



Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Химическая промышленность

Четверг 15 июня 2017 №105 (6099 с момента возобновления издания)



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

kommersant.ru

15 О рыночных тенденциях и том, как будет развиваться BASF в России, — глава компании Кристоф Рёриг

15 Главные тренды рынков бытовой и профессиональной химии

16 Как формировался крупнейший в мире химический концерн

Несмотря на снижение объемов строительства, рынок строительной химии в стране продолжает расти. Основные причины — увеличение областей применения продукции химической индустрии в строительстве и постоянное расширение продуктовой линейки. Также расширению сектора способствует то, что крупные иностранные компании готовы локализовать производство в РФ.

Железобетонное качество

— строительство —

Российский рынок недвижимости продолжает падать. По предварительным подсчетам Минстроя, в прошлом году построили примерно на 5 млн кв. м меньше, чем в позапрошлом. В 2016 году в России ввели в эксплуатацию около 77–80 млн кв. м жилья, а годом ранее — 85 млн кв. м. Несмотря на это, рынок строительных составов, с помощью которых производятся строительные и отделочные работы, растет.

По данным American Chemistry Council, ежегодные темпы роста рынка строительной химии составляют в среднем около 9–13%. По прогнозам экспертов, химическая отрасль в России будет показывать одни из самых высоких темпов роста среди стран БРИК — более 2,5% в год. Основным драйвером рынка строительной химии является расширение использования добавок. Сейчас в России доля бетона, производимого с помощью добавок, составляет примерно 50%. «Но в некоторых российских регионах при строительстве зданий и сооружений добавки почти не используют, что говорит о большом потенциале расширения сбыта», — замечает Алексей Калачев, эксперт-аналитик АО «Финам».

Выше, крепче, быстрее

Именно с увеличением ассортимента в товарных линейках аналитики связывают рост рынка строительной химии. В промышленном строительстве уже давно применяют только бетон, модифицированный за счет различных добавок. Международные корпорации стараются внедрять новые технологии при изготовлении бетона, что снижает себестоимость смеси и упрощает процесс ее укладки и уплотнения. Например, специалисты международного химического концерна BASF синтезировали новый



Современные химические технологии делают строительство более надежным

полимер полиарил, с помощью которого готовят добавки в бетон, позволяющие получить бетонные смеси пониженной вязкости и при этом более пластичные и плотные, чем обычные бетонные смеси. В компании говорят, что новый компонент обладает массой преимуществ: он облегчает укладку бетонной смеси, что способствует снижению количества дефектов конструкции и обеспечивает долговечность бетона. «Раньше такого эффекта можно было добиться только за счет введения водоплавающего инертного материала и унители, специальные международного химического концерна BASF синтезировали новый

риет возможности для производства сборного железобетона, товарного бетона и для зимнего бетонирования. Наконец, полиарил позволил создать инновационную специальную добавку для бетонирования промышленных полов с упрочненным верхним слоем», — говорит Максим Закржевский, руководитель отдела добавок в бетон ООО «БАСФ Строительные системы».

В России, как уверяют эксперты, бетон с добавками широко востребован. «Этот показатель, по разным оценкам, колеблется в районе 80%. Добавки позволяют, используя более дешевый цемент, менее однородный по структуре заполнитель, получать бетон с высокими характеристиками. Отдельные специальные бетоны вообще невозможно получить без модифицирующих добавок. Речь идет о пенобетоне или высокопрочных бето-

нах», — сообщила научный сотрудник Института Министерства сельского хозяйства Израиля кандидат технических наук Алла Насонова.

Инновационные добавки в бетон позволяют строить конструкции большей этажности и повышенной сложности, предложение на рынке постоянно растет. По словам руководителя информационно-аналитического центра RUPEC Андрея Костина, за два последних года рынок строительной химии существенно изменился, структурно расширился, несмотря на общий спад в экономике и падение рынка недвижимости. Причин тому несколько. Во-первых, современные модификаторы строительных материалов позволяют вести строительство круглогодично, на большой высоте, при низких температурах, что без добавок делать сложно: бетон на морозе быстро засты-

вает. Во-вторых, строить объекты с применением добавки застройщикам выгоднее, поскольку проект в этом случае обойдется им дешевле, к тому же они могут быстрее его закончить. «Есть факторы, которые могут влиять на рынок строительных материалов. Первый связан с изменением структуры спроса из-за эволюции как проектных решений, так и технологий строительства, в том числе по причине общей тенденции к сокращению сроков и стоимости. Это долгосрочный драйвер, который будет подталкивать спрос на новые материалы даже при общей депрессии в отрасли. Еще один связан с недавним потребительским бумом на рынке жилой недвижимости, который неизбежно влечет за собой возникновение дополнительного спроса на материалы для благоустройства и ремонта.

Авторемонт в красках

— тенденция —

Российский рынок авторемонтных эмалей переживает сейчас не самые лучшие времена. Причины вполне очевидны: снижение покупательской способности населения, падение продаж новых автомобилей, кризис на рынке автострахования. Однако, несмотря на все сложности, представители концерна BASF смотрят в будущее с оптимизмом и считают, что предпосылки для улучшения ситуации есть.

Развитие автоиндустрии, дорожной инфраструктуры, совершенствование организации дорожного движения приводят к снижению аварийности на дорогах как в мире, так и в России, что неизбежно отражается на объеме и структуре рынка авторемонтных эмалей. Это глобальный тренд. В дополнение к этому в последние несколько лет на российский рынок оказала негативное влияние нестабильная экономическая ситуация, что привело к значительному падению объема продаж новых автомобилей (в 2015 году — на 35,7%, в 2016 году — на 11%). Помимо этого заметное уменьшение продаж полисов каско и отсутствие четких правил работы по ОСАГО привели к значительному снижению загрузки в малярно-кузовных цехах (до 80%) и, как следствие, закрытию и уходу с рынка ряда игроков кузовного ремонта. Также ослабление рубля увеличило себестоимость импортных ЛКМ, составляющих большинство на рынке. В результате поставщики стали предлагать более дешевые линейки ЛКМ, что не могло не отразиться на качестве ремонта.

«Несмотря на соблазн перейти на более дешевый материал при работе с официальными дилерскими станциями (как это сделало большинство игроков), нам удалось укрепить свои позиции в премиальном сегменте авторемонта за счет предоставления дополнительных технических решений, внедрения мероприятий по повышению эффективности малярно-кузовных цехов и новых бизнес-моделей», — говорит Дмитрий Котов, руководитель направления авторемонтных эмалей BASF региона

Россия, СНГ, Турция, Ближний Восток. «Решение это стратегическое: мы верим в возрождение российского рынка и востребованность премиальных ЛКМ и профессиональной технической поддержки. Также мы успешно развиваем бизнес ЛКМ среднего ценового сегмента для независимых кузовных центров. Главное, нам удалось сохранить нашу профессиональную команду и региональную сеть», — отмечает господин Котов.

Авторемонтные эмали концерна BASF представлены двумя премиальными брендами — Glasurit® и R-M®, линейкой ЛКМ среднего ценового сегмента под маркой Baslac® и различными вспомогательными материалами для авторемонта под маркой RODIM®. Работа с ЛКМ BASF гарантирует наличие постоянно пополняемой базы цветных формул и технических решений, внедряемых ведущими автопроизводителями. Правильное ценовое позиционирование и профессиональная техническая поддержка позволяют концерну BASF прочно удерживать свои позиции и суверенность смотреть в будущее.

В последнее время в России наблюдается повышение интереса к эффективным решениям для окраски коммерческого, специального и грузового транспорта. Имея значительный опыт в этом сегменте, компания BASF помогает российским производителям повысить качество выпускаемой продукции и быть более конкурентоспособными. Повысить загрузку авторемонтных мастерских может вступивший в силу в апреле закон «О внесении изменений в федеральный закон „Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств“». Новые правила ОСАГО устанавливают приоритет восстановительного ремонта поврежденного транспортного средства над страховой выплатой. То есть автовладелец будет получать от страховой компании отремонтированный автомобиль вместо возмещения деньгами. «Это изменение позволит повысить загрузку станций кузовного ремонта и окажет позитивное влияние на рынок авторемонтных материалов», — считают в BASF.

Ирина Салова

Курс на восстановление

— динамика —

Переживший кризис цен и спроса горно-обогатительный сектор России начинает восстанавливаться. Компании, несмотря на убытки последних лет, продолжают развивать производство, что позитивно влияет на смежные сферы. Так, в BASF Mining Solutions (подразделении немецкой BASF) рассчитывают, что потребление продукции компании российскими производителями металлов и удобрений вырастет в 2017 году почти на четверть. И, судя по масштабным планам инвестиций крупнейших компаний сектора в строительство новых и реконструкцию старых мощностей, этот прогноз реалистичен.

На дне

Последние три года стали непростыми для российской экономики. Падение цены на нефть, рост курса доллара и западные санкции не могли не отразиться на показателях всех основных производственных отраслей. Как отмечают в Минэкономике России, обвал показателей в одном из крупнейших секторов — металлургии — связан прежде всего с минимальным уровнем внутреннего спроса, сокращением объемов строительства, промышленного производства, а также с падением продаж в сфере машиностроения. Негативно влияют на отрасль и кризисные явления на глобальном рынке, а также высокая конкуренция с украинскими и китайскими поставщиками. В 2015 году спрос на металлургическую продукцию упал на

17%. Падение потребления металла в машиностроительной отрасли достигло 15%. Внутренними трудностями дело не ограничилось: во многих западных странах были начаты антидемпинговые расследования в отношении российских поставщиков, хотя российский металл подешевел в основном из-за девальвации рубля.

Стоимость многих ключевых видов продукции, даже мало связанных с нефтяной сферой, в последние годы достигала исторических минимумов. На дне оказались и рынки удобрений, а следовательно, пострадали и связанные с ними сегменты и продукты для горнодобывающей и перерабатывающей отраслей, например реагенты, применяемые в процессах обоживания при обогащении полезных ископаемых, — полиакриламидные флокулянты (один из крупнейших поставщиков — немецкая BASF).

В российском подразделении концерна отмечают, что в РФ на продукцию подразделения BASF Mining Solutions (объединяет продукты для горно-обогатительного и металлургического секторов) влияло, с одной стороны, снижение цены нефти в валюте, из-за чего стоимость выпускаемых ею полимеров несколько снизилась в евро, а с другой — падение курса рубля привело к резкому росту цен в рублевом выражении в 2014 году. Компания поставила в первую очередь полиакриламидные флокулянты линейки MagnaFlo® и RheoMax DR® для разделения твердой и жидкой фаз в процессах обогащения и гидрометаллургии, а также продукты линейки LIX® и Alamine® для жидкостной экстракции металлов. «Цены на продук-

ты снижались с падением стоимости нефти, в настоящее время намечается тенденция к восстановлению в связи с ростом цен на энергоносители и нефть», — отмечают в компании. К тому же постепенно восстанавливается спрос со стороны основных потребителей, которые за три кризисных года адаптировались к ситуации.

Постепенное оживление

Горнопромышленный сектор начал оживать, а вслед за ним, отмечает руководитель отдела специальных химикатов для добычи нефти и полезных ископаемых ООО БАСФ Павел Александров, растет рынок продуктов для горно-обогатительной промышленности. «После двух-трех лет стагнации, вызванной в первую очередь экономическим кризисом и связанным с ним значительным снижением цен на уголь, железную руду и основные цветные и драгоценные металлы (золото, медь, никель, алюминий), рынок начал расти, и начиная с 2016 года четко прослеживается тенденция к постепенному возвращению цен на прежний уровень. Это привело к тому, что после некоторого перерыва активизировались строительство новых и реконструкция действующих предприятий. Особенно это заметно в России и Казахстане. Мы ожидаем стабильного увеличения потребности в наших продуктах», — рассказал он, «Ъ».

Действительно, начиная с прошлого года запускаются новые предприятия, например медные производства KAZ Minerals в Казахстане, и реконструируются действующие, в частности Учалинский ГОК.

Урожайная защита

— безопасность —

Российский рынок средств защиты растений за последний год значительно вырос. По мнению экспертов, эта отрасль экономики — одна из немногих, для которой санкции стали толчком к долгосрочному развитию. Российские и иностранные производители агрохимии, несмотря на кризис, продолжают инвестировать в инновационные разработки. А крупные поставщики, такие как BASF, готовы также вкладывать средства в локализацию производства и расширение продуктовой линейки.

В последнее время Россия демонстрирует существенный прирост производства основных продуктов сельского хозяйства. В 2016 году страна получила наибольший урожай зерновых за все постсоветское время — 120,7 млн тонн чистого веса, включая 73,3 млн тонн пшеницы. По прогнозу Минсельхоза, экспорт российского зерна с 1 июля 2016 года по 30 июня 2017 года составит 34–35 млн тонн. В прошлом сезоне Россия с объемом экспорта пшеницы чуть более 25 млн тонн стала мировым лидером, а, по данным министерства, в мае этот рекорд уже побит.

Но прежде чем экспортировать, продукцию нужно вырастить и сохранить. По данным Минсельхоза, в России 59,5 млн га посевных площадей, из которых около 65% отведено зерновым, 15% — подсолнечнику, 7% — кукурузе и примерно 3% — картофелю. И далеко не все земли обрабатываются пестицидами

— средствами защиты от насекомых и вредителей. Для сравнения: в странах Западной Европы и США ими обрабатываются почти все посевные. По данным маркетингового исследования «Рынок средств защиты растений в России», проведенного российской компанией IndexBox, в 2015 году российский предприятия показывали пусть неустойчивую, но все же положительную динамику производства средств защиты растений. Индекс производства к предыдущему месяцу в 2015 году был положительным 7 месяцев из 12. Однако совокупное падение объемов производства за год составило 6% /г/.

«В настоящее время рынок средств защиты растений в России показывает существенную положительную динамику по сравнению, к примеру, с рынками европейских стран. Один из основных факторов роста — интенсификация технологий возделывания сельскохозяйственных культур. Вместе с этим наблюдается расширение доли посевных площадей крупных агрохолдингов. Программа импортозамещения оказала позитивное влияние на развитие рынка плодородной продукции. Также приобретает все большее значение возделывание сои, в первую очередь в качестве кормовой базы для животноводства», — отмечают в крупном поставщике агрохимии BASF.

Компания предлагает на рынке высококачественные и инновационные фунгициды, инсектициды, гербициды, протравители, регуляторы роста и инокулянты. В прошлом году BASF начала продажи ряда

совершенно новых препаратов: Евро-Лайтнинг плюс™, Систива™, Орвего™. В 2017 году представлены новые фунгициды для защиты зерновых культур «Рекс Плюс», целая линейка инновационных продуктов для обработки сои: гербицид Корум™, инокулянты Хайстик™ Соя, Хайкоут™ Супер Соя, протравители Дэлит Про™. Учитывая список новинок, представленных на рынке, 2017 год неофициально объявлен годом сои для BASF.

«Мы ожидаем роста продаж на подсолнечнике за счет увеличения площадей под данной культурой, возделываемой по технологии «Клиарфилд». Также одним из главных драйверов роста станет соя за счет увеличения спроса на корма, вывода на рынок нескольких новинок, в частности инокулянтов», — пояснили в BASF. Там отмечают, что задача компании — создание и внедрение инновационных продуктов, которые позволяют оптимизировать технологии ведения сельского хозяйства, улучшить качество питания и жизни возрастающего населения Земли.

Применение средств защиты растений является одним из главных условий достижения высоких урожаев, считают в BASF. Широкое распространение болезней, насекомых-вредителей и сорняков способно нанести растениям большой ущерб. «Грамотное использование средств защиты растений позволяет избежать этих потерь, собрать значительно больше зерна, овощей и фруктов, а также повысить их качество», — отмечают в немецком концерне.

химическая промышленность

Создавая химию

Россия, обладая огромным потенциалом развития и многими видами сырья, нуждается в партнерах, с которыми можно было бы совместно осваивать эти ресурсы. Одним из наиболее важных для страны зарубежных инвесторов уже много лет является немецкий концерн BASF. Компания, открывшая торговое представительство в Москве еще в XIX веке, сейчас тесно сотрудничает с РФ в ключевых секторах экономики, таких как нефтегазовая и химическая отрасли.

— история —

Начало пути

В современном мире, где пластик, стекло и бетон стали самыми распространенными материалами, все более существенную роль играет нефтехимия. В промышленно развитых странах доля нефтехимической отрасли в ВВП достигает 10%, но в России этот показатель пока едва превышает 1%. Внутренний спрос на нефтехимическую продукцию остается низким, поставки базового сырья идут в основном на экспорт, а продукты высокопередела внутри страны почти не производятся.

И с учетом перспектив развития иностранных компаний видят в российском рынке большой потенциал. Одна из них — нынешний лидер мировой химической отрасли немецкий концерн BASF. Компания существует больше 150 лет: в апреле 1865 года промышленник Фридрих Энгельхорн основал вместе с компаньонами в южногерманском городе Людвигсхафене Баденскую фабрику анилина и соды (Badische Anilin- & Soda-Fabrik, BASF), которая производила красители. Компания стремительно набирала вес в отрасли и к XX веку вошла в число ведущих производителей химикатов в Германии. Сейчас продуктовый портфель BASF состоит из пяти сегментов: химикаты, специальные продукты, функциональные материалы и решения, решения для сельского хозяйства, а также нефть и газ.

● «We create chemistry» («Мы создаем химию») — под таким девизом концерн BASF работает сегодня. В компании по всему миру работают около 114 тыс. сотрудников. В 2016 году объем продаж концерна составил около €58 млрд. Акции BASF торгуются на фондовых биржах Франкфурта, Лондона и Цюриха.

В BASF считают, что в условиях, когда численность населения Земли и его потребности стремительно растут, а природные ресурсы истощаются, химическая отрасль приобретает все большее значение. «Именно химия способна предоставить продукты, технологии и решения, при помощи которых мы будем использовать меньше ресурсов, но при этом производить больше качественных продуктов для обеспечения более комфортной жизни», — говорят в компании.

Поход на Москву

Россия стала одним из стратегических рынков для BASF меньше чем через десять лет после создания компании. 8 октября 1874 года BASF открыла офис продаж в Москве, а спустя три года запустила свое первое в мире зарубежное промышленное производство в подмосковном поселке Бутырки. К 1890 году при сумме продаж



История лидера химической отрасли BASF насчитывает более 150 лет

в 2 млн немецких марок доля российского рынка в общем объеме продаж BASF составляла около 10%.

Потом на много лет российско-немецкое сотрудничество прервали Октябрьская революция, Первая и Вторая мировые войны. И сама компания очень пострадала во Второй мировой войне. Половина заводов и фабрик BASF в Людвигсхафене и Оппау были уничтожены или сильно повреждены бомбардировками. После войны часть активов компании продали по цене ниже доллара, часть просто ликвидировали. Производство пришлось буквально возрождать из пепла: оборудование устарело, цеха были разрушены, компания лишилась основного сырья, потеряв восточноевропейских поставщиков.

Но послевоенное время дало резкий толчок развитию BASF. У Западной Германии не было денег для импорта химикатов — стране необходимо было создать собственное их производство. И уже через несколько лет после окончания войны BASF продавала продукты на основе аммония и азота в том же объеме, что и в военное время. Несмотря на очевидные сложности, а также высокую конкуренцию в химической отрасли, компания сумела в течение десяти лет увеличить капитал с 81 млн до 200 млн немецких марок, а персонал — с 800 человек до 45 тыс.

Второе дыхание

К этому времени начали снова налаживаться и контакты с нашей страной, тогда — Советским Союзом. «Эпоха возрождения» BASF связана с производством пластмасс. В 1960-х в лабораториях BASF создавались новейшие материалы: стиропор,

нейлон, полиэтилен, полистирол, которые оказались востребованы и на советском рынке. К тому времени, когда распался СССР, объем торговых операций с BASF составлял около 1 млрд немецких марок. Компания вместе с российской экономикой проходила все этапы ее становления. В 1990-х на фоне либерализации BASF получила возможность вести бизнес не только с государственными структурами, но и напрямую с российскими компаниями.

Но первые крупные договоренности немецкого концерна с Россией были достигнуты в нефтегазовой сфере: в сентябре 1990 года Wintershall AG (дочерняя компания BASF) заключила с компанией «Зарубежгаз/Газпром» соглашение о взаимодействии в области торговли природного газа. Оно стало основой для последующих масштабных договоренностей компаний о совместной разработке ряда газовых месторождений и об обмене активами. Wintershall и «Газпром» создали СП «Ачимгаз» для работ по добыче природного газа на Уренгойском месторождении в Западной Сибири, а в 2005 году заключили соглашение о совместной

разработке Южно-Русского месторождения в Западной Сибири. Оно было запущено в эксплуатацию в декабре 2007 года. Помимо этого германская компания является партнером «Газпрома» по проекту газопровода Nord Stream из России в Германию и проекта его расширения Nord Stream-2 соковой мощностью 55 млрд куб. м в год.

Взгляд в будущее

Нефтехимическое направление является для BASF в России не менее весомым. Наша страна занимает одно из важных мест в планах развития немецкого концерна. Недавно компания разработала среднесрочную стратегию развития на российском рынке, одним из ключевых драйверов которой является локализация. В ближайшие пять лет концерн планирует реализовать семь проектов локализации, четыре из которых будут связаны с нефтехимией. Об этом в конце мая в интервью «Интерфаксу» сообщил коммерческий директор российского подразделения BASF Михаил Городецкий. Он уточнил, что это будут либо совместные предприятия, либо толлинг. У компании есть планы частичной локализации производства абсорбентов, катализаторов, а также дальнейшего расширения производства присадок. «Есть еще один проект по производству дисперсий, и он уже на достаточно серьезной стадии развития», — отметил топ-менеджер. По его словам, суммарная стоимость проектов, которые находятся на рассмотрении, достигает €300 млн. Но окончательное решение еще не принято, и пока трудно сказать, какие из них будут реализованы, пояснил господин Городецкий.

Компания BASF в России и СНГ устойчиво росла на протяжении последних лет. Даже в последние два непростых года она смогла сохранить позиции на рынке, а в отдельных сегментах показать рост, отмечают в BASF. Очевидно, что РФ должно остаться для компании стратегическим партнером, а для многих иностранных сотрудников BASF Россия уже стала вторым домом.

Ирина Салова



МАРИЯ ПАШКОВА, HR-ДИРЕКТОР ООО БАСФ

Пришла в компанию в июле 2006 года, в отдел специальных химикатов.

«Отдел специальных химикатов в то время был не таким большим, как сейчас. Мы все сидели в одной комнате. Но осталась та же сплоченная команда: многие сотрудники, которые работали в компании тогда, работают и сегодня. Нас до сих пор связывают дружеские и партнерские отношения. Что поменя-

лось? Я помню, что раньше для того, чтобы обменяться опытом и лучшими практиками, достаточно было просто встать посреди комнаты и сказать: «Коллеги, а у кого такое было?» Сейчас это уже несколько десятков человек, которые находятся не только в России, но в странах СНГ, и для того чтобы обменяться опытом, мы запустили онлайн-платформы и специальные инициативы, например Let's share the toys».

МИХАИЛ БЕРДАШЕВ, ДИРЕКТОР ФИЛИАЛА ООО БАСФ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В компании с 1992 года, сначала занимался административной работой: растаможка, декларирование, вопросы временного ввоза на территорию РФ. В 2001–2002 годах работал в московском офисе в отделе пластмасс, затем вернулся в Санкт-Петербург развивать направление инженерных пластиков для автопрома, телекоммуникаций и упаковочной индустрии, сейчас в дополнение к своей основной работе курирует экструзионные полиамиды и продукты отела химикатов и мономеров. С сентября 2007 года — директор филиала в Санкт-Петербурге. В Северо-Западном регионе в компании BASF сейчас работают около 70 человек, в 2007 году число сотрудников было всего 7 человек.

«Сначала тяжело было понять, что такое немецкая компания и как взаимодействовать с немецкими коллегами. Они держали себя довольно обособленно, да и российские сотрудники общались с русскими, немцы — с немцами. Немцы были руководителями, а русские, как правило, подчиненными. С тех пор многое изменилось: россияне стало намного больше на руководящих позициях, взгляды немецких коллег на российский рынок поменялись, стало больше доверия».

Немцы, на мой взгляд, умеют дружить иногда даже лучше, чем русские. Моих настоящих, закадычных друзей сейчас, наверное, даже больше в Германии,

Красота не терпит кризиса

— персональный уход —

Российский рынок косметики и парфюмерии вновь пошел на снижение после кратковременной прошлогодней стабилизации. На этом фоне заметно выросли продажи косметических средств по уходу за лицом.

По оценкам исследовательской компании GfK, российский рынок парфюмерии и косметики переживает очередной спад за последние два года. Если в прошлом году аналитики наблюдали рост рынка в разных его сегментах, то с марта 2016 года по апрель 2017 года спрос на парфюмерию в денежном выражении снизился на 14%, а на косметические средства — на 9%. В 2016 году спрос на парфюмерные товары постепенно повышался и достиг показателей 2013 года. В конце 2016 года российский рынок товаров повседневного спроса с учетом сегмента фармпрепаратов вырос на 5,6% в денежном выражении. «В 2016 году потребитель перераспределял бюджеты с продуктов питания на средства персонального ухода (PersonalCare). Получается, что потребитель себя баловал, покупая более дорогие марки (в том числе из-за скидок). В начале 2017 года мы видим изменение тренда», — говорит Елена Самодурова, руководитель отдела исследований потребительской панели GfK.

Несмотря на очевидный рост позитивных потребительских настроений, население продолжает экономить на товарах повседневного спроса. Потребление по результатам 2016 года снизилось на 1,3% в натуральном выражении, а на уровне показателей потребительской корзины, стоимость которой составляет 12,2 тыс. руб. в месяц с учетом фармпрепаратов и 11,1 тыс. руб. без учета таковых, наблюдается экономия на продовольственных категориях и перераспределение бюджетов домохозяйств в пользу товаров личной гигиены, говорят эксперты. Наибольший рост показали покупки продуктов по уходу за лицом: 28% они прибавили в стоимости и 9% — в количестве. «Красота не терпит кризиса. Очевидно, что потребитель инвестирует в свой внешний вид. К тому же сказывается „подарочный“ эффект: покупка этой категории в подарок может рассматриваться потребителем как более практичная и экономная альтернатива другим подаркам. Таким образом, по итогам 2016 года „выигрыш“ сектора товаров личной гигиены от перераспределения семейных бюджетов составил 17,3 млрд руб.», — резюмирует Елена Самодурова.

Собственные марки

Кризис стал катализатором для стремительного развития отечественного производства косметики. Производители довольно скоро заполнили пустующие ниши конкурентоспособными по ценовым характеристикам продуктами. Как говорят в Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены, производители товаров парфюмерного сектора не собираются уходить с рынка, более того, сейчас наблюдается стремительный рост собственных торговых марок в разных сегментах. Эксперты уверяют, что российский косметический рынок следует за европейским с отставанием в развитии в несколько лет. «Сейчас на нашем рынке четко прослеживаются развитие СТМ (собственных торговых марок — „Б“) и переориентация на качественный доступный продукт, как это было в Европе пять лет назад. Российский рынок постепенно приближается к западноевропейской модели, в которой доля товаров собственных торговых марок составляет от 20% до 60% в ассортименте в зависимости от его сегмента», — отмечает Екатерина Русинова, менеджер по маркетингу подразделения косметического сырья концерна BASF.

В регионах потребители все так же ищут на полках недорогой продукт. В Европе основными тенденциями являются устойчивое развитие и экологическая безопасность окружающей среды. Поэтому производители косметики в Западной Европе сейчас разрабатывают свою продукцию с учетом именно этих факторов. «В Европе очень высокий спрос на натуральную и органическую косметику — потребители готовы платить выше за это. В России эта тенденция тоже есть, однако масштабы далеки от европейских», — добавляет госпожа Русинова.

С немецкой точностью

С началом экономического кризиса началась переориентация в сегменте парфюмерии и косметики. Из-за быстрой и резкой девальвации рубля покупательная способность конечного потребителя стремительно сократилась, заставив локальных производителей косметики пересмотреть рецептуры своих продуктов в сторону их удешевления. При этом возможности удешевления рецептур ограничены. «Основным фактором, влияющим на изменение цены на сырье в нашей области, является стоимость исходного сырья. 80% ингредиентов BASF для косметической промышленности производятся из натуральных пальмового, пальмоядрового и кокосового масел. Поэтому цены на готовое сырье прежде всего регулируются стоимостью этих масел», — говорит Екатерина Русинова. «Концерн BASF — одна из немногих компаний, которая имеет в своем портфеле практически полный спектр ингредиентов для производства кремов, лосьонов, тоников для лица и тела, солнцезащитной косметики, шампуней, гелей для душа и пен для ванны, стайлинговых продуктов, твердого и жидкого мыла и декоративной косметики. Безусловно, у BASF есть конкуренты, в том числе локальные в разных сегментах. И для того чтобы повысить конкурентоспособность на внутреннем рынке, химический концерн локализовал производство ПАВ, предлагая рынку конкурентный продукт по рыночной цене. В отличие от локальных производителей ПАВ, BASF сам является производителем исходных материалов для их дальнейшей переработки, в то время как локальные конкуренты должны покупать исходное сырье».

Анна Героева