псевдозападные» бренды. На смену приходит трезвый расчет; предпочтение отдается фильтрам известных производителей, а не перекупщиков».

В канале продаж СТО растет интерес к продукции отдельных российских предприятий новой формации, поставщиков глобальных OEM. И это объяснимо – при доступной цене они обеспечивают рынок автокомпонентами уровня «оригинала».

«БИГ Фильтр» и в 2013 году продемонстрировал стабильный рост, причем, благодаря многократному приросту продаж фильтров для иномарок. Удалось расширить и географию экспортных поставок, в том числе и

на зарубежные предприятия автоконцернов. В этом году компания будет отмечать свое 25-летие. В планах - развивать сотрудничество с зарубежными автоконцернами; завершить начатую в прошлом году реорганизацию производственно-складского комплекса; приступить к разработке и изготовлению комплекса системы забора воздуха Air Intake System».

Евгений Бедняков, управляющий подразделением SOGEFI Group по странам СНГ: «В 2013 году консолидация импортеров запчастей в России ускорилась. Серьезные игроки определились с европейским закупочным союзом. Появились задатки общенациональных объединений независимых дистрибьюторов. Переход из канала продаж магазинов в канал СТО - другой важный момент, который будет формировать рынок в ближайшие годы. Спрос выровнялся, и благодаря разумным логистическим программам большинства дистрибьюторов и грамотным подходам к закупкам сезонные пики исчезли».

SOGEFI продемонстрировала рост по всем брендам, поставляемым в Россию, и перевыполнила бюджет 2013 года. В ассортимент были введены порядка 100 новых позиций,



Петр Нечипоренко,
директор по маркетингу
«ТД Лузар».



Сергей Кряквин,
директор Управления маркетинга и рекламы «БИГ Фильтр».





- Долгий срок службы - более **100 000 км** пробега
- Бесшумная работа в движении
- Повышенный запас прочности

Реклама

ШРУСЫ

НАДЕЖНАЯ РАБОТА
- КАК НИ КРУТИ!

Товар сертифицирован
Соответствует требованиям Технического регламента
«О безопасности колесных транспортных средств»
(Постановление Правительства РФ от 10.09.2010 г. № 720)



Евгений Бедняков,
управляющий подразделе-
нием SOGEFI Group по стра-
нам СНГ.

из них 10 на наиболее продаваемые авто-
мобили в Европе. Рост бизнеса в России был
достигнут благодаря активизации существую-
щих клиентов, а не за счет набора новых
игроков. В 2014 году мы рассчитываем на
рост реализации фильтров Purflux - 95%
конвейера любого французского производи-
теля, и соответственно всех новых моделей
«АВТОВАЗа» и бренда для грузового и боль-
шегрузового транспорта, закрывает SOGEFI
PRO».



Николай Янковский,
глава службы по развитию
сети «Бош Авто Сервис».

Игорь Галахов, продукт-менеджер Bosch по диагностическому и гаражному оборудованию: «В 2013 году в сфере диагностического оборудования появлялись новые марки и расширялся ассортимент азиатских производителей. Главный «вызов» рынка заключается в увеличении разнообразия автопарка. Bosch отвечает на это прогрессивным программным обеспечением ESI [tronic] 2.0 и выпуском регулярных обновлений для него. Сканеры Bosch с таким ПО успешно справляются с диагностикой электронных систем самых разных автомобилей. Нельзя не отметить и усложняющуюся конструкцию машин, и более строгие требования к квалификации механиков и диагностов. Bosch реализует обучающие программы, на которых рассказывает обо всех новых системах, и в том числе, дает возможность прохождения дистанционного обучения.



Тимур Имнаишвили,
директор по маркетингу
Federal-Mogul в России и
странах СНГ.

Одним из наиболее важных проектов стало начало сотрудничества с лизинговой компанией «ВТБ 24 Лизинг». Было заключено соглашение, по которому оборудование Bosch можно купить в лизинг на специальных условиях. Для некоторых предпринимателей это станет возможностью приобрести высококачественное оборудование».



Эдуард Дигель,
генеральный дирек-
тор «НГК Спарк Плагс
(Евразия)».

Николай Янковский, глава службы по развитию сети «Бош Авто Сервис»: «В наступившем году мы планируем открыть 90 новых станций сети «Бош Авто Сервис». Отмечу, что за прошедший год сеть пополнилась 80 новыми станциями. Работа СТО в отношении «классических» услуг, например, ТО и ремонт ходовой части, была и остается на приемлемом уровне с точки зрения качества, и улучшилась по скорости работ. За 2013 год в крупных городах мы увидели позитивный тренд в отношении качества работы и скорости служб доставки запчастей в СТО у большинства наших дилеров. В отношении решения новых запросов (а они касаются, прежде всего, проблем с бортовой электроникой) мы видим много проблем в

сфере СТО, связанных как с нехваткой высоко-
технологического оборудования, так и с низ-
кой квалификацией сотрудников».

Тимур Имнаишвили, директор по маркетингу Federal-Mogul в России и странах СНГ: «Прошедший год стал успешным для Federal-Mogul в России. Хочу отметить высокие результаты по новому бренду Beru и сложившиеся в 2013 году хорошие условия для развития бренда Champion. В настоящее время продукция Beru, представленная в премиальном сегменте, имеет более прочные позиции, а потому мы планируем направить усилия на укрепление позиций бренда Champion. Доля Federal-Mogul на мировом рынке свечей зажигания в дальнейшем будет расширяться, несмотря на то, что этот сегмент рынка падает. Стимулировать спрос в этом сегменте компания планирует за счет вывода новых продуктов. Наибольших успехов удалось достичь в сегменте подвесок и рулевого управления, где продукция компании представлена под брендом Moog. Эта марка является абсолютным лидером на рынке Северной Америки. В России позиции слабее, так как Moog появился здесь, как и в Европе в 2002 году. За 12 лет присутствия бренд смог выйти на второе место на европейском рынке. Что касается товарной группы «детали двигателя и уплотнения», этот сегмент не демонстрирует сильное падение, он в большей степени стабилен.

В сегменте фрикционных компонентов в 2013 году Ferodo достиг больших успехов. В 2014 году мы планируем усиливать позиции этого бренда в России. Ferodo – номер один в Европе на рынке тормозных элементов. Federal-Mogul лидирует на мировом рынке колодок по объемам продаж и поставок на конвейер. Доля концерна в этом сегменте составляла 27% (на первичную комплектацию), а после покупки фрикционного подразделения компании Honeywell, которая имела 12% рынка, доля существенно увеличится. Мы планируем продвигать в России бренд Ferodo «в связке» с продукцией Moog. И то, и другое – сервисные продукты, и совместное продвижение будет более эффективным.

Главным событием для Federal-Mogul в России в 2014 году станет открытие склада в подмосковной Истре. В тестовом режиме отгрузки продукции со склада начнутся уже в марте, а в мае состоится его официальное открытие».

Эдуард Дигель, генеральный директор «НГК Спарк Плагс (Евразия)»: В 2013 году

заметно снизились темпы роста рынка автокомпонентов. При этом объемы продаж в сегменте «отечественных автомобилей» сократились, а в «иномарочном сегменте» был отмечен некоторый рост. Наблюдалось усиление конкуренции как среди дистрибьюторов, так и среди поставщиков.

Многие игроки снижали цены, что привело к снижению уровня рентабельности отрасли в целом и повышению рисков банкротства отдельных компаний. Несмотря на перечисленные факторы, компания NGK остается верной своей стратегии, ориентированной на улучшение качества оказываемых услуг. В 2013 году в России был открыт склад и новое сбытовое подразделение компании, что позволило усилить позиции на рынке. В 2013 году наблюдалось повышение спроса на продукцию в низком ценовом сегменте. В сегменте систем зажигания автолюбители по-прежнему отдают предпочтение премиум брендам, так как влияние качества, например, свечей зажигания на рабочие характеристики автомобиля весьма ощутимо.

В России СТО в основном оказывают услуги по замене компонентов, забывая о комплексном подходе к решению проблем клиентов. При этом тенденция к росту количества СТО, предлагающих продажу запчастей и качественный сервис очевидна, особенно в крупных городах, где формат СТО+магазин набирает обороты. NGK вносит свой вклад в развитие СТО, предлагая действующую программу сертификации, которая помогает оптимизировать продажи и поднять сервис в сегменте систем зажигания на качественный уровень.

Инвестиции, сделанные в усовершенствование клиентского сервиса, позволили нам увеличить продажи и закрепить лидерство в сегменте систем зажигания на вторичном рынке России, Белоруссии и Казахстана. Активно развивается наша новая товарная группа – катушки зажигания, постоянно появляются новинки в линейках свечей зажигания и кислородных датчиков. Несмотря на прогнозируемую стагнацию российского рынка в 2014 году компания NGK полна оптимизма. Наш ассортимент будет расширяться, мы будем инвестировать в логистику и в маркетинг, предлагая программы стимулирования продаж. В скором времени мы запустим в России специализированную программу, ориентированную на СТО, которая призвана помочь увеличить продажи в этом сегменте.

www.osram.ru

Зв1:

противотуманные фары +
дневные ходовые огни +
поворотный свет



LEDDriving® FOG



- Не имеет аналогов
- LED: яркий дизайн и энергоэффективность
- Замена ПТФ диаметром 90 мм
- Большой срок службы

OSRAM 