



№5 (24) ВІД. 29.05.15

ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ
АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Review

AUTOMOTIVE INDUSTRY

ВІЙНА ЗА ПОВІТРЯ

Боротьба з глобальним потеплінням не могла обійти стороною автомобілебудівну галузь. Уже в найближчому майбутньому на неї очікують зниження рентабельності, злиття та поглинання, а також можливе банкрутство деяких компаній



Rewiev
AUTOMOTIVE INDUSTRY

№5 (24) від 29.05.15

Офіційне видання
Федерації роботодавців
автомобільної галузі

Редактори:
Чепіжко О.С.
Шендеровський С.К.
Богатирчук О.В.
Соколова К.О.

review@fra.org.ua
fra.org.ua

В розділі «Виробництво»
використані дані Асоціації
«Укравтопром».

В розділі «Продажі»
використані дані ІАГ AUTO-
Consulting.

Росповсюджується
безкоштовно в
електронному вигляді.

ПОПЕРЕДНЄ СЛОВО

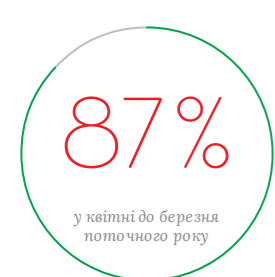
Хочемо вас порадувати: у європейського автопрому все гаразд. На фоні повільного, але стабільного економічного зростання, продажі нових легкових авто ростуть двадцятий місяць поспіль. Ми, наприклад, можемо порадіти за PSA, яка під керівництвом нового виконавчого директора отримала імпульс для відновлення, а, головне, віру у свої сили.

Боротьба з викидами поки теж не нанесла серйозної шкоди автомобілебудівникам, хоча невизначеність регуляторного середовища і посилення екологічних вимог, ми певні, коштували безсонних ночей не одному генеральному директору.

ПРОДАЖІ ЛЕГКОВИХ АВТО



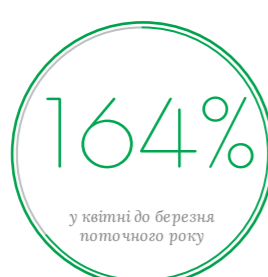
ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

ВИРОБНИЦТВО
ВАНТАЖНИХ АВТО

65%

у квітні 2015
до квітня 2014

74%

за 4 місяці 2015
до 4 місяців 2014ВИРОБНИЦТВО
АВТОБУСІВ

26%

у квітні 2015
до квітня 2014

42%

за 4 місяці 2015
до 4 місяців 2014

* дані продажів нових легкових авто надано IAG AUTO-Consulting
** дані виробництва автотранспортних засобів надано
Асоціацією «Укравтопром»



БІЗНЕС ОТРИМАВ ЗАХИСНИКА

При Кабінеті міністрів України відкрився новий постійнодіючий консультативно-дорадчий орган – Офіс бізнес-омбудсмену України, який, за підтримки Європейського банку, буде захищати український бізнес від української держави

Розпочав свою роботу Офіс бізнес-омбудсмену України, який є постійнодіючим консультативно-дорадчим органом.

Ініціатива України в боротьбі з корупцією була підтримана Європейським банком реконструкції та розвитку. За результатами підписання Меморандуму про взаєморозуміння між Урядом України, міжнародними організаціями та кількома бізнес-асоціаціями, ЄБРР прийняв рішення про виділення 1,5 млн. євро на рік для фінансування офісу бізнес-омбудсмена.

За одноголосним поданням Ініціативної групи із боротьби із корупцією Кабінет Міністрів України затвердив на посаду бізнес-омбудсмена України Альгїрдаса Шемета.

Відповідно до Регламенту, підприємці можуть подавати скарги бізнес-омбудсмену, якщо вважа-

ють, що орган державної влади, підконтрольна державі компанія або чиновник порушив їх права, повідомляє прес-служба бізнес-омбудсмена.

Скаргу може подати будь-яка фізична або юридична особа, яка займається підприємницькою діяльністю в Україні, онлайн через веб-сайт, електронну або поштову адресу організації.

Бізнес-омбудсмен має право також ініціювати власне розслідування, якщо дізнається про порушення прав підприємців з будь-яких інших джерел, включаючи ЗМІ.

«Ми офіційно починаємо розглядати скарги від підприємців, – зазначив Альгїрдас Шемета. – Команда Ради, в якій працюють фахівці з досвідом у юриспруденції, аудиті та управлінні ризиками, детально розслідуватиме кожну справу, аби створити сприятливі умови для ведення бізнесу в Україні».

Бізнес-омбудсмен не розглядає скарги стосовно справ, що знаходяться на судовій стадії чи в арбітражі, скарги щодо справ, які вже розглянуті судом чи арбітражем, а також скарги приватного бізнесу один на одного. Омбудсмен також не розглядає скарги, коли сторона, яка зазнала впливу недобросовісної поведінки не вичерпала принаймні одну інстанцію адміністративного оскарження, доступного такій стороні, згідно із чинним законодавством та внутрішніми правилами сторони щодо якої подана скарга.

Термін давності дій органів державної влади, на які може бути подана скарга, – не більше одного року.

З детальною інформацією про умови роботи офісу бізнес-омбудсмена та Регламентом роботи офісу бізнес-омбудсмена Ви можете ознайомитись на сайті Федерації роботодавців автомобільної галузі.



СТРАТИТИ НЕ МОЖНА ПОМИЛУВАТИ

Федерація роботодавців автомобільної галузі висловлює своє занепокоєння прийняттям Закону України «Про особливості здійснення правочинів з державним, гарантованим державою боргом та місцевим боргом»

Не далі як позавчора Уряд у вражаюче злагодженому тандемі з Парламентом, у вельми, до слова сказати, стислі для подібних рішень терміни поставили кому в цьому класичному реченні, простягнувши руку допомоги ... Собі!

Проголосувавши за урядовий законопроект, Парламент надав Кабміну та місцевим адміністраціям право вводити мораторій на виплату за боргами перед зовнішніми комерційними кредиторами для захисту національних інтересів.

Що ж, крок вельми раціональний, зважаючи на складнощі переговорного процесу з реструктуризації зовнішнього суверенного боргу. Ось тільки уряд у відчайдушній спробі врятувати себе, не побачив за деревами ліс. Адже питання ведення переговорів про реструктуризацію боргів актуальний не тільки для державного, а й для приватного сектора, адже:

- Очевидно, що реальний сектор чутливий до макроекономічної дестабілізації, падіння економіки і девальвації національної валюти не менше, а навіть більше, ніж державний, зважаючи на підтримку останнього у форматі більш доступного фондування і «подушки безпеки» у вигляді макрофінансової допомоги ЄС, МВФ та інших співчуваючих організацій. Доступи на ринки довгого і дешевого капіталу у приватного бізнесу вкрай обмежені, як через низький, якщо не сказати більше, кредитний рейтинг країни, так і зважаю-

чи на високі ризики капіталовкладень в поточних умовах.

- Очевидно, що приватні підприємства країни працюють в тій же країні, що і держпідприємства і мають ті ж, а частіше, навіть гірші умови, що і держсектор.
- Очевидно, що приватний бізнес втратив майже половину експортного ринку із закриттям ринку РФ, при тому, що, нібито «альтернативний», ринок ЄС і досі залишається недоступним, зважаючи на адміністративні бар'єри для входу в форматі технічних вимог та регламентів, квот, так, а також тарифного регулювання.
- Очевидно, що воює не тільки Уряд, воює вся країна і, в першу чергу, бізнес, несучи колосальне навантаження у формі фіскального тиску, зниження виручки і обігу, а також пересічні громадяни - населення країни.
- Очевидно, що бізнес не менше, ніж держсектор, має потребу в інструментах для реструктуризації своїх боргів. Якщо у випадку з Урядом, такий інструмент присутній і дозволить уникнути негативних наслідків в тій чи іншій мірі, за допомогою використання регуляторного середовища, то екстраполяція подібних підходів на приватний сектор (у формі призупинення обслуговування боргових зобов'язань), потягне за собою значні негативні наслідки у формі судових тяжб, аж

до стягнення заставного майна.

- Очевидно, що в поточних реаліях спаду економіки та продовження військових дій на сході країни, як бізнес, так і держсектор знаходяться в однаково несприятливих умовах з колосально високим рівнем боргового навантаження без потенційно реальної можливості обслуговування боргу, без залучення нових позикових коштів на несприятливих умовах. Коло замкнулося.
- Очевидно, що якщо корабель іде на дно, капітанський місток теж не врятувати. Вони потонуть разом. Це не питання ймовірності, а питання часу.
- Очевидно, назріває раціональна і невідворотна необхідність прийняття аналогічних регуляторних умов для бізнесу.

Очевидно, що без адекватних і, що важливо, своєчасних дій з розширення аналогічного підходу для бізнесу у форматі нормативно-правового акту - втрати приватного сектора будуть колосальними.

Питання давно вже перейшло з площини: «Яка ймовірність вижити?» - В площину: «Бути чи не бути?» - для більш, ніж восьми тисяч підприємств, що генерують близько 70% ВВП, інтереси яких представляє Федерація роботодавців України. Будемо оптимістичні - шанси є завжди; будемо реалістичні - з кожним днем вони стрімко наближаються до нуля.

ВЕЛИКА ДВАДЦЯТКА

Продажі нових автомобілів в Європі ростуть вже 20 місяців поспіль. «Автомобільне диво» пояснюється стабільним, хоч повільним, економічним зростанням, а також виходом на ринок нових моделей Renault, BMW і Fiat Chrysler

Кількість реєстрацій автомобілів у квітні поточного року, в порівнянні з минулорічним показником, зросло на 6,9% і склало 1,16 млн авто, повідомляє Асоціація європейських виробників автомобілів (АСЕА). Це дещо гірше, ніж у березні, коли авторинок показав 10,6-відсоткове зростання, але, тим не менш, це найкращий квітневий результат з 2009 року.

Усі ключові ринки Європи показали зростання. Найбільше автовиробників порадувала Італія (+24,2%), Німеччина (+6,3%) та Великобританія (+5,1%). Іспанії (+3,2%) і Франції (+2,3%), що також вдалось перевершити свій показник квітня 2014 року.

Продажі за чотири місяці підскочили на 8,2% і склали 4,69 млн автомобілів. Найбільше такому підйому сприяв автомобільний ринок Іспанії (+23,9%), Італії (+16,2%), Великобританії (+6,4%), Німеччини (+6,4%) та Франції

(+5,6%).

Окремо аналітики відмічають зростання продажів у Великобританії, які у квітні досягли найвищого значення за 10 років, та Італії, де передбачувана інтенсивність продажів за рік стала найвищою з вересня 2011 року. Це відображає оптимізм споживачів на обох ринках.

«Європейський авторинок в даний момент перевершує всі очікування, і квітень підтвердив цю тенденцію. Економіка країн Європи розвивається добре, що допомагає підвищити продажі автомобілів», - заявив Юрген Піпер, аналітик Bankhaus Metzler.

Ймовірніше за все, зростання продажів автомобілів в країнах Європи продовжиться. Ділова впевненість в Німеччині, найбільшій європейській економіці і найбільшому ринку автомобілів, в квітні досягла максимального значення за 10 місяців після того як економічне зро-



Вихід нових моделей, наприклад, Renault Captur, внесли суттєвий вклад в поживлення продажів на європейському ринку

стання країн Єврозони прискорилось в I кварталі.

Свій вклад у зростання продажів зробив і вихід на ринок нових спортивних позашляховиків Renault Captur, Jeep Renegade від Fiat Chrysler і BMW X5, до виходу яких автовиробники підготували потенціальним покупцям суттєві знижки.

Наприклад, дилерські знижки в Німеччині в квітні склали в середньому 12% від початкової ціни в порівнянні з 11,7% роком раніше.

Серед компаній, що пропонують максимальні знижки, були також Fiat і Renault. Продажі останнього, третього за величиною виробника автомобілів в регіоні, підскочили в минулому році в Європі на 15%. Хетчбеки Clio і Captur продавалися найкраще: вони стали четвертими за популярністю моделями у Франції за чотири місяці, включаючи квітень.

Одним з найбільш вдалих перші чотири місяці поточного року стали і для VW Group, продажі якої зросли на 8,3% (+5,4% квітень 2015 до квітня 2014). Найбільших успіхів досягли марки Porsche (+39,3%), SEAT (+11%) та Volkswagen (+9,4%). Skoda за чотири місяці показала 6,7-відсоткове зростання продажів.

Продажі групи Fiat Chrysler в регіоні зросли на 13%, в цей же час майже в три рази збільшився попит на сімейство Jeep і на 9,7% - на марку Fiat, чому сприяла поява нової моделі 500X SUV.

BMW, найбільший виробник автомобілів класу люкс у світі, в квітні продав у Європі на 12% більше автомобілів, в основному продажів автомобілів Mini, серед яких з'явилася нова п'ятидверна версія базового хетчбека. Продажі самої марки BMW виросли на 7,8%. Баварський автовиробник заявив, що X5 і X6 SUV входять в число моделей, що забезпечили найбільш інтенсивне зростання продажів в марки по всьому світу в минулому місяці.

Продажі Daimler AG в Європі різко зросли на 7,8% завдяки зростанню на 56% продажів лінійки Smart, яка поповнилася модернізованою версією двомісного міського автомобіля і новим чотиримісним варіантом. Марка Mercedes-Benz, третій в світі виробник автомобілів класу люкс, також продала на 3% більше машин.

Продажі VW Group зросли на 8,3%, завдяки успіхам Porsche (+39,3%), SEAT (+11%) та Volkswagen (+9,4%)

Італія, Німеччина, Великобританія, Іспанія і Франція - ключові європейські автомобільні ринки - демонструють зростання

ВІЙНА ЗА ПОВІТРЯ

Зниження викидів CO₂ – одна з поточних ключових тенденцій та чи не найбільший «головний біль» автовиробників від Європи до Китаю

У світі, де боротьба за кожен грам чистого повітря щороку стає відчайдушнішою, що більше уваги приділяють автомобілям. Вони – одне з основних джерел техногенних викидів CO₂. Дорожній транспорт, за найоптимістичнішими оцінками, спричиняє близько 16% викидів CO₂.

Щорічно європейська автомобілебудівна галузь інвестує 40 млрд. євро у R&D, зкеровуючи основні зусилля своїх лабораторій на розробку нових та вдосконалення наявних технологій паливної ефективності. Щоправда, таку діяльність не завжди можна назвати «благодійним внеском» у екологічну

безпеку. Більшість витрат обумовлено жорсткою політикою Європейського Союзу, покликану скоротити викиди діоксиду вуглецю та інших шкідливих елементів для нових автомобілів.

Світові прої автомобілів істотно зросли за останні десять років. Це зростання було обумовлене продажами на перспективних ринках, перш за все, Китаю. Очікується, що в найближчі десять років зростання триватиме, аж поки кількість автомобілів на тисячу населення азійських країн не досягне аналогічних європейських показників. В такій ситуації єдиним шляхом зниження або стабілізації



кількості викидів CO₂ є зменшення викидів кожного окремого транспортного засобу.

Більшість країн світу законодавчо знижують рівень максимальних викидів CO₂ для автомобілів, що виробляються або експлуатуються на їх території. Одні з найсуворіших вимог поставив перед автовиробниками Європейський Союз. У 2021 усі нові автомобілі виробників повинні будуть відповідати показникам максимального середнього значення, що дорівнює 95 г/км і значно нижче за поточні 135 г/км. Після 1 січня 2021 року за кожне продане авто, що не відповідає екологічним вимогам (продукує більше 95 г діоксиду вуглецю), автовиробникам доведеться сплачувати по 95 євро за кожен грам перевищення норми для кожного транспортного засобу. І якщо фінансові втрати автовиробників ще можна буде підрахувати (власне, зробити це буде доволі просто), то репутаційні втрати не беруться оцінити навіть невинуваті песимісти.

Щоправда, за прогнозами, з 2020 року Єврокомісія видаватиме кредити на велими вигідних умовах для автовиробників, які зможуть знизити викиди своїх авто до 50 г CO₂/км.

Подібно до стандартів SAFE у США, зниження викидів у ЄС – є комплексним складним показником, значення якого залежить від кількості проданих авто та їх ваги. Загалом, формула визначення показника надає автовиробнику можливості балансування модельного ряду, задля

утримання показників викидів CO₂ у заданих інтервалах.

Гарною новиною є те, що усі європейські виробники змогли досягти цілі 2015 року після зниження викидів свого модельного ряду до 130 г CO₂/км. Більшість з них зробили це навіть на два роки раніше запланованого терміну.

Поганою новиною є те, що досягнення 95 г CO₂/км викидів у 2020 році – набагато складніше завдання.

Двигуни з системою «старт-стоп», які, у більшості своїй, забезпечили дострокове досягнення результатів, були, відносно, легкими у реалізації. Цілі 2020 року потребуватимуть куди більших ресурсів на дослідження та розробку нових технологій та матеріалів.

Згідно інформації Європейського агентства з навколишнього середовища, до 2021 року найбільшого успіху вдасться досягти Fiat-Chrysler, викиди якого повинні досягти 89 г CO₂/км. Найгірша ситуація спостерігається у модельному ряді Daimler, який, за прогнозами, забруднюватиме атмосферу з показником 106 г CO₂/км, що майже на 5% більше максимального допустимого значення. Volkswagen, BMW, Daimler та Jaguar Land Rover, скоріше за все, не зможуть досягти цільових показників CO₂ до 2021 році. І це може стати серйозним викликом для європейського автопрому.

За попередніми оцінками, якщо першій

десяти європейських автовиробників не вдасться зменшити викиди CO₂ до цільових показників, їм доведеться сплатити 30 млрд євро штрафів. І продовжити роботу по скороченню витрат до наступних цілей Єврокомісії на 2025 рік – 68-78 г CO₂/км.

Технології зниження викидів

Усі провідні автовиробники інвестують у наукові розробки, направлені на зниження викидів CO₂ у своїх авто. Незважаючи на те, що цієї мети можна досягти декількома різними шляхами, більшість зусиль дослідницьких лабораторій зосереджено на двигунах транспортних засобів. Існує декілька типів інновацій:

Підвищення ефективності двигунів внутрішнього згорання

Зменшення маси двигуна у поєднанні з технологією турбонаддуву – одна з найпопулярніших новацій, широко розповсюдженої на європейському автомобільному ринку. Конкуренцію їм можуть скласти лише системи «старт-стоп». Галузеві експерти відзначають, що ефективність двигуна внутрішнього згорання, як і раніше, є далекою від ідеальної, тому «фронт робіт» на цьому напрямі майже безмежний.

Гібридні силові установки

Поєднання двигунів внутрішнього згорання та електричних двигунів, насправді, не є надто інноваційним прийомом. Ще у 1997 Toyota представила модель з подібною силовою установкою – це

був Prius. З того часу авто зі схожою архітектурою користуються величезним попитом на ринку. У багатьох випадках, успіх пояснюється посиленням правил норм викидів у поєднанні із фіскальними стимулами на придбання авто.

Електричні двигуни

Популярність повністю електричних двигунів також набирає оберті. Власне, «нове дихання» електромобілі отримали завдяки Tesla Model S – авто унікальне не тільки своїми технологічними новаціями, а й унікальною культурою, яку автовиробнику вдалось створити навколо моделі. Традиційні автовиробники також вийшли на цей ринок. Наприклад, BMW, на базі електричного двигуна розробляє модель I3. Інші виробники, такі як Volkswagen та Volvo, намагаються «електризувати» свої успішні серійні моделі.

Двигуни на паливних елементах

Незважаючи на те, що експерти доволі скептично оцінюють потенціал авто на паливних елементах, перш за все, через необхідну для них інфраструктуру, ми гадаємо, що у цієї технології є велике майбутнє. Паливні елементи використовують водень для вироблення електроенергії. Toyota, яка вела розробки подібної силової установки ще з середини 1990-х, лише в 2013 році представила модель Mirai, що використовує технологію паливних елементів. Свою долю на ринку подібних авто отримали також Hyundai, BMW

та інші автовиробники, які представили або ще працюють над двигунами із використанням технології паливних елементів.

Існують й інші методи зменшення викидів CO₂ автомобілів, аніж розробка нових двигунів. Наприклад, зниження ваги автомобілів, що дозволяє їм використовувати менше енергії для набору швидкості. Залучення таких альтернативних матеріалів, як високоміцна сталь, алюміній або вуглецеве волокно, дозволяють суттєво знизити вагу авто без втрати жорсткості його конструкції. До прикладу, тринадцяте покоління пікапів Ford F150 полегшало майже на третину тонни, завдяки алюмінію, який використовували для будівництва кузова.

Іншою порівняно дешевою технологією для зменшення викидів є зменшення тертя між авто та дорожнім покриттям. Виробники шин активно експериментують з матеріалами, що зменшують тертя, але забезпечують достатнє зчеплення авто за будь-яких умов водіння.

Посилення всесвітніх стандартів норм викидів CO₂ приводить нас до логічного висновку: величезні витрати на науково-технічні розробки зможуть витримати далеко не всі виробники. BMW вже зазначив, що збільшення витрат на науково-технічні розробки може мати негативний вплив на маржу, але BMW з її високою рентабельністю може собі це дозволити. Іншим виробникам, зокрема, Peugeot, у зв'язку

з тяжкою ситуацією на європейському ринку, навіть довелося скоротити витрати на R&D. Як це вплине на продажі автовиробника, сказати поки важко, але, скоріше за все, нічого доброго з цього не вийде.

Необхідні витрати на дослідження і розробки можуть спровокувати подальші злиття та поглинання у галузі. І, мабуть, подібні переговори уже ведуться.

Постачальники автозапчастин, які, мусимо визнати, грають активну роль у запровадженні технологій зі зменшення рівню викидів CO₂, отримують найбільш вигоди в умовах посилення правил гри. Продукція таких компаній, як Valeo та Robert Bosch, останнім часом користується великим попитом. У найближчі роки компанії продовжать інвестувати у нові продукти та зростати швидше, ніж ринок загалом.

Отже, вимоги щодо викидів CO₂ для автомобілів зараз посилюються у всьому світі. Це, без сумнівів, спричинить докорінні зміни в автомобілебудівній галузі: злиття та поглинання, збільшення витрат на розробки, а також посилення ролі виробників компонентів та комплектуючих. Здається, нас очікує доволі цікаве десятиліття, з якого, на жаль, не усі автовиробники зможуть вийти без втрат. Сподіваємось, хоч це піде на користь екології.

ТЕХНОЛОГІЧНИЙ НЕЙТРАЛІТЕТ

Нестабільність європейського регуляторного середовища, яке віддає перевагу, то одній, то іншій автомобільній технології, на думку виробників, шкодить галузі

Європейські автовиробники закликають до дострокової ясності законодавства, яке регулює виробництво, продажі та експлуатацію автомобілів з дизельними двигунами. Це закономірна відповідь на політику європейських урядів, які почали скасовувати деякі преференції та пільги виробникам та покупцям авто з дизельними силовими агрегатами, надаючи схожі пільги та преференції виробникам та

покупцям авто з електричними силовими агрегатами. Урядовці європейських країн, вважають, що транспортні засоби з двигуном внутрішнього згорання несуть основну відповідальність за забруднення повітря.

«Європейська промисловість вклала величезну кількість грошей у розробку дизелів стандарту «Євро-6». Тепер ми чуємо заклики до скорочення [використання] або й відмови

6
DIESEL

від дизелів. Це нереально. Ця галузь потребує довгострокової стратегії», – сказав Automotive News Europe генеральний директор Renault-Nissan Карлос Гон.

Дизельні автомобілі, на які припадає трохи більше половини всіх продажів нових автомобілів в Європі в минулому році, популярні, перш за все, через свою економність. Вони витрачають, приблизно, на 15-20% менше палива, аніж їх бензинові «родичі». Крім того, саме по собі дизельне паливо дешевше за бензин у багатьох європейських країнах, у зв'язку з особливим (пільговим) режимом оподаткування імпорту та продажів. Але найближчим часом це може змінитись.

Уряд Франції, наприклад, збирається поступово вирівнювати податки на дизельне паливо і бензин, щоб заохочувати людей відмовитися від своїх дизельних автомобілів. Сеголен Руаяль, французький міністр енергетики, переконана, що Франція повинна відмовитися від дизельного палива для скорочення викидів оксидів азоту, які є основною причиною смогу в містах. «Забруднення повітря – це серйозна проблема для громадського здоров'я, – вважає вона. – Шістдесят відсотків населення Франції дихає не здоровим повітрям».

Окрім того, починаючи з травня поточного року, французький уряд також виплачуватиме 10 тис. євро (10,78 тис. дол. США) покупцям електромобілів, які вирішили утилізувати своє дизельне авто. Муніципалітет лон-

донського боро Іслінгтон підняв вартість за паркування авто біля будинків для власників дизельних авто. Тепер вона вища, ніж аналогічний бензиновий показник.

Автовиробники стверджують: стандарти викидів двигунів Євро-6, що надійдуть у продаж у вересні цього року, повинні зняти проблеми забруднення дизельними двигунами з порядку денного.

«Рівень видалення шкідливих речовин у «Євро-6» феноменальний», – сказав журналістам генеральний директор FCA Серджіо Маркіонне на Женевському автосалоні.

Згідно з даними Співки автовиробників і автотрейдерів Великобританії, кількість оксиду азоту, що потрапляє в атмосферу з відпрацьованими газами дизельних двигунів, з 2001 року скоротилась на 84% до 0,08 грамів на кілометр пробігу.

Автомобільні виробники стурбовані «анти-дизельними настроями», тому що популяризація та поширення дизельних двигунів, в більшості випадків, є їх основною (і, ймовірно, найбільш реальною) стратегією скорочення витрат викидів вуглекислого газу до 2020 року, відповідно до стратегії Європейського союзу.

«Без дизельних двигунів та дизельного палива не буде 95 грамів в 2020 році, – переконаний виконавчий директор PSA/Peugeot-Citroen Карлос Таварес. – Якщо ми дійсно щирі у своїй боротьбі з



Генеральний директор Renault-Nissan Карлос Гон переконаний, що європейська автомобілебудівна галузь потребує зваженої, чіткої, довгострокової стратегії

Генеральний директор Fiat Chrysler Automobiles Серджіо Маркіонне хотів би, щоб європейські регулятори трималися подалі від технологій автовиробників

Виконавчий директор PSA/Peugeot-Citroen Карлос Таварес виступає за технологічну нейтральність регулюючих органів ЄС

глобальним потеплінням, то чому ми намагаємось знищити масовий ринок найбільш ефективного для цього інструменту?»

Автовиробники закликають до більш чіткої, довгострокової дорожньої карти, яка б дозволила автовиробникам зменшити їхню залежність від дизелю.

Автовиробники також незадоволені тим, що майбутнє законодавства про викиди для дизельних і бензинових двигунів, не зовсім зрозуміле.

Ключовим питанням є перехід до Світових гармонізованих процедур тестування легкових авто (The Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedures, WLTP) – стандарту визначення рівня забруднюючих речовин і викидів CO₂, а також паливної ефективності малотоннажних транспортних засобів, який зараз розробляється спеціалістами ЄС, Японії та Індії, і, як очікується, буде представлено в жовтні поточного року. Цей стандарт мав до 2020 року замінити поточний Новий європейський їздовий цикл (NEDC) випробування транспортних засобів, але питання буквально «зависло в повітрі».

Велике занепокоєння автовиробників викликає і так звана «поправка Євро 6.2», яка може значно посилити вимоги до викидів та почати діяти вже в 2018 році. Більше того, ця «поправка» може зробити обов'язковим «тест-в-дорозі», коли проби на шкідливі речовини беруть з вихлопної труби. Попередні тести

показують, що реальні викиди шкідливих речовин можуть поховати майбутнє дизельних двигунів стандарту «Євро-6».

«Правила [які збираються ввести] 2018 року далеко не ясні, особливо в частині викидів в режимі реального водіння. Існує величезна невизначеність», – сказав Ендрю Фрейзер, менеджер з калібрування бензинових двигунів Ford Europe.

Аналітична компанія IHS Automotive очікує, що частка авто з дизельними силовими агрегатами впаде нижче 50% у 2020 році.

«Найбільше падіння ми очікуємо у групі мікролітражних авто, оскільки витрати на дотримання нових вимог більше вплине на їх вартість для покупців, ніж, наприклад, на вартість компактних авто», – вважає Паван Потлурі, старший аналітик IHS.

У кінцевому рахунку, автовиробники впевнені, що дизельне паливо несправедливо дискримінують.

«У мене немає жодних проблем з встановлення стандартів. Нехай стандарти працюють, і нехай люди відповідають стандартам. Але не чіпайте технології», – зауважує пан Маркіонне.

Генеральний директор PSA Таварес погоджується з ним: «Регулятори, які не є технологічно нейтральними, несуть величезний ризик для OEM-виробників».

BACK
IN THE **RACE**



ФРАНЦУЗЬКА ВЕСНА

Генеральний директор PSA Peugeot Citroën Карлос Таварес не витратив багато часу на те, щоб змусити автовиробника рухатися в правильному напрямку. PSA вже досягнула низку жорстких цілей, встановлених Таваресом після вступу на посаду головного виконавчого директора

Дві символічні події характеризують те, як Карлос Таварес повернувся до життя другого найбільшого європейського автовиробника всього лиш через рік після необхідного фінансування.

Перша подія відбулася 23 березня цього. У цей день PSA повернувся до французьких порівняльних списків акцій після двох з половиною років відсутності, протягом яких автовиробник ніс мільйонні втрати. Полоса невдач закінчилась у 2014 році. За показниками минулого місяця, ціна за акцію PSA зросла, приблизно, на 50% до 16 євро. 31 березня 2014 року, коли колишній менеджер Renault офіційно став головою PSA Peugeot Citroën, акції його нової компанії коштували, приблизно, 11,3 євро.

Друга подія відбудеться через 18 місяців, коли вищий керівний склад PSA Peugeot Citroën переїде із 50-річного центрального офісу автовиробника у самому серці Парижу до менш вишуканого, менш дорогого передмістя Руель-Мальмейсон на одинадцять кілометрів західніше від міста. Таварес переконує, що тільки цей крок зекономить автовиробнику 50 млн євро на рік. Крім того, це повинно покращити синергію між трьома брендами PSA, тому що лідери Peugeot перебувають у центрі міста в той час, коли голови Citroën і DS – у окремих будівлях за 6 км.

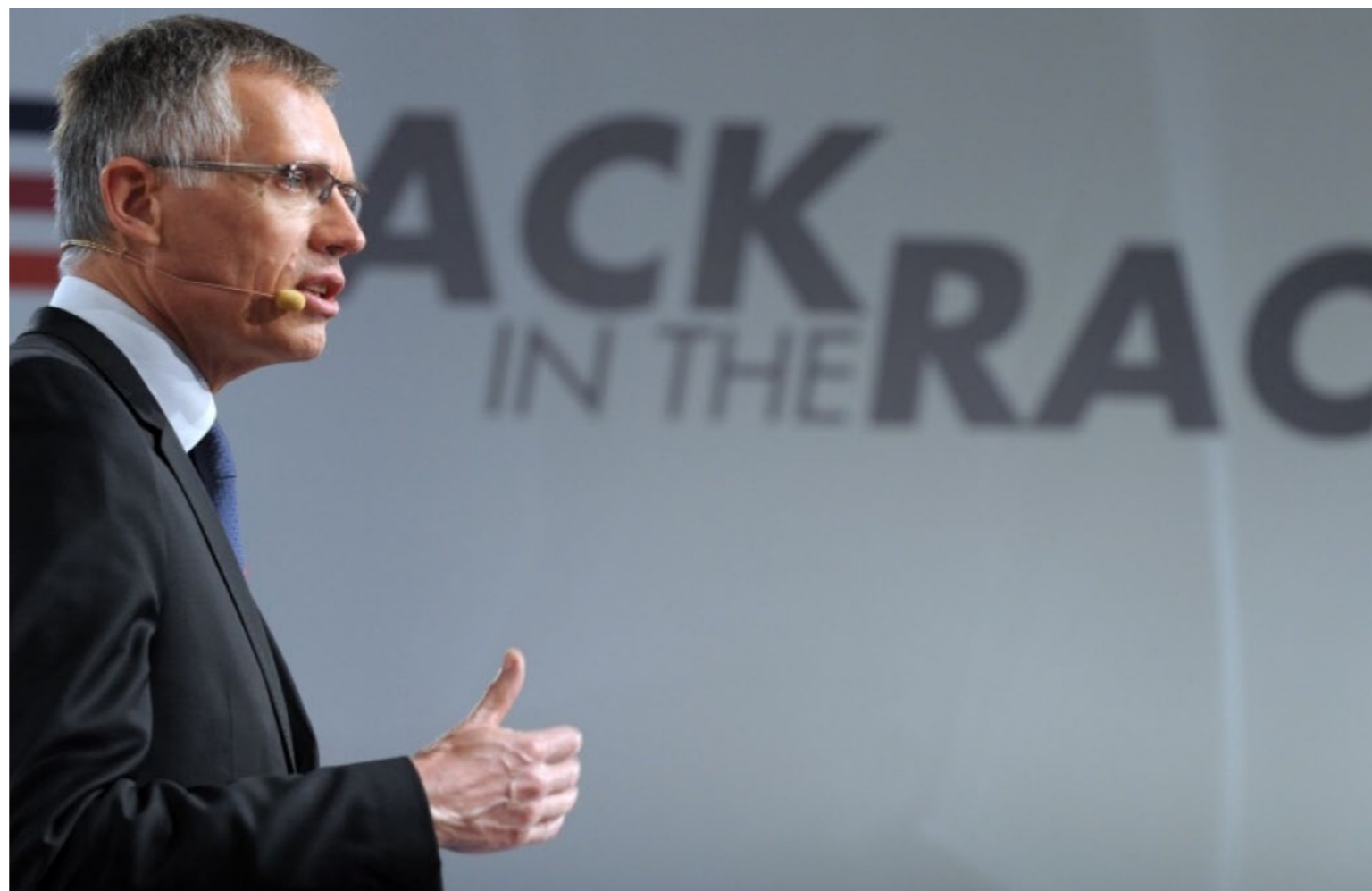
Схожі процеси відбуваються і в виробництві. У 2014 році компанії вдалось зменшити витрати на одиницю

продукції на 730 євро, завдяки «поєднанню ланцюга постачань, виробництва, закупівель і техніки»: «Найбільший прогрес спостерігається у виробничій системі, зокрема, на одному із наших французьких заводів. Ми істотно поліпшили логістику, якість на лінії, скорочення переробок і енергії», – не без гордощів говорить Таварес.

Так само, як і на посаді головного операційного директора Renault, яку він займав з 2011 по 2013 рік, Таварес вжив негайних заходів, щоб вирішити ключові проблеми PSA. Про перші позитивні результати його діяльності автовиробник оголосив у лютому, доповідаючи про фінансові результати за 2014 рік.

Операційний прибуток автомобільного відділу – перший за останні три роки – склав 63 млн євро, що набагато краще 1,04 млрд євро втрат роком раніше. Груповий операційний прибуток склав 905 млн євро проти 364 млн євро збитків у 2013 році. Загальні втрати автовиробника зменшилися до 555 млн євро з 2,23 млрд євро у 2013 році.

Сума, яка за словами Тавареса, його вразила найбільше, це вільний операційний грошовий потік, який, виключаючи одноразовий прибуток і податки, досяг 2,18 млрд євро. Таварес не сподівався досягти такого рівня вільного грошового потоку до 2016 року: «З 2016 по 2018 рік відбуватиметься об'єднання 2 млрд євро оперативного грошового потоку. Позитивний грошовий потік допома-



Одразу після свого призначення Карлос Таварес презентував свій амбітний план «Назад до перегонів», який мав покращити фінансовий стан компанії, збільшити її рентабельність, а, головне, змусити співробітників повірити в себе та в автовиробника

Переїзд центрального офісу компанії з центру до передмістя повинно скоротити витрати майже 50 млн євро щороку. Крім того, об'єднання управлінських команд трьох брендів компанії під одним дахом повинно стати символічним кроком синергії команди

гатиме нам фінансувати майбутні технології та моделі, без яких зростання прибутків неможливе».

Тепер Таварес поставив перед компанією ще жорсткішу мету: довести сукупний операційний грошовий потік до 4,2 млрд євро у 2017 році. Це більше, ніж вдвічі більше за попередню ціль, при тому, що він хоче її досягти на рік раніше запланованого.

Тим не менш, перші успіхи не повинні збивати з пантелику. PSA має ще багато зробити для успішного виконання антикризового плану «Назад до Перегонів». Групі компаній, наприклад, потрібно вдвічі скоротити надлишкові потужності, поліпшити свої роздрібні ціни, зменшити витрати на персонал і скоротити витрати на запчастини. Цей комплекс заходів, сподівається Таварес, дозволить підняти операційну рентабельність до 2% у 2018 році та до 5% у 2023 році. Якщо, звичайно, компанії вдасть навести лад у справах PSA в Росії і Південній Америці.

Аналітики вказують, що 5-відсоткова ціль рентабельності PSA куди менш амбіційна, ніж ціль одвічного суперника – Renault. Останній хоче досягти цього показника вже за два роки – у 2017.

PSA також має довести, що результати 2014 року не є випадковими, і компанія може їх повторити знову. Аналітик Commerzbank Саша Гоммел зауважує: «PSA необхідно продовжувати робити те, що вони робили у 2014 році, щоб

переконати себе та усіх, що позитивний грошовий потік був не одноразовим [успіхом] у 2014 році, а більш постійним досягненням».

Інше проблема, вирішення якої має вирішити PSA, – це збільшення світових продажів. Незважаючи на те, що, за підсумками 2014 року, вони зросли на 4,3% до 2,9 млн авто, це все ще дуже далеко до показника 2010 року у 3,6 млн авто. Гоммел переконаний, що PSA мають збільшити обсяги продажів, оскільки, скоріше рано, ніж пізно, трьох мільйонів проданих одиниць буде недостатньо для виживання. Швидше за все, компанії доведеться знайти партнера, щоб досягти обсягів продажів лідерів індустрії якомога швидше.

Таварес впевнений, що масштаби – це не те, через що варто непокоїтись найбільше: «Є галузі, де втрати цінніші за прибуток: спритність, здатність керувати компанією, складність, фіксовані витрати, вразливість від якоїсь кризи в світі. Ми бачили компанії, які не мали проблем десятиріччями [зберігаючи аналогічний рівень продажів], наприклад, Honda. Обсяг повинен бути оцінений на основі фактів. Дивлячись на те, що відбулося в нашій галузі протягом останніх 50 років, ми бачимо, які неприємності чекали на тих, хто систематично дивиться на обсяги і обмеження для тих, хто не дивився на обсяги. На цьому етапі, ми будемо залишатися зосередженим на виконанні нашого плану», – заявив

Карлос Таварес.

Головний пріоритет, за словами Тавареса, – спрямувати усю енергію компанії на виконання плану Back to Race, уникаючи будь-яких відволікань. «Як тільки план буде повністю виконаний, ми подивимося у майбутнє і вивчимо нові можливості», – зауважив він.

Швидший за очікуваний антикризовий старт PSA змусив оглядачів ринку звинуватити Тавареса у надлишковій консервативності стосовно середньо- і довготривалих прибуткових цілей. «Таварес грає за принципом обіцяй менше – роби більше після років спостережень за Карлосом Гоном, який робив протилежне», – вважає аналітик Bernstein Макс Уорбьортон.

Таварес відмічає, що його цілі можна вважати скромними, але він не намагається вразити аналітиків. Його головним завданням є мотивація співробітників компанії, які за багато років невдач втратили віру в себе. Крім того, він бачить більше сенсу в тому, щоб ставити цілі, які можна перевершити, для того щоб команда швидше повірила у власні сили. «Ми хочемо, щоб люди самостійно вирішували, наскільки швидко і глибоко вони готові виконувати антикризовий план, – каже Таварес. – Таким чином, вони більше мотивовані вивести компанію на інший рівень».

Цікаво, Таварес (навмисно?) доволі песимістично оцінює зростання європейських продажів



Карлос Таварес, колишній операційний директор Renault, ставить перед своєю командою менш амбітні плани, ніж його колишній роботодавець, чим викликає деяке невдоволення галузевих аналітиків

Компанія збирається вдвічі скороти модельний ряд для того, щоб підвищити рентабельність. Які моделі покинуть конвеєр в найближчому майбутньому, поки не повідомляється

у 2015 році на 1%. Прогнози незалежних аналітиків говорять про 3-4% зростання.

До 2018 року компанія збирається зменшити витрати на виробництво ще на 500 євро.

«Ми платимо нашим інженерам не тільки за підвищення продуктивності чи додавання нових функцій, які можуть зробити автомобілі більш привабливими. Ми хочемо досягти зниження витрат за рахунок кращих технологій та комплексуючих. Нові платформи допоможуть нам зробити автомобілі, які можна будувати легше і дешевше, але з більш високою продуктивністю. Ми також активно працюємо з нашими постачальниками, щоб отримати користь від їхніх досягнень. Ми прагнемо використовувати уніфіковані деталі та компоненти, що дозволить і їм, і нам підвищити ефективність заводів», – розмірковує генеральний виконавчий директор PSA.

Крім того, на його думку, компанія повинна приділяти більше уваги тенденціям ринку: «Одна з найбільших помилок автомобільної промисловості – це величезна кількість функцій, які клієнти не використовують і не цінують. Це те, що потребує більше уваги з маркетингової сторони. Давайте створювати особливості, які цінують клієнти і уникати тих, яким клієнти не надають значення, незважаючи на усі прагнення інженерів реалізувати їх».

Поки що Європа залишається найбільшим ринком PSA. Тим не менш, минулого року автовиробник вперше продав більше автомобілів у Китаї (734,2 тис.), ніж у Франції (637,7 тис.). Продажі у Піднебесній зросли на 32% до попереднього року. В 2015 автовиробник збирається повторити цей успіх, відправивши китайським покупцям 850 тис. авто, а у 2020 році – 1,5 млн. Ехане BNP Paribas прогнозує, що до 2018 року річний прибуток PSA в Китаї досягне 1,5 млрд євро, що в п'ять разів більше, ніж минулого року.

Незважаючи ні на що, Таварес так і не відповів на одне питання: який обсяг продажів компанія збирається досягти у 2018 році?

«Немає жодних зобов'язань щодо обсягів продажів. Який сенс продавати тонни автомобілів, коли втрачаєш гроші? Фінансовий антикризовий план покликаний повернути компанії міцний фундаменту. Коли компанія стане достатньо міцною, ми будемо планувати обсяги продажів», – резюмував Таварес.

СУПЕРСЕКМЕНТ

Конкуренція в сегменті компактних позашляховиків в Європі буде зростати, оскільки все більше брендів долучаються до змагань за покупця. Гравці, які вже давно на ринку, будуть змушені постійно оновлювати свій модельний ряд або навіть виводити на ринок нові моделі, як, наприклад, Renault, який показав світу свою нове авто – Kadjar



Згідно з прогнозами IHS Automotive, до 2020 року продажі кросоверів у Європі сягнуть 2 млн одиниць на рік, що вдвічі більше, ніж 2014 року.

«Не думаю, що який-небудь великий автовиробник регіону зможе дозволити собі модельний ряд без компактного позашляховика,» – сказав Ян Флетчер, головний аналітик IHS Automotive у своєму інтерв'ю Automotive News Europe.

Французький автовиробник представив Kadjar на щорічному Женевському автосалоні. IHS прогнозує, що модель стане четвертим за продажами кросовером в Європі в 2017 році, пропустивши вперед друге покоління Nissan Qashqai, нову версію Volkswagen Tiguan і Peugeot 3008.

Kadjar – крайня спроба реабілітувати довіру прихильників марки у цьому сегменті після провалу корейського Koleos у Європі. Генеральний директор Renault Карлос Гон сподівається, що Kadjar повторить успіх Captur, який у свій перший рік продажів у Європі швидко зайняв перше місце продажів у класі.

Kadjar доведеться скласти конкуренцію новим моделям VW Group. Згідно з повідомленнями преси, друге покоління Volkswagen Tiguan буде представлено на Франкфуртському автосалоні у вересні. SEAT – іспанський бренд групи – представить свій перший позашляховик в наступному році. Обидві моделі будуть побудовані на платформі MQB.

Крім того, скоро на ринок має вийти новий Hyundai Tucson, який замінить ix35. Остання модель посідала четверте місце у продажах в сегменті компактних позашляховиків минулого року.

PSA і General Motors (а, точніше його європейська «дочка» Opel/Vauxhall) працюють над спільною моделлю, яка повинна з'явитися протягом двох років. Згідно інформацію джерел в PSA, у новій моделі буде п'ять різноманітних варіантів.

Основна причина росту сегменту – зменшення витрат споживання палива, яку демонструють нові моделі кросоверів.

«Ефективність деяких [моделей] дуже близька до тієї, що є у подібних за розмірами хетчбеків», – переконує пан Флетчер.

Окрім того, компактні позашляховики забезпечують «простір сімейного автомобіля без сімейного автомобіля», додав він, що дуже подобається багатьом покупцям.

Юрген Стакманн, генеральний директор SEAT S.A., бачить ще одну причину успіху сегменту: «Вони впливають на емоції водія, даруючи їм спогади із їхньої молодості. Тому ми вважаємо, що ринок кросоверів і позашляховиків є ідеальним для нашого бренду, є його новим обличчям».

Іншим ключем до успіху у сегменті є привабливий дизайн, подібний до того, що Renault зробив з Kadjar. Головний аналітик IHS Automotive Тім Уркарт, у своєму звіті



На думку аналітиків, саме вихід Nissan Qashqai у 2006 році спричинив вибух популярності кросоверів

Новому поколінню Volkswagen Tiguan пророкують срібну медаль продажів на європейському ринку до 2020 року у сегменті компактних позашляховиків

SEAT вважає кросовери ідеальними для свого бренду і збирається доповнити свій модельний ряд автомобілями цього сегменту

пише, що Kadjar став «помітно більш стильним, ніж громіздкий і непропорційний Koleos».

Унікальний вид кросовера може привертати до вас клієнтів, які, можливо, ніколи раніше не звертали уваги на ваш бренд, переконаний Метью Уівер, провідний дизайнер Nissan Qashqai і Juke, а тепер і художній керівник дизайн-студії Infiniti в Лондоні.

«Седан вимагає від вас дотримання загальноприйнятих правил, але з кросоверами все не так. Їх покупці не очікують чогось конкретного, що дає дизайнерам трохи більше свободи», – впевнений пан Уівер.

Успіхи Nissan, який продав більше 200 тис. Qashqai в Європі минулого року, підтверджують його слова. Власне, на думку багатьох аналітиків, вибухом популярності кросоверів напругу пов'язаний з появою першого Qashqai у 2006 році. В той момент на ринку нічого схожого на цю модель не було. Незважаючи на домінуюче положення Qashqai в сегменті, генеральний директор Renault-Nissan Карлос Гон заявив, що він не мав бачити жодних проблем з конкуренцією між ним і Kadjar, збудованих на одній платформі. «У споживчих панелях навряд чи можна знайти Renault в списку крос-торгівлі Nissan, і навпаки», – вважає він.

Еволюція сегменту похитнула позиції деяких його визнаних лідерів. У 2007 році Toyota RAV4 був бестселером у своєму класі, зазевде не дотягнувши до позначки продажів у 100 тис. одиниць. Схожим становищем могла похвастатися і Honda CR-V. Цим моделям вдалось зробити невелику революцію у сегменті, змінивши його фокус з бездоріжжя на комфортне і продуктивне водіння. Торік RAV4 посів 8 місце у європейських продажах сегмента, а CR-V був дев'ятим. Незважаючи на те, що Honda оновила свій CR-V більш економічним 1,6-літровим дизелем, а Toyota пообіцяла якомога швидше почати випуск молодшої альтернативи RAV4 (основу для якої стане концепт C-HR), очевидно, що і Honda, і Toyota зазнали поразки.

СТАТИСТИКА: ВИРОБНИЦТВО У КВІТНІ

За даними асоціації “Укравтопром” у квітні на українських заводах було вироблено 563 автотранспортних засоби, що на 30,9% більше, ніж у березні (430 шт.), і на 88% менше, ніж у квітні минулого року (4 688 шт.).

Обсяг виробництва легкових автомобілів за місяць склав 463 од., що на 43,9% більше в порівнянні з березнем, і на 90,1% менше квітневого показника минулого року. Зростання в цьому сегменті автовиробництва відбулося завдяки ПАТ «ЗАЗ», яке відновило роботу.

Комерційних автомобілів було вироблено 91 шт., що на 13,3% менше березневого показника, і на 35% менше, ніж у торішньому квітні. Варто відзначити, що в звітному місяці весь обсяг виробництва комерційних автомобілів забезпечило ПАТ “АвтоКрАЗ”.

Квітневий показник в частині виробництва автобусів – 36 шт. або на 63,6% більше результату попереднього місяця, і на 73,7% менше підсумку квітня 2014 року.

Всього з початку року в Україні було вироблено 1 485 одиниць автотранспортної техніки, що на 93,7% менше аналогічного результату минулого року.

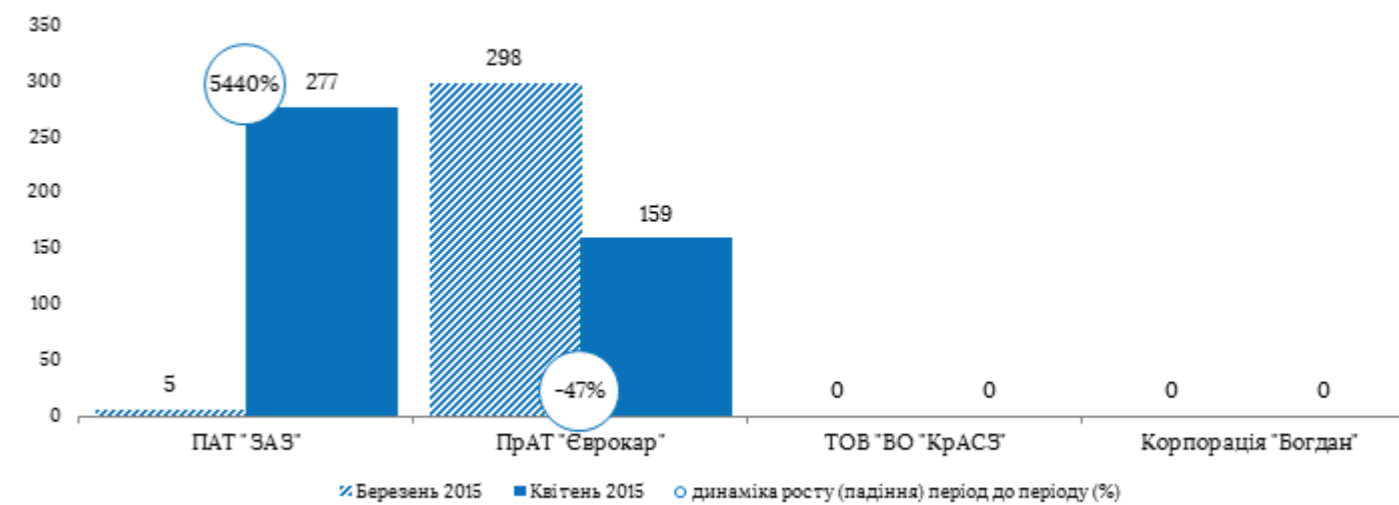
У сегменті легкових автомобілів падіння становило 95,7% – до 971 шт.

Найменше падіння відзначено у виробництві комерційних авто – 41,3 відсотка, вироблено 400 автомобілів.

Випуск автобусів за той же період скоротився на 72,2% до 114 шт.

ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

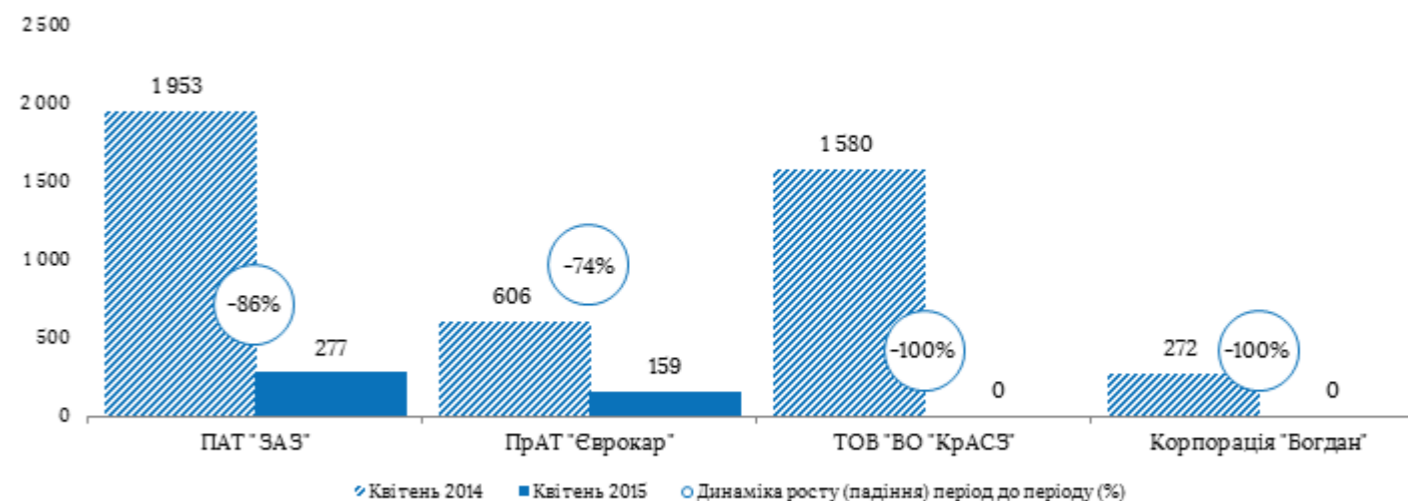
(Березень 2015 - квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" | ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

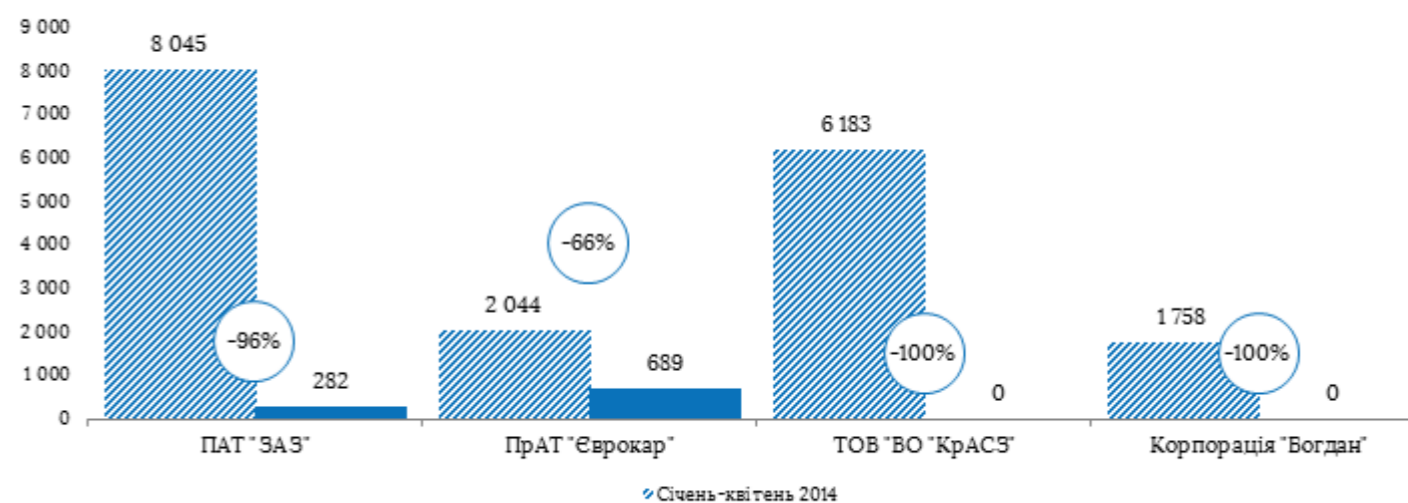
(Квітень 2014 - квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" | ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО ЛЕГКОВИХ АВТО

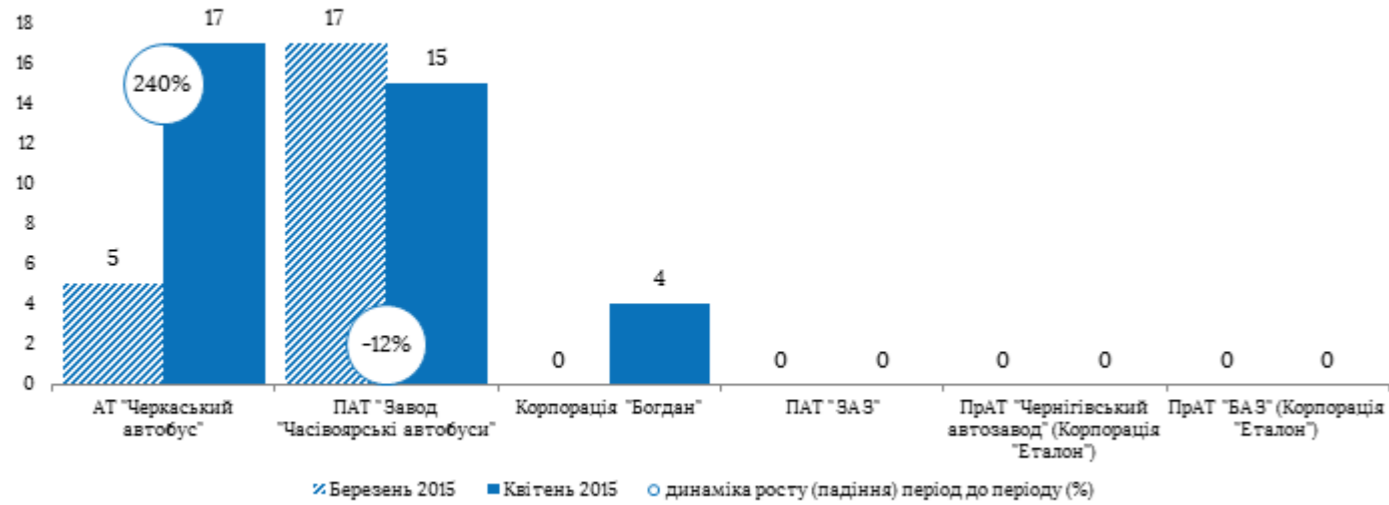
(Січень-квітень 2014 - січень-квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" | ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ

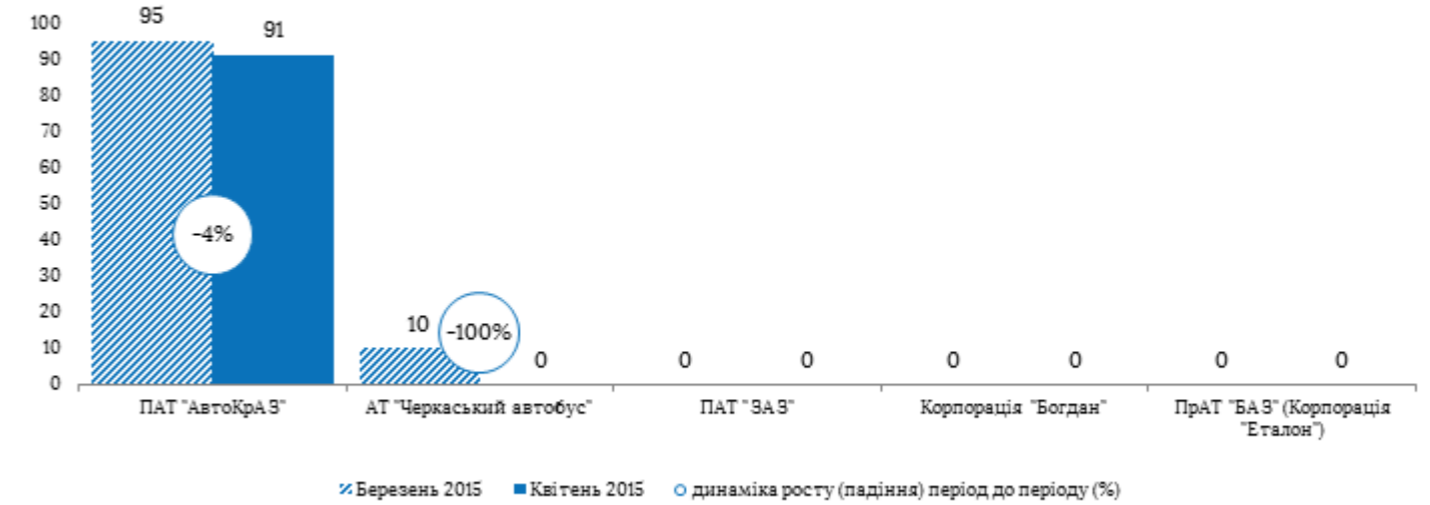
(Березень 2015 - квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО

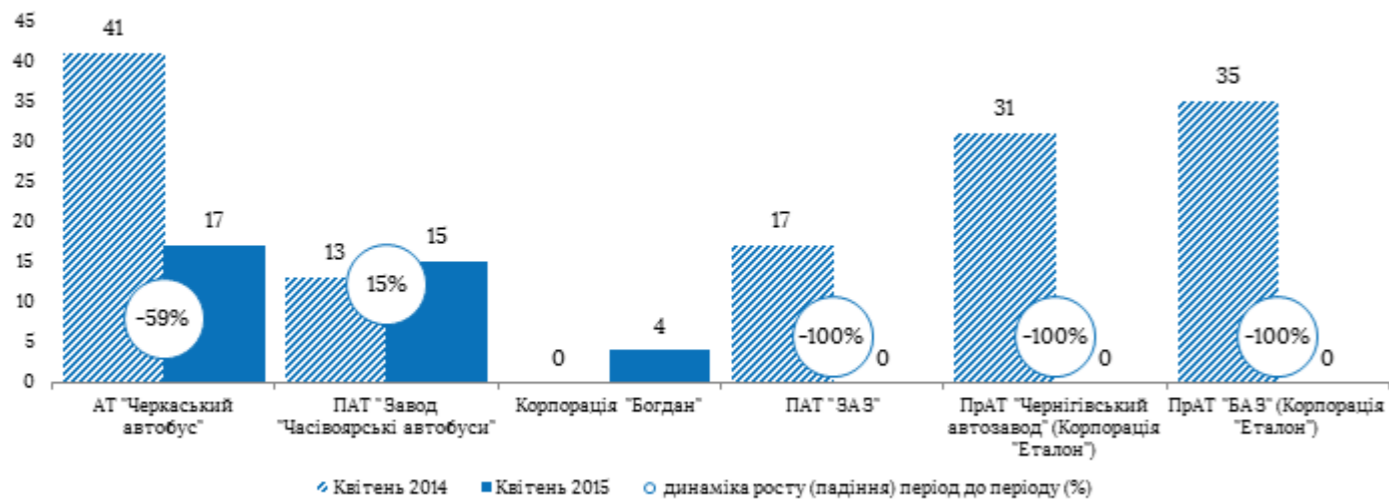
(Березень 2015 - квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ

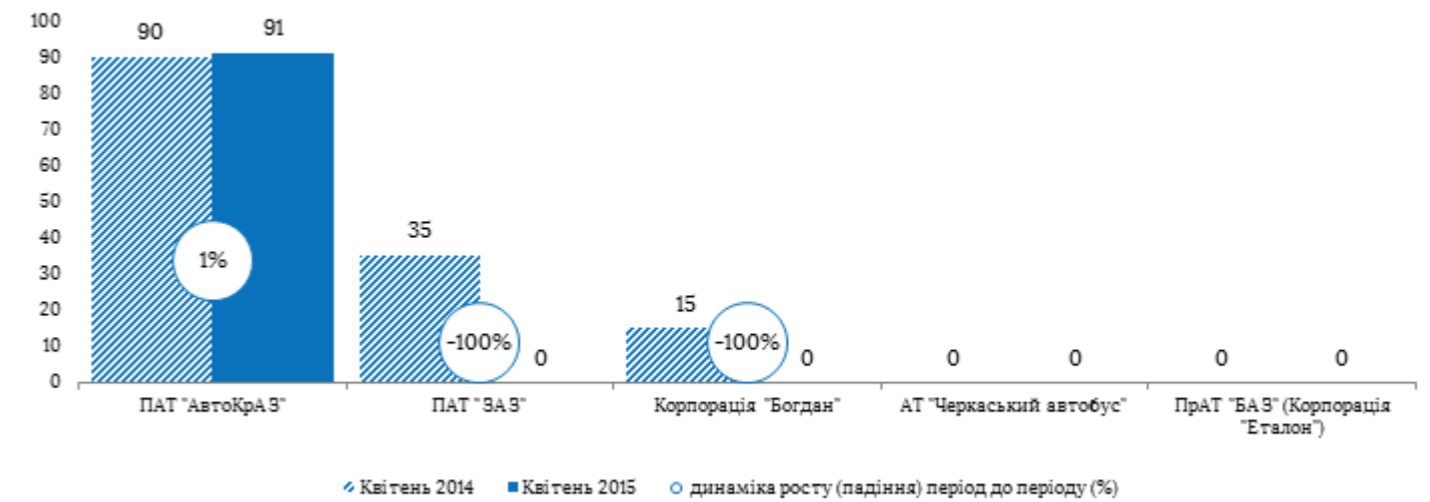
(Квітень 2014 - квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО

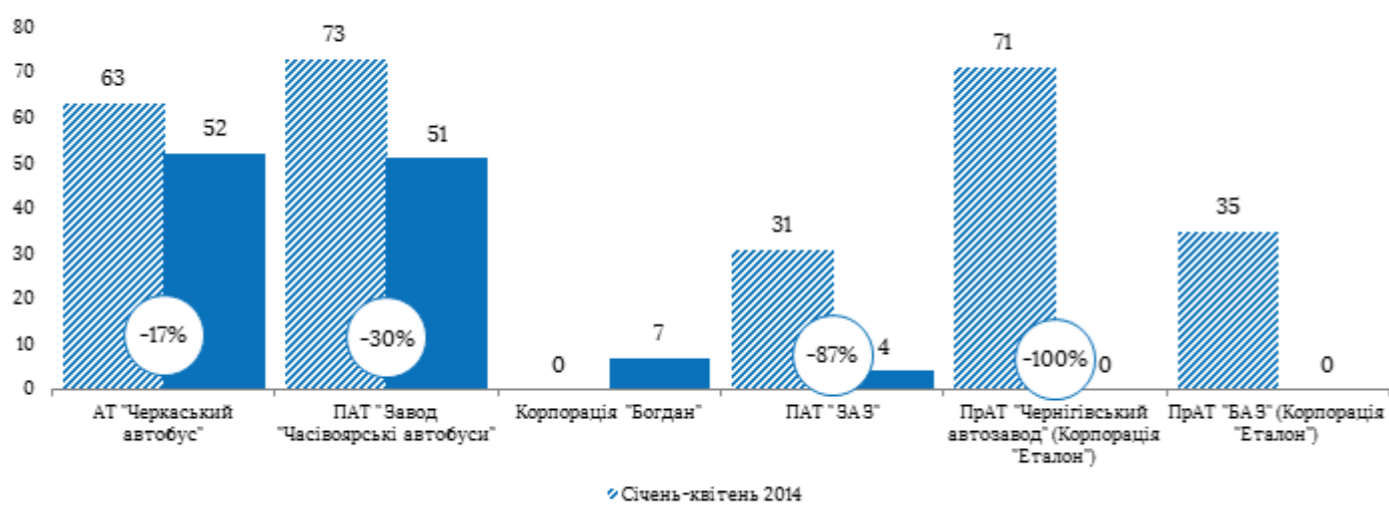
(Квітень 2014 - квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО АВТОБУСІВ

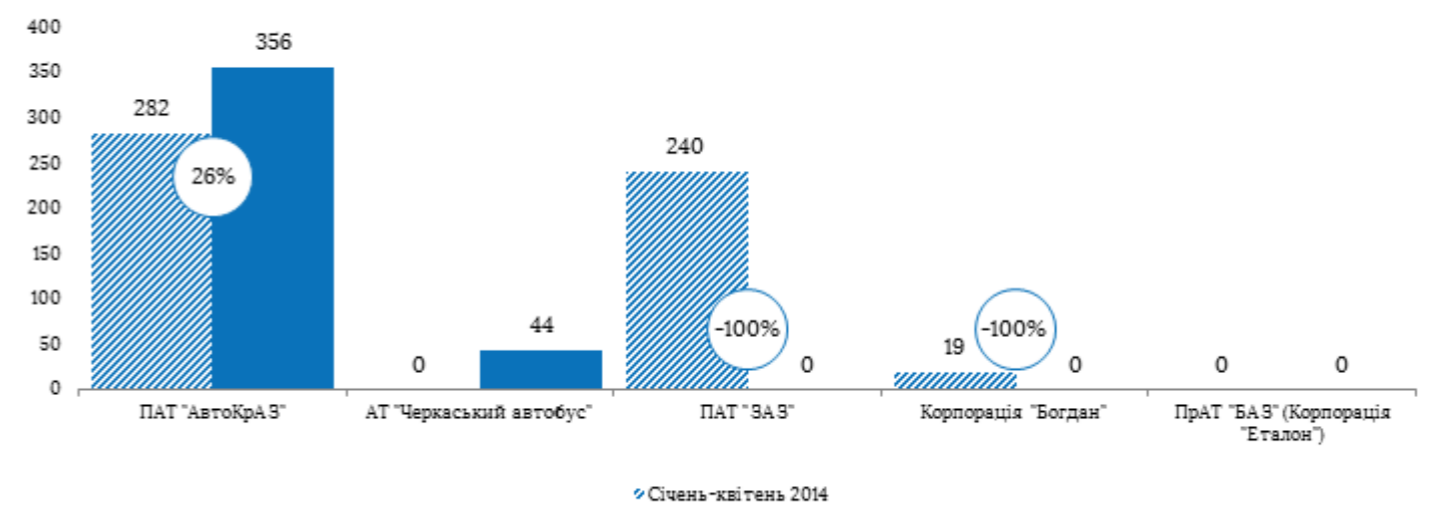
(Січень-квітень 2014 - січень-квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ВИРОБНИЦТВО ВАНТАЖНИХ АВТО

(Січень-квітень 2014 - січень-квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)

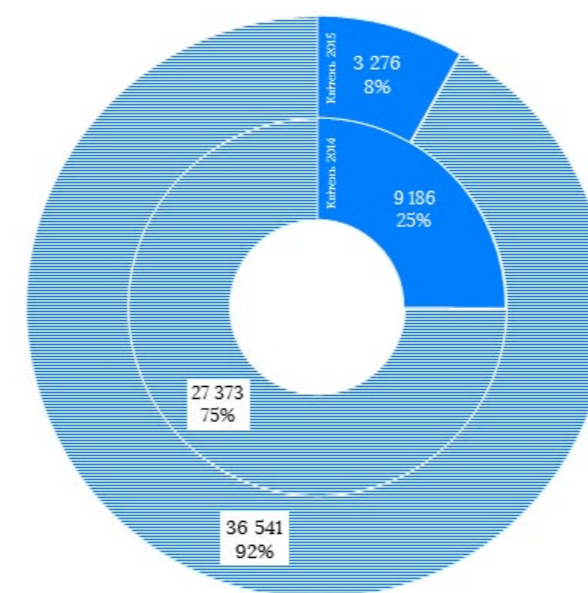


АСОЦІАЦІЯ АВТОВИРОБНИКІВ "УКРАВТОПРОМ" || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

СТАТИСТИКА: ПРОДАЖІ У БЕРЕЗНІ

ПРОДАЖІ ЛЕГКОВИХ АВТО

(квітень 2015 р. та квітень 2014 р., шт. та % ринку)

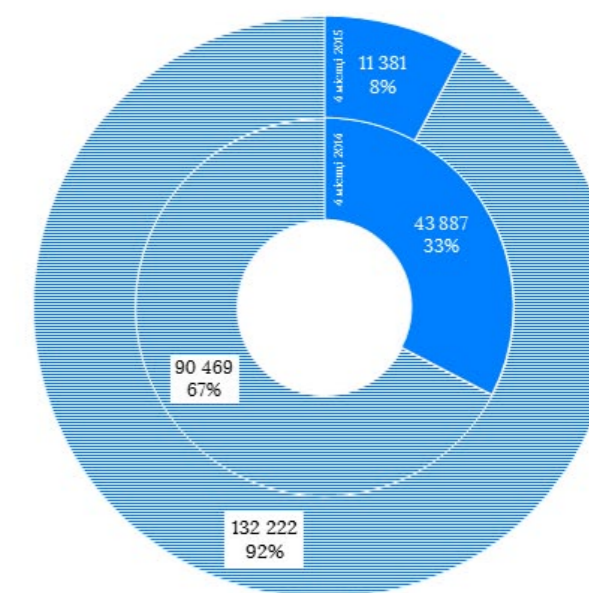


■ Нові авто ■ 3 пробігом

IAГ AUTO-Consulting || Федерація роботодавців автомобільної галузі

ПРОДАЖІ ЛЕГКОВИХ АВТО

(4 місяці 2015 р. та 4 місяці 2014 р., шт. та % ринку)

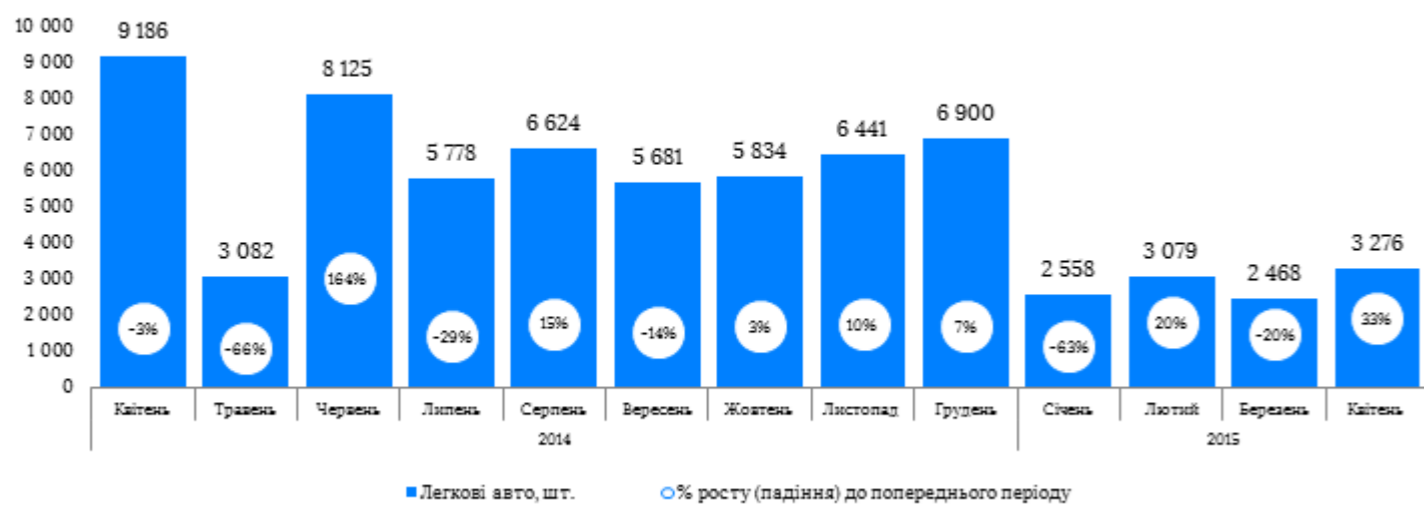


■ Нові авто ■ 3 пробігом

IAГ AUTO-Consulting || Федерація роботодавців автомобільної галузі

ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО

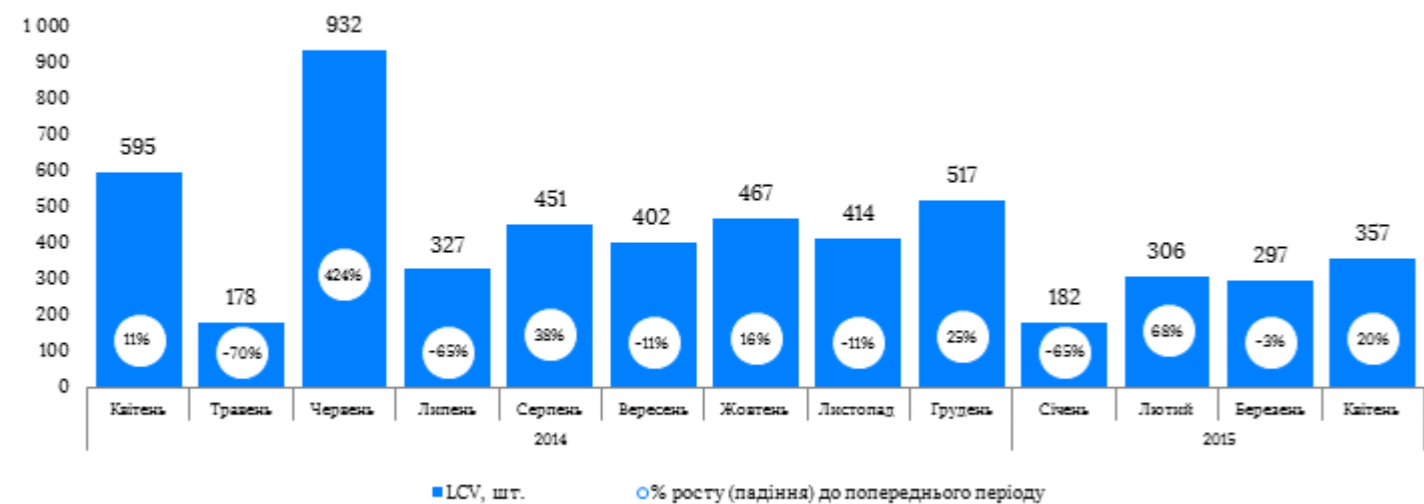
(шт. та % росту до попереднього місяця)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ПРОДАЖІ НОВИХ LCV

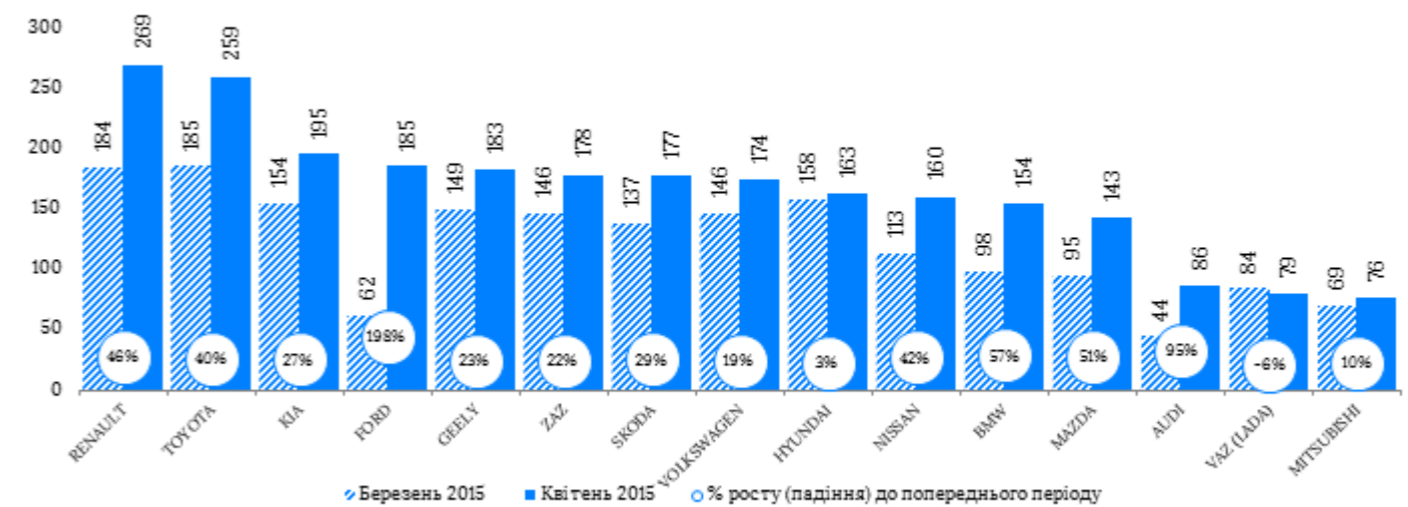
(шт. та % росту до попереднього місяця)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО

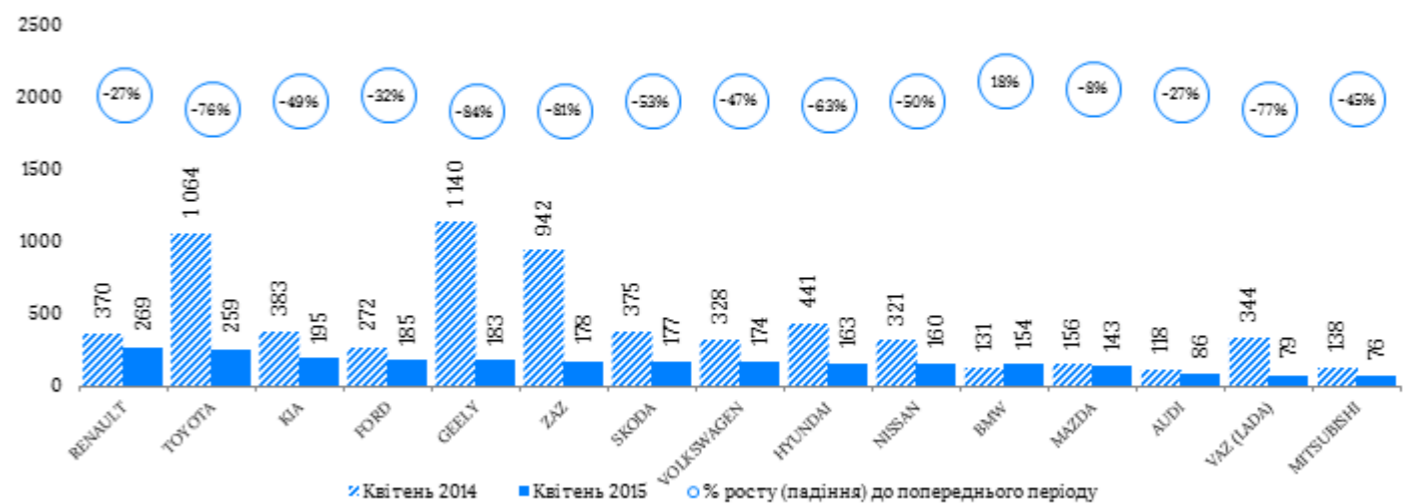
(березень 2015 та квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ПРОДАЖІ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО

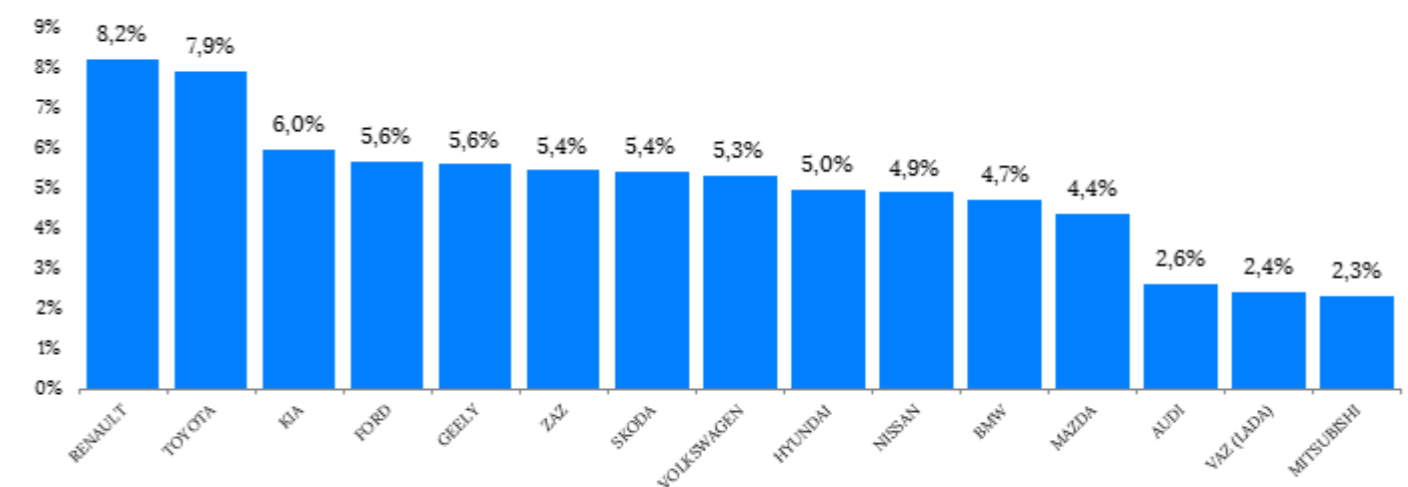
(квітень 2014 та квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

РЕЙТИНГ ПРОДАЖІВ НОВИХ ЛЕГКОВИХ АВТО

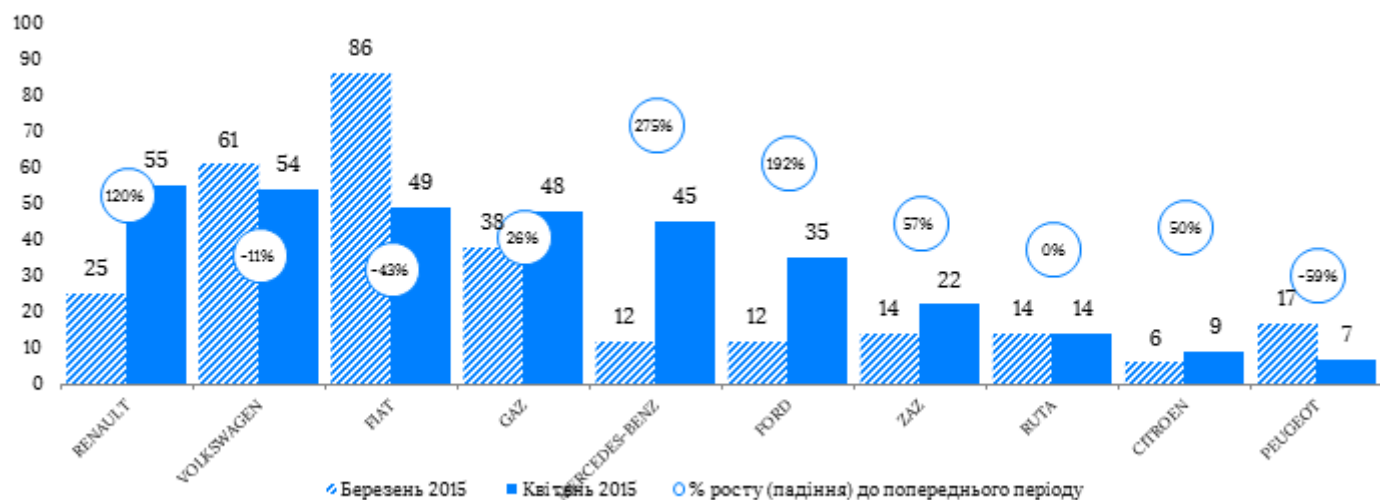
(квітень 2015, % від усіх проданих легкових авто)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ПРОДАЖІ НОВИХ LCV

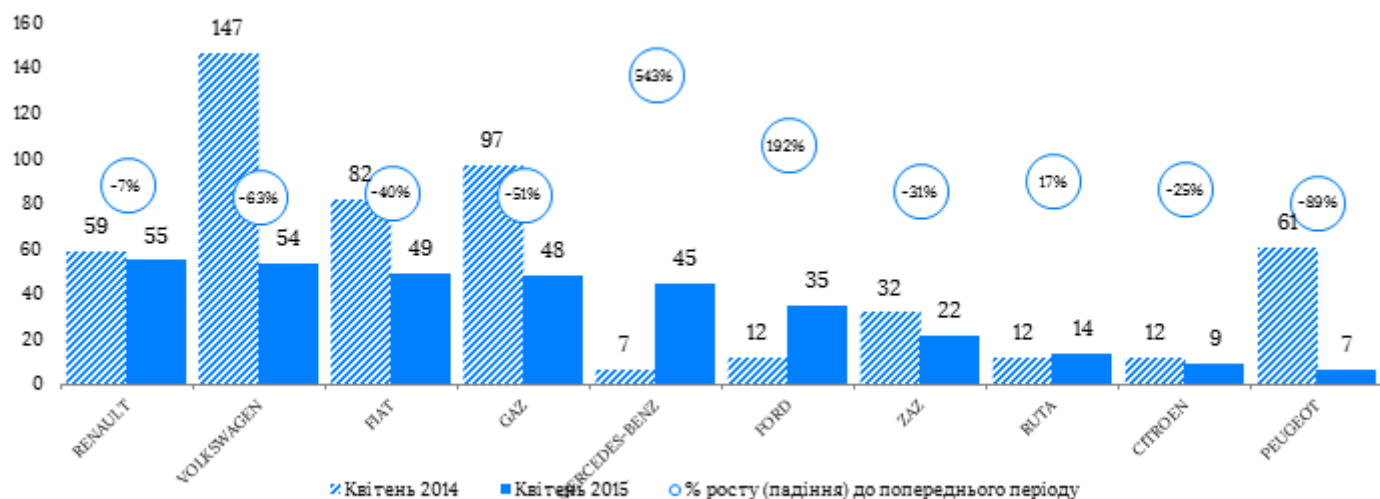
(березень 2015 та квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

ПРОДАЖІ НОВИХ LCV

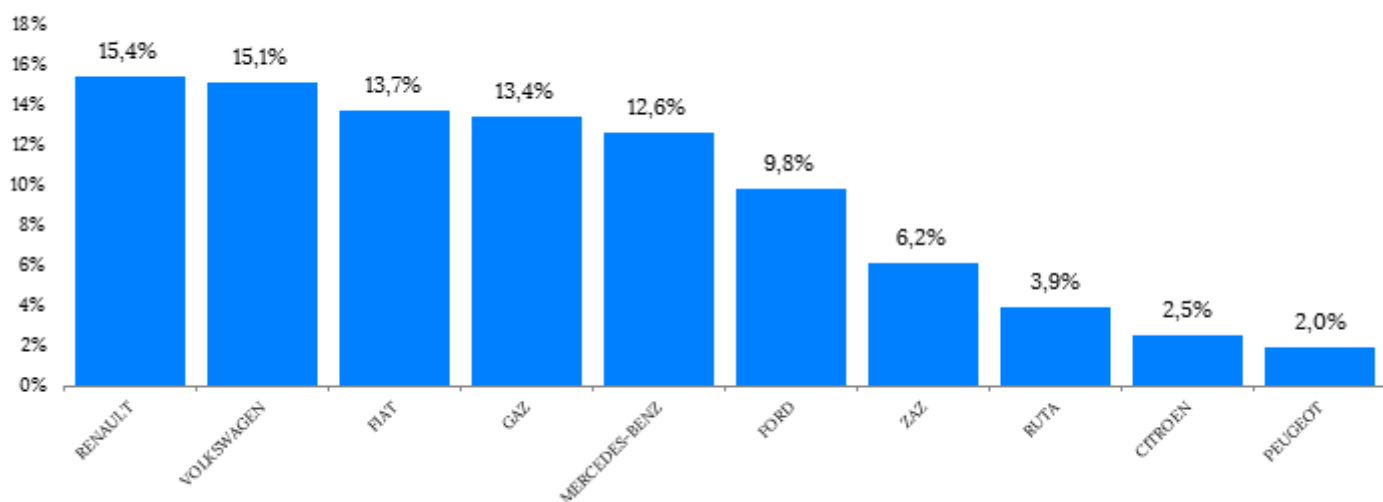
(березень 2015 та квітень 2015, шт. та % росту період до періоду)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

РЕЙТИНГ ПРОДАЖІВ НОВИХ LCV

(квітень 2015, % від усіх проданих lcv)



IAG AUTO-CONSULTING || ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ