



профессиональное издание от эксперта в строительной отрасли

ТЕХНОЛОГИИ МАСТЕРСТВА

№4 (16) декабрь 2020

СИЛА СЛОВА

КАК МЕСТНАЯ СПЕЦИФИКА ОПРЕДЕЛЯЕТ
БРЕНДЫ «ТЕХНОНИКОЛЬ» В ЕВРОПЕ

ТЕМА НОМЕРА

ВЕЛИКИЙ ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ ТЕХНОНИКОЛЬ

ПУТЕШЕСТВИЕ В ТЫСЯЧУ ЛИ НАЧИНАЕТСЯ С ПЕРВОГО ШАГА

ГРАНИЦА МЕЖДУ ЕВРОПОЙ И АЗИЕЙ ПРОХОДИТ В ТЕХНОНИКОЛЬ

ДО БРИТАНСКИХ МОРЕЙ И ДАЛЬШЕ

IT-РУБРИКА

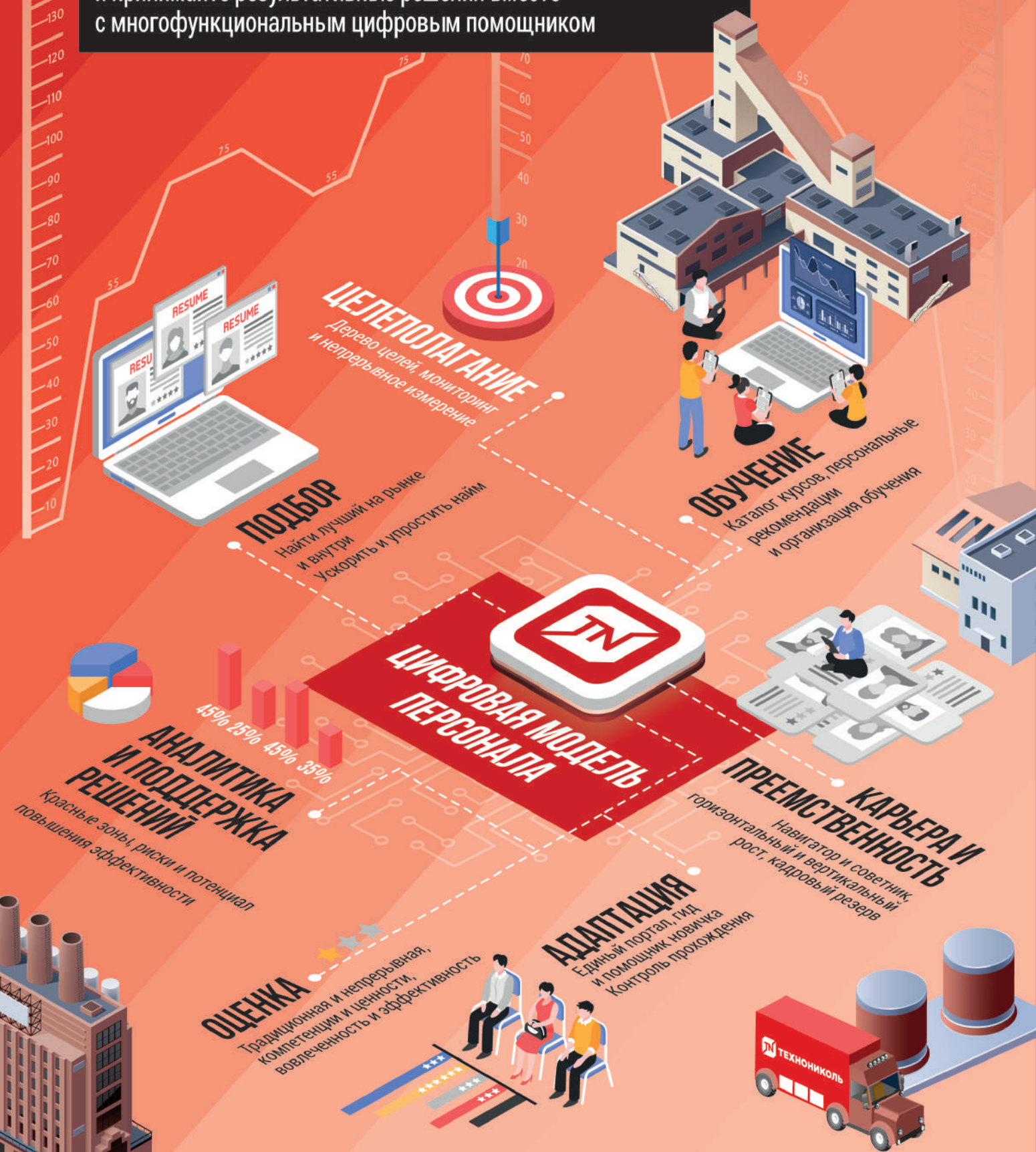
СИЛА КОМАНДЫ

КАК ПЛАТФОРМА MS TEAMS ПОВЛИЯЛА
НА КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В TN-INTERNATIONAL



SUCCESS FACTORS

Развивайте таланты, повышайте эффективность сотрудников и принимайте результативные решения вместе с многофункциональным цифровым помощником



Уважаемый читатель!

Повсеместный переход на удалённую работу, неопределённость и непредсказуемость в этом году стали новой реальностью. Для нас этот год стал прорывным и инновационным. Мы сохранили единый командный дух и единую работу всего коллектива. Завершили второй этап инвестиционного проекта в ТОР «Хабаровск», введя в эксплуатацию два новых предприятия. Впервые самостоятельно провели пуско-наладочные и ремонтные работы на производственных линиях. Выпустили ряд новых продуктов и сервисов. Активно развиваем современные информационные технологии во внешних и внутренних коммуникациях.

На 2021 год мы ставим перед собой амбициозную и достижимую цель – стать реальным Международным Бизнесом для сотрудников, партнёров и клиентов. Трансформация российской компании в транснациональную – процесс непростой и одновременно и увлекательный, да и зарубежные конкуренты у нас очень сильные, с солидной историей и заслуженной любовью местных потребителей. Это значит, что нам предстоит столкнуться с новыми вызовами и преодолеть их. Нас это не смущает, а наоборот стимулирует и подстегивает. Мы продолжим развиваться количественно и качественно: осваивать новые рынки, наращивать digital-составляющую во всех операционных, управляющих и поддерживающих процессах компании и экстраполировать наш опыт на каждую страну присутствия.

Этот номер «Технологий Мастерства» мы посвятим международной деятельности компании. Расскажем о том, что проделали, какие интересные проекты были реализованы, поделимся достижениями и открытиями.

Приятного чтения! 

С уважением,
Главный редактор
Владимир Марков

6/ Новости TN

ВЕЛИКИЙ ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ «ТЕХНИКОЛЬ»

ПУТЕШЕСТВИЕ В ТЫСЯЧУ ЛИ НАЧИНАЕТСЯ С ПЕРВОГО ШАГА



19/ СИЛА СЛОВА

КАК МЕСТНАЯ СПЕЦИФИКА ОПРЕДЕЛЯЕТ БРЕНДЫ «ТЕХНИКОЛЬ» В ЕВРОПЕ

ДО БРИТАНСКИХ МОРЕЙ И ДАЛЬШЕ

ГРАНИЦА МЕЖДУ ЕВРОПОЙ И АЗИЕЙ ПРОХОДИТ В «ТЕХНИКОЛЬ»

ТЕМА НОМЕРА



14

IT-РУБРИКА

СИЛА КОМАНДЫ

КАК ПЛАТФОРМА MS TEAMS ПОВЛИЯЛА НА КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В TN-INTERNATIONAL



24

26/

Частный ответ на глобальный вопрос

КАК ПРОДУКТЫ ТЕХНИКОЛЬ ОКАЗЫВАЮТ ПОЗИТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭКОЛОГИЮ



22/ Дорогой безотходности

28/ ПУТЬ ЧЕМПИОНОВ



31 В самом сердце Европы



2020 ВЫДАЛСЯ НЕПРОСТЫМ, НО ИНТЕРЕСНЫМ

Давайте вспомним, что произошло за этот год



выросла выручка к прошлому году

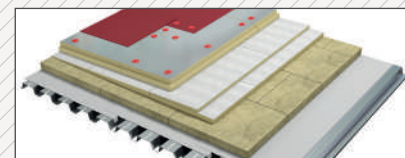


до 17,8 млн руб. на человека в год
увеличилась производительность труда



новых производства
открыли в Хабаровске

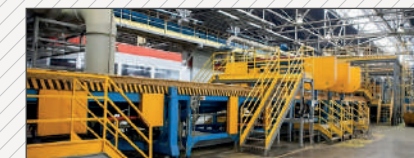
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



Разработали современное и эффективное решение для изоляции трубопроводов с помощью ПВХ мембран, которое может применяться как при ремонте, так и при строительстве новых трубопроводов



Усовершенствовали упаковку для подкладочных ковров ANDEREP серии NEXT, которая продлевает срок хранения материала и упрощает его транспортировку



На челябинском «Заводе ТЕХНО» внедрили абсорбционно-биохимическую технологию (АБХУ) очистки атмосферных выбросов

54
предприятие

ЗАПУСК НОВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

55
предприятие



ЗАВОД ВОДОСТОЧНЫХ СИСТЕМ

Ежегодно будет выпускать до 3 000 тонн готовой продукции, в том числе желоба и трубы, которые после сжатия или скручивания возвращаются в первоначальную форму



ЗАВОД ПО ВТОРИЧНОЙ ПЕРЕРАБОТКЕ ПОЛИМЕРОВ

Производственная линия сможет переработать до 10 000 тонн / в год вторичных полимеров (включая отслужившие упаковки из полистирола и пенопласта: различную одноразовую тару из-под фруктов, овощей, яиц, замороженной и охлажденной продукции)

НОВЫЕ ПРОДУКТЫ

ВОРОНКИ ДЛЯ ПЛОСКИХ КРОВЕЛЬ

Позволяют повысить надежность системы гидроизоляции и предотвратить возможные протечки в процессе эксплуатации

КОМПАКТНЫЙ УТЕПЛИТЕЛЬ ИЗ КАМЕННОЙ ВАТЫ

для частных домов. На 60% уменьшены габариты упаковки, на 25% увеличен объем материала

ТЕПЛОИЗОЛЯЦИЯ LOGICPIR

PROF Ф/Ф с антибликовым покрытием для комфортной работы кровельщиков в солнечную погоду

ПОЛИМЕРНО-ПОДКЛАДОЧНЫЙ КОВЕР АЛЬФА ANDEREP

для гидроизоляции скатной кровли. Защищает крышу от протечек, повышает безопасность работ, упрощает и ускоряет монтаж

ПЕШЕХОДНАЯ ПВХ-ДОРОЖКА LOGICROOF WALKWAY PUZZLE

Позволяет упростить монтаж пешеходных дорожек, повышает надежность и долговечность эксплуатируемых плоских кровель

БИТУМНО-ПОЛИМЕРНАЯ МЕМБРАНА ТЕХНОБАРЬЕР

для проведения работ в течение года в самых разных климатических зонах

СУБСТРАТЫ НА ОСНОВЕ КАМЕННОЙ ВАТЫ

для тепличных хозяйств для гидропонного выращивания растений

ДОСТИЖЕНИЯ



Стали лидером промышленности строительных материалов по версии независимого аналитического агентства RAEX



Вошли в ТОП-500 крупнейших компаний России по версии RBK



Вошли в ТОП-400 крупнейших компаний России



Вошли в число крупнейших частных компаний России по версии Forbes



Наши предприятия получили высокую оценку экспертов Всероссийской премии «Производительность труда: Лидеры промышленности России – 2020»

8 заводов заняли первые строки в номинации «Промышленность строительных материалов: лидеры по производительности труда за 2019»

4 завода вошли в ТОП-20

10 заводов стали одними из лучших среди российских производств в рейтинге «ТОП-100 промышленных компаний по производительности труда»

LOGICPIR

ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ

Прошёл сложнейшую проверку в международной независимой аккредитованной лаборатории и подтвердил свою экологичность и безопасность



Подтвердил хорошие шумоизолирующие свойства, позволяющие успешно изолировать перекрытия от ударного шума



ЭКСТРУЗИОННЫЙ ПЕНОПОЛИСТИРОЛ ТЕХНОНИКОЛЬ получил экомаркировку «Листок жизни» и подтвердил соответствие строгим мировым стандартам экологической безопасности

в Европе

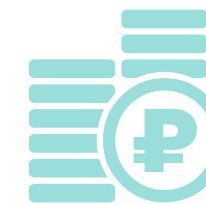
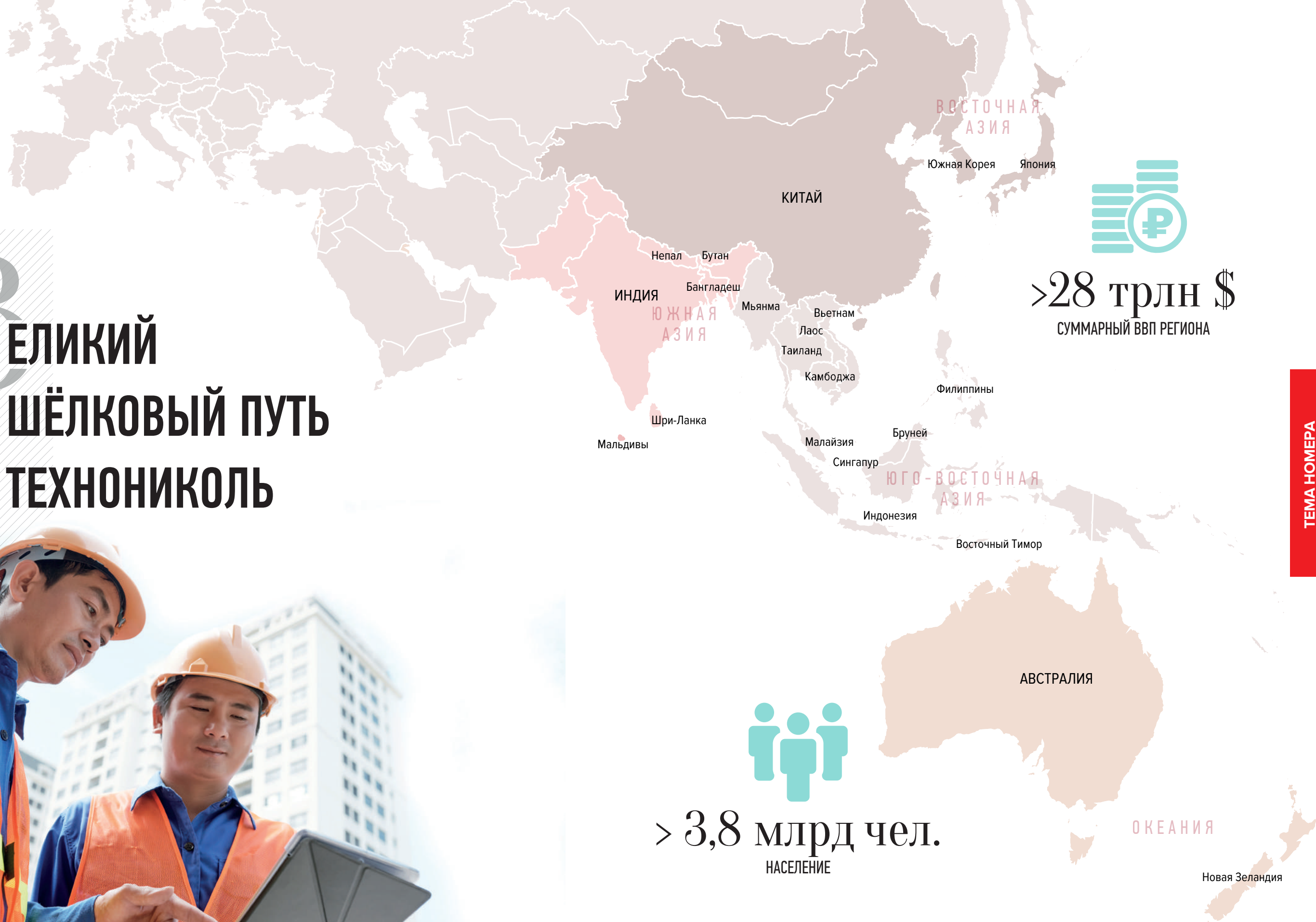
Superglass

Шотландский завод Superglass, собственником которого является совладелец и управляющий партнер ТЕХНОНИКОЛЬ, стал лауреатом престижной премии Scottish Engineering Awards



Наш завод TN-Italia стал одним из «Чемпионов роста 2021» Италии по версии института качества ITQF

ВЕЛИКИЙ ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ ТЕХНОНИКОЛЬ



>28 трлн \$
СУММАРНЫЙ ВВП РЕГИОНА



> 3,8 млрд чел.
НАСЕЛЕНИЕ

«ПУТЕШЕСТВИЕ В ТЫСЯЧУ ЛИ НАЧИНАЕТСЯ С ПЕРВОГО ШАГА»

КАКИМ БЫЛ ПУТЬ ТЕХНОНИКОЛЬ НА РЫНКИ АЗИИ И КАК ОН ПРОДОЛЖАЕТСЯ

БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ НАСЕЛЕНИЯ ЗЕМЛИ, ДВЕ ИЗ ТРЁХ КРУПНЕЙШИХ ЭКОНОМИК МИРА, СТРАНЫ С ВЫСОЧАЙШЕЙ ПЛОТНОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ, В КОТОРЫХ ПОКЛОНЯЮТСЯ >300 МИЛЛИОНАМ БОГОВ – ЭТО НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ ПРИСУТСТВИЯ КОРПОРАЦИИ ТЕХНОНИКОЛЬ. РЕГИОН, В КОТОРОМ РАБОТАЕТ TN-ASIA, ОТЛИЧАЮТ БОЛЬШИЕ РАССТОЯНИЯ, РАЗНООБРАЗИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ И ПРОИСТЕКАЮЩИХ ИЗ НИХ ПОДХОДОВ К ВЕДЕНИЮ БИЗНЕСА, ШИРОЧАЙШАЯ ПАЛИТРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ. ПЕРВЫЕ ШАГИ К ОСВОЕНИЮ НАЧАЛИ С КИТАЯ, ЗА НИМ ПОСЛЕДОВАЛИ СТРАНЫ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ И ИНДИЯ, НЕ ТАК ДАВНО БРЕНД ТЕХНОНИКОЛЬ ДОБРАЛСЯ ДО АВСТРАЛИИ И НОВОЙ ЗЕЛАНДИИ. ПРОЙДЕННЫЙ КОРПОРАЦИЕЙ ПУТЬ «ПОЛОЖИЛ В КОПИЛКУ АВТОРИТЕТА И ПРИЗНАНИЯ» УНИКАЛЬНЫЙ ОПЫТ КОМАНДОЙ РАБОТЫ И РЕАЛИЗАЦИИ СЛОЖНЫХ ПРОЕКТОВ В НОВОМ РЕГИОНЕ.

Начало освоению азиатских рынков было положено в 2012 году. С такой инициативой **Андрей Ларцев, ныне советник генерального директора ТЕХНОНИКОЛЬ и операционный директор направления «Битумные мембраны и гранулы».**

Первой страной, где решили открыть офис компании, по вполне очевидным причинам стал Китай – ведущая экономика региона и одна из крупнейших в мире. К выходу на рынок битумных рулонных материалов и минеральной изоляции подготовились основательно: изучили

тонкости местного законодательства для выхода на китайский рынок иностранными компаниями, перевели название ТЕХНОНИКОЛЬ на китайский язык и согласовали с лингвистами правильность её написания. В таких

условиях в 2013 году и заработал офис Корпорации в Поднебесной, ставший для Азии первой ласточкой. Всё в полном соответствии с высказыванием Лао Цзы: «Путешествие в тысячу ли начинается с первого шага». Оно как нельзя более точно



ОХВАТИТЬ НЕОБЪЯТНУЮ ИНДИЮ

– В начале 2013 года я уже в компании не работал – занимался своим личным проектом, – рассказывает **управляющий директор TECHNINICOL India и исполнительный директор TN-Asia Антон Беляков.** – Где то осенью мне позвонил Андрей Ларцев и предложил встретиться. При личном разговоре он рассказал об идее зайти в Индию. На тот момент для меня – человека родом из советского прошлого – все представления о стране сводились к индийским джинсам, которые я носил в детстве, чаю в металлических банках «со слонами» и музыке из фильма «Танцор диско». Но идея показалась заманчивой, так что обещал подумать и сообщить о своём решении. Вернувшись из Непала, куда я улетел вскоре после этого, принял предложение заняться развитием бизнеса Корпорации ТЕХНОНИКОЛЬ в Индии. И сейчас могу уверенно сказать, что не ошибся.

Перспективы индийского рынка были очевидны: в 2013 году швейцарская корпорация Sika – один из крупнейших зарубежных производителей различных изоляционных строительных материалов и, соответственно, конкурентов ТЕХНОНИКОЛЬ – приобрела местный кровельный завод, построенный с нуля испанской компанией TEKSA.

В случае ТЕХНОНИКОЛЬ внешняя среда, видение потенциала развития на ближайшие 15 лет и наличие ресурсной базы благоволило смелым начинаниям в стране Лорда Ганеши и Лорда Шивы

Так что наш собеседник, предварительно разработав план действий и получив одобрение, в феврале 2014 года впервые прилетел в Дели.

– Человеку, не посвящённому в индийскую специфику, непросто вести деловой диалог с индийцами, – замечает Беляков. – Они – очень жёсткие переговорщики, рассудительные: торгуются, упирая не на эмоции, а на факты и доводы, которые считают правильными.

С математикой у них в полном порядке! Одна из составляющих рецепта успеха вполне проста – терпение или patience, как говорят англичане. Я всю жизнь занимаюсь циклическими видами спорта – плаванием, бегом и велоспортом, – так что терпеть умею. Поэтому индийская модель жизни и бизнеса мне, что называется, быстро зашла.

ты и решения.

С вопросами соответствия стандартам разобрались быстро. Снижение цены до того уровня, который требуется на индийском рынке, оказалось не столь простой задачей: к себестоимости производства добавляются расходы на доставку готовых материалов, которые



Первые визиты не принесли особых результатов – бизнесмена, приехавшего из России, внимательно выслушивали, но отвечали вежливым отказом. Однако переговорами с найденными «в ручном режиме» потенциальными клиентами в Индии работа не ограничилась. Были изучены предложения на местном рынке строительных материалов, образцы и основные строительные стандарты для последующего анализа. Сразу же выяснилась пара специфических обстоятельств:

- **Первое** – на строительные материалы в Индии и странах Юго-Восточной Азии распространяются не только национальные, но и европейские (EN), и американские (ASTM) стандарты качества.
- **Второе** – в бурно развивающихся странах, где покупательная способность ещё не слишком высока, огромным спросом пользуются бюджетные продук-

в буквально смысле приходится везти морем через полмира. Тем не менее её успешно решили, и сегодня логистические затраты ниже на 25-30% от первоначального уровня.

Кроме того, огромную и крайне важную работу провели на заводе «ТЕХНОНИКОЛЬ-Выборг» и в научно-исследовательском центре СБЕ «Битумные мембраны и гранулы».

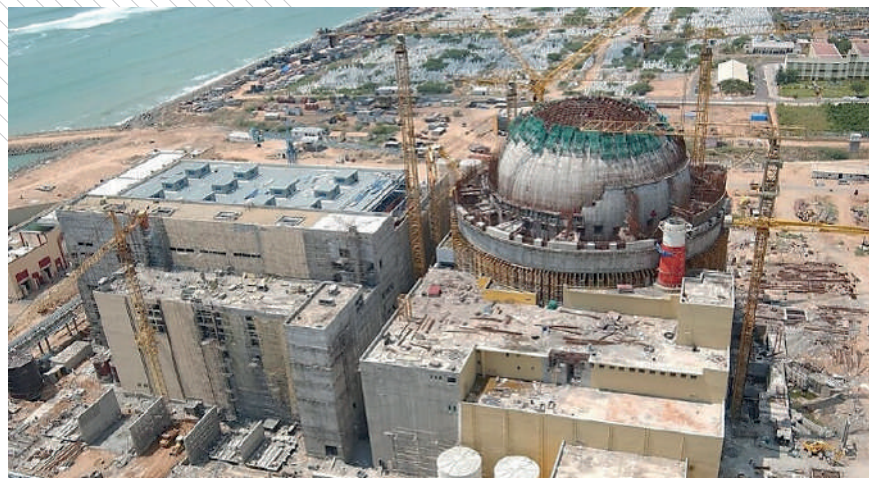
Здесь разработали >40 различных рецептур битумно-полимерной смеси, адаптированных к климатическим условиям Индии

Помог и случай: девальвация рубля в 2014 году сделала материалы ТЕХНОНИКОЛЬ еще более конкурентоспособными

«Понятно, что этот эффект – кратковременный, поскольку любое обесценивание национальной валюты в дальнейшем ведёт к удорожанию внутренних источников и ресурсов, – подчёркивает Беляков. – Но он позволили нам закрепиться на кровельном рынке Индии».

Только в 2014 году ТЕХНОНИКОЛЬ реализовала здесь ~600 тыс. м² рулонных материалов.

Работа продолжалась: шёл поиск людей, складов и офисов, адаптация новых продуктов, решения множества текущих задач и проблем – всё, что присуще любому торговому бизнесу. Сегодня в Индии успешно продают практически всю линейку продукции ТЕХНОНИКОЛЬ: рулонные материалы, XPS, PIR, ПВХ, гибкую черепицу и разнообразные строительные мастики.



«САМОЕ ЛУЧШЕЕ И ЕЩЁ ЛУЧШЕ»

TN-Asia тем временем работает на огромной территории. Помимо Индии и Китая в неё входит практически вся Юго-Восточная Азия: Бангладеш, Непал, Бутан, Шри-Ланка, Мальдивы, Вьетнам, Камбоджа, Лаос, Таиланд, Сингапур, Малайзия, Индонезия, Бруней, Мьянма и Филиппины. Не так давно список стран дополнили Австралия и Новая Зеландия

– ещё два рынка со своей спецификой и особенностями.

«Австралию и Новую Зеландию мы сначала, образно говоря, не видели на карте, – вспоминает **менеджер по экспорту «ТН-Азия» Илья Вдовенко.** – Они не значились у нас в каком-нибудь списке КРІ. Мы работали по Китаю, Индии и Юго-Восточной Азии, когда к нам поступил запрос из Новой Зеландии, за который мы зацепились, ответили и так постепенно пришли в регион». Если точнее, предста-

вителей компании ARMAC New Zealand Limited, занимающейся оптовой торговлей стройматериалами, заинтересовал стенд ТЕХНОНИКОЛЬ на международной выставке Exro Build China 2016 в Шанхае. После неё завязалась переписка, которая в 2017 году принесла первые плоды – поставку партии самоклеящейся битумной мембраны Vaporstop CA 500, в России известной под маркой «Паробарьер CA 500». В дальнейшем ассортимент расширился за счёт PIR и XPS.

С теплоизоляцией из экструзионного пенополистирола, он же XPS, ТЕХНОНИКОЛЬ вышла и на рынок Австралии. Первую партию утеплителя отгрузили нынешним летом. Этому предшествовали полтора года переговоров. «Здесь важно было проявлять терпение и отвечать на все запросы клиента, – отмечает Вдовенко. – И в Австралии, и в Новой Зеландии очень большое значение имеет доверие к продукту и партнёру. Главное – не просто что-то купить, а выстроить отношения, убедиться, что поставщик готов вступить в долгосрочную



игру. Австралийцы не готовы, как немцы или итальянцы, приобрести материал, посмотрев только на цену, количество и качество. Нет, нужно сдружиться с клиентом, а это целый ритуал».

Обе страны весьма богатые, так что здесь востребованы исключительно высококачественные материалы. «Эконом-сегмент сюда не отправишь – как правило, нужно самое лучшее, а порой и ещё лучше, – констатирует **менеджер по экспорту TN-Asia.** – В той же Новой Зеландии изначально строят из очень хороших материалов, которые долго не стареют, так что даже двадцатилетние здания выглядят новыми». Соответственно, подготовительная работа по выходу на местный рынок потребовала изменения рецептур, которые применяются на заводах ТЕХНОНИКОЛЬ. «Скажем, в Новой Зеландии требовали увеличить плотность PIR-изоляции, что оказалось выполнимо, – поясняет Вдовенко. – В Австралии просили увеличить лямбду XPS – коэффициент теплопроводности, – что ведёт к целому ряду работ на производстве. Выбор есть – не делать, что может каждый, или делать». Если делать, результат не заставит себя ждать – новозеландский дистрибьютор, к примеру, сравнивает продукцию ТЕХНОНИКОЛЬ с материалами из Италии, Бельгии или Германии. Причём не в пользу последних.

ПРОЕКТ, СООБРАЗНЫЙ ГЕОГРАФИИ

Логика ведения бизнеса строго требует: нельзя останавливаться на текущих достижениях, сколь бы ощутимыми они ни были. «Мы ещё даже не «поймали свою стенку в марафоне», – говорит Беляков. – А значит до финишной черты ещё ой как далеко. Юго-Восточная Азия – это большой многогранный регион с высокой степенью конкуренции на рынках строительных материалов. Постоянное развитие, умение адаптироваться к новым реалиям являются здесь обязательными условиями выживания, без которого не сработает ни одна бизнес-стратегия. Наш следующий шаг на этом пути – открытие офисов во Вьетнаме и Таиланде где будут работать местные специалисты. «В перспективе хочется дорасти до серьезного проекта по Азии, Индии или Китаю – сделки M&A и последующая интеграция приобретенных бизнесов в наш корпоративный контур – заключает и исполнительный директор TN-Asia. – Для этого нужно проделать очень большую работу, на которую потребуются время, желание, ресурсы и команда. Мы к этому готовы».



Г РАНИЦА МЕЖДУ ЕВРОПОЙ И АЗИЕЙ ПРОХОДИТ В ТЕХНОНИКОЛЬ

ТЕМА НОМЕРА

ТЕМА НОМЕРА



ДО БРИТАНСКИХ МОРЕЙ И ДАЛЬШЕ

ГДЕ И КАК РАБОТАЕТ TN-INTERNATIONAL



ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ ЧЕТЫРЕ ДЕСЯТКА СТРАН ЕВРОПЫ ПЛЮС ОТДЕЛЬНЫЕ РЫНКИ В АФРИКЕ, АМЕРИКЕ И НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ. ТАК ВЫГЛЯДИТ ЗОНА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ TN-INTERNATIONAL, ОХВАТЫВАЮЩАЯ, БЕЗ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЯ, ПОЛОВИНУ ЗЕМНОГО ШАРА. В НЕЁ ВХОДЯТ И ПРОИЗВОДСТВА, РАСПОЛОЖЕННЫЕ ЗА РУБЕЖОМ, И РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МЕСТНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА. КАЖДОЕ УСПЕШНО РАБОТАЕТ С УЧЁТОМ ЛОКАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ – СТРУКТУРЫ РЫНКОВ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ПРИВЫЧЕК, МНОГОЛЕТНИХ ТРАДИЦИЙ И МНОГО ДРУГОГО.

Сегодня словосочетание «транснациональная корпорация с центром в России» звучит вполне обыденно, но пару десятилетий назад, когда компания ТЕХНИКОЛЬ начинала расширять производство за счёт Европы, сама идея создания подобной структуры казалась чем-то из ряда вон выходящим. Первым готовым производством, приобретённым в 2001

году за рубежом, стал завод MIDA в литовском городе Гаргждай. Выход на европейские рынки тоже начинался со стран Балтии. А первой страной, где начали продавать ПВХ-мембраны, стала Чехия. В обоих случаях сказались географическая близость и чисто экономические обстоятельства, которые внимательно изучают перед выходом на новые рынки. Сегодня

в силу этих факторов Центральная Европа является ключевым регионом для экспорта.

Как за поставки за рубеж, так и за работу иностранных предприятий – заводов в Великобритании, Германии, Италии, Литве и Чехии – отвечает подразделение TN-International, созданная в 2016 году. Зона её

ответственности простирается от Ближнего Востока до Южной Америки. Деление на регионы как нельзя лучше описывает формула «Европа плюс всё остальное». К примеру, восточный и центральный блок включает в себя не только соответствующие европейские страны, но и Турцию с Ближним Востоком. А к западному и северному региону относятся не только Франция, Бенилюкс, Великобритания и Скандинавия, но и США с Канадой. Юг тоже не ограничен одним Средиземноморьем – довеском идут Африка и Латинская Америка.

«Синтетические мембранные материалы популярны везде, – отмечает **руководитель направления объектных продаж Дмитрий Бодров.** – Но объёмы продаж и доля рынка зависят от конкретной страны». Важную роль играют не только ёмкость и насыщенность последнего, количество представленных здесь производителей и поставщиков. Не меньшее значение приобретают и местные традиции, привычки покупателей. Например, в Финляндии и соседних скандинавских странах покупают строительные материалы только высочайшего качества – это уже часть менталитета. И такой подход распространяется на все продукты, представленные на местном рынке.

55 млн м²

продукции ТЕХНИКОЛЬ планирует поставить на экспорт из России в 2020 году.

→ это ~ площадь Хорватии

Если учесть производство на европейских заводах корпорации, объём поставок достигнет

80 млн м²

→ этого достаточно, чтобы полностью покрыть территорию Чехии

ITALIANA MEMBRANE



Ключевым направлением являются страны Центральной Европы, на которые традиционно приходится

~80% продаж

Если брать зону ответственности TN-International, то корпорация представлена не только в европейских странах, но и на рынках Африки, Ближнего Востока, Северной и Южной Америки.



Владимир Савенков,
руководитель продуктового
департамента TN-International

“ Мы традиционно сильны в Центральной Европе, там сконцентрированы основные силы. В принципе здесь востребованы все продукты ТЕХНИКОЛЬ, которые поставляются за рубеж, но конкретные лидеры рынков зависят от страны.

Если взять синтетические мембраны из поливинилхлорида, он же ПВХ, то первое место по объёмам экспорта и в регионе, и в зоне деятельности компании в целом занимает Германия. На втором обосновалась Чехия, ”



Этот сегмент тоже имеет немало особенностей и нюансов, зависящих от местных строительных традиций и определяющих стратегию компании на каждом отдельном рынке. Скажем:

- в США подобными материалами утепляют подавляющее большинство плоских кровель практически любого вида зданий
- в Европе их используют в основном при строительстве коммерческой и производственной недвижимости
- на рынке Германии конкуренция крайне высока
- в Польше представлено не так много производителей
- в Латвии предпочитают каменную вату
- в Эстонии, напротив, востребован именно полимерный утеплитель.

Существенный спрос на PIR есть и в тех странах, которые, можно сказать, являются родиной этого материала – Бельгии, Нидерландах и Люксембурге. При этом в Бенилюкс действуют строгие современные требования по энергосбережению, и государство дотирует реконструкцию старых зданий, при которой ради сохранения внешнего облика целесообразнее использовать тонкую полимерную теплоизоляцию. Так что перспективные планы во многом связаны с этим регионом, куда корпорация ТЕХНОНИКОЛЬ вышла относительно недавно. Надежда возлагается и на Великобританию – ёмкий рынок с традиционно высокими ценами.

Где-то привыкли к мембранам с тиснением, которые выпускает норвежская фирма Protan. В Австрии действуют, к примеру, повышенные требования к толщине изоляции, а в Германии свой стандарт ширины мембраны – 1,6 метра вместо 2,1. «Это прослеживается по всем материалам, – констатирует Савенков. – Мы часто сталкиваемся с тем, что привычная логика, которая кажется нам понятной и обоснованной, работает не везде».

Линейка брендов также формируется, исходя из потребительских предпочтений. Так, на немецком заводе выпускают рулонные материалы под маркой Voegler, давно и хорошо известной в стране. На предприятии в Шотландии производят теплоизоляцию Superglass – такое название более привычно для жителей Великобритании. А производства группы IMPER и завод Italiana Membrane успешно работали и обзавелись определённой репутацией до вхождения в состав корпорации, так что переименование продуктов не имело смысла.

При том, что рынок битумных и полимерных мембран является наиболее ёмким и перспективным, ТЕХНОНИКОЛЬ на протяжении двух лет поставляет за рубеж и теплоизоляцию из полиизоцианурата, известную также под аббревиатурой PIR.

Тем не менее, ТЕХНОНИКОЛЬ подстраивается под все особенности зарубежных рынков строительных материалов, ведь в этой отрасли во главе угла стоят интересы покупателя



СИЛА СЛОВА

КАК МЕСТНАЯ СПЕЦИФИКА ОПРЕДЕЛЯЕТ БРЕНДЫ ТЕХНОНИКОЛЬ В ЕВРОПЕ

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И ФОНЕТИКИ, ПОДХОДЫ К СТРОИТЕЛЬСТВУ, ЛЮБОВЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ К МЕСТНЫМ БРЕНДАМ – В РАБОТЕ РОССИЙСКОЙ КОМПАНИИ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ ЕСТЬ МНОЖЕСТВО НЮАНСОВ.

ОПЫТ ТЕХНОНИКОЛЬ В ПРОДАЖАХ И ПРОИЗВОДСТВЕ В ЕВРОПЕ ДОКАЗЫВАЕТ, КАКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИМЕЕТ КАЖДЫЙ ИЗ НИХ.

Крупной корпорации рано или поздно станет тесно в границах отечественного рынка, сама логика ведения успешного бизнеса потребует выхода за рубеж. Пример ТЕХНОНИКОЛЬ – не исключение.

На исходе первого десятилетия XXI века стало очевидно, что компании необходимо развиваться не только за счёт расширения зарубежных поставок, но и приобретения иностранных производств в Европе.



Владимир Савенков,
руководитель продуктового департамента
TN-International

“ В России и странах СНГ на экспорт работают четыре завода. Они расположены в Рязани, Выборге и Воскресенске, а также в Осиповичах – городе в Могилёвской области Белоруссии. Каждый из них ориентирован на свой рынок. Это продиктовано географией: если Выборг находится в 30 километрах от финской границы, то сам бог велел поставлять продукцию местного завода в Финляндию, если через Воскресенск и Рязань проходит прямая дорога в Польшу, то выбор очевиден. Немалую роль играют и национальные требования к сертификации строительных материалов, под которые подстраиваются предприятия ”



Андрей Сергеев,
руководитель региона
«Центральная и Восточная Европа»
TN-International

“ Основная предпосылка этого решения была в том, что до определённого времени мы занимались экспортом с российских заводов, причём экспортом только рулонных материалов. Плюс сравнительно небольшой завод МИДА в Литве. Но, во-первых, по мере развития компании наш продуктовый портфель значительно увеличился, а во-вторых, возникла потребность в локальных производствах. Возможностей «ТН-Европы» и – подразделения СБЕ «Битумные мембраны», которое занималось экспортом, – уже не хватало. И в результате было решено создать новую структуру, которая бы занималась всеми продуктами ТЕХНОНИКОЛЬ и управляла зарубежным производством ”



конечно, тоже будет хорошо, но для немцев локальный бренд, особенно со 150-летней историей – это абсолют. Глупо было бы от него отказываться». Так что материалы ТЕХНОНИКОЛЬ на рынке Германии представлены исключительно под маркой Voegner. Схожая ситуация наблюдается в Чехии. Жители страны привыкли к материалам, которые выпускает предприятие Dehtochema, открытое в городе Бела-под-Бездезем ещё в 1868 году. В 2008 году он тоже был включён в периметр корпорации ТЕХНОНИКОЛЬ. Привычный чехам бренд при этом был сохранён – под ним здесь продаются и те мембранные материалы или теплоизоляции, которые выпускаются на заводах компании в России. Но при этом успешное развитие локального бренда уже как части продуктового портфеля ТЕХНОНИКОЛЬ повышает доверие к другим продуктам корпорации, поэтому остальные продукты кровельных систем в Чехии, например, продаются уже под брендом ТЕХНОНИКОЛЬ.

РОЛЬ ИМЕНИ И ОБРАЗА

Если на торговые марки во многом влияют предпочтения потребителей, то наименования конкретных материалов зачастую зависят и от местных лингвистических особенностей. Скажем, название серия гидроизоляционных мембран «Техноэласт» далеко не везде вызывает у потенциального покупателя ассоциации с эластичностью. При том, что физический термин пришёл из древнегреческого через латынь, в которую уходят корнями многие европейские языки. Где-то национальное законодательство чётко регламентирует, каким должно быть название строительного материала, чтобы в нём отражались его состав и технологические детали.

Фонетика тоже играет не последнюю важную роль. «Для многих европейцев наше название звучит слишком длинно и сложно: «Тек-но-НИ-коль», с ударением на И – замечает Екатерина Косова. – Не все его с первого раза произносят. Поэтому сократили до аббревиатуры

TN». Соображениями благозвучности руководствовались и при выходе на европейские рынки с линейкой рулонных кровельных материалов PRIMA. Очевидная ассоциация с латинским словом «первый» в этом случае стала приятным и важным с точки зрения маркетинга дополнением.

Каким бы ни был бренд и где бы ни был произведён лист каменной ваты или рулон гидроизоляции для кровли, качество неизменно остаётся высоким, соответствующим тем требованиям, которые предъявляют за рубежом

«В какой-то степени мы участвуем в культурной дипломатии, – резюмирует руководитель департамента маркетинга региона Центральная и Восточная Европа TN-International. – Многие европейцы, впервые приезжая на заводы в Рязани и в Выборге, удивляются тому, насколько это современное производство. Мы показываем, какие у нас могут быть технологии и самое главное, какие у нас работают люди, знающие множество языков и культур. Так что кроме производства и продаж стройматериалов мы занимаемся и культурной дипломатией. Это своего рода миссия».

С УВАЖЕНИЕМ К ИСТОРИИ

Совладелец и один из основателей ТЕХНОНИКОЛЬ Сергей Колесников в книге «Поход в Европу, или Новый горизонт» вспоминает, что первая попытка расширения корпорации, предпринятая в конце «нулевых», оказалась не слишком успешной. «Поняли, что наш подход к продвижению и управлению – «едем на танке» – применим далеко не везде и не всегда, – пишет он. – Методы должны быть адаптивными. Да и внутренне мы были не очень готовы к походу. Когда потребовались значительные ресурсы, в том числе финансовые, их у нас в то время не оказалось. Не было резервов. По сути, это была авантюра».

Но эта попытка дала бесценный опыт, который пригодился при полномасштабном расширении производственных активов и экспортных поставок. Прежде всего, понимание того, что Европейский Союз – это не единый монолит, а объединение разных государств со своими исторически сложившимися традициями, подходами к работе и потребительскими предпочтениями



Екатерина Косова,
руководитель департамента маркетинга региона Центральная и восточная Европа TN-International

“
Эстонец ощущает себя именно эстонцем, живущим в Эстонии, которая нам может показаться одной из многих стран на границе с Россией. Так что каждый рынок нужно рассматривать в отдельности
”

Где-то повышенным спросом пользуется только продукция местных производителей с многолетней историей, завоевавшая доверие потребителей. Ярче всего это проявляется в Германии, где в 2017 году ТЕХНОНИКОЛЬ приобрела предприятие Voegner. «Лейбл Made in Germany там имеет огромное значение для людей, – констатирует Сергеев. – Если мы придём со своим продуктом, сделанным в России, это,



ДОРОГОЙ БЕЗОТХОДНОСТИ

ОТХОДЫ ПРОИЗВОДСТВА КРОВЛИ СТАНОВЯТСЯ ДОРОЖНЫМ ПОЛОТНОМ. ЗВУЧИТ КАК УТОПИЧЕСКИЙ СЮЖЕТ С ЭКОЛОГИЧЕСКИМ УКЛОНОМ ИЛИ ХИТРЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ХОД, НО ЭТО РЕАЛЬНОСТЬ, ПОДТВЕРЖДЁННАЯ ПРАКТИКОЙ. КАК МИНИМУМ В СЛУЧАЕ ГИБКОЙ БИТУМНОЙ ЧЕРЕПИЦЫ, КОТОРУЮ ВЫПУСКАЮТ НА ЗАВОДЕ MIDA LT. ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОТХОДОВ, ОСТАЮЩИХСЯ ПРИ ЕЁ ПРОИЗВОДСТВЕ, РАССЧИТАЛИ И ДОКАЗАЛИ УЧЁНЫЕ ИЗ ВИЛЬНЮССКОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ГЕДИМИНАСА. И ПОДТВЕРДИЛИ НА ПРИМЕРЕ НЕСКОЛЬКИХ ДОРОГ В ЛИТВЕ.

Стеклохолст, модифицированный и окисленный битум и, базальтовая посыпка – компоненты гибкой кровли универсальны и могут использоваться в разных отраслях. Вяжущие вещества и те же базальтовые гранулы среди прочего востребованы в дорожном строительстве. Именно на эту индустрию обратили внимание на заводе MIDA LT, расположенном в литовском городе Гаргждай, когда взялись за решение вопроса с переработкой отходов производства гибкой черепицы «Идея возникла довольно давно, – говорит главный технолог предприятия Живиле

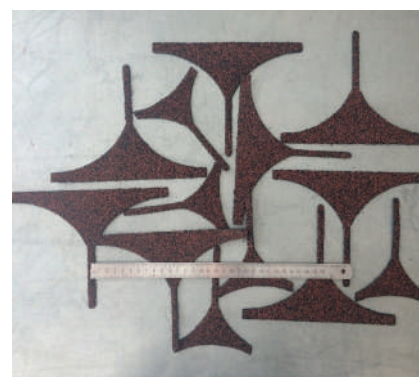
Паулаускене. – Мы присматриваемся к тому, как работают предприятия в других странах: в Америке, например, много лет существует практика, когда старые кровельные покрытия перерабатывают и используют в производстве дорог. Где-то битумные строительные материалы давно не отправляют в отходы, а используют в качестве вторичного сырья. Мы всё искали пути, как внедрить подобные практики в Литве».

Внедрению любой инновации предшествуют тщательные научные и практические изыскания. Возможности

для них дало сотрудничество с Вильнюсским техническим университетом имени Гедиминаса, в структуре которого действует Дорожный исследовательский институт. Только за последние несколько лет учёные из него провели целый ряд исследований по двум направлениям: применение отходов производства битумных кровель в качестве самостоятельного покрытия для просёлочных дорог и их использование при подготовке асфальтовой смеси.

Причина кроется не в стремлении изучить как можно большее количество вариантов, а в особенностях литовского законодательства

Для того, чтобы укрепить каким-нибудь новым материалом грунтровку, не нужны специальные сертификаты, получение которых сопряжено со множеством процедур. Достаточно декларации эксплуатационных свойств и минимального пакета документов от завода-изготовителя, связанных со стандартами производства и хранения сырья. Использование тех же переработанных обрезков битумной кровли при строительстве и ремонте асфальтированных дорог, особенно имеющих статус национальных дорог или магистралей, требует немалого количества подтверждённых расчётов и согласований.



В силу этого обрезки гибкой черепицы использовали в первую очередь на местных просёлках. Безо всякой дополнительной обработки ими просто покрывали дороги. Испытания, которые проводили исследователи из Вильнюсского тех-



нического университета, показали, что это приводило к повышению ключевых эксплуатационных характеристик дорожного полотна. В частности, повышалась жёсткость и сопротивляемость просадкам грунта. Это подтверждает обратная связь: от всех клиентов предприятия MIDA LT, которые брали обрезки кровли для укрепления дорог, поступали исключительно положительные отзывы.

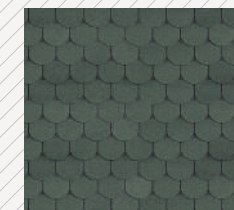
Эффект от использования измельчённых и переработанных отходов производства в качестве добавки к асфальту пока только исследовали, но ещё не применяли на практике. Учёные рассчитали, какими станут свойства смесей при добавлении в них измельчённых и переработанных отходов в разных пропорциях – от 3% до 7%. При этом

учитывалось, что гибкая кровля содержит не только битум, который используется в качестве связующего компонента, но и стекловолокно с базальтовыми гранулами – материалы, положительно влияющие на прочность и долговечность асфальта.

«Конечно, производство битумной черепицы в форме «гексагонал» или «аккорд» не даёт отходов в виде обрезков, – отмечает Паулаускене. – Больше всего обрезков в силу своей формы даёт черепица типа «бобровый хвост», но это всё равно не больше 5-6 % первоначальной площади полотна». Однако если учесть объёмы производства на заводе в Гаргждай, счёт идёт на тонны. И всё это без остатка может быть использовано в дорожном строительстве.

Результаты исследований полностью подтвердили первоначальное предположение: свойства дорожного покрытия меняются в лучшую сторону. Такой путь к безотходному производству гибкой кровли оказался верным

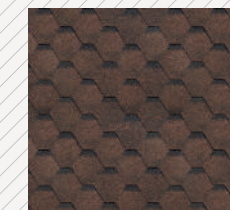
ВИДЫ НАРЕЗКИ ЧЕРЕПИЦЫ



«бобровый хвост»



«аккорд»



«гексагонал»

СИЛА КОМАНДЫ

КАК ПЛАТФОРМА MS TEAMS ПОВЛИЯЛА НА КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В TN-INTERNATIONAL

ВОЗМОЖНОСТЬ ОПЕРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ ЯВЛЯЕТСЯ НЕ ПРОСТО КОНКУРЕНТНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ, А НАСУЩНОЙ НЕОБХОДИМОСТЬЮ. ПОВСЕМЕСТНЫЙ ПЕРЕХОД НА УДАЛЁННУЮ РАБОТУ, СТАВШИЙ СУРОВОЙ РЕАЛЬНОСТЬЮ 2020 ГОДА, ЛИШНИЙ РАЗ ПОДЧЕРКНУЛ, СКОЛЬ ВАЖНА УСТОЙЧИВАЯ СВЯЗЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ МАКСИМАЛЬНО БЫСТРО СОГЛАСОВЫВАТЬ ДЕЛОВУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ С ДЕСЯТКАМИ ОТВЕТСТВЕННЫХ СОТРУДНИКОВ. В TN-INTERNATIONAL ЭТУ ЗАДАЧУ ЕЩЁ В 2019 ГОДУ РЕШИЛИ С ПОМОЩЬЮ ПЛАТФОРМЫ MS TEAMS. ПРАКТИКА ЛИШЬ ПОДТВЕРДИЛА ЕЁ ПРЕИМУЩЕСТВА: ПРОСТОТУ ОСВОЕНИЯ, СТАБИЛЬНОСТЬ ОДНОВРЕМЕННОЙ РАБОТЫ СО МНОЖЕСТВОМ УЧАСТНИКОВ, ВОЗМОЖНОСТЬ ДЕЛИТЬСЯ ФАЙЛАМИ И ТУТ ЖЕ ИХ РЕДАКТИРОВАТЬ, СООТВЕТСТВИЕ ВЫСОКИМ ТРЕБОВАНИЯМ К ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.

TN-International имеет весьма разветвлённую структуру: головной офис в России плюс 6 заводов, строящееся предприятие в Польше и офисы продаж в Болгарии, Финляндии, Польше, Литве и Латвии. Чтобы она работала слаженно, необходимо обеспечить максимально устойчивую и оперативную коммуникацию. Технических решений множество

– мессенджеры вроде Telegram, Viber и WhatsApp, сервисы для видеосвязи наподобие Skype или Zoom, – но не всех из них соответствуют требованиям, которые обусловлены спецификой бизнеса ТЕХНОКОЛЬ. Одно из ключевых – информационная безопасность: вероятность взлома и утечка данных должна быть сведена к минимуму, если не к нулю.

Сервис также должен иметь возможность легко интегрироваться с текущими информационными системами компании. Важна и возможность проводить конференции для большого числа участников.

Из этого проистекают повышенные требования к устойчивости соединения. Оказалось, что всем перечисленным критериям лучше всего соответствует платформа MS Teams.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПОЛЁТА В «ОБЛАКАХ»



Томас Ахраменко

руководитель IT-отдела TN-International

Мы начали с пилотного проекта. Нужно было детально разобраться в функционале приложения, обучить пользователей. «Пилот» длился три месяца, потом на «Тимс» плавно перешло всё наше СБЕ. Внедрение сервиса началось в 2019 году, до того, как разразилась пандемия коронавируса. В 2020 году, когда бизнес ощутил её влияние в глобальных масштабах и столкнулся с вынужденными ограничениями, такое решение оказалось дальновидным. Дополнительный сервис стал одним из основных рабочих инструментов.

MS Teams является облачным сервисом, который не слишком требователен к «железу» компьютера или смартфона. Он работает на всех современных платформах, обеспечивает стабильную связь без сбоев и задержек, которыми грешат многие другие программы и сервисы видеосвязи. Количество пользователей и участников конференций при этом не имеет значения. Teams позволяет под конкретную задачу или проект создавать группу, наделить разными уровнями доступа. Главное, что все это сделать может пользователь самостоятельно, без привлечения ИТ-специалиста.

В Teams можно создавать группу под конкретную задачу или проект и предоставлять пользователям разный уровень доступа. Главное

– все это сделать может пользователь самостоятельно без привлечения ИТ-специалиста.

Ещё один плюс – возможность делиться файлами. Она предусмотрена во всех программах связи, но Teams напрямую работает с документами Word, Excel, PowerPoint

Иными словами, программа является неотъемлемой частью Windows – универсальной операционной системы, которой в повседневной жизни пользуется практически каждый без исключения.

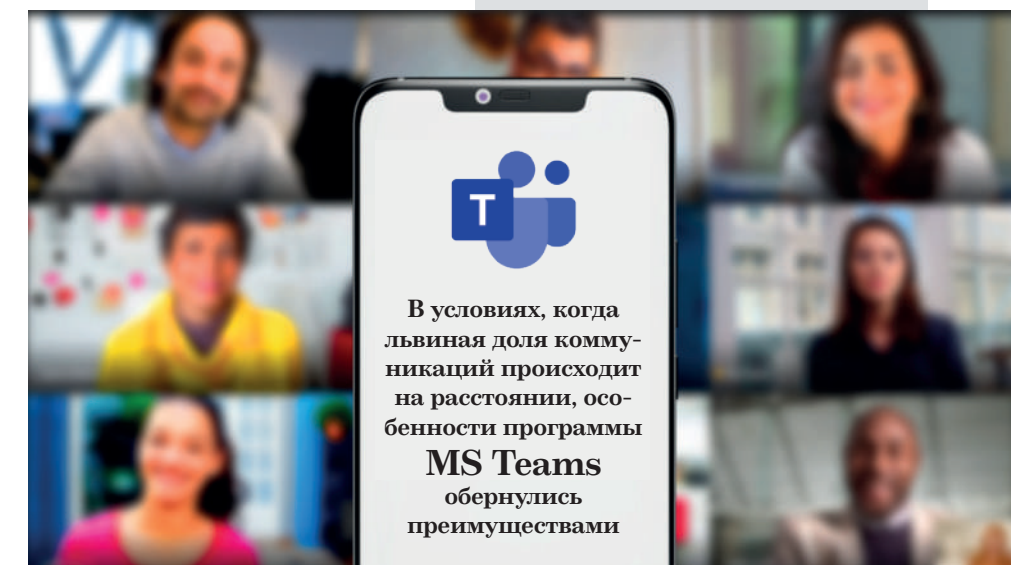
К тому же Teams позволяет не только пересылать файлы или таблицы, но и даёт возможность работать сразу нескольким пользователям с файлом в режиме онлайн.

В принципе, похожим функционалом обладает всеми известный сервис Google Doc. «Но при всех своих безусловных плюсах он не является частью нашей ИТ-инфраструктуры, – замечает Ахраменко. – И потому лишен совместимости с информационными системами, используемыми в компании». Сказывается и отсутствие прямой интеграции с мессенджерами, что создаёт определённые неудобства в работе.

«ДЕЛАЕТ РАБОТУ ПРОЗРАЧНОЙ»

Будучи единой программной платформой, Teams лишён подобных недостатков. А его преимущества в полной мере проявились в ходе строительства завода по производству каменной ваты в Польше, который планируют запустить в апреле 2021 года. «По ходу реализации проекта примерно год назад возникла потребность в организации системы согласования документов: протоколов, конкурсной документации, договоров и тому подобного, – вспоминает руководитель IT-отдела TN-International. – Для этого мы собрали группу в «Тимсе», куда вошли те сотрудники, которые могут выкладывать официальные бумаги и их согласовывать. Это делает работу прозрачной: всегда можно отследить, на какой он стадии и в случае необходимости отправить уведомление ответственному с просьбой не задерживать процесс».

Корпоративная платформа в этом случае оказалась быстрее привычной электронной почты. Но это не означает, что Teams полностью заменил традиционные инструменты коммуникации. Он просто органично их дополнил, став ещё одним полезным и незаменимым помощником для бизнеса. Решением, востребованным не только в TN-International, но и в любой другой структуре со множеством подразделений.



В условиях, когда львиная доля коммуникаций происходит на расстоянии, особенности программы MS Teams обернулись преимуществами

ЧАСТНЫЙ ОТВЕТ НА ГЛОБАЛЬНЫЙ ЗАПРОС

КАК ПРОДУКТЫ ТЕХНИКОЛЬ ОКАЗЫВАЮТ
ПОЗИТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭКОЛОГИЮ

БИТУМНО-ПОЛИМЕРНЫЕ
МЕМБРАНЫ СЕРИИ ENVIRO
В СВОЕ ВРЕМЯ СТАЛИ
ПРОРЫВНЫМ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ
РЕШЕНИЕМ В ВОПРОСАХ
ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ И БОРЬБЫ
С ЗАГРЯЗНЕНИЕМ АТМОСФЕРЫ.
ПЯТЬ ЛЕТ СПУСТЯ ПОСЛЕ
ТОГО, КАК ИХ ПРЕДСТАВИЛИ
ПУБЛИКЕ, ПРОИЗВОДСТВО
МАТЕРИАЛОВ ПЕРЕНОСЯТ
ИЗ РОССИИ НА ЗАВОД
BOERNER, РАСПОЛОЖЕННЫЙ В
ГЕРМАНИИ. ТАКИМ ОБРАЗОМ
ТЕХНИКОЛЬ В БУКВАЛЬНОМ
СМЫСЛЕ СТАНОВИТСЯ
БЛИЖЕ К ПОТРЕБИТЕЛЯМ,
ОТ КОТОРЫХ ИСХОДИТ
ЗАПРОС НА ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ
И ЭНЕРГЕТИЧЕСКУЮ
ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Сокращение выбросов в атмосферу – одна из важнейших задач современных задач. Решить её пытаются разными способами, включая совершенствования конструкций котлов на тепловых электростанциях или разработки специальных очистительных установок. Свою лепту вносит и строительная отрасль. Так, несколько лет технологи ТЕХНИКОЛЬ назад разработали битумно-полимерную кровельную изоляцию ENVIRO AIR. Она не только способствует повышению энергетической эффективности здания, но и помогает очистить воздух от вредных выбросов, в том числе оксидов азота. То есть соответствует всем тем экологическим требованиям к строительным материалам, которые уже действуют в Европе и постепенно распространяются во всём мире.

Оксиды азота –
один из шести главных
загрязнителей воздуха.

На объёмы выбросов этих
соединений распространяются
законодательные
ограничения в развитых
странах.

Они вносят значительный
вклад и в парниковый
эффект. Поэтому между-
народные инициативы
по борьбе с изменениями
климата среди прочего на-
правлены и на снижение
их эмиссии.



ХИМИЯ И ЖИЗНЬ

Чтобы понять принцип действия экологичной мембраны достаточно разобраться в устройстве кровельной гидроизоляции. Она состоит из основы, битумно-полимерного покрытия и финишного, верхнего, слоя – песка или сланца под плёнкой. Свойства мембраны во многом зависят от химической обработки сланца.

В случае ENVIRO AIR крупинки сланца покрыты диоксидом титана и ещё несколькими добавками. Под воздействием солнечных лучей они «запускают» фотокаталитический процесс. В результате частицы оксидов азота, оседающие на крыше, распадаются на безопасные вещества – воду, углекислый газ и неактивные нитриды, – которые затем смываются с дождевой водой. При этом гидроизоляция отлично справляется и со своими основными функциями.

Свойства мембраны ENVIRO AIR подтвердили, в частности, учёные из Института технической химии в Ганновере, проводившие её испытания.

В то же время гидроизоляция, способствующая очищению воздуха, стала одной из целой линейки битумно-полимерных материалов, которые впервые были представлены в январе 2015 года на международной выставке архитектурных решений BAU в Мюнхене. Другие её представители:

- **МЕМБРАНА ENVIRO BLACK**, поглощающая солнечное излучение. Позволяет накапливать тепло под кровлей, что особенно актуально в регионах с холодным климатом, и тем самым способствует повышению энергетической эффективности зданий
- **ГИДРОИЗОЛЯЦИЯ ENVIRO WHITE** с белой посыпкой, которая, напротив, отражает солнечный свет. Позволяет снижать затраты на кондиционирование в жарких странах или увеличивать эффективность солнечных панелей, которые устанавливают на крышах домов.
- **МЕМБРАНА ENVIRO FOREST**, предназначенная для защиты плоской кровли от мха и растительности.

«ЕСТЬ ОЧЕВИДНЫЙ ТРЕНД»

Поначалу разработки, представленные в 2015 году, не вызвали ажиотажа на рынке. Возможно, в деле борьбы с изменением климата ещё остались сравнительно простые решения, и спрос на неочевидные экологичные идеи ещё должен был набирать обороты в течение нескольких лет. Особенно в России (новые материалы начали выпускать на заводе в Выборге), которая в силу разных причин досрочно выполнила обязательства, взятые в рамках Парижского соглашения, и где «зелёные» технологии пока не стали обыденностью. Однако в Европе тренд уже набрал обороты.

«Конечно, для окружающей среды эффект от одной крыши, покрытой подобной изоляцией, невелик – примерно как в том случае, если ты добираться на работу на велосипеде, когда остальные едут на автомобилях, – замечает **руководитель продуктового департамента TN-International Владимир Савенков**. – Но, если их начнут применять повсеместно... Такой очевидный тренд есть, и он постепенно преобразуется в законодательные требования, особенно в Европе. Чтобы не опоздать и не оказаться в статусе догоняющего, нужно безоговорочно ему следовать». Этому обязывает само положение международной корпорации, которая входит в число лидеров по производству строительных материалов и стремится к инновациям, востребованным на рынке.

К слову о рынке. Изначально производство мембран серии ENVIRO было развёрнуто в России, на заводе в Выборге, во многом ориентированном на экспорт. Однако потенциальные покупатели подобного продукта в большинстве своём находятся в Западной Европе: борьба с изменением климата и ответственное отношение к природе в целом требуют довольно много ресурсов, так что наиболее активно ими занимаются в странах с высоким уровнем дохода. Сказываются и национальные особенности, характерные для потребительского поведения. Помня об этом, в ТЕХНИКОЛЬ приняли решение о переносе производства на завод Boerner в Германии, основанное почти 140 лет назад предприятие, которое сегодня входит в структуру Корпорации.



ПУТЬ ЧЕМПИОНОВ

ЗАВОД ITALIANA MEMBRANE
ПРИЗНАН ОДИМ ИЗ
«ЧЕМПИОНОВ РОСТА 2021»



ПРЕДПРИЯТИЕ ВКЛЮЧИЛИ В ПРЕСТИЖНЫЙ РЕЙТИНГ, КОТОРЫЙ ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК LA REPUBBLICA «AFFARI & FINANZA» СОСТАВЛЯЕТ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ СО СПЕЦИАЛИСТАМИ НЕМЕЦКОГО ИНСТИТУТА КАЧЕСТВА И ФИНАНСОВ IQOF, ЗА УСТОЙЧИВЫЙ РОСТ НА РЫНКЕ ГИДРОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ.

ЕЩЁ В 2013 ГОДУ, ДО ВХОЖДЕНИЯ В СОСТАВ КОРПОРАЦИИ ТЕХНИКОЛЬ, ЗАВОД НАХОДИЛСЯ В СОСТОЯНИИ БАНКРОТСТВА, НО ЗА ПРОШЕДШИЕ СЕМЬ ЛЕТ ВЕРНУЛСЯ В ВЫСШУЮ ЛИГУ.

Составители рейтинга из 400 ведущих компаний Италии, опубликованного в октябре, руководствовались экономическими показателями его участников в 2016-2019 годах.

Выручка предприятия Italiana Membrane за это время выросла
в 1,5 раза,
в среднем увеличиваясь
на 19,4% ежегодно

При том, что на рынке гидроизоляционных материалов в целом наблюдается противоположная тенденция. Выдающийся результат тем ценнее, что перед вхождением в состав ТЕХНИКОЛЬ в конце 2013 года завод был близок к банкротству.



Алессіо Де Лео,
руководитель TN-Italy

“
Производство и почти все
офисы были закрыты,
продукция не выпускалась,
сотрудников было очень мало.

После того, как завод стал частью
ТЕХНИКОЛЬ, была проведена
модернизация, направленная
на повышение эффективности
производства и снижение
себестоимости продукции

”

ЦЕНТРОСТРЕМИТЕЛЬНАЯ СИЛА

Сделка семилетней давности была обоюдовыгодной. Итальянское предприятие остро нуждалось в стратегическом инвесторе. А российской корпорации, начинавшей работу в Европе с экспортных поставок, нужны были производственные мощности для расширения зарубежного бизнеса. «Мы понимали, что рынки надо закрывать, – рассказывает руководитель региона «Центральная и Восточная Европа» TN-International Андрей Сергеев, который несколько лет отвечал за операционное управление заводом в Италии. – Так удачно совпало: мы знали, что надо двигаться в этом направлении, и подвернулся удачный объект для инвестирования. Но совпадение не было спонтанным: понятие о том, что надо развивать бизнеса в этом направлении, было первично».

Ценности активу добавляла его высокая репутация. Завод Italiana Membrana был основан в 1988 году и за четверть века завоевал репутацию производителя очень качественных строительных материалов

Однако в этом отчасти заключалась и слабость предприятия: оно работало с итальянскими поставщиками, сырьё от которых стоит дороже, чем от конкурентов из тех же стран Восточной Европы. «Они справедливо считают, что их любят за неизбежное качество, – замечает руководитель департамента маркетинга региона Центральная и Восточная Европа TN-International. Екатерина Косова. – Они привыкли десятилетиями работать с поставщиком того или иного компонента, дружить семьями, ходить друг к другу в гости, переписываться на Рождество и Новый год. Продажи продажами, но традиции в бизнесе – это часть культуры. Ведь Italiana Membrana – это маленькое европейское производство, семья. Экономика Италии в принципе держится на мелком и очень мелком бизнесе. Но общемировая тенденция идёт к укрупнению: небольшие производители неизбежно становятся частью крупных компаний».

«УЧИЛИ И УЧИЛИСЬ САМИ»

Так произошло не только с предприятием Italiana Membrane, но и с группой IMPER, которую в 2014 году также приобрела корпорация ТЕХНИКОЛЬ. Но вернёмся к заводу в городке Пассиано в провинции Порденоне, который вошёл в состав корпорации в 2013 году. Чтобы возродить предприятие, мало было одной модернизации производственных мощностей. Нужно было внедрить стандарты управления производством, действующие в ТЕХНИКОЛЬ, научить руководство и персонал работать в соответствии с ними, оптимизировать устоявшиеся технологические процессы. Требовалась и ревизия привычных отношений с поставщиками.



Сегодня на долю предприятия приходится **13%** местного рынка битумно-полимерных рулонных материалов. И в дальнейшем планируют увеличить присутствие на рынке



Андрей Сергеев,
руководитель региона
«Центральная и Восточная Европа»
TN-International

“

У итальянцев были интересные технологические моменты, которые мы позаимствовали. Система планирования и продаж организована не так, как в России – её мы тоже изучили, восприняли и теперь применяем. Процесс был обоюдным: мы не только учили, но и учились сами

”

По ходу дела приходилось вникать не только в производственные практики, но и знакомиться с особенностями местного менталитета. «В силу того, что в Италии жёсткое трудовое законодательство и сильные профсоюзы, уволить человека, работающего, скажем, на производственной линии, там очень тяжело, – говорит **Екатерина Косова.** – У нас в России, к сожалению, это проще. Мы к этому привыкли, а они, напротив, привыкли, что за каждого человека нужно бороться, пусть даже в ущерб собственной выгоде и будущему развитию».

Позже сила европейских институтов, складывавшихся и утверждавшихся столетиями, явственно ощущалась во многих аспектах работы.

«Запуск завода назначили на понедельник, – приводит Сергеев один характерный пример. – По технологии перед тем, как начать производство, надо нагреть смесь.



В пятницу на собрании коллектива я предложил: «Может, кто-нибудь выйдет в воскресенье и включит нагревательное оборудование, чтобы мы в восемь утра начали спокойно запускать линию?». На меня посмотрели как на сумасшедшего и сказали: «Андрей, у нас страховка оформлена только с понедельника, мы не можем выйти на работу в воскресенье».

То же стремление неизменно следовать правилам обернулось и преимуществом: на предприятии неукоснительно соблюдают привнесённых ТЕХНИКОЛЬ стандартов работы.

Отказ от сложившихся практик, открытость к новому, желание позаимствовать лучшее позволили заводу Italiana Membrana не только возродиться, но и войти в число 400 ведущих предприятий Италии.



БИТУМНО-ПОЛИМЕРНЫЕ МЕМБРАНЫ СЕРИИ ENVIRO В СВОЕ ВРЕМЯ СТАЛИ ПРОРЫВНЫМ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ РЕШЕНИЕМ В ВОПРОСАХ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ И БОРЬБЫ С ЗАГРЯЗНЕНИЕМ АТМОСФЕРЫ. ПЯТЬ ЛЕТ СПУСТЯ ПОСЛЕ ТОГО, КАК ИХ ПРЕДСТАВИЛИ ПУБЛИКЕ, ПРОИЗВОДСТВО МАТЕРИАЛОВ ПЕРЕНОСЯТ ИЗ РОССИИ НА ЗАВОД WOERNER, РАСПОЛОЖЕННЫЙ В ГЕРМАНИИ. ТАКИМ ОБРАЗОМ ТЕХНИКОЛЬ В БУКВАЛЬНОМ СМЫСЛЕ СТАНОВИТСЯ БЛИЖЕ К ПОТРЕБИТЕЛЯМ, ОТ КОТОРЫХ ИСХОДИТ ЗАПРОС НА ЭКОЛОГИЧЕСКУЮ И ЭНЕРГЕТИЧЕСКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

В САМОМ СЕРДЦЕ ЕВРОПЫ

Человеку со стороны, не слишком разбирающемуся в тонкостях производства утеплителей, каменная вата может показаться слишком обычным и не особо высокотехнологичным материалом. Но прогресс не стоит на месте, так что при её изготовлении используется всё больше инноваций, позволяющих значительно улучшить теплоизолирующие свойства и не только.

К тому же каменная вата – абсолютно негорючий материал, что крайне важно с точки зрения требований противопожарной безопасности. Эти обстоятельства делают её востребованным продуктом, в том числе в Европе, где повышение энергетической эффективности зданий в последние десятилетия является требованием законодательства, которое со временем становится всё более строгим.



ТОЧКА НА КАРТЕ

БЛИЖЕ К ПОТРЕБИТЕЛЮ

В Корпорации ТЕХНОНИКОЛЬ каменную вату выпускают восемь заводов, в том числе самые современные производства в Хабаровске и городе Красный Сулин Ростовской области, которые заработали в 2016 году.

Теоретически производственные мощности позволяют насытить не только отечественный рынок, но и зарубежные, однако логистические ограничения сужают возможности экспорта. Экономiku определяют законы физики: из-за плотности, то есть соотношения веса к объёму, каменную вату в большинстве случаев невыгодно возить на расстояния более 800 км. Сроки доставки до потребителя тоже имеют значение. Оптимальное решение в этом случае – создавать производство как можно ближе к потребителю. Так родился проект завода в Польше – первого предприятия ТЕХНОНИКОЛЬ в Европе, которое Корпорация строит в формате greenfield. То есть с нуля.



Константин Кадушечкин

менеджер продукта TN-International

“

Завод, по сути, расположен в самом сердце Европы. Находится он в крупном индустриальном парке, где сосредоточены несколько крупных предприятий. Рядом расположены, к примеру, самая большая в Европе типография Bauer Print и производство автомобильных компонентов Toyota Boshoku.

”

Решение о строительстве было принято в январе 2019 года. Ему предшествовали масштабные предпроектные работы: анализ рынков европейских стран и потенциальной ниши на каждом из них, финансовое моделирование строительства и эксплуатации предприятия, расчёты по логистике и многое другое. Даже при выборе площадки под завод нужно было учитывать целый ряд факторов: близость к источникам сырья и потребителям готовой продукции, необходимая площадь земельного участка, наличие инфраструктуры и возможности подключения к ней, транспортная доступность и стоимость энергоносителей.

«Было множество компромиссных вариантов, – вспоминает **руководитель проекта Александр Блинов.** – Среди прочего рассматривали площадки в Чехии, но там достаточно высокие цены на землю и не такая открытая для иностранных инвесторов бизнес-среда, как в Польше. Поэтому пошли в соседнюю страну. И в Польше мы рассмотрели порядка 30 площадок». Наилучшим вариантом оказался участок под Выкротами – деревней в Нижнесилезском воеводстве, которая находится в 16 км от немецкой и в 24 км от чешской границ. До Дрездена или Праги отсюда ближе, чем до Вроцлава – центра польского воеводства.



Численность персонала 170 человек.

Подавляющее большинство работников – местные жители. Штатная структура на предприятии в Польше почти такая же, как на заводе в Красном Сулине.

Отдельные отличия связаны с местными реалиями, к примеру, использованием арендуемых погрузчиков вместо собственных.

ДВА ГОДА НА СОЗДАНИЕ ЗАВОДА

Завод ТЕХНОНИКОЛЬ по соседству с ними строят очень быстро. Прошлый год ушёл на его проектирование, подбор оборудования и проведение торгов. Технику для производства поставляют ведущие специализированные компании из Германии, Дании, Словении и Чехии. «Промышленное оборудование такого уровня технологичности, – это всегда tailor-made product, индивидуальный пошив, – замечает Кадушечкин. – За ним нельзя прийти к поставщику и выбрать его как продукт на полке в супермаркете». Сроки изготовления, если считать с момента подписания контракта до поставки, обычно занимают от девяти до двенадцати месяцев. «Соответственно, для того, чтобы оборудование было готово к отгрузке на нашу площадку в Польше к началу сентября 2020 года, все контракты на его изготовление должны были быть заключены в августе-сентябре 2019 года, – говорит Блинов. –

Нельзя сказать, что его изготавливают по уникальным проектам. В целом оборудование стандартно для нашей технологии и хорошо знакомо поставщикам, но его всё равно необходимо донастраивать под конкретный завод».

Прежде, чем устанавливать оборудование, необходимо возвести производственные корпуса. Контракт с генеральным подрядчиком на строительство основных и вспомогательных зданий завода в Польше был подписан 21 января 2020 года, а работы по нему стартовали с 1 марта. Через восемь месяцев всё было готово к монтажу технологического оборудования. Его начали устанавливать с 5 октября 2020 года. Запуск завода намечен на апрель 2021 года, как было запланировано изначально.

«Конечно, пандемия коронавируса сказалась на ходе работ, – комментирует Блинов. – Из-за того, что были закрыты границы и ограничено авиасообщение, у



российской команды не было возможности присутствовать непосредственно на строительной площадке. У нас в Корпорации принята стандартная схема, по которой и руководитель проекта, и три-четыре человека с опытом работы на действующих заводах переезжают на стройку, чтобы иметь возможность на месте оперативно решать все возникающие вопросы. Коронавирус нас этого лишил, пришлось учиться работать в удалённом формате. Наверное, это было бы невозможно, если бы наши новые польские коллеги не приняли вызов с большой ответственностью и самоотдачей». Так что непредвиденные обстоятельства не затормозили строительство предприятия.

АДАПТАЦИЯ К РЫНКУ

Удачное географическое положение завода означает, что ТЕХНОНИКОЛЬ может существенно расширить ассортимент продуктов, представленных на европейских рынках. «Есть большая ниша так называемых лёгких артикулов – каменной ваты плотностью от 35 до 90 килограммов на кубометр, – где мы пока являемся некон-

курентоспособными, несмотря на низкую себестоимость производства в России, дешёвый рубль и тому подобное, – замечает Кадушечкин. – С запуском завода мы сможем её закрыть». В общей сложности здесь будут производить около 30 разновидностей теплоизоляции на основе

Ассортимент знаком в России, но есть и отличия, продиктованные особенностями местных рынков

каменной ваты.

Так, толщину вторичного ковра каменной ваты на заводе в Польше планируют довести до 300 мм, тогда как на предприятии в Рязани она не превышает 250 мм. Новинкой станут ламели – полосы теплоизоляции, которые можно укладывать так, чтобы волокна располагались вертикально, а не горизонтально, как в привычных плитах. В этом случае прочность ваты на сжатие и устойчивость к отрыву возрастают в разы.

Оборотная сторона – трудоёмкость работ по утеплению той же кровли: вместо одной плиты приходится укладывать несколько ламелей. «Поскольку в Польше достаточно дорогое дерево и паллеты, мы делаем производство с прицелом на упаковку не на деревянные поддоны, а на бруски каменной ваты, – называет Блинов ещё одну особенность». Но в целом ламели будут производить с расчётом на рынки Скандинавии, где подобный продукт пользуется спросом, в отличие от остальной Европы.

Однако ключевыми странами для поставок теплоизоляции с нового завода станут Германия, Австрия и Швейцария – регион, который в TN-International обозначают аббревиатурой DACH. Второе место занимает Польша. Третье – регион под кодовым названием Вышеград: Чехия, Словакия и Венгрия. «Это не означает, что мы планируем ограничиться кругом радиусом 600 км с польским заводом в центре, – отмечает Кадушечкин. – Мы планируем поставлять каменную вату и за его пределы, но есть ограничение – стоимость доставки в пересчёте на кубометр продукции».

Мощность завода составит **1,3 млн м³** готовой продукции в год. На нём будут выпускать широкую линейку теплоизоляции на основе каменной ваты различной плотности

ТЕХНОЛОГИИ МАСТЕРСТВА
Декабрь 2020 №4 (16)

Главный редактор Владимир Марков
Заместитель главного редактора Екатерина Ракитская

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Екатерина Косова, Андрей Сергеев, Владимир Савенков, Антон Беляков, Томас Ахроменко, Константин Кадушечкин, Живиле Паулаускаене, Александр Блинов, Михаил Бердников, Илья Вдовенко, Наталья Саблина, Елена Сорочан

Верстка и дизайн: Анастасия Озель

УЧРЕДИТЕЛЬ ЖУРНАЛА: ООО «НИКОЛЬ»
ИЗДАТЕЛЬ ЖУРНАЛА: ООО «ТЕХНОНИКОЛЬ-Строительные Системы»
(129110, г. Москва, улица Гиляровского, д. 47, стр. 5, этаж 5, помещение I, комната 13)

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций (Свидетельство ПИ №ФС 77 – 66035 от 10.06.2016).
Главный редактор – Марков В.В.
Возрастная категория – 0+

Распространяется бесплатно. Подписано в печать: 31.12.2020
2020 ООО «ТЕХНОНИКОЛЬ-Строительные Системы»

