

«ПОМЕНЯЛСЯ ТОЛЬКО БРЕНД, ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ ОСТАЛОСЬ ПРЕЖНИМ»

В 2024 ГОДУ ЗАВОД ПО ПРОИЗВОДСТВУ ШИН «АЙКОН ТАЙЕРС» (РАНЕЕ ООО «НОКИАН ТАЙЕРС») ВО ВСЕВОЛОЖСКЕ ОТМЕТИЛ ДВАДЦАТИЛЕТИЕ С МОМЕНТА ОСНОВАНИЯ КОМПАНИИ. ПО СЛОВАМ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ПРЕДПРИЯТИЯ **АНДРЕЯ ПАНТЮХОВА**, ЗАВОД УСПЕШНО ЗАВЕРШИЛ ВСЕ ПРОЦЕДУРЫ, СВЯЗАННЫЕ СО СМЕНОЙ СОБСТВЕННИКА И РЕБРЕНДИНГОМ, И В ЭТОМ ГОДУ ПРЕДСТАВИТ НА РЫНКЕ ПОЛНУЮ ОБНОВЛЕННУЮ ЛИНЕЙКУ ШИН ПОД БРЕНДОМ IKON TYRES КАК В СРЕДНЕЦЕНОВОМ СЕГМЕНТЕ, ТАК И В ПРЕМИАЛЬНОМ. В ИНТЕРВЬЮ **BUSINESS GUIDE** РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПАНИИ РАССКАЗАЛ О РАБОТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ. АЛЕКСАНДРА ТЕН

BUSINESS GUIDE: Что происходит на предприятии сегодня?

АНДРЕЙ ПАНТЮХОВ: Хотел бы подчеркнуть, что завод работал, работает и будет работать, несмотря на сложности последних лет. Как вы знаете, в результате сделки по продаже российского бизнеса компанией Nokian Tyres он был приобретен ПАО «Татнефть», и с конца марта 2023 года мы входим в группу «Татнефть». Сразу после закрытия сделки было объявлено о проведении ребрендинга. Основной финский бренд, который мы больше не могли использовать, был заменен на Ikon Tyres, и компания была тоже переименована. Мы заранее подготовились ко всем этим изменениям и еще с лета 2022 года запустили масштабную программу локализации, направленную на обеспечение работы завода в автономном режиме вне зависимости от того, кто станет новым собственником предприятия.

BG: Насколько изменился объем производства?

А. П.: Благодаря проведенной локализации, которая коснулась всех технологических процессов, систем автоматизации, закупок сырья и материалов и многих других направлений, завод ничего не потерял в работоспособности. Но объемы заметно снизились, так как две трети выпускаемой продукции прежде производились на экспорт. Сейчас мы фокусируемся на наших «домашних» рынках: внутреннем российском рынке и рынках Белоруссии и Казахстана.

BG: Какова сегодня мощность завода?

А. П.: Номинальная мощность завода составляет 17 млн шин, на пике загрузки мы выпускали чуть больше 16 млн. В 2024 году планируем загрузку на 50% от общей максимальной производственной мощности, это примерно 8–9 млн шин. Окончательное понимание по объему выпуска будет зависеть от спроса на рынке, от наших возможностей по реализации, но благодаря принятым и уже внедренным решениям даже с такой мощностью предприятие, на мой взгляд, работает очень эффективно.

BG: Как сказались изменения на самой продукции?

А. П.: Для нас самым главным было наладить производство продукции, абсолютно идентичной по своим потребительским свойствам и техническим характеристикам той, которую мы выпускали под финским брендом. И нам удалось выполнить эту задачу. Мы очень осторожно, аккуратно подходим к любым вопросам, связанным с применением рецептур, введением каких-то новых видов сырья и материалов. Весь 2023 год и в настоящее время мы производим шины полностью по тем же рецептурам, принятым еще при прежнем собственнике. Конечно, в будущем, если говорить о более долгосрочной перспективе, изменения неизбежны, потому что развитие материалов не стоит на месте. Ситуация с производителями материалов тоже меняется каждый день, но, как бы то ни было, любые изменения будут вноситься только после тщательного тестирования готовой продукции.

BG: Кто теперь ваши основные поставщики сырья?

А. П.: Производители используемого нами сырья оста-



ются теми же самими, что и раньше, но поменялись логистические цепочки поставок. Эта ситуация постоянно развивается, нам приходится адаптироваться к меняющимся условиям, тем не менее критических проблем с сырьем у нас сейчас нет. Здесь нужно понимать, что, во-первых, завод всегда использовал довольно существенную долю сырья и материалов локальных российских производителей. Это относится, например, к определенным видам синтетических каучуков или техническому углероду. Во-вторых, потребность в натуральном каучуке мы закрываем, получая сырье из различных стран Юго-Восточной Азии. На его поставки последние события не повлияли.

BG: Как воспринимают новый бренд потребители?

А. П.: Пока рано делать выводы. Сезон потребительских продаж продукции под новым брендом — это предстоящий летний сезон 2024 года, который скоро только начнется. Цепочка поставки нашей продукции на рынок — достаточно длинная. В основном мы работаем с крупными дистрибуторами, имеющими собственные розничные сети и разветвленную сеть партнеров. У клиентов, занимающихся розничными продажами шин, наша продукция в России реализуется через 5 тыс. торговых точек. Это и профессиональные шинные центры, и интернет-магазины, и автодилерские центры. Поэтому на первом этапе перед нами стоит задача обеспечить наличие наших шин в этих торговых точках и убедить сначала дистрибуторов в том, что продукция — такая же высококачественная, как и раньше. Поменялся бренд, по сути, больше ничего не поменялось. Могу с уверенностью сказать, что доверие, которым мы всегда

пользовались, сохранилось и нам удалось его распространить на новый бренд в сознании наших партнеров-дистрибуторов. Не сомневаюсь, что нам удастся убедить в этом и конечного потребителя, для чего ведется большая работа.

BG: Планируете ли развивать собственные торговые точки?

А. П.: С 2005 года у нас уже действует франчайзинговая сеть шинных центров. Мы сохранили практически все партнерские шинные центры, входившие в нашу франчайзинговую сеть. Их на сегодняшний день около 430. Это крупнейшая сеть профессиональных шинных центров в стране, предлагающая потребителям не только очень широкий ассортимент продукции, но и разнообразный спектр различных сопутствующих услуг. Сейчас мы занимаемся физическим ребрендингом этих шинных центров в новое имя Ivaapor, что, понятно, займет время.

В данном вопросе мы придерживаемся позиции, что каждый должен все-таки заниматься своим делом. У нас лучше всего получается производить качественные шины. А у наших партнеров по работе с потребителями — реализовывать эти шины, поэтому менять этот баланс, это сотрудничество мы не планируем.

BG: Соседние дружественные страны — Белоруссию и Казахстан — вы назвали «домашними» регионами. Планируете ли выход на совсем новые для компании рынки?

А. П.: С точки зрения таможенной статистики названные страны действительно относятся к экспортным направлениям, но мы привыкли их позиционировать как

домашние рынки, в отличие от регионов за пределами Евразийского экономического союза, которые нам предстоит осваивать.

BG: Вы пока только думаете в этом направлении?

А. П.: Нет, от этапа обдумывания мы уже перешли к стадии действий. Но это занимает время, в том числе, потому что для выхода на новые рынки нужна новая продукция. Разработка любой шинной продукции — длительный процесс, который занимает не один год. В ближайшие годы будут появляться новые линейки шин, и уже с ними мы будем выходить на новые экспортные рынки.

BG: Можно ли назвать эти новые регионы?

А. П.: Высоко потенциальными считаем страны Ближнего Востока, Латинской Америки, Юго-Восточной Азии. География за пределами стран, закрытых в настоящее время для российского экспорта из-за санкционных ограничений, достаточно обширна.

BG: На чем акцентируете внимание в этом году?

А. П.: В предыдущие полтора-два года предприятием была проделана большая маркетинговая, креативная и техническая работа. Сейчас эти процессы завершены, и в 2024 году мы выводим на рынок обновленные линейки под новым брендом наших летних и зимних шин и в премиальном, и в среднеценовом сегменте. Мы возобновили производство зимних шипованных шин. За предыдущие две зимы удалось разработать и протестировать новые шипы, поскольку мы не смогли использовать те шипы, которые использовались в продукции предыдущего бренда. Теперь они разработаны, протестированы и уже применяются. Самое главное в этом году то, что мы предлагаем нашим потребителям полную линейку продуктов, хорошо знакомых потребителям и заслуживших их доверие. Мы очень рады, что смогли это сделать так быстро, потому что сегодня на рынке сформировался дефицит по определенным позициям, особенно в премиальном сегменте, из-за ухода некоторых международных брендов. Возможность снова предлагать покупателям наш ассортимент в полном объеме считаем основной задачей на этот год.

Также я хотел бы добавить, что, помимо ассортимента, мы продолжаем предлагать потребителям все те сервисы, которые были у нас в последние годы. В частности, мы сохранили сервис по расширенной гарантии на всю продукцию — как по новым шинам Ikon Tyres, так и по продукции Nokian Tyres, вне зависимости от того, где они были произведены: на нашем заводе в России или в Финляндии. Мы сохранили онлайн-сервисы, работающие уже несколько лет. Я имею в виду наш монобрендовый маркетплейс на сайте компании, на котором, как в любом интернет-магазине, потребитель может выбрать и приобрести шины, а также записаться на сервис, шиномонтаж к одному из сотен наших партнеров. Аналогичный маркетплейс по-прежнему действует и на сайте нашей франчайзинговой сети Ivaapor. Цифровизацией мы занимаемся уже очень давно, поэтому все привычные для наших покупателей онлайн-платформы и сервисные пакеты остаются и продолжают развиваться. ■