

ПРОСЕВШАЯ КРЫША

по данным аналитиков, общий прирост рынка кровельных материалов в 2012 году составит порядка 10%. при этом в свете макроэкономической напряженности прогнозы могут быть скорректированы. так, например, в 2009 году кризисные явления спровоцировали падение рынка на 20–25%.

СВЕТЛАНА СЕМЕНОВИЧ

«Пока, исходя из текущих тенденций и имеющейся информации, мы предполагаем, что снижение объемов производства и продаж в таком случае будет меньше чем в 1998 и 2008 годах. Определенный сдержанный оптимизм внушает тот факт, что игроки рынка имеют уже серьезный опыт работы в кризисной ситуации, значит, будут реагировать быстрее. Кроме того, после 2008 года многие компании максимально оптимизировали и модернизировали свои бизнес-процессы и расходную часть под новые условия, поэтому такого шока, как три года назад мы не ждем», — сказал Максим Горячев, коммерческий директор корпорации «Технониколь». По его словам, если стоимость нефти будет плавно снижаться в течение длительного времени, например полугода, то падение кровельного рынка составит порядка 15–20%. Если нефть остановится на отметке в \$60, то обвал строительного рынка зафиксирован на уровне 20–30%. Но, по экспертным оценкам, падение до \$60 маловероятно — низкая цена не нужна сейчас никому.

«2011 год стал для отрасли первым после „дна“ 2010 года, показавшим небольшую позитивную динамику, однако говорить о выходе из кризиса еще рано. Нестабильность европейской, да и российской экономики 2012 года отражается на кровельном рынке по-прежнему. Во время кризиса спрос в большой мере переориентировался на современные материалы низкой и средней ценовой группы», — заметила Кристина Минкова, руководитель аналитического отдела Национального кровельного союза.

«Потребление того или иного типа кровли при малоэтажном строительстве определяется покупательской способностью населения. Этот рынок полностью зависит от общей ситуации в банковском секторе — условий ипотечного кредитования и т.д. Поэтому 2011 год был в принципе неплохим для кровельных компаний, но мог бы быть гораздо лучше, если бы государство было более заинтересовано в улучшении условий жилья населения», — рассказала Ирина Столярова, генеральный директор компании «Балтик Таил».

По словам Веры Никольской, директора по исследованиям ABARUS Market Research, в целом 2012 год выглядит неплохо, хотя в свете макроэкономической напряженности чувствуется нервозность. Восстановление сегментов происходит по-разному. «Так, по нашим прогнозам, в 2012 году твердая черепица вырастет на 20%, ондулин — на 18%, кровельный профнастил на 7–8%, гибкая черепица — на 7–9%, полимерные мембраны — на 23–25%, битумные рулонные — на 8–10%, металлочерепица на 15–17%. Шифер продолжает падать на 5–6%. Если кризисное напряжение уляжется, то 2013 год будет еще более удачным. Металлочерепица вырастет более чем на 30%, рулонные



АЛЕКСАНДР ВАЙШУТЕН

ПОТРЕБЛЕНИЕ ТОГО ИЛИ ИНОГО ТИПА КРОВЛИ ПРИ МАЛОЭТАЖНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ. ЭТОТ РЫНОК ПОЛНОСТЬЮ ЗАВИСИТ ОТ ОБЩЕЙ СИТУАЦИИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ И ОТ УСЛОВИЙ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

материалы на скатных кровлях — на 13%, кровельный профнастил — на 12%, ондулин — на 6%, гибкая черепица — на 5%. Шифер продолжит падение на 29%», — добавила госпожа Никольская.

Как отметили в Национальном кровельном союзе, среди материалов для плоских кровель наибольшей популярностью пользуются полимерно-битумные материалы среднего класса. Этот рынок до кризиса ежегодно рос незначительными темпами (до 5% в год), однако в абсолютных величинах рост этого сегмента был достаточно существенным — на 40–60 млн кв. м ежегодно. Особняком стоит рынок полимерных мембран: в течение четырех лет перед кризисом его ежегодный прирост составлял 30–50% в год. Тенденция сохраняется, однако в силу незначительной доли, занимаемой полимерными мембранами на рынке, высокие показатели роста этого сегмента пока не оказывают существенного влияния на рынок материалов для плоских кровель. «Сегодня можно говорить о том, что кровельный рынок устоялся. Новые производственные линии регулярно открываются, но в рамках уже существующих развитых компаний и концернов», — подытожила Кристина Минкова, руководитель аналитического отдела Национального кровельного союза.

По оценкам ряда аналитиков, до кризиса емкость российского рынка кровельных материалов в денежном выражении составляла порядка \$1,3–1,4 млрд, а

спрос превышал 1 млрд кв. м. Вероятно, этот уровень будет достигнут к концу нынешнего — середине следующего года. Суммарная емкость рынка кровельных материалов Петербурга и Ленинградской области, по данным официальной статистики, составляет около 30 млн кв. м.

Рынок кровельных материалов Санкт-Петербурга находится в общероссийском тренде. По мнению Максима Горячева, коммерческого директора корпорации «Технониколь», в России достаточно сильны позиции национальных производителей, а российские материалы от ведущих поставщиков не уступают по качеству тем же европейским. Проблемы конкуренции с иностранными производителями и качественным зарубежными товарами не стоит. Приходящие на российский рынок западные компании предпочитают создавать производства именно российских материалов.

«Наша продукция по итогам 2011 года занимала 25% национального рынка в сегменте битумных кровельных и гидроизоляционных материалов Финляндии и 20% — Швеции. В 2011 году мы также начали работать в Норвегии, а до конца 2012 года планируем выход на рынок Дании. Мы давно и активно работаем в странах Восточной Европы, где, например, в сегменте рулонных материалов занимаем не менее 10% национальных рынков. И это не единичная ситуация — есть и другие успешно действующие на европейских рынках рос-

сийские компании. При этом необходимо отметить, что и мы, и наши коллеги поставляем в Европу именно российские материалы, произведенные на территории нашей страны. В частности, наш завод в Выборге поставляет материалы в страны Северной Европы», — рассказал господин Горячев.

Более половины всех производителей считаются отечественными. Так, например, большинство теплоизоляционных материалов и рулонной битумной гидроизоляции изготавливают в России. Однако надо учитывать, что к этой категории специалисты относят и продукцию иностранных брендов, производства которых расположены в России и которые принадлежат западным компаниям. «На рынке Петербурга в разных сегментах ситуация обстоит по-разному: в категории премиум-класс доминируют иностранные производители, а в низшем и среднем ценовом сегменте — отечественные», — объяснила Кристина Минкова.

«На российском кровельном рынке положение иностранных производителей не является лидирующим. Исключение составляет сегмент ондулина, но он на 80% производится на территории России. Качество у российских материалов достаточно высокое. Популярную ранее финскую металлочерепицу российская „затерла“ уже несколько лет назад», — добавила Вера Никольская, директор по исследованиям ABARUS Market Research. ■