

Увеличение цен на автомобили и сложность с заменой запчастей не пугают россиян. Согласно данным Группы Ренессанс страхование (МОЕХ: RENI), российские автолюбители сохраняют лояльность к бренду при покупке нового автомобиля. В качестве автомобиля на замену россияне все реже выбирают Infinity, Peugeot, Jeep, Ford и Jaguar.

Группа Ренессанс страхование проанализировала, на какие автомобили пересаживаются россияне при продаже своих прежних авто начиная с июня 2022 года. Чаще всего россияне пытаются сохранить если не бренд, то хотя бы страну производителя. Причем это относится не только к иномаркам представительского класса, но и ко многим маркам масс-маркета. Самые высокие показатели лояльности — у Chery и Geely.

Среди «европейцев» самые лояльные автовладельцы в России у немецкого автопрома. Те, кто до февраля 2022 года покупали BMW, несмотря на все сложности, в 41% случаев и сейчас купили автомобиль той же марки (а еще 24% из бывших владельцев BMW пересели на автомобиль другой немецкой марки). К бренду Audi лояльны 35,5% российских автолюбителей (плюс 26,8% купили другого «немца»). Mercedes-Benz повторно покупают 24,4% владельцев машин (еще 28,9% — иную немецкую марку).

Еще выше показатели Subaru (45,5%). Максимальная доля повторно выбравших марку — у Chery (53,6% плюс 7% пересевших на другие китайские марки) и Geely (47,2% и еще 25%, выбравших иные авто китайского автопрома).

В антирейтинге оказались Infinity, Peugeot, Jeep, Ford, Jaguar — менее 10% автомобилистов приобретают их повторно.

«На выборе сказывается не только наличие автомобилей с пробегом или по параллельному импорту, но и доступность запчастей и сервиса. Похоже, даже уровень

роста цен на марку влияет не так сильно. Например, сейчас в топах роста цены автомобиля, кроме премиум-сегмента, есть и вполне бюджетные ранее Renault, Kia, Hyundai. Но эти три марки демонстрируют неплохую лояльность, повторно их покупают около 30% владельцев. Что же касается отличных показателей китайских производителей, похоже, мучающие многих сомнения в качестве скоро пропадут, потребители этим китайским брендам явно доверяют,» — комментирует вице-президент Группы Ренессанс страхование Сергей Кожевников.

Википедия страхования