



The Association of European Businesses

REVIEW 2011

THE AUTOMOBILE MANUFACTURERS COMMITTEE ANNUAL PRESS CONFERENCE

12 January 2012

Ararat Park Hyatt Moscow

Quality Information | Effective Lobbying | Valuable Networking

Sponsors:

GOLTSBLAT | **BIP**



MetLife Alico



www.aebrus.ru



OUTLINE / СОДЕРЖАНИЕ

- AMC Structure / Objectives / Members
- **Структура Комитета автопроизводителей / цели и задачи / компании-члены**

- Issues on the 2011 Agenda / Review of the AMC working groups' developments and 2012 plans
- **Вопросы на Повестке 2011 г. / Обзор деятельности рабочих групп Комитета автопроизводителей / Планы на 2012 г.**



AEB Automobile Manufacturers Committee / Комитет Автопроизводителей АЕБ

2011 AMC HIGHLIGHTS / 2011 В ЦИФРАХ

- 14 years in Russia / 14 лет в России (1998 – 2011)
- Consolidates 43 automotive brands / объединяет 43 автомобильные марки
- 25 members as legal entities (79% growth for 6 years) / 25 компаний (79% рост за 7 лет)
- 2 new members in 2011 / 2 новых компании в 2011
- Integrates up to 400 people from the member companies / объединяет до 400 представителей компаний-членов
- extended further external contacts with international (OICA, VDA, ACEA, JAMA, CCFA) and local automotive associations and organisations / установление и развитие внешних контактов с международными и местными отраслевыми объединениями



AEB Automobile Manufacturers Committee / Комитет Автопроизводителей АЕБ

STRUCTURE / СТРУКТУРА

10 WORKING GROUPS / РАБОЧИЕ ГРУППЫ

- Marketing/Exhibitions / Выставки/Маркетинг
- Homologation/Certification / Сертификация
- Statistics / Статистика
- Public Relations / Связи с общественностью
- Customs / Таможня
- Consumer Legislation/CR / Вопросы взаимоотношений с потребителями
- ELV (end of life vehicles) / Утилизация
- GR / Взаимодействие с госорганами
- Trainings / Тренинги
- Used Vehicles (new focus) / Автомобили с пробегом (новый фокус)



AEB Automobile Manufacturers Committee / Комитет автопроизводителей АЕБ

OBJECTIVES / ЦЕЛИ:

- Create conditions for development of a civilised automotive market
- **Обеспечение цивилизованного развития автомобильного рынка в стране**

- Timely reveal and eliminate problems in the automotive sphere
- **Своевременное выявление и решение проблем, затрагивающих отрасль**

- Set common and fair rules for automotive importers/manufactures
- **Установление общих правил честного ведения бизнеса между производителями / импортерами**

- Ensure constructive partnership between members of the AMC
- **Конструктивное партнерство между членами Комитета автопроизводителей**

- Consolidate and represent common interests of the manufacturers
- **Объединение и представление общих интересов компаний-автопроизводителей**

- Cooperating with the Russian authorities, public organizations and media, international industry associations
- **Сотрудничество с госорганами РФ, общественными организациями и СМИ, международными индустриальными ассоциациями**



AEB Automobile Manufacturers Committee Members 2011

- BMW Russland Trading OOO
- Chrysler Russia ZAO
- Ford
- GAZ Group LLC
- General Motors CIS LLC
- Honda Motors Rus LLC
- Hyundai Motor CIS OOO
- Jaguar Land Rover LLC
- Kia Motors Rus LLC
- Mazda Motor Rus LLC
- Mercedes-Benz Rus ZAO
- Mercury Automotive
- Mitsubishi/Rolf Import OOO
- Nissan Manufacturing Rus LLC
- Nissan Motor Rus OOO
- Peugeot Citroën Mitsubishi Rus OOO
- Peugeot Citroën Rus OOO
- Porsche Russland OOO
- Renault/Avtoframos OAO
- SOLLERS OAO
- Subaru Motor LLC
- Suzuki Motor Rus LLC
- Toyota Motor OOO
- Volkswagen Group Rus OOO
- Volvo Cars LLC



Cadillac



DODGE



HONDA
The Power of Dreams



INFINITI

ISUZU



Jeep



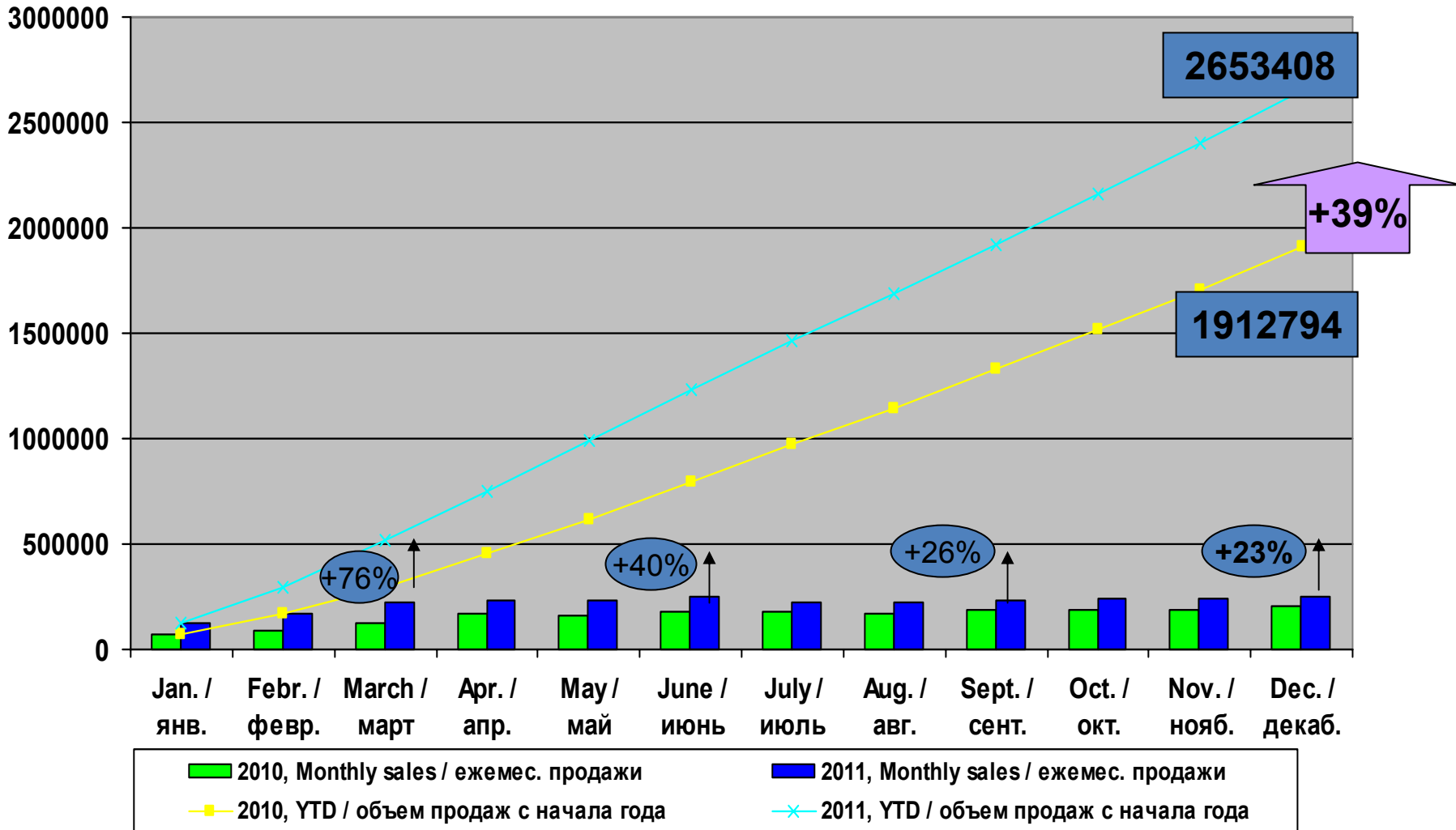
MAYBACH



ŠKODA

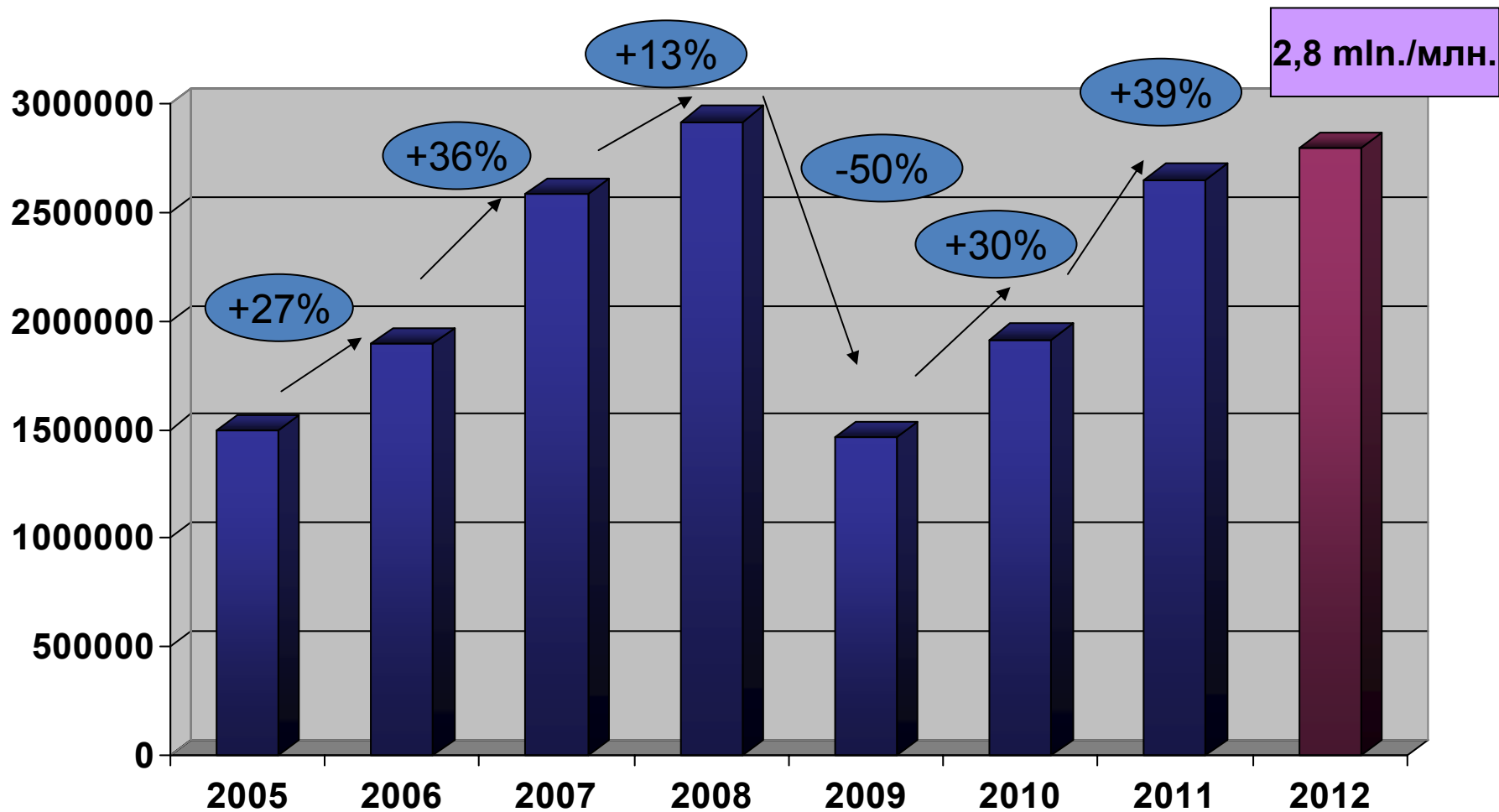


New passenger Cars and LCV sales 2011 vs. 2010
Продажи новых автомобилей (легковых и легких коммерческих) в 2011 и 2010 гг.



New Passenger Cars and LCV sales 2005-2012

Динамика продаж новых автомобилей (легковых и легких коммерческих) с 2005 по 2012 гг.





FAS Initiatives to Harmonize the Russian Market of Passenger Vehicles/ Инициативы ФАС России по регулированию рынка продаж легковых автомобилей

All AEB members operate within the current legal framework and will want to comply with any future legislation or guidelines arising from the FAS initiatives.

Члены АЕБ ведут свою деятельность в рамках действующего законодательством и выражают свою готовность полностью выполнять новые требования и правила, которые могут появиться в результате обсуждения инициатив ФАС России.

The AEB and AMC are fully engaged in the FAS roundtable and will continue to work with the FAS to help develop a clear understanding of any concerns about the industry.

АЕБ и члены Комитета авто-производителей активно вовлечены в работу Экспертного совета при ФАС России по развитию конкуренции в сфере реализации и сервисного обслуживания легковых автомобилей и продолжают взаимодействие с этой службой по вопросам в сфере регулирования автомобильного рынка.

The AMC have also had meetings with ROAD to identify the common issues between distributors and dealers.

Комитет авто-производителей АЕБ также встречался с РОАД (Российская Ассоциация автомобильных дилеров) для обсуждения общих вопросов в области взаимоотношений между дистрибьюторами и дилерами.



The AEB emphasizes that, while considering possible changes of the existing and already professionally developed Russian automotive market, the following objective premises are not to be forgotten:

АЕБ подчёркивает, что при обсуждении вопроса о внесении изменений в регулирование существующего и уже в достаточной степени развитого автомобильного рынка России, следующие важные обстоятельства должны быть приняты во внимание:

- distributors are themselves interested in development, financial stability and profitability of their dealers;
- **Дистрибьюторы сами заинтересованы в развитии своих дилеров, их финансовой состоятельности и рентабельности;**
- the number of dealers in a certain region is determined based on the number of vehicles in use in the region and its dynamics of growth;
- **Количество дилеров в определённом регионе определяется на основании данных о количестве зарегистрированных автомобилей, а также на динамике роста автомобильного рынка этого региона;**
- distributors' main objective is to ensure the proper balance between the number of dealers and the customers' interests (mainly the level/quality of services rendered)
- **Основной задачей дистрибьюторов является обеспечение надлежащего баланса между количеством дилеров и интересами потребителей (главным образом с точки зрения качества оказываемых услуг).**



The AEB notes that the following principles of dealers' nomination should be taken into account:

АЕБ отмечает, что следующие принципы назначения дилеров должны быть приняты во внимание:

- it should be at an objective discretion of distributors to decide on whether to nominate only full-size or also service dealers, whereas nomination of dealers only for sales as a rule is not feasible;
- **дистрибьюторы должны сохранить за собой право назначать «полных» (продажи + сервис) дилеров, либо сервисных дилеров, так как назначение дилеров только для продажи новых автомобилей, как правило, не оправдано;**
- main principles of dealers' nomination should be established: clear requirements, equal treatment of candidates subject to regional deviations, and transparent and grounded selection;
- **основные принципы принятия решение о назначении новых дилеров должны включать: ясные требования, равные требования ко всем кандидатам (изменение которых возможно в зависимости от характеристик региона), прозрачная и мотивированная процедура отбора;**
- distributors should reserve the right of a “last say” in the authorization procedure and no automatic authorization should be introduced;
- **дистрибьюторы должны сохранить за собой право принимать окончательные решения о назначении дилеров, автоматическое назначение дилеров неприемлемо;**
- short term dealer agreements (e.g. for one year) should be as a rule signed only with new dealers and until they have made investments envisaged in a mutually agreed business.
- **срочные дилерские договоры (например, на один год) должны, как правило, заключаться только с новыми дилерами и на срок, в течение которого их инвестиции, предусмотренные согласованным бизнес-планом, подлежат осуществлению.**



AEB further notes that the following principles of the after-sales automotive market should be taken into account:

АЕВ также отмечает, что следующие важные аспекты функционирования рынка послепродажного обслуживания автомобилей должны быть приняты во внимание:

- legislation provides no obstacles for developing of unlimited range of service stations performing repair and maintenance;

- действующее законодательство не предусматривает ограничений по созданию неограниченного количества сервисных центров и станций ремонта;**

- consumers at their own risk may use non-original spare-parts which however may in certain cases lead to warranty cancellation;**

- потребители на свой риск имеют право использования неоригинальных запасных частей, что, тем не менее, в некоторых случаях может приводить к частичной или полной потере заводской гарантии;

- distributors should reserve the right to limit dealers in offering non-original spare-parts to customers, since the dealers operate under certain brand names and represent them, only original spare-parts allow to keep a vehicle in its original condition with manufacturer's liability for quality and safety, only original parts and services with their use are covered by manufacturer's warranty and there is no low quality or counterfeit risks for consumers.

- дистрибьюторы должны иметь право принимать решения об ограничении дилеров предлагать неоригинальные запасные части потребителям, так как: дилеры осуществляют свою деятельность под определёнными брендами, представляя таким образом тех или иных авто-производителей; использование оригинальных запасных частей может обеспечить поддержание автомобиля в соответствующем состоянии, за качество и безопасность которого отвечает авто-производитель; использование оригинальных запасных частей и услуг официальных дилеров покрывается условиями гарантии авто-производителя, а также минимизирует риски, связанные с приобретением потребителями контрафактного или низкокачественного товара.**

- **QUESTIONS**

- **ВОПРОСЫ**