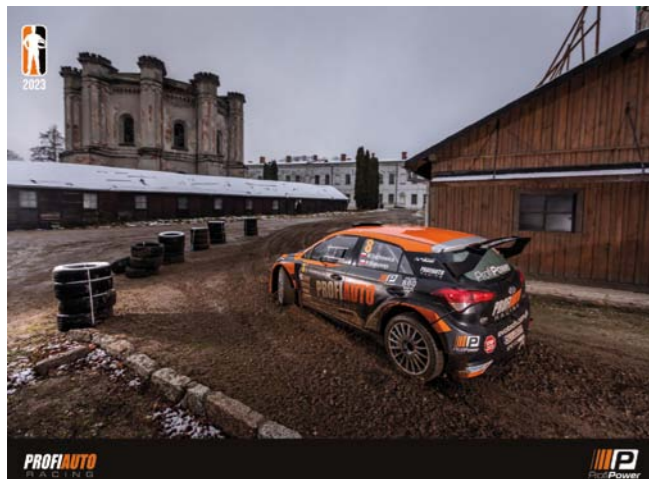


Premiera rajdowego kalendarza ProfiAuto na 2023 rok



Tym razem nie piękne kobiety, a rajdowe maszyny biorące udział w Rajdowych Samochodowych Mistrzostwach Polski zostały głównymi bohaterami kalendarza marki ProfiAuto na rok 2023. Tym samym sieć przetłamała zwyczajowe trendy w tworzeniu tego typu wydawnictw i postanowiła pokazać zdjęcia samochodów ze stajni swojej marki w ujęciu najlepszych fotografów motorsportowych w kraju. Wydawnictwo, które zdoby-

ło już w historii kilka nagród w branżowych konkursach, wkrótce trafi (w liczbie niemal 9000 sztuk!) do partnerów biznesowych i fanów motoryzacji w kraju i za granicą.

Zdjęcia do najnowszego kalendarza ProfiAuto to zbiór ujęć uchwyconych przez najlepszych fotografów motorsportowych. Pochodzą z tras Rajdowych Samochodowych Mistrzostw Polski (RSMP), w których ProfiAuto Racing startuje już drugi sezon. Bo-

haterami sesji są: Citroën C3 Rally2, Hyundai i20 R5 oraz Peugeot 208 Rally4. Dwa pierwsze samochody rajdowe, najczęściej w tym roku używane przez ProfiAuto Racing, mają niemal 300 koni i znane są m.in. z tras serii WRC (*World Rally Car*) – najpopularniejszego cyklu rajdów na świecie. Autami w ramach RSMP ścigają się Michał Tóchowicz i Piotr Białowąs, niejednokrotnie plasując się w pierwszej dziesiątce tego

najważniejszego w Polsce rajdowego cyklu.

Przedstawiciele marki ProfiAuto planują kolejną aukcję charytatywną, na której licytowane będą właśnie zdjęcia z kalendarza na 2023 rok. W tym roku całkowity dochód (w wysokości niemal 20 tysięcy złotych) z pierwszej tego typu licytacji trafi do Stowarzyszenia Dom Aniołów Stróżów, które wspiera wykluczone społecznie dzieci i ich rodziny.

Marka Shell Helix z e-Laurem X-lecia



Marka olejów silnikowych Shell Helix została laureatem nagrody e-Laur X-lecia w prestiżowym ogólnopolskim plebiscytcie „Laur Klienta”, badającym popularność marek w świadomości polskich konsumentów. Elitarne wyróżnienie to efekt najwyższej sumy głosów zebranych przez markę w internetowych głosowaniach na Laur Konsumenta/Laur Klienta w latach 2012-2022.

Laur Klienta to ogólnopolski konkurs konsumencki. Od 2004 roku regularnie przynosi odpowiedź na pytanie, które produkty i usługi są w swojej kategorii najpopularniejsze. Plebiscyt cieszy się na polskim rynku rozpoznawalnością i prestiżem m.in. dlatego, że wyboru ulubionych produktów oraz usług dokonują ich użytkownicy. Są wśród nich także Internauci, ponieważ od 10 lat projekt – oprócz ankiet telefonicznych – jest realizowany w formie sond internetowych.

Przeliczenie głosów oddanych przez Internautów przez ostatnie 5 i 10 lat potwierdziło, że oleje Shell Helix

znajdują się w elicie produktów dostępnych na rynku konsumpcyjnym w Polsce. Marka Shell Helix otrzymała specjalny medal e-Laur Konsumenta/e-Laur Klienta, podkreślający aspekt internetowej popularności wyróżniającego się i cenionego od lat produktu.

Oleje silnikowe Shell Helix to jedne z najbardziej zaawansowanych technologicznie, w pełni syntetycznych środków smarnych dostępnych na polskim rynku. Gama Shell Helix obejmuje neutralne emisyjnie produkty przeznaczone do samochodów osobowych zasilanych różnymi paliwami, w tym pojazdów hybrydo-

wych. Oleje Shell Helix uzyskały aprobaty i rekomendacje wiodących producentów samochodów na świecie. Ich stosowanie zapewnia użytkownikom takie korzyści, jak dłuższa ochrona parametrów silnika, dobra ochrona turbosprężarki oraz do 3% oszczędności paliwa.

E-Laur X-lecia to już piątaste wyróżnienie z serii Laur Klienta przyznane marce Shell Helix. Oprócz konsumentów, klasę produktów z rodziny Shell Helix doceniają też eksperci branżowi – olej silnikowy Shell Helix Ultra 0W został wyróżniony w prestiżowym plebiscytcie Fleet Derby 2022.

87% kierowców chce mieć wpływ na wybór oleju do ich samochodu

Nowa ogólnokrajowa ankieta przeprowadzona na zlecenie Castrol wśród 1000 polskich właścicieli samochodów wykazała, że kierowcy chcą mieć większy wpływ na to, jakie produkty są używane w ich samochodach. Aż 88% twierdzi, że chciałoby, aby ich warsztat zawsze informował, jakiego środka smarnego zamierza użyć w ramach planowego serwisu, a 87% – aby warsztat przedstawiał wybór różnych produktów smarnych, tak by sami mogli zdecydować, który z nich najlepiej odpowiada ich wymaganiom i budżetowi. Poza tym, 81% chce poznać środki smarne klasy premium, które mogą zmaksymalizować osiągi, wy-

dajność i ogólną żywotność silników ich samochodów.

Chociaż kierowcy są bardziej otwarci na rekomendacje olejów z warsztatów, badanie to sugeruje, że niewiele polskich warsztatów w maksymalny sposób korzysta z możliwości rekomendacji. Tylko 41% respondentów stwierdziło, że warsztaty, z których usług korzystają, „zawsze” informują o środku smarnym, którego zamierzają użyć. Aż 9% stwierdziło, że ich warsztaty „nigdy” nie konsultują z nimi wyboru środka smarnego, którego zamierzają użyć.

Kierowcy zapytani o to, czy chcą poznać środki smarne klasy premium, które mogą zmaksymalizować osiągi, wy-



źródło rekomendacji wskazywali warsztaty samochodowe (33%), natomiast 23% respondentów wolało korzystać z porad producenta pojazdu. Warsztaty również mają znacznie większy wpływ na decyzje o zakupie oleju niż internetowe źródła informacji (9%).

Jeśli chodzi o rekomendacje środków smarnych, wpływ warsztatów pozostaje największy, niezależnie od płci: 37% ankietowanych kobiet i 30%

mężczyzn stwierdziło, że przystaliby na rekomendację z warsztatu, w którym zwykle serwisują swoje pojazdy. Starsza grupa kierowców również priorytetowo traktowała zalecenia ze swojego warsztatu – 40% osób w wieku 65 lat i starszych stwierdziło, że jeśli chodzi o wybór najlepszego oleju do swojego samochodu, najprawdopodobniej polegali na rekomendacji swojego mechanika.

FOT. CASTROL

PROFIX
www.multichem.com

Sposób na UNIKATOWY KOLOR

FOT. PROFIAUTO, SHELL