

«ИНТЕРЕС ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К СТРОИТЕЛЬНОЙ ТЕМАТИКЕ СОХРАНЯЕТСЯ»

ФИНСКИЙ КОНЦЕРН KIIILTO, ПРОИЗВОДЯЩИЙ СТРОИТЕЛЬНО-ОТДЕЛОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ПРОМЫШЛЕННЫЕ КЛЕИ, ПРИЗНАЕТ, ЧТО ПОД ВЛИЯНИЕМ КОРОНАВИРУСА ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ЗАСТАВЛЯЮТ МНОГИХ ПЕРЕОСМЫСЛИТЬ ПРЕЖНЕЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И СОСРЕДОТОЧИТЬСЯ НА ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖНОМ. В ОТЛИЧИЕ ОТ ДРУГИХ СЕГМЕНТОВ, DIY-МАГАЗИНЫ ВОССТАНОВИЛИСЬ БЫСТРЕЕ: ПОТРЕБИТЕЛИ НЕ ОТКЛАДЫВАЛИ РЕМОНТ И, ВОЗМОЖНО, НАПРАВИЛИ НА НЕГО ЧАСТЬ СБЕРЕЖЕНИЙ ОТ ПОЕЗДОК. О РАБОТЕ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ С ИНДИВИДУАЛЬНЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ И ПРОМЫШЛЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ, А ТАКЖЕ О РАСШИРЕНИИ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ РАССКАЗЫВАЕТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР KIIILTO В РОССИИ ЕВГЕНИЙ АБРИН. ЯНА ВОЙЦЕХОВСКАЯ



АЛЕКСАНДР БЕЛЫЙ

BUSINESS GUIDE: Как компания адаптировалась к работе в новых коронавирусных условиях?

ЕВГЕНИЙ АБРИН: Мы были одними из первых, кто перевел сотрудников на удаленный формат работы (с 18 марта) и сократил все деловые активности, включая поездки и мероприятия, например, семинары и конференции. У нас был относительный запас времени на подготовку, связанный с тем, что офис материнской компании в Финляндии, перешедший раньше нас в режим строгих коронавирусных ограничений, давал нам четкие предписания по безопасности. Кроме того, мы разработали свой собственный стандарт безопасности на предприятиях, в котором учли рекомендации российских и европейских экспертов, профильных организаций и органов власти. Возвращение в привычный ритм потребовало от нас новой перенастройки. Сотрудники обеспечены средствами индивидуальной защиты, регулярно пользуются антисептиками и каждый день проходят проверку здоровья.

BG: Как изменились производственные показатели компании за этот период?

Е. А.: Нам во многом удалось сохранить показатели производства на докарантинном уровне, так как наши клиенты входят в число компаний, чья деятельность была разрешена во время ограничений. Это компании, занятые в строительстве социально значимых объектов и производстве товаров первой необходимости. Мы допускали, что ситуация может усложниться, и старались работать на опережение: организация работы складов, обеспечение оптимальных запасов продукции и сырья. К счастью, российско-финская граница не закрывалась полностью, что давало возможность не останавливать налаженный процесс импорта продукции, производимой на наших заводах в Финляндии.

DIY-сети сделали значительный упор на онлайн-канале продаж. Дистанционно совершать покупки призвали «Петрович», «Максидом», «Бауцентр», «220 вольт».

Наверное, можно утверждать, что «вирус с короной» помог нам развивать онлайн-коммуникации. Но в действительности он ускорил этот процесс, потому что планы по развитию, например, дистанционного обучения для наших клиентов у нас уже были. В этом году мы запустили проект Kiiolto Pro Academy Online и обучение стало доступно для слушателей, в том числе и из дальних регионов. Это формат не уступает «живым» офлайн-семинарам компании. В год 25-летия присутствия на российском рынке это станет важным шагом в развитии культуры строительства и знаний о продукции Kiiolto.

BG: Какова доля Kiiolto на рынке строительных материалов России?

Е. А.: Продукция Kiiolto в Российской Федерации представлена в разных категориях, при этом доля нашего присутствия в каждой из них невелика. И данный показатель не является для нас ключевой целью. Мы предлагаем системы взаимно совместимых продуктов для любых задач на всех этапах — от основания до покрытия, и концентрируемся на их продвижении в среднем и высоком ценовом сегменте. Наша цель — быть признанным экспертом в выбранных направлениях. Сегодня строительно-отделочное направление Kiiolto представлено в нескольких категориях. Это сухие строительные смеси, гидроизоляционные материалы, готовые клеи для обоев, клеи для напольных покрытий. И в каждой этой категории конкуренция достаточно высокая. Особенно в категории сухих смесей, основу которой составляют локальные производители. Мы планируем и дальше укреплять свои позиции в традиционных для Kiiolto направлениях: клеи для напольных покрытий, затирки, гидроизоляция. Kiiolto в России — это не только строительно-отделочные материалы, но и высококачественные промышленные клеи, хорошо известные среди лидеров рынка. Во время кризиса свою работу продолжают, например, производители санитарно-гигиенических средств, бытовой химии, предприятия деревообработ-

ки, производители упаковки и транспорта. Во всех этих сегментах мы участвуем как поставщики промышленного клея.

BG: Как отличается цена продукции Kiiolto по сравнению с другими производителями, представленными на рынке?

Е. А.: В зависимости от категории цена может отличаться от среднего до высокого уровня. Но в целом мы стараемся быть «в рынке», учитывая ценовую политику конкурентов в выбранном сегменте. Хотя понимаем, что можем восприниматься потребителем как дорогой бренд за счет нашего «финского происхождения». Вопрос итоговой цены на полках, конечно, важен. Мы стараемся использовать сырье, аналогичное тому, что используется нами в Финляндии и Швеции. Это не всегда оптимальный с точки зрения себестоимости выбор, но мы приняли и соблюдаем европейские требования к качеству.

BG: Сколько производственных площадок Kiiolto открыто в России?

Е. А.: В данный момент в России работают два завода Kiiolto. Это завод по производству клеев в Раменском и завод по производству сухих строительных смесей в Калужской области (запущены в 2008 и 2011 году соответственно.— **BG**). За 25 лет присутствия в России нам удалось значительно расширить классическую финскую линейку продуктов за счет собственного производства. Сегодня не менее 70% продуктов из ассортимента создаются в России. А из Финляндии мы импортируем затирки, силиконы, гидроизоляционные материалы. Доля экспортируемой продукции российского производства показывает хороший рост год от года. Сейчас она составляет около 5%. Мы экспортируем продукцию в Латвию, Литву, Эстонию, Беларусь, Казахстан, Киргизию, Грузию и Молдову.

BG: Россия — один из самых активных рынков строительства сейчас в мире. Объемы ввода жилья позволяют рассчитывать на дальнейший спрос?

Е. А.: Действительно, рынок строительства является в России активным. Мы

могли убедиться в этом в том числе во время карантинных ограничений, когда многие производства были закрыты или существенно сокращены, а стройки продолжали работать. Тем не менее сейчас сложно заглядывать вперед и строить предположения. Очевидно, нам еще предстоит серьезно оценить первые результаты кризиса. Обнадеживают новости по снижению процентной ставки по ипотеке. Надеемся, это даст дополнительный стимул рынку недвижимости. Во время кризиса мы видели ухудшение показателей бизнеса по многим направлениям — в лучшем случае компаниям удавалось сохранить прежние позиции. В сегменте DIY на фоне падения офлайн-продаж на 10% интернет-торговля продемонстрировала рост на уровне 35%. Благодаря развитому каналу онлайн-продаж строительные ритейлеры смогли обеспечить потребности рынка, что позволило многим производителям продолжить работу в условиях строгих ограничений.

BG: Какие тенденции отмечаете на рынке строительно-отделочных материалов, клеев?

Е. А.: По нашим данным, на фоне общего сокращения доходов и падения потребительского спроса, вызванного коронакризисом, интерес потребителей к строительной тематике сохраняется. Тематические запросы, связанные со строительством, ремонтом и отделкой, растут — в среднем на 26% относительно апреля 2019 года. Сложившиеся обстоятельства заставляют многих переосмыслить прежнее потребление и сосредоточиться на действительно важном. Постковидный период не будет простым. Мы имеем дело с последствиями, которые могут стать причиной новых изменений. Конкуренция между производителями будет только усиливаться. И нам нужно будет предложить новые решения для этого меняющегося рынка. Опыт и знания, накопленные нами за годы работы в России и Финляндии, уже помогали нам преодолевать непростые времена. ■