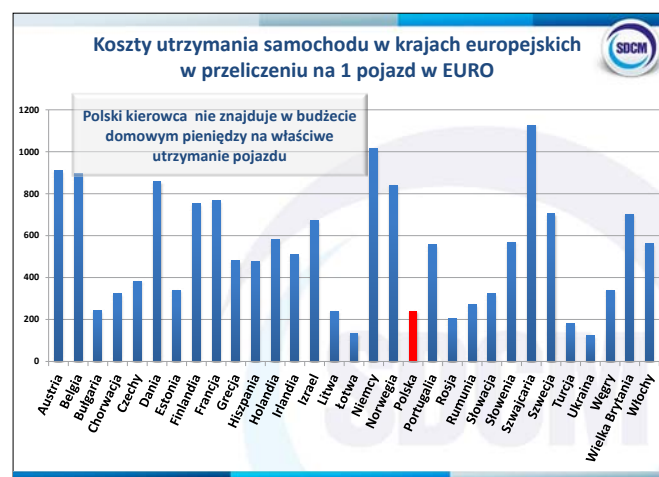




tury geograficzno-gospodarczej naszego kontynentu, jak nasycenie rynków w jego części zachodniej, centralnej i północnej, spowolniony rozwój ogólnogospodarczy na południu i wschodzie. Polska wyróżnia się tu statym wzrostem (rok 2013 do 2012 = + 4,8%) i dobrymi perspektywami na przyszłość.

Sprzedaż nowych (300 000 szt.) i import używanych (700 000 szt.) samochodów osobowych w Polsce utrzymują się na stabilnym poziomie od 2009 roku. Jednak koszty utrzymania samochodu, choć niskie u nas w stosunku do innych krajów europejskich, są nadmierne dla naszych budżetów domowych, co wpływa negatywnie na stan techniczny użytkowanego taboru.

Na niezależnym polskim rynku części motoryzacyjnych kryzysu już nie ma. W segmencie osobowym nastąpił wyraźny wzrost przychodów o 12,5% w PLN, czyli o 10,8% po przeliczeniu na EUR, a w segmencie ciężarowym – o 10,5% (w EUR 8,9%)

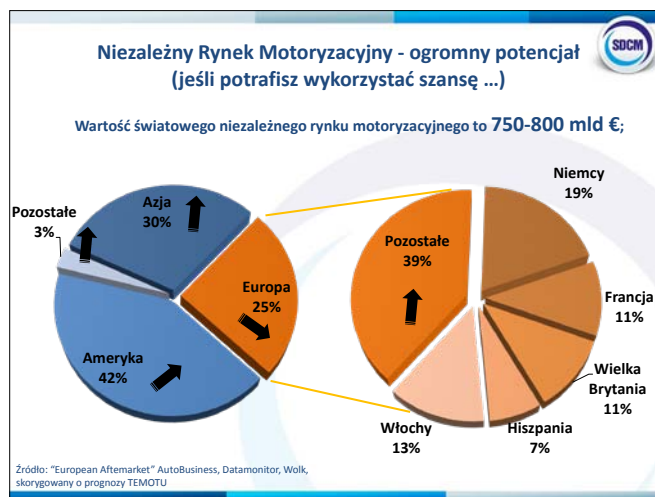
Aftermarket kontra OE

Niezależny rynek motoryzacyjny musi walczyć z koncernami samochodowymi nie tylko o przychody z serwisowania i napraw pojazdów, lecz także o swój marketingowy wizerunek. Związane z tym kwestie dyskutowali na forum konferencji Krzysztof Künstler – dyrektor Schaeffler Polska, Dawid Cieśla – dyrektor marketingu i sprzedaży AD Polska i Tomasz Ładosz – kierownik działu sieci serwisowych Inter Cars. Pojawili się bowiem działania reklamowe samochodowych marek, w których dyskredytuje się: jakość usług i części oferowanych przez sektor niezależny. Zdaniem dyskutantów, warsztaty niezależne nadal nie zawsze i nie wszędzie cieszą się dobrą sławą wśród użytkowników pojazdów. Nad poprawą ich publicznego wizerunku pracują zarówno dystrybutorzy i producenci części, udzielając swym klientom dodatkowego wsparcia w postaci profesjonalnych szkoleń, pomocy w modernizacji wyposażenia i wystroju

placówek. Najwięcej zależy jednak od samych warsztatów.

Na rynku części zamiennych do konkurencji pomiędzy produktami sygnowanymi marką ich rzeczywistego producenta a sprzedawanymi jako oryginalne przez koncerny samochodowe włączają się ostatnio coraz intensywniej wyroby jeszcze innej grupy. Chodzi tu o marki własne tworzone przez wielkich dystrybutorów. Cel i zasady tych działań omówiła w swym referacie Katarzyna Hys – adiunkt na Wydziale Inżynierii Produkcji i Logistyki Politechniki Opolskiej, a o ich praktycznych skutkach dyskutowali z ogółem zebranych podczas interaktywnej ankiety Wojciech Głowaty z firmy Caros-Service i Marek Młotek-Kucharczyk – dyrektor finansowy Inter Team. Okazało się, iż w opinii producentów własne marki dystrybutorów powodują spadek sprzedaży renomowanych produktów. Dystrybutorzy zaś twierdzili, że ich własna marka pozwala warsztatom uzyskiwać wyższe marże.

Prawdopodobnie w niedalekiej już przyszłości walka o warsztatowych klientów rozgrywać się będzie na jeszcze innym froncie. Stanie się tak za sprawą systemów telematycznych instalowanych w samochodach przez ich producentów. Techniczne możliwości tego rozwiązania przedstawił w oparciu o amerykańskie konkrety Piotr Podrażka z koncernu Delphi. Bieżąca zdalna kontrola technicznego stanu samochodu może nakłaniać kierowcę do odwiedzenia warsztatu dla uniknięcia grożącej awarii. Nie trudno jednak zgadnąć, do kogo ten warsztat będzie należał...



VIII Dyskusyjne Forum Ubezpieczeń Komunikacyjnych

Dyskusje serwisów z ubezpieczycielami



W VIII DYSKUSYJNYM FORUM UBEZPIECZEŃ KOMUNIKACYJNYCH (5 GRUDNIA 2013 R.) UDZIAŁ WZIĘŁO PRAWIE 150 OSÓB REPREZENTUJĄCYCH SERWISY MECHANICZNE I BLACHARSKO-LAKIERNICZE, DEALERÓW, RZECZOZNAWCÓW I LIKWIDATORÓW SZKÓD

Organizatorem tego spotkania była po raz kolejny Polska Izba Motoryzacji. Jak zwykle, pomogło ono wyjaśnić aktualne problemy rynku likwidacji szkód komunikacyjnych, tak w zakresie zasad ogólnych, jak i konkretnych przypadkach sporów pomiędzy firmami ubezpieczeniowymi a warsztatami prowadzącymi powypadkowe naprawy.

Obszerna prezentacja wygłoszona przez Magdalenę Barcicką z TUW dotyczyła najważniejszych kwestii spornych między warsztatami a ubezpieczycielami (koszt roboczogodziny, rodzaju części zamiennych, amortyzacji i terminów płatności). Zakończył to wystąpienie konstruktywny wniosek, by warsztaty zawierały tylko takie umowy z ubezpieczycielami, w których wszystkie te sprawy będą jednoznacznie z góry ustalone.

Z kolei specjaliści Wydziału Prawnego Biura Rzecznika Ubezpieczo-

nych (Bartłomiej Chmielowiec i Paweł Wawszczak) omówili orzecznictwo Sądu Najwyższego w sprawach dotyczących likwidacji szkód komunikacyjnych. Porównali przy tym praktyki likwidacyjne firm ubezpieczeniowych z odpowiadającymi im orzeczeniami SN, co wywołało gorącą dyskusję między warsztatami a ubezpieczycielami reprezentowanymi na sali obrad.

W imieniu PZU wypowiadali się Radostaw Bedyński – dyrektor ds. likwidacji szkód komunikacyjnych i Grzegorz Goluch – prezes zarządu PZU Pomoc SA oraz dyrektor biura assistance PZU SA i PZU Życie SA. Zadeklarowali, iż reprezentowana przez nich firma chce współpracować także z małymi rodzinnymi warsztatami, gdyż dostrzega w tym liczne obustronne korzyści. Przedstawili też informacje świadczące o tym, że klienci w przypadku zda-

żenia drogowego sami bardzo często oczekują od firmy ubezpieczeniowej pomocy przy znalezieniu serwisu, jak i samochodu zastępczego.

Powszechną akceptację uzyskały interesujące propozycje Janusza Mazurewicza (Remarketing Samochodowy) w sprawach szkolenia i certyfikacji kadry blacharskiej. Dotychczas zajmowały się tym w Polsce jedynie szkoły zawodowe, chociaż są tu możliwe także inne, lepsze rozwiązania.

Nie spodobało się natomiast znacznej części zebranych wystąpienie Sławomira Zawalicha – dyrektora ds. rozwoju sieci serwisowej DBK, w którym wykazywał on błędy i niedociągnięcia samochodowych serwisów jako dyskwalifikujące je w roli partnerów firm ubezpieczeniowych.

Ostre spory dotyczyły też stawek za wynajem samochodów zastępczych i wyboru firm świadczących takie usługi. Wiele kontrowersji budziły też kwestie związane z rodzajami części zamiennych stosowanych w naprawach powypadkowych.

Podczas Dyskusyjnego Forum Ubezpieczeń Komunikacyjnych rozstrzygnięte zostały również dwa plebiscyty – „Złoty Zderzak” oraz Auto Salon i Auto Serwis.

Konkurs Złoty Zderzak ma na celu wyłonienie najbardziej przyjaznego Towarzystwa Ubezpieczeniowego pod względem likwidacji szkód komunikacyjnych z punktu widzenia warsztatów naprawczych.

Tegoroczna nagroda trafiła ponownie do TU Allianz (pierwsze miejsce).

Z kolei II miejsce *ex aequo* zajęły: PZU i STU Ergo Hestia.

Plebiscyt Auto Salon i Auto Serwis 2012 to konkurs na najlepszy architektonicznie obiekt motoryzacyjny w minionym roku kalendarzowym.

W tym roku I miejsce (*ex aequo*!) przypadło firmom Euroservice z Warszawy oraz Serwis blacharsko-lakierniczy Škoda Korczyk z Bielska Białej. Natomiast II miejsce – Car-Master sp. z o.o., Kraków.