нию процентной ставки. В этом году мы также рассчитываем, что действия правительства по поддержке строительной отрасли благоприятно скажутся на рынке. В частности, своеобразным катализатором строительной активности может стать программа капитального ремонта и расселения ветхого аварийного жилья, которая сегодня активно обсуждается в Москве. Может казаться, что до ее активной реализации еще далеко, однако это не совсем так. Ее запуск может стать стимулом для нового развития всей отрасли.

G: Еще одним важным направлением для производителей строительных материалов является рынок DIY. Какие тенденции в этом сегменте?

Т. С.: В прошлом году розничный рынок строительных и отделочных материалов, товаров для дома и сада сократился на 6%. Это рекордный показатель снижения с 2009 года. Особенно просели продажи строительных материалов. До середины 2008 года объемы реализации в сфере DIY росли колоссальными темпами. Это было время активной экспансии в Россию европейских ритейлеров с широким ассортиментом, которые старались максимально нарастить обороты. Россия выглядела самым привлекательным среди развивающихся рынков в мире. Но кризис 2014 года внес свои коррективы. Когда возник финансовый дисбаланс с поставками в страну импортных товаров, многим пришлось существенно сократить планы по реализации. Некоторые позиции стали существенно дороже. При этом на фоне подорожания привозимых товаров упали и доходы населения. В итоге обороты существенно снизились. Игрокам рынка DIY пришлось пересмотреть свои стратегии.

G: И какие они сделали изменения?

Т. С.: Многим компаниям удалось достаточно быстро сориентироваться и пересмотреть ассортимент с точки зрения импортозамещения. Ослабление рубля и снижение покупательского спроса обусловили рост доли товаров российского производства и развитие собственных товарных марок. Подобная практика позволила оптимизировать цены и снизить зависимость от скачков валютного курса.

Сейчас рынок демонстрирует положительные сигналы. Мы полагаем, что в этом году этот сегмент может показать незначительный рост. Речь идет об одном-двух процентах. В основном это будет достигнуто за счет отделочных материалов и товаров для дома. «Тяжелый» DIY будет менее динамично развиваться, в первую очередь потому, что объемы ввода индивидуальных домов продолжают сокращаться. Складывается впечатление, что многие потребители заняли выжидательную позицию, отложив ремонтные работы или сократив их. С другой стороны, на рынок DIY оказывает влияние рост объемов ввода жилья с отделкой. Покупатели все чаще смотрят на готовые квартиры, и мы не можем не учитывать этот фактор. Еще одним трендом на рынке DIY является увеличение объемов интернет-торговли. Это связано с укрупнением существующих игроков на рынке и с развитием сервисных услуг.

G: Каковы планы по развитию собственного производства Paroc в России?

Т. С.: Когда в 2013 году мы открывали наш завод в Тверской области, это был большой инвестиционный проект не только для компании, но и для всего региона. Инвестиции в создание производства составили около €60 млн. Конечно, проект рассчитан на перспективное развитие. Мы полагали, что удастся осуществить запуск второй очереди в 2015 или 2016 году. И наши планы остаются в силе, но сроки их реализации немного скорректированы. В перспективе мы рассчитываем увеличить объем производства с 50 до 100 тыс. тонн в год. Для этого нам потребуется открыть вторую, а затем и третью очередь. Все возможности для этого есть. Но мы считаем, что время для этого еще не наступило. Думаю, скорее это произойдет в 2020–2025 годах.

G: Россия по-прежнему сохраняет статус приоритетного рынка для Paroc, как заявлялось ранее?

Т. С.: В этом нет никаких сомнений. Приоритеты определены стратегией развития холдинга на ближайшие три-пять лет. И российский рынок остается одним из самых интересных для развития. Но сейчас с точки зрения новых масштабных инвестиций взята небольшая пауза. Все-таки былой уверенности в стабильности российского рынка пока нет. Мы совершаем точечные вложения в развитие определенных направлений в российском подразделении и по-прежнему заинтересованы в увеличении доли на рынке. Но интерес по более активному развитию пока сместился на другие регионы присутствия компании. Сегодня более эффективными с точки зрения инвестиций для Paroc являются Польша, Германия, Скандинавия. В настоящее время именно эти направления являются нашими рынками роста. В глобальном смысле немного смещены акценты, однако это не отменяет планов относительно развития в России.

Российское подразделение Paroc сосредоточено не на экстенсивном, а на интенсивном развитии. Компания больше работает над увеличением доли и ассортимента своих продаж в дилерской сети. В целом мы работаем не только на обеспечение результата здесь и сейчас, но и на получение гарантированных заказов в более долгосрочной перспективе.

G: На фоне сокращения российского рынка некоторые производители строительных материалов обратились к экспорту. Какова позиция Paroc на этот счет?

Т. С.: Мы не ставили перед собой задачу по резкому увеличению экспортных поставок. В настоящее время они осуществляются в Белоруссию, Грузию и Казахстан. Глобальных планов по расширению этого направления нет. Действующая мощность российского предприятия Paroc позволяет экспортировать около 10% продукции. Существенно увеличивать эту долю не планируется, хотя действительно некоторые компании в кризис предприняли такой шаг.

G: В кризис производители стремились вывести на рынок более экономичные продукты. Paroc работает с продукцией премиум-сегмента. Изменилась ли позиция компании?

Т. С.: Действительно, многие работали над себестоимостью и делали ставку на более экономичную продукцию. Paroc позиционирует себя в премиум-сегменте, так что мы не могли сильно упасть в цене на те продукты, которые у нас были представлены. Наш путь — диверсификация продуктового портфеля для того, чтобы предложить рынку максимально гибкое ценовое предложение за счет сбалансированного ассортимента продуктов и решений. Иными словами, мы стремились производить продукцию, делать ее с теми характеристиками и качествами, которые необходимы потребителю.

G: Как сейчас потребители относятся к инновационным решениям? Есть ли к ним интерес?

Т. С.: Сложность с инновационными материалами нового поколения в том, что пока никто не знает, как они себя проявят в будущем. Год от года на рынке появляются различные строительные и отдельные материалы, характеристики которых прописываются на бумаге, а в реальной жизни они не проходят испытаний «на прочность». Немногие строители готовы рисковать и оперативно внедрять инновации в строительные процессы, но это вопрос времени и накопления опыта и результатов натурных испытаний и исследований. Вот, к примеру, если мы говорим о каменной вате, то мы можем быть уверены в эффективности ее использования. Есть опыт ее применения, есть объекты, которые в реальности показывают все характеристики этого материала. Кстати, именно каменная вата продолжает оставаться самым популярным теплоизоляционным материалом на российском рынке. В прошлом году ее доля в общем объеме продаж всех изоляционных материалов составила почти 50%. По прогнозам, она продолжит расти в ближайшие несколько лет.

G: Несмотря на увеличение доли в объеме продаж, рентабельность производства в этом сегменте падает?

Т. С.: Это обусловлено несколькими факторами. Первый из них — переизбыток производственных мощностей, который приводит к снижению средних цен. В прошлом году оно составило до 8%. От этого существенно страдает маржинальность. Более того, в некоторых регионах, где наблюдается наибольшая насыщенность производствами, ряд предприятий был вынужден работать буквально себе в убыток. По нашим оценкам, в 2017 году давление на цены будет продолжаться. В итоге конкуренция будет еще жестче, и не исключено, что некоторые игроки будут вынуждены сойти с дистанции. На этом фоне можно прогнозировать случаи слияния и поглощения. Кроме переизбытка производств, на рентабельность сильно влияют и рост тарифов на энергоресурсы, и повышение цен на сырье, и увеличение расходов на логистику.

G: В России с 1 июля вступает в силу стандарт по эксплуатации минераловатных изоляционных материалов. Как в Paroc оценивают это событие?

Т. С.: Мы считаем утверждение и внедрение стандарта крайне важным шагом, поскольку он дает возможность всем потребителям получить представление об эффективности утеплителя при длительной эксплуатации. Как известно, до настоящего времени в Российской Федерации отсутствовал нормативный документ, устанавливающий метод определения срока эффективной эксплуатации минераловатных изоляционных материалов. Поэтому и частные потребители, и профессиональные участники рынка задавались вопросом, сколько же служит материал в составе конструкций, смонтированных на объектах, изменяются ли со временем его характеристики. В Европе, где накоплен серьезный опыт использования минеральной ваты, также работали в этом направлении, изучая конструкции, где материал был установлен более 60 лет назад. Результаты таких исследований доказали, что минеральная вата является надежным материалом, теплотехнические свойства которого стабильны на протяжении долгого периода времени.

Являясь активными членами ассоциации «Росизол», мы как производитель принимали участие в разработке российского стандарта, опираясь на наш опыт и понимание, что материалы Paroc этому стандарту должны соответствовать. Так что с появлением этого нормативного документа у Paroc есть еще одна возможность подтвердить, что наша минераловатная продукция надежна и долговечна и обеспечивает потребителю именно ту функцию, ради которой он ее и приобретает.

G: Как европейский производитель, который большое внимание уделяет экологичности материалов, отмечаете ли вы изменения в отношении в России к вопросам энергоэффективности?

Т. С.: В Европе к этой теме действительно относятся очень внимательно. Согласно политике нашей компании, у нас даже корпоративные автомобили должны быть с определенным классом выброса. В России, конечно, такого большого значения экологичности и энергоэффективности пока не придают. Однако мы видим, что движение в этом направлении все же происходит. Государство стремится стимулировать всех участников строительного процесса больше задумываться над этим вопросом и предпринимает определенные шаги в этом направлении.

Мы все понимаем, что это длительный и медленный процесс. Но вектор задан. Важно понимать, что если сегодня потратить на 5–10% больше, то в будущем удастся сэкономить. Если управляющая компания сделала правильное решение при выборе технологий и материалов для капремонта, то в перспективе счет каждого жильца за обслуживание дома станет меньше. Это будет небольшая сумма в месяц, но в пересчете на жизненный цикл здания экономия будет уже весьма ощутимой. Тут также важна роль государства, которое делает только первые шаги к тому, чтобы создавать дополнительные стимулы для использования соответствующих технологий. Проблема в том, что пока нет большого количества примеров. Такие кейсы только начинают появляться.

В Paroc мы просчитываем и показываем эффективность на конкретных реализованных проектах в Европе. В ближайшей к Петербургу Финляндии есть дома, которые были построены 10–20 лет назад с использованием наших материалов, и на их примере можно проследить эффективность наших теплоизоляционных решений.

Важно, что процесс запущен. Его развитие зависит от совместной работы государства и всех участников профессионального сообщества. Сегодня быть безответственным уже невозможно. Важно принимать правильные решения, думать о будущем, стремиться к устойчивому развитию. На наш взгляд, лучше быть готовым сегодня недополучить лишний рубль, но быть уверенным в том, что клиенты оценят выбор, и уже завтра это будет идти на пользу бизнесу. Мы этой позиции строго придерживаемся и рассчитываем, что в этом нас поддержат и партнеры. ■