

«МЫ ДОСТИГЛИ БОЛЬШЕГО, ЧЕМ ОЖИДАЛИ ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД»

КАКОВО ЭТО — БЫТЬ ПАРТНЕРОМ ОЛИМПИЙСКИХ ЧЕМПИОНОВ, ВКЛАДЫВАТЬ В ПРОИЗВОДСТВО ВО ВРЕМЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА И СТАРАТЬСЯ БЫТЬ БЛИЖЕ К ПОКУПАТЕЛЯМ В ТАКОЙ БОЛЬШОЙ СТРАНЕ, КАК РОССИЯ, — КОРРЕСПОНДЕНТУ REVIEW АННЕ КИЛИМНИК РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ТОТАЛ ВОСТОК» ФАБЬЕН ВУАЗЕН.

REVIEW: Компания «Тотал Восток» отмечает десятилетний юбилей на российском рынке. Вы пережили с нами два кризиса. Каким образом они корректировали вашу работу в России?

ФАБЬЕН ВУАЗЕН: Десять лет в России существует юридически обособленный филиал группы компаний «Тоталь». На самом деле представительство компании существовало здесь уже в 1990-х, но работало оно по экспортной бизнес-модели. После основания «Тотал Восток» и правда случился кризис, но мы с ним справились. По правде говоря, я думаю, что благодаря этому кризису мы даже стали сильнее. Мы всегда принимаем решения в соответствии с нашей стратегией и не меняем ее под давлением обстоятельств или вследствие кризиса. Иногда нам приходится подстраиваться, но все равно мы придерживаемся выбранного направления. И я думаю, что именно благодаря этому мы всегда достигали успеха. Например, мы инвестировали в российский завод смазочных масел в худший период — в кризис, но мы были уверены в своем решении, потому что знали, что рынок восстановится.

Р: 28 февраля состоялось торжественное подписание акта предварительной приемки завода «Тотал Восток». На какой стадии сейчас работы?

Ф. В.: Мы довольны нашим проектом, который был завершен вовремя, в рамках бюджета и без происшествий, что очень важно для компании «Тоталь». Завод сейчас на финальной стадии ввода в эксплуатацию. В мае начнется производство первой продукции. Торжественное открытие состоится в октябре, когда производство достигнет полной мощности.

Р: Поселок Ворсино, где построен завод, расположен в Калужской области, но фактически на границе с Московской областью. Важна ли такая географическая близость к столице для какого-либо аспекта работы завода?

Ф. В.: В первую очередь мы были заинтересованы в хорошей инфраструктуре, особенно близости к железной дороге, для эффективной перевозки сырья, а также для доставки продукции. Москва, будучи главным центром потребления в России, предоставляет дополнительное конкурентное преимущество производственному заводу, находящемуся вблизи столицы. Но нам очень важны перевозки в Сибирь, на Дальний Восток и в Центральную Азию.

Р: Означает ли это, что экспансия в новые регионы проходит успешно?

Ф. В.: Мы в «Тотал Восток» уделяем большое внимание тому, что мы называем близость к покупателю. А в такой большой стране, как Россия, это довольно сложно. Но все же нам это удается благодаря тому, что у нас есть региональные офисы продаж. Помимо Москвы они открыты в таких городах, как Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростов-на-Дону и Казань. В последние два года мы прилагали немало усилий, чтобы закрепиться в Сибири и на Дальнем Востоке. Кроме того, у нас широкая дистрибуторская сеть на тех территориях, где нет наших офисов продаж.

ПОСЛЕ ОСНОВАНИЯ «ТОТАЛ ВОСТОК» СЛУЧИЛСЯ КРИЗИС, НО МЫ С НИМ СПРАВИЛИСЬ. ПО ПРАВДЕ ГОВОРЯ, Я ДУМАЮ, ЧТО БЛАГОДАРЯ ЭТОМУ КРИЗИСУ МЫ ДАЖЕ СТАЛИ СИЛЬНЕЕ. МЫ ВСЕГДА ПРИНИМАЕМ РЕШЕНИЯ В СООТВЕТСТВИИ С НАШЕЙ СТРАТЕГИЕЙ И НЕ МЕНЯЕМ ЕЕ ПОД ДАВЛЕНИЕМ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ



ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА



ПЕТР КАСИДИН

Р: Помимо того что завод — это локализация производства в географическом смысле, что еще в данном случае подразумевается под словом «локализация»: оборудование, компоненты?... Будете ли вы привлекать к работе иностранных специалистов или полностью укомплектуете штатное расписание за счет местных работников?

Ф. В.: Прежде всего хочу напомнить, что 80% инвестиций в завод в Ворсино принадлежало российским компаниям — я думаю, это прекрасная иллюстрация того, что значит локализация. Конечно, мы стараемся оптимизировать использование местных материалов. Например, упаковочные материалы будут местного производства, и, кроме того, базовое масло будет представлять собой смесь импортного и местного базовых масел. Что касается персонала, то большая часть сотрудников будет набрана из местного населения: благодаря этому заводу мы создадим 50 новых рабочих мест.

Р: Как развивался рынок смазочных материалов в России последние десять лет?

Ф. В.: В соответствии с мировыми трендами. И если мы обратим внимание на мировой рынок смазочных материалов, то увидим, что его объем значительно уменьшился: потери составили как минимум 20%. Российский рынок находится на пятом месте в мире, и он остается привлекательным, ведь его объем составляет 1,3 млн тонн в год.

Р: Меняется ли в России потребность в моторных маслах в текущих экономических условиях?

Ф. В.: Российские покупатели уделяют больше внимание ценам и ищут выгодные предложения, пытаясь найти самый дешевый продукт. Но для нас значение имеет не только выбор смазочного материала, но и канал, с помощью которого совершается покупка, а также место, где осуществляется обслуживание машины. Часто владелец производит замену масла самостоятельно или в независимом автосервисе — мы называем это buy and fit («купить и заменить»). Все большую роль здесь играет интернет. Намного меньше покупателей обращаются к официальным дилерам, и тем все труднее удерживать клиентов, особенно в постгарантийный период.

Р: Какие сегменты рынка смазочных материалов сейчас наиболее востребованы в России?

Ф. В.: По нашему мнению, спрос на машинное масло выше в сфере малотоннажных, грузовых и большегрузных транспортных средств, чем, например, в сфере легковых автомобилей. В качестве примера можно привести сельскохозяйственные или горнодобывающие машины. Прибыль в этих сегментах достаточно высока, и я считаю это прекрасной иллюстрацией того, что российская экономика адаптируется и восстанавливается. Я также хотел бы упомянуть, что смазочные материалы, изготовленные в России, пользуются спросом на рынке благодаря программе импортозамещения, что дает преимущества некоторым российским брендам, но одновременно и тем международным компаниям, которые производят продукцию в России. После возведения завода смазочных масел в Ворсино это относится и к «Тотал Восток».

Р: Довольны ли вы итогами 2017 года в отношении «Тотал Восток»?

Ф. В.: Год был довольно удачным. Несмотря на кризис, дела у нас в последние три-четыре года шли хорошо. В качестве доказательства приведу некоторые числа: так, в прошлом году рост снова составил более чем 10%, а что касается объема продаж наших смазочных материалов, то он увеличился на 14%. В итоге наш оборот в России составляет около 11 млрд руб.

Р: Какие новые партнерские соглашения «Тотал Восток» заключил за последний год?

Ф. В.: В первую очередь мы поддерживали и развивали существующие партнерские отношения. Например, с компанией «Киа Моторс рус», которая занимает значительную часть российского рынка. В отношении грузового транспорта могу отметить сотрудничество с КамАЗом. Что касается новых соглашений, то мы заключили партнерские отношения с довольно небольшой, но при этом обладающей большим потенциалом компанией Ravop, которая постепенно выходит на российский рынок, при этом ее производство расположено в Узбекистане. А также с китайской компанией Haval, которая является частью Great Wall Motors и обладает большими амбициями относительно российского рынка, в том числе потому, что они построили новый завод в Туле. Haval — это партнер международного уровня, и мы рады помогать им на российском рынке.

Р: «Тотал Восток» — официальный партнер команды «КАМАЗ-мастер», недавно началось ваше сотрудничество с Федерацией хоккея России и национальной сборной России по хоккею. Планируете ли вы развивать эти проекты и дальше?

Ф. В.: Мы очень рады нашим партнерским отношениям. И знаете, мы приносим нашим партнерам удачу. В 2018 году «КАМАЗ-мастер» снова одержал победу на «Дакаре», а в прошлом году — и на ралли «Дакар», и на ралли «Шелковый путь». Мы желаем им удачи и в этом году и надеемся, что они снова станут победителями. Что касается российской хоккейной команды, они стали олимпийскими чемпионами. Мы рады за них и счастливы быть их партнером. Так что, конечно, мы продолжим развивать наши партнерские отношения.

Р: Расскажите об открытии первого представительства лаборатории ANAC в России.

Ф. В.: Диагностика ANAC связана с анализом масла — она похожа на анализ крови, который позволяет докторам определить состояние здоровья человека. В нашем случае анализ поможет определить техническое состояние механизмов и оборудования. В прошлом году мы начали использовать технологию под названием ANAC web-link. Это очень полезная услуга, так как она помогает автовладельцам уменьшить затраты на эксплуатацию при использовании смазочных материалов «Тотал».

Р: В заключение скажите, выполнил ли «Тотал Восток» свои планы на прошедшие десять лет и каковы планы компании на предстоящее десятилетие?

Ф. В.: Должен признать, что мы достигли большего, чем ожидали десять лет назад. Если говорить о цифрах, то доля рынка, которую мы занимаем, составляет около 3,5%, что вдвое больше, чем доля, которую мы занимали четыре года назад. Так что мы претерпели значительный рост и, конечно, стремимся к тому, чтобы продолжать развиваться. Мы планируем увеличить мощность нашего завода, которая при работе в две смены составит 75 тыс. тонн в год. Это наша промежуточная цель, и она будет составлять приблизительно 5% доли российского рынка. ■