



КАКОВА СИТУАЦИЯ НА РОССИЙСКОМ ОКОННОМ РЫНКЕ?

В начале года журнал «Окна и Двери» традиционно проводит опрос, цель которого — выяснение мнений руководителей ведущих компаний отрасли об итогах прошедшего года, текущей ситуации и перспективах развития рынка.

Отметим, что мнение редакции и имеющиеся в ее распоряжении данные могут не совпадать с мнениями и оценками респондентов.

Здесь мы представляем ответы генерального директора компании «профайн РУС» Андрея Борисовича Дасковского на вопросы редакции журнала.

«ОД.»: Каковы итоги деятельности Вашей компании в 2008 году и как отразился на них начавшийся экономический кризис?

А.Д.: В целом оборот нашей компании в 2008 году заметно вырос по сравнению с 2007 годом: с 168 млн. евро до 198 млн. евро, а прибыль (EBITDA) составила 20,5 млн. евро (против 17,2 млн. евро в 2007 году). Однако при благоприятных экономических условиях эти цифры могли бы быть значительно больше. В структуре продаж компании ведущими регионами были Москва и Московская область (21%), Южный (20%), Центральный (19%) и Приволжский (12%) округа.

«ОД.»: Сколько тысяч тонн профиля Ваша компания изготовила и отгрузила потребителям в 2008 году? Ваша доля на рынке?

А.Д.: В 2008 году компанией «профайн РУС» было произведено 72 тыс. тонн ПВХ— профиля на заводе в Воскресенске и 2,5 тыс. тонн в Хабаровске. По оценкам маркетингового центра «О.К.Н.А. Маркетинг», наша доля на рынке составила более 15%.

«ОД.»: Как изменялся в течение года спрос на продукцию? Какие профильные системы были наиболее востребованными?



А.Д.: В первой половине 2008 года наблюдалась явная тенденция увеличения доли ПВХ— систем 70 мм, в частности, КБЕ Эксперт. Так, по итогам года доля 70-мм систем в обороте КБЕ составила около 33% против 23% в 2007 году. В целом среди профильных систем КБЕ наиболее востребованной остается 58-мм система КБЕ Эталон. Доля продаж профиля марки КБЕ в портфолио «профайн РУС» в целом составила 87%.

«ОД.»: Насколько, по Вашим оценкам, вырос рынок системных профилей (ПВХ, алюминий) в 2008 г. по сравнению с 2007 годом? Какие тенденции проявились в 2008 году?

А.Д.: Российский рынок пластиковых окон в первой половине 2008 года рос очень динамично — около 25%, как свидетельствуют данные независимого отраслевого маркетингового центра «О.К.Н.А. Маркетинг». А вот во второй половине, когда грянул экономический кризис, рост рынка снизился и в итоге за год составил ок. 13% (по данным того же агентства).

«ОД.»: Каким Вы видите 2009 год? Насколько изменятся (возрастут/сократятся) объемы потребления, как будет изменяться спрос?

А.Д.: Кризис очень серьезно ударил по российскому рынку ПВХ-систем. Ни о каком росте говорить не приходится вообще. Сейчас мы уже видим падение рынка в 40–45%, но, возможно, оно перешагнет рубеж в 50%. Конечно, компании активно предпринимают антикризисные меры: оптимизируют затраты на производство, маркетинг и рекламу, сокращают персонал и т. д. Но, тем не менее, темпы падения рынка во многом нивелируют действенность этих мер. Поэтому многие производители ПВХ-профиля и пластиковых окон всерьез задумываются о целесообразности продолжения данного бизнеса.

В 2009 году рынок в лучшем случае стабилизируется на некоторой «отметке» падения и будет ровным. Однако, даже при самом благоприятном развитии событий, к сожалению, нельзя ожидать, что рынок в ближайшее время вернется к докризисному уровню. Конечно, с наступлением сезона он несколько оживится, но рассчитывать,



что это будет достаточно значительный подъем, все же не стоит. Если рассматривать наиболее пессимистичный сценарий, то оконный рынок сможет достигнуть уровня 2008 года не ранее, чем через два – три года.

Что же касается спроса, то сегодня потребители покупают окна по принципу «чем дешевле, тем лучше», к сожалению, мало обращая внимание на качество профиля и изготовления самого окна. Поэтому будет активно развиваться массовый сегмент рынка, который и станет доминирующим. Однако кризис значительно меньше затронул сегмент премиум-класса, и спрос здесь ожидается примерно на том же уровне.

«ОД.»: Что необходимо делать для стабилизации ситуации и развития рынка?

А.Д.: Ситуация на рынке еще долго не будет стабильной. Все зависит от того, как скоро произойдет оживление в экономике, и появится позитивный информационный фон. Сегодняшний спрос — это отложенный спрос. Он станет реальным, как только люди почувствуют уверенность в завтрашнем дне. Частные клиенты возобновят свою активность в сфере ремонта и будут вновь вкладывать

деньги в замену окон. Что же касается корпоративного сектора, то здесь все будет полностью зависеть от того, как быстро восстановятся экономика и финансовая сфера, и в строительную индустрию вернутся инвестиции. Но вот спрогнозировать, когда точно это произойдет, сейчас вряд ли кто-то способен.

«ОД.»: Какие конкретные действия Вы планируете предпринять в этом году?

А.Д.: Мы будем стараться сделать наш профиль максимально доступным, несмотря на то, что наши цены базируются в евро. Возможно, в 2009 году нам придется переосмысливать какие-то стратегические задачи компании, дистрибьюторские модели, пересмотреть продуктовую линейку. Рынок серьезно меняется, и правила конкурентной борьбы тоже будут меняться. Что мы сможем противопоставить молодым российским компаниям, покажет время. Сейчас во главу угла ставится решение текущих задач с помощью краткосрочных мер. Но, конечно, мы уже задумываемся, что будет завтра. Я думаю, что в выигрыше окажутся те компании, кто успешно и вовремя смогут решить текущие проблемы, параллельно

но выстраивая линию на будущее, когда рынок пойдет вверх.

«ОД.»: Каков, по Вашему мнению, фактический объем потребления системных профилей (ПВХ, алюминий) в России?

А.Д.: Аналитики оценивают результаты прошлого года по ПВХ-профилю в 540 тыс. тонн, что соответствует примерно 45 млн. кв. м. пластиковых окон. Соответственно, если в 2009 году мы ожидаем падение на 40-45%, то нетрудно подсчитать абсолютные цифры.

«ОД.»: Сколько, по Вашей оценке, эксплуатируется в России экструзионных (прессовых) линий по производству системных профилей и какова их суммарная производительность?

А.Д.: Официальной статистики я не видел. Рынок наш достаточно закрытый, и компании, особенно мелкие, не всегда заявляют об открытии производственных мощностей. «профайн РУС» на своих 36 экструдерах (49 лучей) может делать более 90 тыс. тонн ПВХ-профиля — это практически 1/6 часть рынка в прошлом году. В принципе, остальное можно рассчитать самостоятельно.

ПЕРВЫЙ ЛИЦЕНЗИАТ DUPONT В РОССИИ



10 февраля в московском офисе международной научной компании DuPont в Крылатском состоялось награждение лучших клиентов DuPont. Компания «ЭксПроф» стала лауреатом приза «Первый лицензиат DuPont в России». В торжественной обстановке президент «Дюпон Европа» Ян Хадсон вручил заслуженный приз директору по маркетингу компании «ЭксПроф» Евгению Лобановичу.

В течение нескольких лет «ЭксПроф» является крупнейшим российским клиентом компании DuPont по закупкам диоксида титана, а с 2008 года — первым и пока единственным в России участником программы совместного брендинга DuPont. По лицензионному соглашению, заключенному с DuPont год назад, компания

«ЭксПроф» получила право брендировать свою продукцию дополнительным логотипом «Совершенство технологий DuPont» на рынках России и ряда стран СНГ. Для компании «ЭксПроф» этот логотип означает ответственность перед мировым брендом с двухсотлетней историей, клиентам «ЭксПроф» он гарантирует контроль качества оконных профилей со стороны DuPont, а самой компании DuPont обеспечивает продвижение ее научных технологий через российский бренд, которому она доверяет свою репутацию.

Таким образом, награждение компании «ЭксПроф» стало итогом первого года совместного брендинга и символом успешного продолжения сотрудничества.

www.exprof.ru