

# «Компания Металл Профиль»: «Хотим видеть себя пропагандистами металла с премиум-покрытиями правильных характеристик»



*Игорь Ходин,  
заместитель  
генерального  
директора  
по развитию  
бизнеса  
«Компании  
Металл  
Профиль»*

*В конце прошлого года «Компания Металл Профиль» завершила реализацию проекта по созданию практически полного цикла производства полимерного проката, запустив к ранее введенным двум АПП стан холодной прокатки и АНГЦ. Рассказывая о цели проекта, Игорь Ходин – заместитель генерального директора по развитию бизнеса компании – отметил, что с новыми мощностями появится больше возможностей по производству и популяризации на рынке продукции премиум-сегмента. Поскольку необходимость воспитания на российском рынке культуры потребления качественного полимерного проката и готовой продукции из него остается одной из главных задач ключевых игроков в условиях недобросовестной конкуренции и не оправдывающегося желания покупателей сэкономить.*

– Игорь Витальевич, в конце прошлого года компания завершила проект по созданию практически полного цикла производства полимерного проката. Какие преимущества получили?

– Создание производства от х/к до полимерного проката, действительно, дало нам как перерабатывающей компании ряд преимуществ. Мы получили возможность, ориентируясь на свои потребности, производить необходимый нам подкат по толщинам, качеству, цветовой гамме, видам покрытий. Кроме того, теперь мы можем сглаживать ценовые всплески на рынке подката, или самостоятельно компенсировать нехватку проката необходимого нам сортамента при закупках продукции на комбинатах.

В сегменте полимерного проката сегодня весь металл с покрытиями класса «Премиум» мы делаем самостоятельно, что позволяет продвигать на рынке качественную продукцию и развивать культуру потребления именно такой продукции.

У нас развито производство сэндвич-панелей, а для них часто нужны небольшие партии полимерного проката «хитрых» цветов. С собственными покрасочными линиями мы можем гарантировать качество и выполнение заказа на готовую продукцию в требуемые клиенту сроки.

– Проблем с закупкой х/к проката на российском рынке в принципе нет, зачем потребовалось создавать технологически сложное производство?

– Х/к прокат – это опять вопрос сортамента. При этом он требует специальных условий транспортировки и хранения, его сложно везти издалека. С наличием собственного производства х/к проката мы устранили эти сложности.

– Какого уровня самообеспечения х/к и оцинкованным прокатом удалось сегодня достичь компании?

– Выйти на полное самообеспечение цели не было. Стратегически для нас было важно закрыть потребности в подкате для продукции сегмента «Премиум». И здесь мы практически полностью реализовали задачу, продолжая закупать только полимерный прокат корейского производства. На сегодня мы сами производим практически четверть металла от общего объема нашего потребления.

– Насколько снизилась себестоимость производства полимерного проката с запуском стана холодной прокатки и АНГЦ?

– Она снизилась, но об уровне говорить сложно, поскольку он разный и зависит от ряда факторов. Плюс, у нас еще продолжают наладочные работы. Но скажу, что в будущем с собственным производством мы себя будем чувствовать увереннее, оно даст нам дополнительный запас прочности на меняющемся рынке.

– Каковы инвестиции в проект, и в какие сроки рассчитываете их окупить?

– За эти годы мы инвестировали 18 млрд. руб. и надеемся, что в пределах 6 лет мы сможем их окупить.

– Какого уровня загрузки оборудования удалось достичь к настоящему времени?

– По стану холодной прокатки загрузка составляет практически 80% с учетом разнородного и трудоемкого сортамента. По АНГЦ и линиям покрытий мы вышли на показатель порядка 90%.

– Насколько сложным стал для компании процесс отладки и освоения производства х/к проката?

– Мы готовились к этому достаточно долго, подбирали высококвалифицированных специалистов, которые долго работали на аналогичных линиях. Это позволило нам в течение года вывести производство на высокий уровень и получить подкат желаемых характеристик.

У нас установлен реверсивный стан холодной прокатки, который достаточно компактен, а толщина металла зависит от количества реверсивных проходов.

– На какие толщины ориентирован прокатный стан?

– Мы покупаем г/к прокат 2-2,5 мм и можем делать от 0,32-0,33 мм до 1 мм толщиной.

– Кто в числе поставщиков г/к проката, и есть ли сложности с закупкой металла?

– Это и ММК, и «Северсталь» и «АрселорМиттал Темиртау». Работаем со всеми, руководствуясь в закупках наиболее привлекательным ценовым предложением. Сложностей с закупкой подката мы не испытываем, всегда есть альтернатива.

– На каком уровне сформирована производственная программа на 2019 год?

– Мы планируем произвести порядка 180 тыс. тонн х/к проката.

– Какие новые виды продукции предложите в 2019 году, учитывая расширенные производственные возможности?

– Выпуск новых видов готовой продукции мы сейчас не планируем, нам необходимо до конца разобраться с текущими инвестициями и выйти на прибыльность. Но мы продолжаем развивать сегмент своих покрытий.

Мы провели ребрендинг наших покрытий и сейчас совершенствуем их химсостав. Кроме того, в ближайшее время планируем выпустить на рынок несколько новых премиальных покрытий в рамках выбранной стратегии по продвижению на рынке высококачественной продукции. Хотим видеть себя пропагандистами именно металла с премиум-покрытиями правильных характеристик. Параллельно с этим мы ведем большую работу по ГОСТированию этой продукции, всегда выступаем за обязательную сертификацию, чтобы убрать с рынка

недобросовестных производителей. Предложить рынку более качественную продукцию - правильнее, чем «опускаться» вниз. Мы – федеральная компания, и для нас важна репутация.

– Как изменилась гарантия на продукцию с созданием практически полного цикла производства?

– Она выросла, мы стали увереннее в своей продукции. Срок гарантии на разные изделия может достигать и 50 лет, если правильно понимать, что является гарантийным случаем. Виды покрытий разрабатывались для определенных территориальных, климатических зон. Поэтому здесь важно обучение потребителя и популяризация покрытий, разработанных для конкретного региона.

– Какую долю в структуре производства компании сегодня занимает прокат с покрытием нестандартным и класса «Премиум»?

– Сегодня доля продукции «Премиум» составляет 22%. В 2019 году прирост от рекордных показателей 2018 года составил еще 19%. К этому результату мы шли через целую серию маркетинговых программ, в том числе и региональных.

– Оценивая результаты 2018 года, компания акцентировала внимание на снижении спроса на прокат премиального качества и росте потребления проката сегмента «эконом». Насколько актуальна эта тенденция в этом году?

– Она есть и будет актуальна, пока на российский рынок будет поступать продукция низкого качества. Если все заводы решат, что с тонкой продукцией надо бороться и перестанут ее производить, это решит проблему. Сертификация продукции и формирование четких требований к используемым материалам улучшит ситуацию. Пока же каждый на своем участке хочет сэкономить, и зачастую строителям глубоко безразлично как здание будет выглядеть после истечения гарантийного срока. Поэтому очень важно донести именно потребителю информацию об особенностях используемого металла и последствиях от применения некачественной продукции. Невозможно экономить беспределно. Любая экономия имеет свои ограничения.

*«Стратегически для нас было важно закрыть потребности в подкате для продукции сегмента «Премиум»»*



– **Определен ли сегодня оптимально минимальный уровень качества продукции, ниже которого опускаться нельзя?**

– Нельзя однозначно сказать, что тонкого проката с невысоким содержанием цинка и полимерного покрытия не должно быть. Например, в Европе есть профнастил из тонкого металла, но он используется для временных зданий, сооружений и ограждений, которые служат не больше года. И это все понимают, поэтому не нужен толстый металл. В наших условиях многие используют то, что должно быть временным, на постоянной основе. Такой подход дискредитирует продукт.

В середине 90-х годов на первых линиях красили некачественный оцинкованный прокат и производили дешевую металлочерепицу, которая начинала «облазить» после непродолжительной эксплуатации. Как результат – у потребителей сложилось негативное отношение к этому продукту, и нам приходилось объяснять причины этого и преимущества качественного продукта. Похожая ситуация была и с фасадными панелями, когда в стремлении сэкономить вместо толщин 1,2 мм стали предлагать продукцию из металла 0,4 мм. Сейчас тоже самое происходит и с трехслойными сэндвич-панелями (ТСП), когда используется более мягкая вата, тонкий металл, производство осуществляется практически в ручном режиме, и продукция не выдерживает всех технологических параметров, которые необходимы при эксплуатации. Все это дискредитирует продукт в глазах потребителя, и способствует росту спроса на товары-субституты.

С некачественной продукцией и недобросовестными производителями необходимо бороться, а государство пока не хочет нам помогать решить эту проблему. А нужно всего лишь ввести определенные нормы, ГОСТы и правила использования продукции.

– **В перспективе ближайших лет стоит ждать улучшения ситуации?**

– Думаю, да. Рынок сейчас сужается, и мы понимаем, что живем в состоянии постоянного кризиса: количество строительных объектов уменьшается, доходность снижается. Недоброкачественная продукция должна отходить, потому что «мелкие конторки» разоряются и уходят с рынка. Соответственно есть надежда, что в этой сложной ситуации рынок сам себя очистит и оздоровит, и это, в свою очередь, оздоровит потребление – станет востребованной качественная продукция.

Нам сегодня поступает очень много предложений о покупке или слиянии небольших предприятий. Мы их не рассматриваем как стимул к действию, но ожидаем положительных последствий от снижения числа игроков для перерабатывающей отрасли и рынка.

– **А почему не заинтересованы в таких предложениях?**

– Мы присутствуем и со своим производством, и с офисами продаж во всех федеральных округах, где есть спрос на продукцию компании. У нас сформирована своя производственно-сбытовая структура, и приобретение любой другой не даст нам роста продаж. Покупать мини-производителя или дополнительное б/у оборудование у нас тоже нет потребности, поскольку затраты совершенно неоправданны. Инвестиции для входа на рынок небольшие, как Вы помните, еще 5-6 лет назад в Китае можно было купить прокатную линию за \$30-40 тыс. и работать. Какой смысл сейчас покупать мини-производителя, если с ростом рынка опять может появиться масса новых игроков. В такой ситуации выгоднее предлагать мелким игрокам торговать нашей продукцией. И в отдельных регионах мы уже успешно работаем по такой схеме – мелкие компании закрывают собственные производства и занимаются сбытом только нашей продукции. Для них это экономически более выгодно.

– **Если в среднесрочной перспективе ожидается улучшение ситуации со спросом на качественную продукцию, как может измениться доля премиум-сегмента у компании и на рынке в целом?**

– Премиум-сегмент у нас растет при любых условиях, наблюдается рост и в текущем режиме. Но отмечу, что речь идет не об увеличении объемов продаж в целом, а о самоочищении рынка.

Потребление же будет снижаться, но насколько активно – посмотрим. Сейчас есть некоторая стабилизация, мы ее видим по себе, так как не падаем в объемах продаж, но это происходит за счет того, что уходят слабые игроки.

– **Почему прогнозируете сокращение емкости рынка проката с полимерным покрытием и продукции из него, если заявлена крупномасштабная программа по развитию инфраструктуры страны?**

– На строительство крупного объекта, например, большого стадиона, уходят тысячи тонн арматуры. А нашего проката уходит всего 100-200 тонн. Согласитесь, цифры не сопоставимые с теми производственными возможностями, которыми располагаем мы.

В силу того, что мы – федеральная компания, участвуем во всех крупных проектах. Наша продукция использовалась при строительстве объектов Олимпийского парка в Сочи, космодромов, многих химических и газовых заводов, в проектах Универсиады. Но объемы металла для облицовки несопоставимы с мощностями, которые уже есть в стране. Поэтому говорить о росте – вряд ли возможно.

– **Как Вы считаете, что могло бы поспособствовать возобновлению динамичного роста емкости рынка темпами как, например, до 2013 года?**

– Только одно – изменение экономической политики государства. Когда государство начнет заниматься увеличением покупательской способности граждан. Также как в свое время это делал Китай. Нашему государству тоже нужно задуматься об этом. И о том, как повысить зарплаты, поскольку именно государство является самым крупным работодателем. Если зарплаты у людей вырастут, это хорошо простимулирует рынок, в том числе полимерного проката и продукции из него.

– Осенью этого года в России возможен ввод пошлин на импорт оцинкованного проката из Китая и Украины. Какими могут быть последствия от этого события для рынка и вашей компании?

– Я считаю, что введение любых пошлин или ограничений и для нас, и для рынка – это только ухудшение. Наши комбинаты еще ни разу после введения защитных мер не оставляли цены на прежнем уровне. После ввода пошлин, как правило, всегда происходил рост внутренних цен. Когда нет конкуренции – это ведет к увеличению цены. А пока конкуренция есть.

С другой стороны, китайского металла сейчас крайне мало, это не те объемы, которые были 5-6 лет назад. Везти из Китая уже не всегда выгодно. Поэтому защитные меры просто дадут комбинатам уверенность, что, как бы ни менялись цены, китайский оцинкованный прокат не сможет нарастить присутствие на российском рынке.

– Будет ли шанс у мини-производителей в РФ или альтернативных зарубежных поставщиков занять освободившуюся долю рынка?

– Думаю, что наши металлургические комбинаты, учитывая их мощности, полностью закроют освободившуюся долю рынка, и шансы альтернативных зарубежных поставщиков будут сведены к минимуму.

– Планируемый ввод защитных мер спровоцировал всплеск развития мощностей – строительство АНГЦ и станов холодной прокатки – рядом мини-заводов в РФ. Каких последствий в этой связи стоит ждать для рынка проката с ПП?

– Думаю, что все мелкие производители всегда будут находиться в зависимости от «тройки крупнейших» с точки зрения и загрузки мощностей, и ценоформирования. Как только новые производства будут затрагивать жизненные интересы трех монополистов, они предпримут действия, которые все поменяют в их пользу. У комбинатов есть запас прочности значительно больший, чем у мини-игроков.

– А у вашей компании есть планы развития мощностей по производству полимерного проката в ближайшие годы?

– Мы еще не вышли на 100% загрузку действующих мощностей. Поэтому план на следующий год – выход оборудования на проектные показатели и дальнейшее развитие в Лобне действующего производства с целью увеличения доли и расширения сортамента продукции премиум-сегмента. Плюс, после масштабных инвестиций нам необходимо «накопить жирок» для дальнейшего развития. Поэтому в перспективе 1-2 лет создания аналогичных производств у нас в планах нет. ■

