



12+

**ИНТЕР****ЛАКО****ЗДЕСЬ РОЖДАЕТСЯ****КРАСКА**

04.03—07.03

**2019****ЭКСПОЦЕНТР****23-я международная специализированная выставка****ХИМ  
КУРЬЕР**  
www.chem-courier.ru**ПРИВЕТСТВИЕ УЧАСТНИКАМ И ГОСТЯМ  
МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ  
«ИНТЕРЛАКОКРАСКА-2019»****Сергей Беднов,**  
Генеральный директор АО «Экспоцентр»**УВАЖАЕМЫЕ ДАМЫ И ГОСПОДА!**

Международная специализированная выставка лакокрасочных материалов и покрытий, сырья, оборудования и технологий для их производства «Интерлакокраска-2019» проходит уже 23-й раз. За более чем 20-летнюю историю она стала главным выставочно-конгрессным событием для лакокрасочной промышленности в нашей стране.

В этом году в ней традиционно принимают участие производители лакокрасочных материалов и покрытий, сырья, оборудования и технологий для их производства. Международный статус и авторитет выставки подтвержден знаками Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ). Об этом же свидетельствует официальная поддержка этого проекта «Экспоцентра» со стороны Министерства промышленности и торговли РФ, Российского Союза химиков, Российского химического общества им. Д.И. Менделеева, Научно-исследовательского института технико-экономических исследований в химическом комплексе (НИИТЭХИМ), Ассоциации «Центрлак», Ассоциации качества краски, а также патронат Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

В этом году участниками экспозиции стали более 230 ведущих российских и иностранных компаний из 29 стран. Ожидается, что выставку и представленные на ней достижения оценят свыше 10 тысяч посетителей из 45 стран. Они познакомятся с новейшими технологиями и решениями индустрии ЛКМ для химической промышленности, строительства, нефтегазового комплекса, металлообработки, автомобилестроения, судостроения, мебельного производства и многих других отраслей и сфер деятельности.

Экспозицию дополняет обширная деловая программа, которую открывает Международный лакокрасочный форум, где будут подведены итоги работы отрасли в 2018 году и обозначены перспективы ее развития. Впервые будет организован салон «Защита от коррозии», который сопровождается масштабной деловой программой. Также в рамках выставки пройдут салоны «Обработка поверхности» и «Покрытия со специальными свойствами».

Желаю всем участникам и гостям выставки «Интерлакокраска-2019» продуктивного делового общения, новых проектов, контрактов и успехов в расширении бизнеса!

**Генеральный директор АО «Экспоцентр» С.С. Беднов****В НОМЕРЕ:**

<b>РЫНОК ВД ЛКМ НЕ ВЫРОС В 2018 ГОДУ.....</b>	<b>4</b>
<b>ПРОИЗВОДСТВО АЛКИДНЫХ ЛКМ В РФ НЕ РАСТЕТ, ХОТЯ КОЛИЧЕСТВО ЛКЗ УВЕЛИЧИЛОСЬ.....</b>	<b>6</b>
<b>РЫНОК ЛКМ ЗАМЕР В СВОЕМ РАЗВИТИИ.....</b>	<b>7</b>
<b>ДОЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ДИСПЕРСИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ВЫРОСЛА В 2018 ГОДУ.....</b>	<b>8</b>
<b>В 2018 ГОДУ НА КОТИРОВКАХ СЫРЬЕВЫХ КОМПОНЕНТОВ СКАЗЫВАЛИСЬ ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ.....</b>	<b>9</b>
<b>РЫНОК ДИОКСИДА ТИТАНА ЗАМЕР В ОЖИДАНИИ НОВЫХ КОТИРОВОК.....</b>	<b>10</b>
<b>РОСТ ЦЕН ПОЛИПРОПИЛЕНА ПРИВЕЛ К «ВЫМЫВАНИЮ» МАРЖИНАЛЬНОСТИ ПРОДАЖ УПАКОВКИ.....</b>	<b>11</b>

**3-6 марта  
2020**

Россия, Москва,  
ЦВК «Экспоцентр»

# Интерлакокраска

**24-я международная специализированная выставка**

**Международные салоны:**

- «Обработка поверхности»
- «Покрытия со специальными свойствами»
- «Защита от коррозии»

Организатор: АО «Экспоцентр»

При поддержке:

- Министерства промышленности и торговли
- ФГУП «НТЦ «Химвест»
- Российского Союза химиков
- ОАО «НИИТЭХИМ»
- Российского химического общества им. Д.И. Менделеева
- Ассоциации «Центрлак»
- Ассоциации качества краски

Под патронатом ТПП РФ

[www.interlak-expo.ru](http://www.interlak-expo.ru)



ИНТЕРЛАКОКРАСКА-2019

# «ИНТЕРЛАКОКРАСКА-2019»: ВСЕ МНОГООБРАЗИЕ ЛАКОКРАСОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ГЛАВНОЙ ОТРАСЛЕВОЙ ВЫСТАВКЕ ГОДА

«Экспоцентр» проводит выставку «Интерлакокраска» в 23-й раз. В этом году мероприятие было поддержано Министерством промышленности и торговли Российской Федерации, Российским Союзом химиков, Российским химическим обществом им. Д.И. Менделеева, Научно-исследовательским институтом технико-экономических исследований в химическом комплексе (НИИТЭХИМ), ассоциацией «Центрлак» и Ассоциацией качества краски. Традиционно выставка проходит под патронатом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

## ЦИФРЫ И ФАКТЫ

«Интерлакокраска» – один из крупнейших смотров сырья, оборудования и технологий в лакокрасочной промышленности и производстве покрытий со специальными свойствами.

Международный статус и авторитет выставки подтвержден Знаками Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

В последние годы лакокрасочная промышленность находится в фокусе интересов государства. Оно уделяет внимание модернизации существующих и созданию новых производств, созданию экологически чистых красок и покрытий, развитию промышленных кластеров, поддержке производителей, использующих новые технологии, развитию экспортного потенциала. И результаты уже налицо: в прошлом году отрасль выросла на 3%, а экспорт – на 5%.

«Интерлакокраска» – место встречи ведущих производителей и потребителей лакокрасочной продукции, поставщиков передовых технологий и оборудования.

- 235 компаний из 26 стран
- Экспозиционная площадь – 11 600 кв. м
- Более 8 500 профессиональных посетителей из 52 стран
- Насыщенная деловая программа

**Генеральный директор ОАО «Русские краски» Валерий Абрамов:**

– Выставка «Интерлакокраска» – это место общения, где собираются партнеры, которые пытаются инициировать что-то новое и для своего развития, и для рынка. Много новинок показывают поставщики сырья, большими стендами представлены производители лакокрасочной продукции. В выставке «Интерлакокраска» нужно обязательно принимать участие, чтобы заявить о себе, показать свою продукцию рынку. Особенно это важно для новых компаний.

В этом году в экспозиции будут представлены 240 отечественных и иностранных компаний, продемонстрировавших решения для профессионалов различных сфер деятельности и отраслей, включая строительство, архитектуру и ремонт зданий, химическую промышленность, нефтегазовый комплекс, металлообработку, автомобилестроение, деревообработку, мебельную промышленность, авиастроение, судостроение.

Традиционно в выставке принимают участие компании из Бельгии, Великобритании, Германии, Греции, Индии, Ирана, Испании, Италии, Китая, Колумбии, Малайзии, Нидерландов, Норвегии, Польши, Республики Беларусь, Республики Корея, России, Словении, США, Турции, Украины, Финляндии, Франции, Чехии, Швейцарии, Швеции, Японии.

Свои ноу-хау, разработки и технологии представляют лидеры мирового и россий-

ского лакокрасочного рынка – BPC Boyasan Powder Coating, BYK Chemie GmbH, Comes Group S.r.l., DOW, BYK, Larchfield, Omya, Nortex, VMA Getzmann, Galatek A.O., IBA Kimya Sanayi Ve Ticaret A. S., J. De Vree & Co. N. V, Wacker Chemie AG, Special Coatings GmbH, SOP International D.O.O, Netzsch, Meffert Production, «Аллекс», «Антикор композит», «Афая», «Белнефтехим РОС», «Еврохим», «Ковестро», «Сибур», «Текса», «Хома» и многие другие производители и поставщики лакокрасочной продукции и сырья для ее производства.

Одно из преимуществ выставки «Интерлакокраска» – состав ее посетителей. Наиболее значительная часть – это люди, принимающие решения. Почти 55% посетителей – собственники или директора предприятий, а также руководители отделов и направлений. Что касается сферы их деятельности, то здесь значительную часть составляют представители предприятий – потребителей лакокрасочных материалов. Наибольшую долю среди посетителей выставки – потребителей ЛКМ составляют представители строительной отрасли, химического комплекса, деревообработки и производства мебели. Высокий интерес к выставке проявляют представители автомобильной промышленности, авиастроения и судостроения.

**Елена Телицына, генеральный директор Palizh:**

– «Интерлакокраска» – это та выставка, где консолидируется наибольшая часть наших клиентов. В прошлом году мы приняли решение также активно участвовать в деловой программе выставки, так как хотим донести информацию до реальных и потенциальных клиентов, которые о нас еще не знают. На выставку приходит наша целевая аудитория – технологи и руководители предприятий. География посетителей достаточно широкая. Кроме россиян на нашем стенде частые гости – представители стран СНГ. Уровень сервиса на выставке «Интерлакокраска» растет. Это касается в том числе этапа предварительной подготовки, за что я хотела бы выразить благодарность организаторам. Большое преимущество – удобное расположение выставочного комплекса в центре Москвы, куда очень просто добраться.

На площади более 12 000 кв. м будут представлены материалы и оборудование для обработки различных поверхностей, сырье для всех видов ЛКМ, оборудование для производства покрытий и нанесения ЛКМ, дозирующее и мощное оборудование, системы очистки и переработки отходов и многое другое.

• Еще одно нововведение – на выставке будет работать Центр подбора персонала. Участники смогут проинформировать о вакансиях своей компании на специальном стенде центра, ознакомиться с резюме соискателей и найти необходимого специалиста. Эта услуга для участников выставки бесплатная.

В рамках мероприятия пройдут ставшие уже традиционными популярные международные салоны: «Обработка поверхностей», «Защита от коррозии», «Покрытия со специальными свойствами», посвященные самым перспективным направлениям лакокрасочного производства.

По мнению посетителей, «Интерлакокраска» – крупнейшая выставка, где можно

пообщаться с производителями сырья и технологами. Выставка объединяет многие направления лакокрасочной промышленности – поставщиков и производителей сырья и оборудования, готовой продукции и потенциальных потребителей.

Организаторы «Интерлакокраски» постоянно работают над улучшением условий для участников выставки. Новая услуга этого года: участники выставки могут бесплатно воспользоваться возможностями пресс-центра ЦВК «Экспоцентр». В пресс-центре можно разместить стойку со своими промо- и информационными материалами. Пресс-служба также может провести рассылку материалов участника в электронном виде в профильные СМИ, разместить их в новостной ленте на сайте «Экспоцентра». Кроме того, пресс-центр может быть представлен для проведения пресс-конференций, презентаций и других мероприятий со СМИ.

## ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

Источником ценной информации по актуальным вопросам развития лакокрасочного рынка, новым разработкам, областям применения станет многоплановая деловая программа выставки.

• Откроет ее Международный лакокрасочный форум, где будут подведены итоги работы отрасли в 2018 году и обозначены перспективы ее развития. Будут обсуждаться следующие темы:

- «Рынок лакокрасочных материалов: состояние и прогноз до 2025 года, конкуренция»;
- «Перспективные сегменты»;

С 4 по 7 марта 2019 года в павильоне «Форум» ЦВК «Экспоцентр» проходит 23-я международная выставка лакокрасочных материалов и покрытий, сырья, оборудования и технологий для их производства «Интерлакокраска-2019».

• «Государственное регулирование лакокрасочной отрасли. Меры господдержки».

• В рамках Международного лакокрасочного форума состоятся презентации его партнеров и ряд других мероприятий, посвященных следующим вопросам:

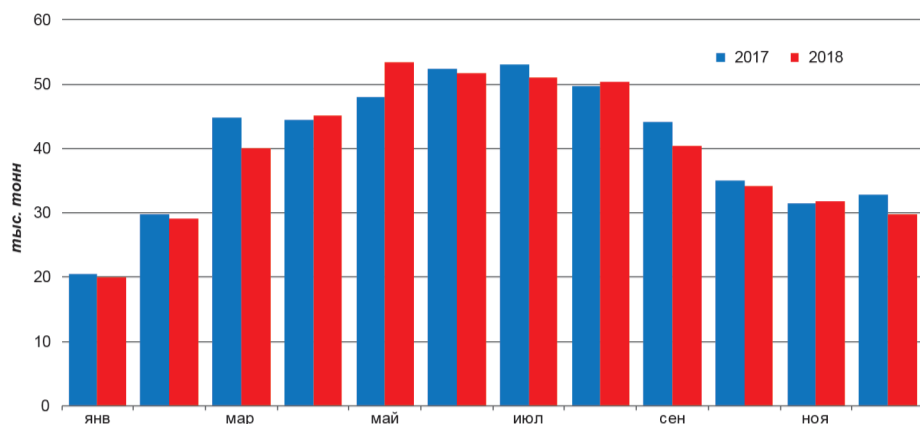
- «Успешный опыт: анализ бизнес-кейсов ведущих российских и зарубежных лакокрасочных компаний»;
- «Портал по сырьевому обеспечению ОКСНЕМ»;
- «Рынок сырья для производства ЛКМ: тенденции развития, прогнозы цен»;
- «Изоцианаты Wanhua Chemical»;
- «Новое поколение низковязких эпоксидных смол DLVE/DLVNE»;
- «Garamite – уникальный модификатор реологии и добавка, препятствующая осаждению, для органорастворимых и водорастворимых систем»;
- «Инновационные диспергаторы Efka PX 4780/ Efka PX 4787 для индустриальных и автомобильных ЛКМ»;
- «Инновационные добавки для индустриальных покрытий»;
- «Правила составления рецептур лакокрасочных материалов. Разбор кейсов»;
- «Специальные метакрилаты Visiomer»;
- «Эмульсии исключительного качества на основе виниловых систем для наружных покрытий»;
- «RHEOLATE 185 HASE как альтернатива ГЭЦ для водных ЛКМ»;
- «Низкотемпературные отвердители для эпоксидных систем»;
- «Эфиры Vertosol для водных красок».



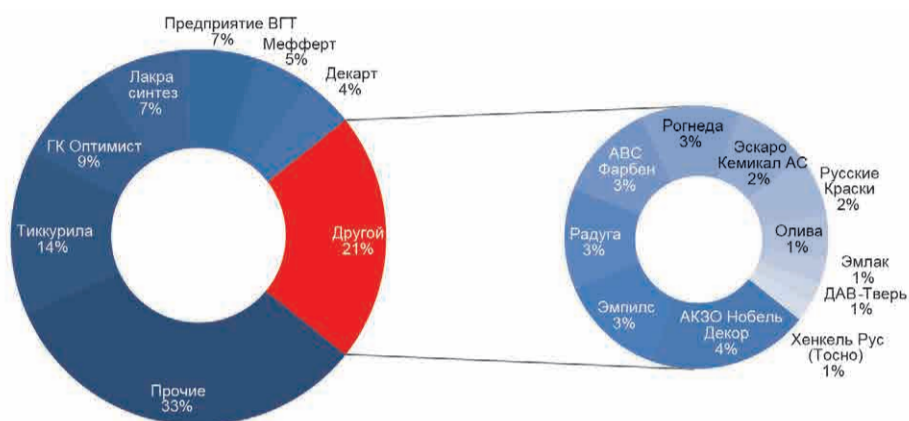
АНАЛИТИКА | ВД ЛКМ

# РЫНОК ВД ЛКМ НЕ ВЫРОС В 2018 ГОДУ

ПРОИЗВОДСТВО ВД ЛКМ В РОССИИ, тыс. тонн



СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ВД ЛКМ В РФ ПО КОМПАНИЯМ



## МУНДИАЛЬ ОБУСЛОВИЛ НЕТИПИЧНЫЙ ГРАФИК ПРОИЗВОДСТВА

Низкая платежеспособность населения и бюджетных организаций, невозможность по этой причине поднимать цены продукции пропорционально росту себестоимости, и, как следствие, невысокая маржинальность выпуска ВД ЛКМ, преобладание дешевых материалов в производстве определяют ситуацию на рынке уже не первый год. Кроме того, к давно существовавшим неблагоприятным факторам, относится и кризис строительства. В прошлом году к ним добавились удорожание сырья на российском и мировых рынках, а также проведение в России чемпионата мира по футболу в самый разгар сезона. Ограничения, связанные с мундиалем, в конце концов не оказались критичными: запреты на производство и транспортировку опасных грузов действовали только в городах проведения игр и в определенные дни. Однако дестабилизирующее влияние на работу химических предприятий они оказали, поскольку вносили неопределенность в долгосрочное планирование деятельности. На всякий случай, на российских заводах готовились к худшему и формировали запасы сырья и готовой продукции до начала чемпионата мира. В результате, график выпуска ВД ЛКМ в 2018 году имел нетипичный вид: максимум пришелся не на июнь или июль, как обычно, а на май. На рынке возник профицит, и до конца сезона игроки контролировали объемы выпуска продукции, чтобы устранить его. По оценкам профильных специалистов, это удалось сделать, и к концу года складские запасы были на обычном уровне.

## ДОЛЯ ПРОДУКЦИИ СРЕДНЕГО ЦЕНОВОГО КЛАССА УМЕНЬШАЕТСЯ

Объемы производства ВД ЛКМ в 2018 году уменьшились по сравнению с 2017-

м на 2%. В результате очередного перераспределения одни предприятия сократили выпуск продукции в прошлом году относительно показателей позапрошлого, другие — увеличили его за счет доли конкурентов. Как правило, успех производителям обеспечивали контракты с сетями, а также расширение собственной дилерской сети. В первой десятке нарастили выпуск продукции «Лакоа», «Предприятие ВГТ», «Акзо Нобель Декор», «Эмпилс» и «Радуга». Незначительно сократили его «Тиккурила», «Декарт» и «АВС Фарбен» и значительно — «Оптимист».

По-прежнему в валовом производстве значительная доля недорогой продукции. Однако анализ новинок ассортимента указывает еще на одну тенденцию: растет доля продукции категории «премиум». Игроки рынка подтверждают этот тренд: покупатели с низкой платежеспособностью выбирают ЛКМ класса «эконом». Те же клиенты, для которых в приоритете качество, приобретают «премиум», а не «стандарт», поскольку хотят гарантий и готовы за них платить. Расширение этих групп продукции происходит за счет ЛКМ среднего ценового сегмента, который «ужимают» с обеих сторон. Тем не менее изменения структуры производства, обусловленные этой тенденцией, происходят медленно.

## ЭКСПОРТ СОКРАТИЛСЯ

Для экспорта в производстве ВД ЛКМ составляет меньше 2%. Понятно, что это незначительный объем, и пока российским игрокам не удается расширить рынки за счет поставок продукции за рубеж. Однако в условиях острой конкуренции на внутреннем рынке найти клиентов за пределами страны — отличное решение для конкретного российского производителя, если оно позволит увеличить объемы производства на 5–10%. Но в 2018 году экспорт российских ВД ЛКМ составил почти 9 тыс. тонн, или на 4% меньше, чем в 2017-м. (Без учета поставок в страны ЕАЭС: Беларусь, Казах-

стан, Армению и Кыргызстан.) Проанализировав структуру экспорта по странам, можно сделать вывод: сократились поставки в Туркменистан (значительно), а также в Таджикистан и Узбекистан, но выросли — в Украину, Грузию, Азербайджан и Молдову.

## ИМПОРТ ВЫРОС ЗА СЧЕТ КОРЕЙСКИХ ШПАТЛЕВОК

В 2018 году в РФ ввезли почти 92 тыс. тонн импортных водных материалов, или на 6% больше, чем в 2017-м. (Данные приводятся без учета поставок из стран ЕАЭС: Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана.) Динамика по предприятиям была неодинаковой. Три крупнейших компании — «Akzo Nobel», «Terraco», PPG — нарастили поставки, а «Tikkurila» достигла тех же показателей, что и годом ранее. География импорта также изменилась. На I месте, как и год назад, — Германия, хотя поставки из этой страны уменьшились на 11%. Нарастившая на 32% отгрузки Корея поднялась с III места на II, а Польша, сократившая их на 2% — опустилась со II позиции на III. Кроме того, в 2018-м отмечается значительный прирост объемов импорта в РФ из Испании, Франции и Нидерландов: на 46%, 63% и 82%, соответственно.

## ПОТРЕБЛЕНИЕ ВД ЛКМ НЕ ДОСТИГЛО ОБЪЕМОВ 2017-ГО

В 2018 году кризис в строительстве не был преодолен. По данным Росстата, в прошлом году в России было введено в эксплуатацию 75,3 млн кв. м жилья, или на 4,9% меньше, чем в 2017-м. При этом непосредственно населением было введено 43% общих площадей, или на 1,6% меньше, чем два года назад. Такое соотношение многоквартирного и индивидуального жилищного строительства, по мнению профильных специалистов, свидетельствует о неблагоприятной ситуации в отрасли, поскольку в случае выхода из кризиса объемы ввода многоквартирного жилья значительно превысили бы показатели индивидуального.

2018-й не стал годом выхода из кризиса ни российской экономики, в целом, ни лакокрасочной отрасли, в частности. Многие игроки рынка ВД ЛКМ предвидели такое развитие событий. Как бы нам всем ни хотелось восходящей динамики макроэкономических показателей, предпосылок к этому было мало.

По данным ВЦИОМ, в декабре 2018 года и в январе 2019 года индекс восприятия инфляции составил 67 пунктов, и это был самый высокий показатель с января 2018-го (в декабре 2017-го он составил 55 пунктов). Индекс инфляционных ожиданий в январе составил 83 пункта, и хотя он снизился по сравнению с декабрем 2018-го, это все еще высокий уровень. Индексы потребительского поведения не всегда коррелируют с объективными экономическими показателями, однако очень важны, поскольку именно они определяют, сколько и на какие цели готовы потратить средства россияне. Легко приходим к выводу, что ситуация в строительстве и финансовое положение граждан не способствовали росту потребления ВД ЛКМ в прошлом году. По данным аналитиков «Хим-Курьера», расчетная емкость рынка в 2018-м уменьшилась относительно 2017-го на 1%.

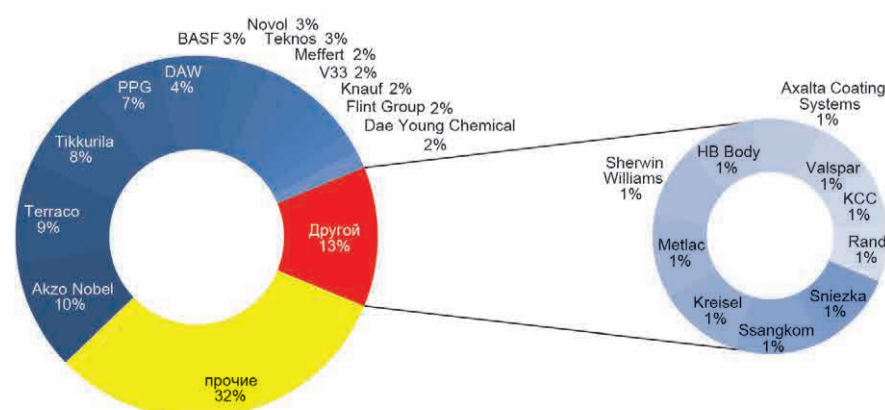
## ВЫХОД ИЗ КРИЗИСА В 2019-М МАЛОВЕРОЯТЕН

Прогнозы на 2019 год также не отличаются оптимизмом. По предварительным прогнозам профильных специалистов, нынешний год не станет годом выхода из кризиса ни российской экономики, в целом, ни строительства, в частности, ни, как следствие, лакокрасочной отрасли, особенно декоративного сегмента. Это следует из возможности введения новых международных санкций, цен нефти, экономической ситуации в стране и уровня платежеспособности населения. Вероятно, емкость рынка ВД ЛКМ сохранится на показателях 2018-го, а предприятия в условиях жесткой конкуренции будут бороться за сохранение своей доли на нем, а расширить ее смогут только некоторые из них за счет менее удачливых.

ГЕОГРАФИЯ ЭКСПОРТА РОССИЙСКИЙ ВД ЛКМ В 2018-М



ИМПОРТ ВД ЛКМ В РОССИЮ ПО КОМПАНИЯМ, тыс. тонн



ИНТЕРВЬЮ | ЛКЗ «РАДУГА»

## ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ГОДА ОСТАВЛЯЮТ ЖЕЛАТЬ ЛУЧШЕГО



**Павел Жданкин,**  
генеральный директор  
ЛКЗ «Радуга»

2018-й не стал годом выхода из кризиса российской экономики в целом и лакокрасочной отрасли в частности. Генеральный директор ЛКЗ «Радуга» Павел Жданкин рассказал «Хим-Курьеру», к каким результатам пришла его компания.

— Павел, ваше предприятие — одно из немногих, которое нарастило объемы производства в 2018 году относительно 2017-го. Довольны ли вы финансовыми результатами года?

— Нет, финансовыми результатами года я абсолютно не доволен. С одной стороны, себестоимость производства увеличилась из-за роста коммунальных платежей, транспортных расходов, из-за значительной валютной составляющей в сырье, а также удорожания самих сырьевых компонентов. С другой стороны, мы не можем значительно поднять цены готовой продукции, потому что к этому не готовы потребители. В таких условиях маржинальность производства остается низкой, а финансовые результаты оставляют желать лучшего.

— Предприятие выпускает промышленные и декоративные ЛКМ, какая группа материалов выросла больше?

— Объем выпуска наших бюджетных

красок для стен и потолков в 2018 году снизился относительно 2017-го на 15%. Мы понимаем, почему так произошло: наша продукция не выдерживает конкуренции по цене с материалами других компаний, а фальсифицировать ее, упрощая и удешевляя рецептуры, мы сами не желаем. Зато наработка высококачественных красок и эмалей увеличилась на 10%. Еще выше показатели производства промышленных ЛКМ (акриловых, водных полиуретанов и кремний-органических, а также эпоксидных): они выросли на 30%. Выпуск декоративных красок и штукатурок увеличился на 35%.

— Какие ЛКМ были наиболее востребованы на рынке в прошлом году?

— Мы выпускаем продукцию всех ценовых сегментов. Но, как уже было сказано, в «эконом» и «субэконом» классе у нас не получается быть конкурентоспособными. Общая наша стратегия такова: мы с большим интересом работаем с промышленной тематикой и разрабатываем продукты по требованиям разных отраслей промышленности. А потом самые удачные наработки мы стараемся внедрять в наши розничные продукты декоративного направления (например, водные алкиды «Gloss», водные эпоксиды «Ерох», водные кремний-органические эмали и т.д.)

— Чему научил вас 2018 год?

— Прошлый год научил нас очень внимательно считать «косты», поскольку сейчас беспощадно жесткие условия ведения бизнеса. Наступает время, когда каждая ошибка в смете или расчете себестоимости может быть фатальна для бизнеса. Необходимо постоянно искать способы применения уже существующих возможностей на новых направлениях. Расширять научную, лабораторную работу, формировать у потребителя вкус к качественным, а не дешевым материалам.

Полный текст интервью читайте в журнале Хим-Курьер №1-2(434-435) за январь-февраль 2019 года

НОВОСТИ | ВД ЛКМ

### «SNIIEZKA» ПРИОБРЕЛА 80% АКЦИЙ ВЕНГЕРСКОЙ КОМПАНИИ «POLI-FARBE»



Польская и венгерская компании по выпуску ЛКМ — «Sniezka» и «Poli-Farbe» — 11 февраля 2019 года подписали соглашение о приобретении 80% акций последней. Покупка активов «Poli-Farbe» обошлась компании «Sniezka» в 8 млрд венгерских форинтов (около 25 млн евро). Как утверждают оба контрагента, это соглашение позволит получить ощутимый синергетический эффект, укрепляя их позиции на европейском рынке.

«Poli-Farbe» — важный игрок на рынке декоративных ЛКМ для интерьерных работ в Венгрии, имеет одну из самых узнаваемых на местном рынке ТМ. Кроме этого, в компании производят изоляционные системы, эмали и защитно-декоративные средства для древесины. Инвестиции «Sniezka» в про-

изводственный потенциал «Poli-Farbe» стали очередным шагом в реализации плана стратегического развития польской компании. Одна из важных задач «Sniezka» — занять позицию лидера в Центрально-Восточной Европе, получив высокий авторитет и признание на рынках отдельных стран. Венгрия станет вторым по масштабам продаж и доходов рынком для компании «Sniezka». На первом плане остается польский рынок. Следует отметить, что до недавних пор одними из главных экспортных направлений производителя были Украина и Беларусь. Географическая диверсификация позволит уменьшить политический риск для группы компаний, что является важным элементом ведения бизнеса в Восточной Европе.

«Наши компании многое объединяет, в частности, сходство бизнеса, философия деятельности и схожий портфель продуктов», — сообщил президент правления «Sniezka» Петр Микрут. Антал Шабу, основатель и директор «Poli-Farbe», подчеркнул: «Sniezka» — сильная бизнес-организация, ее знания и опыт, несомненно, станут полезными для нашей компании в дальнейшем развитии».

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ**

Продвижение бренда  
Brand promotion

Рекламные возможности  
Advertising opportunities

Справочная карта  
«Лакокрасочная промышленность Российской Федерации»  
Paints and Coatings Industry of Russian Federation Reference Map

Получите бесплатно карты на сайте:  
Get reference maps for free on web-site:

[www.specialprojects-bs.com](http://www.specialprojects-bs.com)

**ХИМ КУРЬЕР** ЛАКОКРАСОЧНЫЙ БИЗНЕС И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ: НАЙДИ СВОЙ ПОДХОД

**НЕДЕЛЯ КОНФЕРЕНЦИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ**

21-22 мая - IV Международная конференция  
**Российский рынок промышленных ЛКМ**

22-23 мая - Международная конференция  
**Композиты России: игроки и рынки**

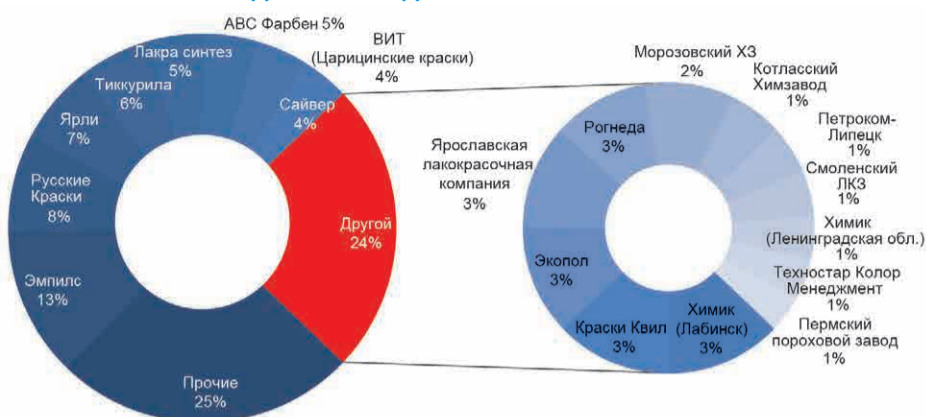
23-24 мая - II Международная конференция  
**Российский рынок клеев и герметиков: точки роста**

AZIMUT Отель, Санкт-Петербург, Россия, 2019 год

## АНАЛИТИКА | АЛКИДЫ

# ПРОИЗВОДСТВО АЛКИДНЫХ ЛКМ В РФ НЕ РАСТЕТ, ХОТЯ КОЛИЧЕСТВО ЛКЗ УВЕЛИЧИЛОСЬ

КОЛИЧЕСТВО ЛАКОКРАСОЧНЫХ ЗАВОДОВ – РАСТЕТ, СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА АЛКИДНЫХ ЛКМ – МЕНЯЕТСЯ



По итогам 2018 года емкость российского рынка ЛКМ на конденсационных смолах сократилась. Причем нисходящая динамика потребления материалов этой группы относительно 2017-го отмечалась практически на протяжении всего года. Исключением стали февраль (+2%), май (+7%) и декабрь (+9%). Причина — профицит продукции на рынке. Напомним: в мае, перед стартом чемпионата мира по футболу, многие торговые операторы формировали запасы продукции, поскольку до конца не понимали, как будет развиваться ситуация на рынке во время турнира. Однако летом спрос на ЛКМ не оправдал их ожиданий, и участники были вынуждены корректировать объемы производства и ввоза продукции из-за рубежа. Осень 2018-го стала логичным продолжением процессов, которые отмечались на рынке в сезон. К слову, последний многие игроки назвали одним из самых сложных за последние несколько лет. Если в 2017 году невысокая потребительская активность во II квартале была компенсирована ростом

продаж в III и IV кварталах, то в 2018-м эффекта отложенного спроса, который из месяца в месяц ожидали лакокрасочники, не было. А других предпосылок к росту рынка не возникло.

## ЗАРУБЕЖНЫЕ ИГРОКИ НЕ СДАЮТ ПОЗИЦИЙ НА РЫНКЕ ПРОМЛКМ

На рынке промышленных ЛКМ, в отличие от декоративного, во второй половине 2018 года спрос был высоким. Однако I полугодие из-за дефицита государственного финансирования промышленных предприятий было менее удачным. Несмотря на такую динамику для многих игроков рынок промышленных ЛКМ остается самым интересным с точки зрения потенциала роста. Причем видят перспективы в этом сегменте не только отечественные игроки, но и зарубежные. В результате, в 2018-м активно нарабатывать промЛКМ на собственных российских заводах начали такие мировые лакокрасочные гиганты как «Jotun» и PPG, а также «Nor-Maali». Третий год подряд «Немре!» снабжает отечествен-

ных заказчиков продукцией, произведенной в Ульяновске. Кроме того, по мнению отдельных игроков, некоторые зарубежные корпорации проводят достаточно агрессивную политику расширения доли на российском рынке промышленных ЛКМ, что, безусловно, на фоне сокращения государственной поддержки отечественных производителей ведет к обострению конкуренции.

## СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА АЛКИДНЫХ ЛКМ ПО КОМПАНИЯМ МЕНЯЕТСЯ

Расширение количества лакокрасочных заводов, которые выпускают ЛКМ на конденсационных смолах, не помогло этому сегменту рынка вырасти по итогам 2018-го, но, скорее всего, препятствовало более стремительному сокращению валового производства. Последнее по итогам прошлого года составило 3%. Причем это сопровождалось ростом выпуска на одних предприятиях и, соответственно, сокращением на других. В числе первых — в основном компании, которые выпускают промышленные ЛКМ или обоих сегментов (и промЛКМ, и декоЛКМ). Производителям декоративных материалов, в лучшем случае, удалось достичь или минимально превысить уровень наработки 2017-го. Выстоять в условиях острой конкуренции и низкого спроса смогли не все. В прошлом году череду банкротств российских ЛКЗ продолжил «Техностар Колор Менеджмент», который до недавнего времени был в топе производитель алкидных материалов в стране. Кроме того, высокие темпы сокращения выпуска ЛКМ этой группы в «Тиккуриле» привели к тому, что компания лишилась места в тройке крупнейших производителей. Ее позицию заняла «Ярли».

## ЭКСПОРТ РАСТЕТ, НО СИТУАЦИЮ СПАСАЕТ НЕЗНАЧИТЕЛЬНО

В условиях стагнации российского рынка алкидных ЛКМ многие игроки в 2018-м пытались найти «спасительную соломинку» в покупателях стран-соседей. В результате, поставки красок в Таджикистан, Узбекистан и Монголию росли высокими темпами. В целом по итогам прошлого года экспорт материалов этой группы вырос на 10%. (Без учета поставок в страны ЕАЭС: Казахстан, Беларусь, Армению и Кыргызстан.) Однако доля поставок ЛКМ зарубежным заказчикам в валовом производстве в России остается незначительной — только 4%. Хотя на некоторых заводах она достигает 10%, но таких единицы. Следует отметить, что в 2018-м участники рынка также констатировали рост поставок алкидных ЛКМ на рынки стран Таможенного Союза.

## СОКРАЩЕНИЕ ИМПОРТА ОДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЧАСТИЧНО КОМПЕНСИРУЕТСЯ ЗА СЧЕТ РОСТА ДРУГИХ

В 2018-м импорт алкидных ЛКМ сокращался быстрее, чем все остальные показатели рынка, — на 8%. Доля импорта в потреблении материалов этой группы сузилась на 1%, до 24%. Однако многие участники рынка называют ус-

*Потребление краски в стране не растет, конкуренция, напротив, обостряется, сырье дорожает, доходы предприятий из-за превалирования дешевой продукции сокращаются — таковы основные итоги 2018-го. Поскольку каждое отдельно взятое предприятие не в силах изменить рыночный тренд в целом, игроки сходятся во мнении: 2019-й станет очередной проверкой на прочность их и конкурентов. И не исключено, что пройдет его не все.*

ловными эти изменения, поскольку частично такая динамика обусловлена тем, что зарубежные игроки начали производить краски на территории РФ. По их словам, объемы импортной продукции на российском рынке сократились, но количество зарубежных брендов не изменилось. Стремительное сокращение ввоза материалов из других стран отмечалось именно в тех компаниях, которые имеют свои заводы в РФ: «Jotun», «Nemre!», «Akzo Nobel» (в том числе ЛКМ бренда International), «Helios», «Steelpaint» и др. Исключением стала PPG, которая нарастила поставки покрытий в РФ с других своих заводов на 18%. Помимо ее материалов, более чем на треть вырос импорт ЛКМ компаний «Valspar» и «Sircar». В целом еще шести из топ-20 импортеров удалось нарастить поставки алкидных ЛКМ на 2—11%. Структура импорта не изменилась: подавляющее большинство поставок — промышленные ЛКМ, в частности для мебельной промышленности, автомобилестроения, can-coating и coil-coating.

## ОПТИМИЗМА О ЛАКОКРАСОЧНОМ СЕЗОНЕ 2019 У ИГРОКОВ НЕМНОГО

В нынешнем году рост ВВП страны замедлится до 1,2—1,8%, что будет обусловлено повышением НДС до 20%, прогнозируют — как отечественные, так и зарубежные эксперты. По прогнозу МЭР, в 2019-м инфляция ускорится до 4,3%, а реальные зарплаты граждан не изменятся, то есть денег на покупку товаров у населения больше не станет. По мнению независимых экспертов, повышение пенсионного возраста в РФ также не будет способствовать увеличению доходов и занятости граждан, а наоборот, затормозит рост экономики на 1—1,5%, или (это в лучшем случае) темпы сохранятся на нынешнем уровне. Помимо этого, высокая волатильность рубля к внешнеэкономическим факторам (санкциям, цене нефти и т.д.) сказывается не только на гражданах России, но и представителях бизнес-кругов, в том числе лакокрасочниках. Поэтому игроки рынка алкидных ЛКМ понимают, что все эти тенденции не обойдут их стороной и рассчитывать на стремительный рост спроса им не приходится. Оптимистическим прогнозом в целом на рынке алкидных материалов в компаниях считают достижение показателей прошлого года. Причем об этом говорят — как компании, работающие в сегменте декоративных ЛКМ, так и промышленных. Если первые будут вынуждены бороться со своими отечественными «коллегам» за каждого потенциального клиента, то вторые — с зарубежными игроками за долю на рынке промышленных материалов. Тем не менее многие игроки не намерены легко сдаваться, а будут отстаивать свои позиции на рынке.

## НОВОСТИ | АЛКИДНЫЕ ЛКМ

### КОМПАНИЯ ЗМ УВЕЛИЧИТ ИНВЕСТИЦИИ В РАСШИРЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ КОМПЛЕКСА В ОЭЗ «АЛАБУГА»



В начале февраля генеральный директор ЗМ в России и СНГ Матс Фриберг заявил, что компания намерена в 2019 году вложить 6,5 млн долларов в качестве инвестиций, в частности в развитие производства в особой экономической зоне «Алабуга» планируется инвестировать более 850 тыс. долларов. «Несмотря на снижение темпов роста мировой экономики в этом регионе компания закончила 2018 год с приростом продаж 13,3% по сравнению с 2017 годом. Поэтому инвестиционные планы на следующий год были пересмотрены в сторону расширения уровня локализации в стране», — прокомментировал Матс Фриберг. В «Алабуге» планируется расширение линейки жидких антикоррозионных покрытий за счет

внедрения нового продукта, предназначенного для покрытия внутренней поверхности газопроводов больших диаметров для повышения эффективности транспортировки газа. В первую очередь будет реализован первый этап локализации производства полимерных процессинговых добавок для нефтехимической отрасли.

В России компания будет продолжать реализацию общемировой стратегии, основанной на управлении продуктовым портфелем, трансформации бизнеса и внедрении инноваций. Главный инструмент роста ЗМ — развитие локального производства и модернизация компании. Импортозамещение остается ключевой тенденцией. ЗМ планирует продолжать инвестировать в расширение своего присутствия в России и развитие производственных мощностей на местах. Напомним: ранее ЗМ объявляла об инвестициях в расширение производства в размере 1,4 млн долларов на 2018 год. Средства были направлены на развитие производственных комплексов, расположенных в особой экономической зоне «Алабуга».

## ИНТЕРВЬЮ | КРАСКИ КВИЛ

## РЫНОК ЛКМ ЗАМЕР В СВОЕМ РАЗВИТИИ

Лакокрасочная отрасль России последние годы переживает не самые лучшие времена. Некоторые проблемы уже успели перейти из разряда новых в разряд хронических. Однако есть компании, которые стойко принимают все вызовы рынка и находят максимально эффективные пути развития в нынешней экономической ситуации. Одна из таких — «Краски КВИЛ». О том, как заводу удается оставаться в топе лакокрасочных предприятий страны, и какие тенденции отрасли сейчас особенно актуальны рассказывает его генеральный директор Константин Ковалев.



**Константин Ковалев,**  
генеральный директор,  
«Краски КВИЛ»

— Как прошел для вашей компании 2018-й? Какие особенности лакокрасочного сезона 2018-го хотели бы отметить? Что максимально сказывается на отрасли?

— Тенденции, заложенные еще в 2017 году, получили свое развитие в 2018-м. Однако сам сценарий развития в итоге получился более жестким. Низкая покупательская способность населения, резкий скачок цен сырья и ГСМ, дефицит либо отсутствие отдельных сырьевых компонентов, слабость национальной валюты — все эти факторы определили те результаты, которые мы имеем на сегодняшний день. Из-за перенасыщенности рынка конкуренция в 2018 году еще более обострилась. Тем не менее, завод «Краски КВИЛ» подошел к началу 2019 года без потерь.

— В ассортименте компании представлены как промышленные, так и декоративные материалы. Каково их соотношение в продажах?

— За прошлый год соотношение материалов индустриального и декоративного сегментов в объемах продаж завода «Краски КВИЛ» кардинально не изменилось. Как и годом ранее, промышленные ЛКМ составили около 30% общего объема продаж, декоративные — 70%. Рынок не растет, но в сегменте промышленных ЛКМ ситуация более благоприятная. Главная причина — это стабильность объемов потребления ЛКМ различными отраслями промышленности. И поэтому интерес российских производителей к индустриальным ЛКМ за последнее время значительно возрос.

— Поскольку сейчас рынок ЛКМ не растет, успехи одних компаний чаще всего сопровождаются потерями других. Как в таких условиях вашему предприятию удается выдерживать конкурентную борьбу?

— Мы стараемся больше работать с покупателем, способствуем воспитанию культуры потребления лакокрасочной продукции. К сожалению, в нашей стране она пока на достаточно низком уровне. В европейских странах объемы потребления ЛКМ выше в несколько раз. Причина — в высоком уровне образованности покупателя, которому не интересен продукт, если, к примеру, он не сможет обеспечить долгий срок службы покрытия или оказывается вредным для здоровья. В нашей стране рынок сегодня заполнен дешевой продукцией с невысокими потребительскими свойствами. И спрос на нее стабилен, поскольку определяется низкой покупательской способностью населения. Но если покупатель в продуктовом магазине может пройти мимо дешевого продукта, поскольку хотя бы примерно представляет последствия такой покупки, то дешевую краску или эмаль он спокойно положит в корзину и направится прямо к кассе. Парадоксально, но наш покупатель мало задумывается о критериях качества ЛКМ, не представляет, как нужно выбирать лаки или краски для своих потребностей и голосует кошельком. Итог — разочарование и обида на всю лакокрасочную отрасль. Покупателю нужно помогать в выборе, повышать его уровень знаний о качестве ЛКМ. Эта кропотливая работа должна ве-

стись системно, чем мы занимаемся, проводя обучение дистрибьюторов, предлагая мастер-классы для потребителей, повышая уровень квалификации консультантов в магазинах. Кроме того, мы обеспечиваем сервис нашим клиентам. Как предпродажный, так и постпродажный. Специалисты выезжают на пробные окрашивания объектов, проводят обучение технологов и специалистов по нанесению, оказывают консультации при помощи современных средств связи.

— Какую роль в этом играет ассортиментный портфель компании? Что более эффективно — продвижение существующей товарной номенклатуры или презентация новинок?

— Однозначно ответить на вопрос, что более эффективно — инвестиции в продвижение уже представленных потребителю материалов или вывод на рынок новых продуктов — невозможно. Каждый продукт хорош, эффективен и полезен для бизнеса на определенном этапе своего жизненного цикла. Следует вкладываться в развитие тех материалов, которые имеют перспективы на рынке. И нужно уметь вовремя решиться и отказаться от продуктов, замедляющих развитие компании.

— Последние годы многие компании пытались поднимать цены краски минимально в ущерб своей прибыли, чтобы удержать таким образом покупателей. Возможности предприятий сдерживать рост цен продукции за счет собственных ресурсов уже исчерпаны?

— Лакокрасочная промышленность — материалоемкое производство и зависит от изменений стоимости сырья. Удорожание сырья оказывает наиболее сильное влияние на себестоимость готового продукта. На мой взгляд, большинство лакокрасочных компаний на протяжении последних нескольких лет работают на пределе своих возможностей, изыскивая новые пути оптимизации производства для сдерживания роста цен. Но внутренние ресурсы компаний-производителей не бесконечны, и, по моему мнению, на данный момент все возможности исчерпаны. Разумеется, каждый производитель будет стараться сокращать издержки, скрупулезно контролировать расходы на всех этапах цепей поставок, но любые изменения рынка, особенно относительно цен сырья и его компонентов, будут сказываться на стоимости готовых ЛКМ. Да, это звучит пессимистично, но повышение цен в 2019 году не избежать.

— По каким каналам сбыта вы сейчас реализуете продукцию? Последние годы многие говорят об увеличении роли DIY-сетей на рынке. Вы с этим согласны?

— Приоритетный канал сбыта материалов «Краски КВИЛ» — это дистрибьюторская сеть, основанная на долговременном плодотворном сотрудничестве. Но и сети DIY занимают место одного из важнейших каналов сбыта. Это тренд времени, определивший трансформацию потребительского поведения в обществе. Выросло целое поколение жителей нашей страны, для которых традиционная розница эквивалентна DIY сетям. С высокой долей вероятности, такой покупатель предпочтет купить кра-

ску в сетевом гипермаркете, нежели на строительном рынке. Реализуя через сети около 50% своей продукции, современный производитель прекрасно понимает, что потеря DIY как канала сбыта чревата глобальным снижением объемов продаж.

Завод «Краски КВИЛ» имеет достаточно продолжительный опыт работы с DIY сетями различных форматов. Безусловно, мы точно так же, как и все остальные заводы-производители ЛКМ, сталкиваемся с давлением сетей в отношении цен продукции, логистики, дополнительными немалыми расходами по обслуживанию контрактов. Тем не менее, этот канал сбыта сегодня для нас важен, поэтому одна из задач предприятия — организовать процесс сотрудничества с DIY сетями на взаимовыгодных условиях, это не должно быть игрой в одни ворота.

— Какие направления в сегменте промышленных ЛКМ в настоящий момент являются перспективными для дальнейшего развития в РФ? Планируете ли расширять ассортимент продукции промышленного назначения?

— В сегменте индустриальных ЛКМ, в отличие от декоративной группы, существуют все предпосылки к дальнейшему росту российского производства. Прежде всего, это касается выпуска материалов для защиты металла. Системы защитных антикоррозионных покрытий и материалы специального назначения — основные направления, над которыми мы активно работаем. Сегодня увеличился интерес к продукции отечественного производства в тех отраслях, где раньше использовались, в основном, только импортные ЛКМ. Отечественная продукция находит доверие у потребителей ВПК, машиностроительной, нефтегазовой, станкостроительной промышленности, производителей спецтехники и сельскохозяйственных агрегатов. Другими словами, везде, где требуется серьезная антикоррозионная защита с прогнозируемым высоким сроком службы покрытий в различных климатических условиях и агрессивных средах.

— За последние несколько лет в России начали работать сразу несколько производств промЛКМ, открытых зарубежными компаниями («Текнос», «Йотун», PPG и др.). Как, по вашему мнению, это сказывается на российском рынке?

— Зарубежные компании — это, в принципе, другой вид бизнеса, другое понимание технологических процессов, цепочек поставок. В любом случае, прошло еще слишком мало времени, чтобы делать какие-то выводы. По итогам прошлого года, безусловно, они показали неплохие результаты, но в динамике их развитие мы сможем увидеть, пожалуй, в течение ближайших двух-трех лет. Вот тогда уже можно будет делать выводы о степени их влияния на российский рынок ЛКМ.

По моему мнению, глобального влияния на рынок заводы зарубежных производителей на территории нашей страны не окажут. Произойдет, скорее всего, перераспределение внутри цепочек поставок внутри зарубежных компаний. А в нашей статистике изменятся объемы ввоза ЛКМ, поскольку формально выпущенная в филиалах зарубежных компаний продукция будет переведена из категории «импорт» в категорию «произведены в России».

— Какой ваш прогноз развития рынка ЛКМ в РФ в 2019-м? Какие планы компании?

— Рынок замер в своем развитии, он не меняется на протяжении нескольких лет подряд. В 2019 году глобальных изменений не произойдет. Экономическая ситуация сегодня является тяжело прогнозируемой, и любой негативный фактор будет существенно влиять на рынок. Усилится борьба за потребителя, что скажется, в итоге, на рентабельности бизнеса. Удорожание сырья создаст тяжелую ситуацию для производителей, чей ассортиментный портфель почти полностью состоит из бюджетных материалов. Что касается спроса на материалы, то лидерскую позицию в декоративном сегменте, как и в предыдущие несколько лет, по-прежнему будет удерживать продукция категории «эконом» — это касается и водной группы материалов, и органорастворимых.

Я реально смотрю на вещи, иллюзий на 2019 год мы не строим. Завод «Краски КВИЛ» готов к трудностям, и год предстоит нелегкий. Будем идти к поставленным целям и придерживаться стратегии развития.

## НОВОСТИ | АЛКИДНЫЕ ЛКМ

## В ТОСЭР «НИКОЛАЕВСК» ПЛАНИРУЮТ ВОССТАНОВИТЬ СУДОРЕМОНТНЫЙ ЗАВОД



todaykhv.ru

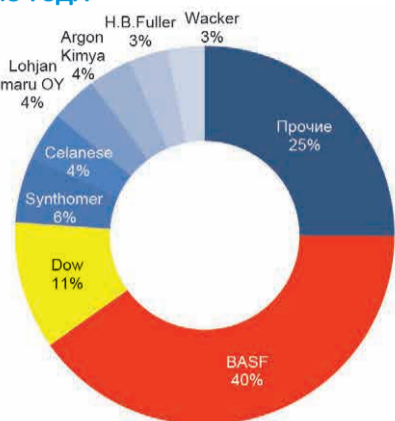
Решением председателя правительства РФ Дмитрия Медведева расширены границы ТОСЭР «Николаевск» (Хабаровский

край). Особый преференциальный режим распространился на Охотский муниципальный район. В территорию включены пять земельных участков в рабочем поселке Охотск. Здесь планируют восстановить и развить уже существующий судоремонтный завод. На предприятии появятся полноценные производства, грузоподъемность судов составит до 200 тонн (в перспективе — до 500 тонн). Совокупный объем инвестиций в проект оценивается в размере 300 млн рублей. Будет создано 71 новое рабочее место и перечислено в бюджеты всех уровней за 10 лет около 264 млн рублей.

## АНАЛИТИКА | ДИСПЕРСИИ

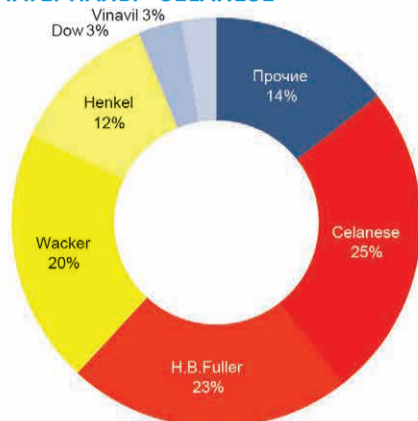
# ДОЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ДИСПЕРСИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ВЫРОСЛА В 2018 ГОДУ

## BASF — ЛИДЕР ПОСТАВОК СВЯЗУЮЩЕГО В РФ ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА



Расчетное потребление дисперсий незначительно выросло в 2018 году относительно показателей 2017-го (+3%). Прирост нельзя назвать значительным, но это хороший результат на фоне непростой ситуации в использующих дисперсии отраслях. Сократилось потребление связующего для производства ЛКМ и строительных смесей, а также для печатных красок и бумаги. В то же время выросли сегменты рынка дисперсий для клеев и нетканых материалов. Кроме того, необходимо отметить удешевление рубля относительно бивалютной корзины в 2018-м. В таких условиях потребитель из двух аналогов — отечественного и импортного — выбирал первый. И это отразилось на основных показателях рынка: производство дисперсий в целом выросло в 2018 году относительно 2017-го на 8%, а импорт сократился на 7%. Объемы поставок дисперсий на внешние рынки увеличились на четверть, однако доля экспорта в производстве остается минимальной — только 1,2%.

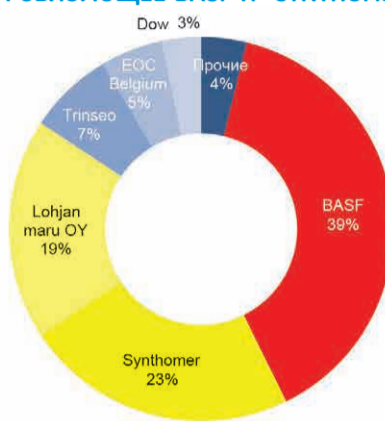
## ЧЕТВЕРТЬ ПОСТАВОК ВИНИЛАЦЕТАТНЫХ ДИСПЕРСИЙ — МАТЕРИАЛЫ «CELANESE»



## «АКРИЛАН» НАРАСТИЛ ВЫПУСК СА-ДИСПЕРСИЙ В 2018 ГОДУ

Производство СА-дисперсий выросло в 2018 году относительно показателей 2017-го на 8%. Максимальный прирост продемонстрировал «Акрилан» — на 14%. Импорт СА-дисперсий сократился на 6%, причем динамика изменений по компаниям была неодинаковой. BASF нарастил поставки этого вида связующего относительно 2017 года и остался лидером: продукция этой компании занимает почти половину общего объема импорта. Далее, с большим отрывом, следует «Dow», сократившая поставки, и «Argon Kimya», нарастившая их. Больше 40% в импорте приходится на дисперсии для ЛКМ и строительных смесей, для бумаги — 20%, для нетканых материалов — 15%, для клеев — 8%, для ЛКМ для печати — 7%. В результате, расчетная емкость рынка СА-дисперсий выросла на 4%, а доля импорта в потреблении — сузилась на 3%. Отечественные производители стали больше внимания уделять производ-

## В ПОТРЕБЛЕНИИ БС-ДИСПЕРСИЙ МАКСИМАЛЬНАЯ ДОЛЯ ПРИХОДИТСЯ НА СВЯЗУЮЩЕЕ BASF И «SYNTHOMER»



ству связующего для спецсегмента. Именно эту нишу игроки рынка рассматривают как перспективную.

## ПОТРЕБЛЕНИЕ ПВА-ДИСПЕРСИЙ ДЛЯ КЛЕЕВ ВЫРОСЛО В 2018 ГОДУ

Основными потребителями ПВА-дисперсий в России являются производители клеев, ЛКМ, строительных смесей и табачных изделий. Причем в прошлом году эти направления демонстрировали разную динамику. Емкость рынка ПВА-дисперсий для табачных изделий не выросла, для клеев — расширилась, а для ЛКМ — сократилась почти на 30%. В целом расчетное потребление этого вида связующего также незначительно выросло в 2018 году (на 2%). Девальвация рубля сыграла на руку отечественным производителям: выпуск ПВА-дисперсий вырос в 2018 году относительно 2017-го на 5%. Максимальная доля в импорте этого вида связующего — дисперсии «Celanese», хотя в про-

шлом году поставки продукции компании сократились значительно. «H.B.Fuller» и «Wacker», напротив, нарастили отгрузки в Россию. Замыкает топ крупнейших зарубежных производителей «Henkel». Всего на долю этих четырех компаний приходится 80% ввоза ПВА-дисперсий в Россию. Доля импорта в потреблении в 2018 году сузилась до 28% (в 2017-м — 30%).

## КРУПНЕЙШИЕ ПОСТАВЩИКИ В РФ БС-ДИСПЕРСИЙ СОКРАТИЛИ ОТГРУЗКИ В 2018 ГОДУ

Рынок бутадиен-стирольных дисперсий в России полностью зависит от импорта. В прошлом году он сократился относительно показателей 2017-го на 7%. При этом потребление БС-дисперсий при выпуске нетканых материалов и напольных покрытий в 2018-м достигло показателей 2017-го, а в бумажно-картонной и лакокрасочной отраслях — сократилось значительно. Больше 70% импорта этого вида связующего — продукция трех компаний: BASF, «Synthomer», «Lohjan maru OY». При этом каждая из них уменьшила в 2018 году поставки БС-дисперсий относительно 2017-го.

## В 2019 КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ДИСПЕРСИЙ УЖЕСТОЧИТСЯ

Деловая активность на российском рынке дисперсий вырастет в марте, после начала лакокрасочного сезона. К тому моменту уже будут подписаны годовые контракты на поставку связующего и согласованы цены. Ни в одной из потребляющих дисперсии отраслей 2019 год не обещает стремительного роста, поскольку экономическая ситуация в стране будет такой же сложной, как и в 2018-м. При этом у некоторых из них дела будут лучше, чем у других. Все эти факторы скажутся на потреблении дисперсий. Уже сейчас игроки едины во мнении, что ожидать значительного расширения рынка не следует. Улучшение собственных показателей станет возможным за счет перераспределения клиентской базы, расширения географии сбыта и предложения более выгодных условий сотрудничества.

## ИНТЕРВЬЮ | АКРИЛАН

## В УСЛОВИЯХ СЛОЖНОГО РЫНКА ОБЪЕМЫ ВЫПУСКА ДИСПЕРСИЙ НА «АКРИЛАНЕ» РАСТУТ

Одной из немногих компаний, которые закончили год с приростом объемов реализации стал «Акрилан». О том, что происходило на рынке дисперсий в 2018 году и о планах на 2019-й рассказывает генеральный директор компании «Акрилан» Олег Кузин.



**Олег Кузин,**  
генеральный директор  
компании «Акрилан»

— 2018 год был достаточно сложным для российского рынка дисперсий, и прежде всего из-за значительного роста цен мономеров. Как вы оцениваете итоги?

— 2018 год оказался действительно очень сложным для производителей дисперсий. Впервые дал сбой тренд на рост объемов производства у целого ряда производителей. Это свидетельствует о насыщении рынка и его зрелости при отсутствии роста потребительского спроса. Конкуренция с импортными

продуктами стала жестче и перешла в сферу специальных нишевых высокотехнологичных дорогих материалов. Стремительный рост цен основного сырья (мономеров) привел к следующему витку падения маржинальности бизнеса. Инвестиции в отрасль стали малопривлекательными. Появились производители дисперсий с избыточными производственными мощностями, которые, оказалось, сложно загрузить. Все это создает предпосылки к возможным изменениям в отрасли.

«Акрилан» смог нарастить объем выпуска продукции, несмотря на сложную ситуацию на рынке. Это произошло в основном в сегменте дисперсий для лакокрасочных материалов. Мы выводили на рынок новые продукты с пониженной себестоимостью и более привлекательной отпускной ценой. Искали применение более дорогим высококачественным материалам со специальными свойствами, конкурируя с импортом. Мы продолжаем развивать новые рынки сбыта, например, экспорт в страны ближнего зарубежья, а также разрабатываем новые области применения дисперсий. Сейчас эти направления и дают рост.

— Ужесточилась ли конкуренция на рынке дисперсий?

— Прошлый год пока не продемонстрировал серьезного обострения конкуренции по разным причинам. Но появившиеся свободные мощности неминуемо приведут к накалу страстей. Невысокая маржа заставляет компании увеличивать загрузку, чтобы получить экономическую выгоду. Поэтому мы ожидаем усиления борьбы в 2019 году. Основная арена конкуренции — рынок ЛКМ. Он самый емкий по сравнению с другими направлениями, и на него легче выйти. В сегменте ЛКМ есть простые материалы, позволяющие быстро использовать одни сырьевые компоненты вместо других. Следовательно, легко поменять одного поставщика дисперсий на другого. Все будет решать цена. Но в этом кроется и основной риск для рынка. Если конкуренция будет развиваться только в плоскости цены, а не качества, то это приведет к дополнительному снижению маржинальности бизнеса. Причем, в этой ситуации пострадают все игроки рынка. Ведь никто не собирается легко уступать свои позиции в уже занятых нишах.

Полный текст интервью читайте в журнале Хим-Курьер №1-2(434-435) за январь-февраль 2019 года

## НОВОСТИ | ДИСПЕРСИИ

## ГНС ПЛАНИРУЕТ ЗАПУСК ПРОИЗВОДСТВА СА-ДИСПЕРСИЙ



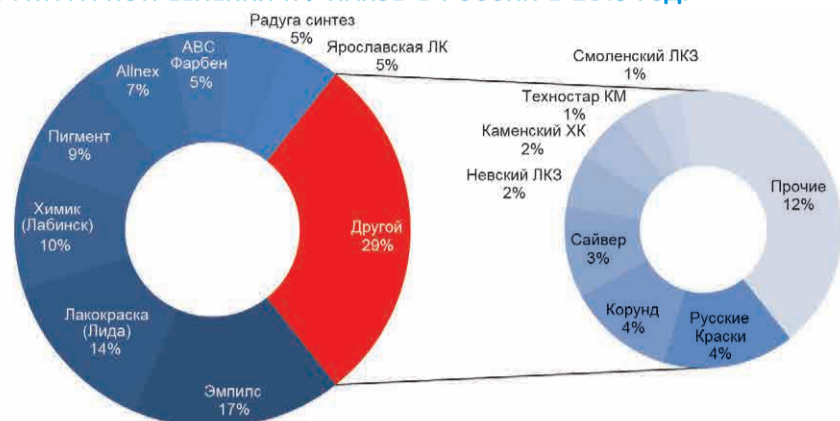
Летом нынешнего года в «Газпром нефтехим Салават» (ГНС) сообщили о выходе на проектные показатели загрузки, которые превышают потребности внутреннего рынка. В перспективе компания планирует расширить комплекс за счет запуска на базе «Акрил Салавата» производства стирол-акриловых дисперсий. В настоящее время ведутся переговоры о передаче зарубежных технологий их производства. СА-дисперсии применяются в лакокрасочной, целлюлозно-бумажной, текстильной промышленности, при производстве клеев, нетканых материалов, сухих строительных смесей. Сырьем для получения дисперсий является бутилакрилат и стирол, оба продукта выпускаются на мощностях, которыми управляет ГНС. Напомним: в 2017 году «Газпром нефтехим Салават» ввел в эксплуатацию комплекс по производству акриловой кислоты и бутилакрилата стоимостью около 39 млрд руб. Проект был реализован в рамках программы импортозамещения.



## АНАЛИТИКА | ЛАКИ И СМОЛЫ

# В 2018 ГОДУ НА КОТИРОВКАХ СЫРЬЕВЫХ КОМПОНЕНТОВ СКАЗЫВАЛИСЬ ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ

## СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ПФ-ЛАКОВ В РОССИИ В 2018 ГОДУ



## ИМПОРТ АЛКИДНОГО СВЯЗУЮЩЕГО ВЫРОС НА 20%

Рост потребления отечественных промышленных покрытий и стагнация на рынке декоративных обусловили увеличение объемов потребления модифицированных алкидных смол в РФ — как импортных, так и отечественных — в 2018-м. Доля выпуска классических материалов сократилась в пользу продуктов индустриального назначения. Высокий спрос на сырье для производства промышленных покрытий для дерева и металла обусловил рост импорта европейских марок алкидного связующего (+18%). Несмотря на переориентацию российских производителей на выпуск модифицированных ПФ-лаков сокращения потребления классических материалов не произошло из-за увеличения поставок белорусского связующего на 19%. При этом стоимость продукта лидской «Лакокраски» увеличилась на 9%, тогда как отечественные марки за 2018 год подорожали на 10–12%. Причина — увеличение стоимости основных сырьевых компонентов связующего: ортоксилола (+50%), фталевого ангидрида (+12%), пентаэритрита (+22%), ТС-1 (+11–13%). В прошлом году, в отличие от предыдущих лет, цены подсолнечного масла практически не повлияли на стоимость отечественных лаков

## ИНТЕРВЬЮ | НОРКЕМ

## В 2018 ГОДУ «НОРКЕМ» ЗНАЧИТЕЛЬНО НАРАСТИЛ ПРОДАЖИ МАТЕРИАЛОВ

«Норкем» — компания, которой удалось не только отстоять свои позиции благодаря высокому научно-техническому потенциалу, но и усилить их. Светлана Шувалова, начальник отдела специальной химии, комментирует успехи предприятия.

— Компания «Норкем» после покупки мощностей предприятия «Корунд» успешно запустила производство материалов. Какую продукцию и для каких отраслей вы выпускаете?

— На сегодняшний день на предприятии выпускают несколько групп материалов для строительной индустрии:

1) Полуфабрикатные алкидные пентафталевые лаки, алкидно-уретановые смолы и др. — для ЛКМ

2) Сложные полиэфирные: монтажная пена, ПУ покрытия, наливные полы, продукты повышенной огнестойкости для сэндвич-панелей и теплоизоляционных плит

3) Поликарбонатные эфиры — для производства добавок в товарные бетоны, ЖБИ

4) Фосфорные эфиры — для применения в качестве флотагентов и шламоотделителей, эмульгаторов, деэмульгаторов, смачивателей, пеногасителей, антикоррозионных добавок.

— Для производства каких покрытий ваша продукция наиболее востребована?

из-за рекордного урожая семян подсолнуха и значительных объемов наработки масла.

Экспорт продукции увеличился только в Узбекистан (+13%), что обусловлено упрощением валютного регулирования. При этом поставки материалов в Беларусь и Украину сократились значительно. Совокупные отгрузки ПФ-лаков за рубеж сократились относительно 2017-го на 38%.

### НА РЫНКЕ СМОЛ ОТМЕЧАЕТСЯ РОСТ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТВЕРДЫХ МАТЕРИАЛОВ

В 2018 году рост производства порошковых покрытий обусловил увеличение объемов импорта насыщенных полиэфирных и эпоксидных смол в твердом состоянии на 27% и 17%, соответственно. При этом поставки жидких насыщенных полиэфирных смол из-з рубежа сократились на 31%. Причина — снижение спроса на окрашенный рулонный прокат. Импорт жидких эпоксидных и ненасыщенных полиэфирных смол незначительно превысил показатели ввоза продукта в 2017 году, что обусловлено постоянно растущим спросом на композитные материалы. В 2018 году импорт акриловых смол для ЛКМ также увеличился относительно 2017-го, однако в этом случае ключевую роль сыграл рост спроса на отечественные конвейерные и авторемонтные покрытия.

— Мы выпускаем полуфабрикатные лаки и смолы. Многие наши потребители приобретают продукцию с модификацией некоторых свойств. Но закупают также и связующее, произведенное по классической рецептуре. Если говорить о сегментах, в которых наши материалы наиболее востребованы, — это деревозащита, декоративные продукты и др..

— Российский рынок декоративных продуктов стагнирует, поэтому производители ПФ-лака постепенно сокращают наработку классических материалов в пользу модифицированных.

— Практически все наши материалы выпускаются под определенные требования наших потребителей. В 2018 году благодаря такой политике мы значительно нарастили продажи своих материалов. В целом объемы реализации в 2018-м выросли более чем в два раза по всему ассортиментному портфелю по сравнению с 2017 годом, и по отрасли ЛКМ, в частности.

— Как будет развиваться рынок потребления алкидного связующего в 2019 году?

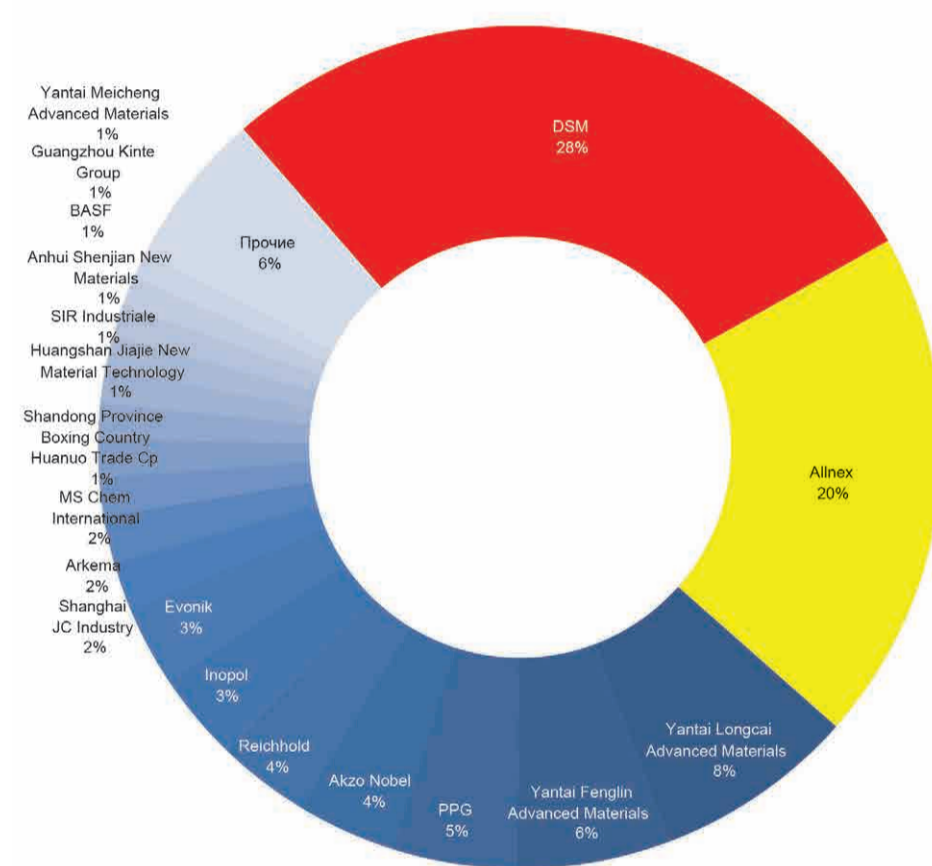
На протяжении года полиэфирные и акриловые смолы в валюте подорожали в среднем на 5–10%. При этом эпоксидные смолы, стоимость которых увеличивалась до апреля 2018 года, во II полугодии подешевели.

По мнению игроков, сезонное увеличение потребления связующего прогнозируется во второй половине марта. Участники рынка ожидают позднего начала лакокрасочного и строительного сезона из-за продолжительных неблагоприятных погодных условий. Стоимость продукции до этого периода останется стабильной. Одним из

В начале 2018 года участники рынка были полны оптимистических ожиданий, однако для большинства игроков они не оправдались из-за ряда внешних факторов, которые на протяжении года вызвали значительный рост цен сырья. Это в свою очередь сказалось на объемах и динамике потребления готовых продуктов.

факторов, имеющих возможность значительно повлиять на стоимость сырья, может оказаться планируемый на весну очередной пакет европейских санкций. Однако возможно по этим причинам обесценивание рубля может быть нивелировано ростом мировых котировок нефти из-за сокращения наработки «черного золота» в Венесуэле на фоне экономического и политического кризиса. Данная ситуация будет на руку отечественным производителям ненасыщенных полиэфирных смол, успешно замещающим некоторые типы импортного сырья.

## СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ПОЛИЭФИРНЫХ СМОЛ ДЛЯ ЛКМ В 2018 ГОДУ



этом мы не ожидаем значительного скачка продаж, поскольку потребление, по моему мнению, сохранится прежним или вырастет незначительно.

Полный текст интервью читайте в журнале «Хим-Курьер» №1-2(434-435), январь-февраль 2019 года

## НОВОСТИ | СМОЛЫ И ПФ-ЛАК

### «ALLNEX» ПРЕЗЕНТОВАЛА ДВЕ НОВЫЕ МАРКИ ПОЛИЭФИРНЫХ СМОЛ

В середине декабря нынешнего года компания «Allnex» представила две новые марки полиэфирных смол: CRYLCOAT® 1738-2 и CRYLCOAT® 2427-2. Первый продукт является универсальной насыщенной смолой, предназначенной для производства ЛКМ, используемых для окраски металлической мебели и приборов освещения. При применении связующего в глянцевых покрытиях последние приобретают высокую устойчивость к перегреваниям, воздействию кипящей воды и кислоты. Помимо этого, CRYLCOAT® 1738-2 в комбинации с матирующим отвердителем может использоваться в красках с низкой степенью глянца (достижимый уровень глянца — 30%).

CRYLCOAT® 2427-2 — карбоксилированная полиэфирная смола, которая используется для производства TGIC 95/5 порошковых красок. CRYLCOAT 2427-2 подходит для выпуска ЛКМ по металлу, включая светильники и уличную мебель.



pbs.twimg.com

## АНАЛИТИКА | СЫРЬЕ

# РЫНОК ДИОКСИДА ТИТАНА ЗАМЕР В ОЖИДАНИИ НОВЫХ КОТИРОВОК

2018 год на российском рынке диоксида титана начинался под эгидой поставщиков, но закончился в пользу потребителей. В первой половине прошлого года тенденция роста цен пигмента сохранилась. При этом поставки сырья — как отечественного, так и импортного — увеличивались высокими темпами.

По итогам I полугодия 2018-го импорт TiO<sub>2</sub> в РФ вырос по сравнению с аналогичным периодом 2017-го на 36%, а его производство на «Крымском титане» — на 16%. Значительный прирост поставок и выпуска белого пигмента был обусловлен

дефицитом продукта в первой половине 2017-го. Это сказалось не только на сопоставимых показателях импорта и производства, но и модели поведения игроков рынка: многие из них, учитывая негативный опыт I полугодия 2017-го, сформировали большие объемы пигмента на складах. Однако лакокрасочный сезон в РФ в прошлом году не сложился: декоративный сегмент продолжал стагнировать, а промышленный хоть и рос, но не такими темпами, как прогнозировалось. В результате, уже в июле многие трейдеры начали говорить о том, что объемы

предложения белого пигмента на рынке значительно превышают спрос. На протяжении второй половины года компании стремились сократить запасы TiO<sub>2</sub> максимально. Профицит крымской двуокиси в стране был нивелирован вследствие простоя производства в сентябре и октябре. При этом уменьшить складские запасы импортной двуокиси игроки старались путем сокращения новых поставок (если это позволяли контракты). В итоге с июля по декабрь 2018-го производство диоксида титана на «Крымском титане» сократилось на 1%, а импорт из-за рубежа — на 16%. Тем не менее, уменьшение поставок не убергло рынок от снижения цен белого пигмента: в середине прошлого года начали дешеветь как импортные марки сырья, так и отечественные. Причем, попытка увеличить стоимость крымской двуокиси на фоне сообщения о временной остановке производства была безуспешной, поскольку у компаний-потребителей были запасы пигмента, а в целом спрос на рынке был невысоким. По оценкам аналитиков «Хим-Курьера», в декабре отечественный диоксид титана в РФ реализовывался на 5% дешевле, чем в июле, а импортный (в валюте) — на 13—15%. При этом, по сравнению с началом 2018-го стоимость крымского пигмента не изменилась, а европейского и китайского — уменьшилась на 10—13%.

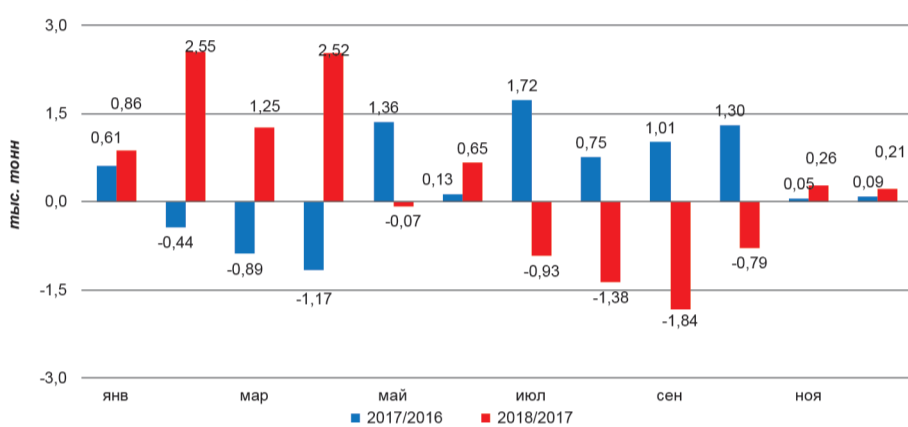
В начале 2019 года ситуация на рынке диоксида титана в РФ была типичной для межсезонья: спрос был низким, а количество заказов — минимальное. По словам игроков, незначительное коли-

чество заказов было обусловлено наличием сырья на складах заказчиков. Но они эти запасы уже использовали. Сейчас на рынке диоксида титана отмечается баланс спроса и объемов предложения. Несмотря на то, что все цены в РФ традиционно устанавливаются с учетом НДС, увеличение последнего с января нынешнего года не сказалось на котировках двуокиси в стране. Причина — очередное уменьшение стоимости диоксида титана на мировом рынке. Поскольку оно было незначительным, российские трейдеры приняли решение не пересчитывать цены дважды, а сохранить их на отметках декабря 2018-го.

Игроки рассчитывают, что до конца февраля потребительская активность на рынке диоксида титана в РФ будет расти невысокими темпами. Многие из них также отмечают, что китайские предприятия традиционно объявят цены продукта на ближайшие несколько месяцев до конца февраля или в начале марта. По словам трейдеров, реализующих европейскую двуокись, производители пигмента не намерены в I квартале 2019-го менять цены (в валюте). Однако они не исключают корректировки в начале II квартала или в случае каких-либо форс-мажоров. По предварительным прогнозам, увеличение стоимости крымского диоксида титана возможно перед началом сезона активных продаж продукции лакокрасочников и других потребителей.

**Полный текст статьи читайте в журнале «Хим-Курьер» №1-2(434-435) за январь-февраль 2019 года**

## ПРИРОСТ ИМПОРТА ДИОКСИДА ТИТАНА В 2018-М И 2017-М



## ИНТЕРВЬЮ | ГК «КСК»

## НА РЫНКЕ ДИОКСИДА ТИТАНА СЕЙЧАС ПОТРЕБИТЕЛЬ ДИКТУЕТ УСЛОВИЯ

Из-за высоких цен белого пигмента и практически полного отсутствия 100%-х компонентов-субститутов в нынешних экономических реалиях многие потребители вынуждены искать более дешевую альтернативу. О том, как в таких условиях можно продать российским заказчикам дорогой, но качественный диоксид титана, рассказал управляющий ГК «КСК» — официального представителя компании «Kronos» в России — Евгения Козловского.



**Евгений Козловский,**  
управляющий ГК «КСК»

**— Как бы вы охарактеризовали прошедший 2018-й год для рынка диоксида титана?**

— За последние два года мировой рынок диоксида титана перенес резкие изменения. Сначала быстрый рост торговой активности, цен и дефицит сырья из-за сгоревшего завода «Huntsman» и экологических реформ в Китае. Потом, хоть и не такое быстрое, но снижение цен и профицит продукции. Это, к слову, произошло по нескольким причинам. Во-первых, экономический кризис в Турции, которая является достаточно крупным потребителем TiO<sub>2</sub>. На фоне девальвации турецкой лиры поставки диоксида титана в эту страну значительно сократились. Во-вторых, торгово-военные отношения США с Китаем, которые привнесли нестабильность мировой экономике в целом.

Конечно, это сказалось и на российском рынке. Да, когда на мировом рынке возник дефицит, мы тоже стали продавать меньше. В компании произошли определенные корректировки, необходимые для того, чтобы попасть в новые рыночные тенденции с минимальными потерями. Я думаю, сделали мы это удачно. Резкое снижение цены диоксида титана в конце прошлого года на работе нашей компании сказалось незначительно. Лакокрасочный сезон уже в это время заканчивался, поэтому объемы закупок предприятий этой отрасли были невысокими. Цены марок диоксида титана для выпуска пластиков и различных специальных продуктов, а именно среди их производителей в РФ TiO<sub>2</sub> «Kronos» больше востребована, практически не изменились. Поэтому по этим направлениям большого снижения финансовых показателей мы не заметили.

**— КСК поставляет в РФ качественный и хорошо известный потребителю диоксид титана компании «Kronos». Заметила ли вы изменения в предпочтениях потребителей?**

— Рынок всегда ориентировался на цену «Kronos» как самую высокую. Во многих ЛКМ, в принципе, такого высокого качества диоксида, как выпускает «Kronos», не требуется. Поэтому многие не хотят переплачивать. И, в целом, это логично. Но там, где многое зависит от характеристик диоксида титана, потре-

бители понимают, что качество — это залог успеха, это стабильность. Как минимум, им не придется делать никаких изменений в рецептурах материалов. Кроме того, это стабильные гарантийные обязательства. Никаких рекламаций не бывает.

**— Чего следует ожидать игрокам рынка диоксида титана в 2019-м?**

— В нынешнем году мы не ожидаем никаких серьезных изменений на рынке диоксида титана. Рассчитываем, что год будет достаточно стабильным. При этом я не исключаю, что рост цен диоксида титана на мировом рынке может возобновиться в конце 2019-го или в следующем году. Несмотря на все тенденции, которые мы с вами могли отмечать в последнее время, общемировой рост потребления диоксида титана продолжится. При этом новые заводы, на которых производят TiO<sub>2</sub>, не строятся. Одним словом, сейчас на мировом рынке происходит перераспределение объемов белого пигмента. В таких условиях дальнейшая нехватка сырья и, как следствие, рост цен — неизбежны. Но 2019-й можно назвать годом затишья. Можно сказать, что сейчас праздник для потребителя. Соответственно он диктует свои условия игры. Но, как мне кажется, уровень цен уже достиг оптимального значения. Поэтому скоро все может измениться.

**Полный текст интервью читайте в журнале «Хим-Курьер» №1-2(434-435), январь-февраль 2019 года**

## НОВОСТИ | СЫРЬЕ

## VERMOCOLL EBM 3000 — НОВЫЙ ИНГРЕДИЕНТ ДЛЯ ВОДНЫХ КРАСОК КОМПАНИИ «NOURYON»



Компания «Nouryon» (ранее подразделение «Specialty Chemicals» «AkzoNobel») выпустила инновационный многофункциональный продукт — Vermocoll EBM 3000. Это сырьевой ингредиент, улучшающий характеристики многоцветных фасадных красок на водной основе, которые имитируют камень или мрамор. Краски состоят из цветных капель, диспергированных в латексе, которые могут включать текстурирующие материалы (например песок). Vermocoll EBM 3000 — универсальный компонент, который совместим со многими составами многоцветных красок, предотвращает агломерацию капель и миграцию цвета, обеспечивает регулируемую стойкость геля и превосходные цветовые свойства.

Директор по исследованиям и разработкам «Nouryon's Vermocoll» Анника Карлссон отмечает: «Многоцветная краска обладает множеством преимуществ, в том числе простотой применения, устойчивостью цвета и эластичностью, но наиболее важным является экономическая и экологическая целесообразность ее использования относительно реального камня или мрамора. Благодаря Vermocoll EBM 3000 мы можем улучшить рецептуру и характеристики многоцветных красок». Генеральный директор «Performance Additives» в «Nouryon» Герт Хофман подчеркивает, что Vermocoll EBM 3000 выпускается по уникальной технологии без растворителей, что обеспечивает самый низкий углеродный след».

## ИНТЕРВЬЮ | КОМПАНИЯ ИКП

РОСТ ЦЕН ПОЛИПРОПИЛЕНА ПРИВЕЛ  
К «ВЫМЫВАНИЮ» МАРЖИНАЛЬНОСТИ ПРОДАЖ УПАКОВКИ

На рынке полимерной упаковки РФ в последние несколько лет не отмечается роста, только перераспределение долей между производителями пластиковой тары. Конкуренция становится стимулом к постоянному развитию, соответствию требованиям отрасли и техническому усовершенствованию. О трудностях и достижениях прошлого года, ожиданиях и планах на следующий рассказал исполнительный директор компании ИКП Виталий Фигурин.

— Виталий Сергеевич, как вы оцениваете итоги работы компании в 2018 году?

— Год был тяжелый и из-за позднего старта сезона, постоянного увеличения себестоимости продукции и необходимости неоднократного пересмотра цен по всей номенклатуре товаров и клиентской базе. К тому же, ухудшилась ситуация с планированием заказов потребителями, и все больше работы приходилось переводить в режим онлайн. Тем не менее в 2018-м компания значительно превысила показатели реализации продукции относительно 2017-го, перевыполнив плановые объемы. Однако, как никогда остро стоит вопрос рентабельности продаж, просроченной дебиторской задолженности и общего финансового результата. Впрочем, это реалии сегодняшнего дня, и я сомневаюсь, что есть производители, которые не столкнулись с этими вызовами. Из достижений прошлого года следует отметить технологическое дооснащение производства: увеличение парка машин и пресс-форм, все большее использование роботов, запуск полной линейки декорирования вплавленной этикеткой IML (от 0,85 л до 11 л), расширение возможностей офсетной печати (нанесение логотипа на пробку, печать на баке объемом 30 л). Компания также успешно прошла сертификацию по новому стандарту ISO 9001:2015.

— С какими трудностями пришлось столкнуться в 2018-м?

— Непрерывающийся рост цен основного сырья привел к «вымыванию» маржинальности — как у нас, так и наших клиентов, зачастую не имеющих возможности поднять цены в сетевом канале продаж. Мы понимали это и старались всегда найти компромиссное решение, ориентируясь в первую очередь не на сиюминутную выгоду, а на долгосрочное сотрудничество. Общее снижение покупательской способности населения, безусловно, негативно влияет на рынок в целом.

— Игроки отмечают, что рынок полимерной упаковки в последние несколько лет не растет, поэтому происходит только перераспределение долей рынка между производителями пластиковой тары. Как можете охарактеризовать ситуацию в этом сегменте в 2018-м?

— Я соглашусь с этой оценкой. На мой взгляд, в 2018 году усилился приток клиен-

тов от мелких, локальных игроков к крупным производителям. В нестабильное время надежность поставщика, его производственный и финансовый ресурс ценятся все выше. Постоянно инвестировать в производственные фонды, в их обновление и расширение могут позволить только сильные компании. Шансы на выживание в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе у небольших производителей невысокие. Из трендов последнего времени — отказ от металлической ручки в пользу пластиковой на ведрах объемом 5 л и 11 л. Вопрос экономики стимулирует потребителей к подобному решению, несмотря на опасения маркетологов и общий консерватизм рынка.

— Рост цен полипропилена — основного сырьевого компонента для производства пластиковой тары — стал причиной значительного удорожания конечного продукта. Сказалось ли это на объемах продаж?

— Рост цен сырья был значительным и привел к индексации стоимости всеми без исключения производителями. Удорожание всегда провоцирует клиента на сравнение предложений и поиск лучшего варианта здесь и сейчас, но костяк базы нашей компании составляют постоянные клиенты, делающие ставку на долгосрочное сотрудничество. С большинством мы работаем уже на протяжении многих лет. Перебегают из компании в компанию в основном небольшие потребители. Могут отметить тенденцию расширения количества поставщиков средними и крупными потребителями для снижения зависимости от первых. Несколько десятков компаний стали нашими новыми клиентами в прошлом году. Они по достоинству оценили уровень качества нашей продукции, не уступающий лидерам рынка.

— Влияние еще каких ценообразующих факторов (кроме увеличения стоимости полипропилена) отмечалось в 2018-м?

— Росли практически все статьи затрат: оплата труда персоналу, электричество, краситель, обслуживание оборудования, завязанное на валютной составляющей, упаковочные материалы и др. Отдельно могу отметить гофроупаковку, которая дорожала на 8–10% практически каждый квартал.

— Какие каналы сбыта используете для реализации продукции?

— Больше 90% наших покупателей — это конечные потребители. Менее 10% при-

ходит на торговые компании. Мы не работаем с сетевым ритейлом (во всяком случае, сейчас). 90% оборота приходится на продукцию собственного производства, 10% — на контрактное производство на пресс-формах заказчиков. Мы предоставляем услуги, начиная от строительства пресс-формы под заказ и заканчивая релокацией уже существующего молда клиента и запуска на нашем производстве.

— В какие регионы страны поставляете упаковку? Работаете ли с зарубежными покупателями?

— География поставок определена концентрацией производств. Традиционно это Северо-западный ФО, центр и юг России. Небольшая доля продаж приходится на Урал. Компания также поставляет продукцию на экспорт: в 2018 году с нами работали производители шести стран СНГ.

— В ассортименте компании представлена продукция для различных отраслей промышленности. Продажи каких материалов демонстрировали максимальный прирост?

— Прирост отмечается в пищевой отрасли. Безусловно, помимо активности компании на рынке, важно создавать точки роста. Для нас это и расширение производственной мощности в случае, если ее не хватало, и постоянные инвестиции в новые продукты. В 2018-м в нашем ассортименте появилось



Виталий Фигурин,  
исполнительный директор  
компании ИКП

облегченное ведро объемом 11 л (11,5 л), а в 2019-м запущена новая флагманская канистра объемом 10 л, также появится новый улучшенный бак объемом 30 л и другие продукты.

— Какая доля продаж тары пришла на лакокрасочную отрасль?

— Доля продаж продукции для ЛКМ в портфеле компании неуклонно сужается и уже составляет менее 50% оборота (максимальным спросом пользуются ведра объемом 2,5 л, 3 л, 5 л и 11 л). Я думаю, этот тренд сохранится, хотя речь и идет о считанных процентах. Будет расти доля пищевой упаковки, а также продаж корпоративным клиентам.

— Как российский рынок полимерной упаковки будет развиваться в 2019-м? Какие планы компании на этот год?

— Год будет непростым с учетом роста цен в 2018-м и повышения ставки НДС в начале 2019-го. Все в конечном счете будет зависеть от старта сезона и, конечно, покупательной способности населения. Мы предусматриваем в планах умеренный рост. Оценка на 2019-й, скорее всего, консервативная, чем оптимистическая.

Организатор



Платиновый спонсор



Серебряные спонсоры



## XVII Международная конференция Рынки лакокрасочных материалов и сырья для ЛКМ

2-4 октября 2019  
Radisson Blu Paradise Resort & Spa Hotel  
Сочи, Россия

17th International Conference  
CIS Coatings and  
Raw Materials Markets

2-4 October 2019  
Radisson Blu Paradise Resort & Spa Hotel  
Sochi, Russia



+7 499 346 03 42

conf@chem-courier.ru  
www.lkmconf.com

Узнайте мнения ключевых экспертов  
The news from key players and experts

## НОВОСТИ | DIY-СЕТИ

## СТД «ПЕТРОВИЧ» ОТКРЫЛ МАГАЗИН НОВОГО ФОРМАТА



СТД «Петрович» запустил первый цифровой шоу-рум в России. Он открылся в

Москве в «Афимолл Сити». На площади 26 кв. м. расположилась «комната» из нескольких десятков видеозеркал, на которые проецируются изображения отделочных материалов. Таким образом, «примерив» различные варианты сочетаний обоев, керамической плитки, дверей, ламината и др., можно создать понравившийся дизайн того или иного помещения в квартире. Сразу же можно подсчитать необходимое количество товара и сделать заказ. Цифровой шоу-рум стал восьмым каналом продаж омниканальной модели СТД «Петрович».

16-19.09.2019  
www.chemistry-expo.ru

22-я международная выставка химической промышленности и науки

# ХИМИЯ-2019

Генеральный информационный партнер:  
ЦЕНОВОЕ АГЕНТСТВО  
**ХИМ КУРЬЕР**  
www.stp-soft.ru  
КОНФЕРЕНЦИИ

12+ Реклама

При поддержке:  
• Министерства промышленности и торговли РФ  
• Российского Союза химиков  
• ОАО «НИИТЭХИМ»  
• Российского химического общества им. Д.И. Менделеева  
• Химического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова  
• РХТУ им. Д.И. Менделеева  
Под патронатом ТПП РФ

Иновации и современные материалы  
Нефтегазохимия  
Startup ChemZone  
Автоматизация и цифровизация производства

Химмаш. Насосы  
Хим-Лаб-Аналит  
Зеленая химия  
Индустрия пластмасс  
Салон защиты от коррозии «КОРРУС»

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»  
Организатор:  
60 ЭКСПОЦЕНТР

16.09.2019-19.09.2019

## ХИМИЯ-2019

С 16 по 19 сентября 2019 года в Москве в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» (павильоны № 2 и 8) пройдет 22-я Международная специализированная выставка химической промышленности и науки «Химия-2019».

Выставка имеет более чем полувековую историю и по праву считается одним из главных событий для химической промышленности. Мероприятие отмечено на самом высоком уровне.

Выставка «Химия» проводится при официальной поддержке Министерства промышленности и торговли РФ, под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, а также при содействии ФГУП «НТЦ «Химвест», Российского Союза химиков, ОАО «НИИТЭХИМ», Российского химического общества им. Д. И. Менделеева, РХТУ им. Д. И. Менделеева, Химического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, Международного института проблем химизации современной экономики.

Форум традиционно собирает наиболее успешные предприятия, цель которых – продемонстрировать последние технологические достижения и инновационные разработки

химической промышленности и науки. Участники дискутируют, обсуждают проблемы развития отрасли, пути их решения и заключают контракты.

Ежегодно в выставке принимают участие не менее 400 компаний из 23 стран мира. Их стенды располагаются на общей площади не менее 24 тыс. кв. м, а выставку посещает не менее 16 тыс. профессионалов более чем из 50 стран. Интерес к выставке проявляют представители самых разных отраслей российской экономики, заинтересованные в применении на своих производствах последних достижений химической науки. Традиционными для выставки «Химия» стали национальные экспозиции Германии, Франции, Китая, Белоруссии и Казахстана.

Большой интерес участники проявляют к форсайт-сессиям, проводимым в рамках выставки. На них особое внимание уделяется прогнозам развития химической промышленности, анализируются различные тенденции, наметившиеся в экономике в целом, возможность их применения в отрасли и предполагаемый эффект.

Подробную информацию можно получить на сайте выставки [www.chemistry-expo.ru](http://www.chemistry-expo.ru)

23.04.2019 – 26.04.2019

## ШИНЫ, РТИ И КАУЧУКИ-2019

ЭКСПОЦЕНТР МОСКВА

22-я международная специализированная выставка резинотехнических изделий, шин, технологий для их производства, сырья и оборудования

# ШИНЫ, РТИ И КАУЧУКИ-2019

23-26 апреля

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»  
www.rubber-expo.ru

12+ Реклама

Организатор: АО «Экспоцентр»  
При поддержке:  
• Министерства промышленности и торговли РФ  
• Российского Союза химиков  
• ОАО «НИИТЭХИМ»  
Под патронатом ТПП РФ

МИНПРОМТОРГ РОССИИ  
РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ХИМИКОВ

С 23 по 26 апреля в Москве в ЦВК «Экспоцентр» пройдет 23-я международная специализированная выставка резинотехнических изделий, шин, технологий для их производства, сырья и оборудования «Шины, РТИ и каучуки-2019». Выставка организована АО «Экспоцентр» при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ, Российского Союза химиков, ОАО «НИИТЭХИМ» под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

Выставка «Шины, РТИ и каучуки» – ключевое событие в российской отрасли производства резинотехнических изделий, шин, их восстановления, переработки и утилизации. Это место встречи как отечественных производителей, так и международных игроков, площадка для эффективного общения отраслевых специалистов.

Выставка отразит картину развития, наиболее актуальные проблемы отрасли и вызовы, стоящие перед ней. Посетители смогут ознакомиться со стендами производителей сырья, вспомогательных материалов, полупродуктов, оборудования и приборов. В этом году будет уделено внимание охране окружающей среды, рециклингу и экологии, инновациям и научным разработкам, таре и упаковке, а также прочим услугам (инжинирингу, автоматизации, логистике, лизингу, информационному обеспечению отрасли и т. д.).

Отечественную индустрию каучуков, шин и РТИ представят 60

российских участников. В их числе ЕТС, «Курскрезинотехника», Саранский завод «Резинотехника», Уральский завод ЭУ, «Фторэластомеры», Чайковский завод РТД, «Ярославль-Резинотехника» и другие.

Выставку посетят представители не только резинотехнической и шинной отраслей, но и специалисты в области автомобильной промышленности, машиностроения, судостроения, дорожного строительства, авиастроения, вагоностроения, агропромышленного комплекса, электротехники, энергетики, строительства, нефтегазовой, химической и других отраслей промышленности.

Экспозицию выставки «Шины, РТИ и каучуки-2019» дополнит деловая программа. Местом профессиональных дискуссий станет 9-я Всероссийская конференция с международным участием «Каучук и резина», конкурс на лучшую продукцию, другие мероприятия, посвященные резинотехнической и шинной промышленности и сферам применения продукции отрасли.

В рамках деловой программы участники смогут организовать диалог между производителями и потребителями, обсудить тему экологии и переработки, а также ознакомиться с новыми технологиями и научными разработками, получить аналитические материалы по рынку.

Подробную информацию можно получить на сайте выставки [www.rubber-expo.ru](http://www.rubber-expo.ru)