

Интервью

ROCKWOOL: О ФИЛОСОФИИ НАТУРАЛЬНОСТИ, «ЧИСТЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ», КАДРАХ И МАРКЕТИНГЕ

В октябре прошлого года в Париже прошел очередной саммит, на котором обсуждались вопросы сокращения вредных выбросов, уменьшения парникового эффекта, проблемы изменения климата. На этом фоне особое значение приобретают так называемые «чистые технологии». В нашей стране этот термин пока еще не стал общепринятым, как «зеленые технологии». В странах же Скандинавии «чистые технологии» становятся культовыми. О датском варианте «чистых технологий», в том числе в строительстве, беседуют генеральный директор компании ROCKWOOL Россия Марина Потокер и обозреватель журнала «Строительные материалы, оборудование, технологии XXI века» Алексей Ильичев.



Генеральный директор компании ROCKWOOL Россия Марина Потокер

О футурологии

— Как вы считаете, «чистые технологии» и «зеленое строительство» — это тождественные понятия?

— Думаю, что нет. Конечно же, они близки, но есть и разница, которая не позволяет говорить о тождестве. «Чистые технологии» — более емкое понятие. С моей точки зрения, «зеленое строительство» — очень значительная, но все же часть реально всеобъемлющих «чистых технологий». Главное, что активное внедрение «чистых технологий» способно привести не только к значительным изменениям в производстве, технологиях, продуктах, образе жизни, к социальным переменам, а выражаться это может в ином качестве социальной среды.

— Давайте более подробно и, естественно, применительно к отлично знакомой вам отрасли строительства, причем в горизонте 15-20 лет. И с вашей точки зрения, и компании.

— Самый популярный вид транспорта в Дании — велосипед. По-моему, это яркий пример того, что в Дании «чистые технологии» стоят очень высоко в повестке дня. Для ROCKWOOL философия бизнеса — создание комфортной среды обитания человека сегодня, сейчас и на годы вперед за счет материалов, технологий и решений, базирующихся на современных научных, технологических и технических разработках.

Архитектура не стоит на месте, и я абсолютно уверена, что в будущем здания будут другими с точки зрения нагрузок, самих конструкций, а главное, они будут более безопасными и более комфортными. Кстати, эти идеи постоянно озвучивают наши клиенты, и, анализируя за-

просы рынка, наша компания старается предвосхищать ожидания заказчиков.

Что касается строительства. Здесь, я думаю, изменения очевидны. Все познается в сравнении, и если мы посмотрим, что строилось в советское время и строится сейчас, то это огромная разница. Основным же трендом будет качество. Это непосредственно исполнение объектов, т.е. более эффективные стройматериалы, грамотно спроектированные инженерные системы и, безусловно, продуманные планировки. Вторая плоскость качества — конструирование городской среды. Все устали от точечной и бессистемной застройки. Всем хочется жить в современном городе, вписывающемся в ландшафт.

О трендах

— В последнее время становится модным тренд применения 3D технологий в печатании строительных материалов...

— Я не верю в печать дома в 3D, не верю... Видите ли, представляя здание, я верю, что оно будет создано людьми, руками, не в печатном виде. В компании ROCKWOOL мы, безусловно, занимаемся инновациями, разработками, будучи абсолютно уверены, что в ближайшей и среднесрочной перспективе здания будут более облегченными, и, как следствие, наши решения должны идти в ногу с конструкциями. При этом конструкция должна быть современной, комфортной и безопасной. И абсолютно отвечать критериям «чистых технологий». Вот этим аспектам Научно-исследовательский центр ROCKWOOL в Дании уделяет очень много внимания.

— В России будет сформирована новая экологическая культура, в рамках которой все



промышленные предприятия страны будут переведены на современные экостандарты. Такое заявление недавно сделал глава кремлевской администрации Сергей Иванов. Он же провел первое заседание Оргкомитета по подготовке к проведению Года экологии. Логично предположить, что экостандарты в той или иной степени будут связаны с «чистыми технологиями». В том числе в той части, что касается возобновляемых природных ресурсов. В связи с этим вопрос: основа продуктов ROCKWOOL – базальт, продукт природный, но исчерпаемый. Что будет компания делать, когда наступит «час икс»?

– Хороший вопрос, провокационный, я бы сказала. Конечно, мы об этом задумываемся, и на протяжении всей истории ROCKWOOL в компании придерживались концепции натуральности камня как исходного сырья. Натуральность – это наша «религия», мы уверены, что правильный продукт должен быть основан на натуральном камне. Но опять же, учитывая, что технологии и разработки идут так быстро вперед, я не удивлюсь, если через какое-то время найдется ресурс, который заменит натуральный камень и будет ничем не хуже. Однако на сегодняшний день, камень – это наиболее эффективный материал для производства негорючей теплоизоляции. Благодаря своему природному происхождению каменная вата является экологичным и долговечным утеплителем, который одновременно обеспечивает и комфортный микроклимат в помещениях, и пожарную безопасность здания.

Опять же, у нас есть возможность перерабатывать утеплитель, который применялся в зданиях много лет назад. Перерабатывать его в производственном цикле и выдавать новый продукт. У нас есть возможность применения технологий вторичной переработки.

– **Возможность или это реализуемо?**

– Реализуемо, но пока не в полной мере, к сожалению. Это объясняется инерцией и медленностью рынка. Правительство принимает меры по утилизации отходов, в том числе и строительных, и я думаю, что когда на рынке начнется активное движение, мы будем к этому готовы.

Теперь о самом производстве. Если мы говорим о «чистых технологиях», безотходном производстве, рециклинге, то это невозможно без долгосрочных инвестиционных планов, которые включают постоянные процессы модернизации производственных площадок и новых технологий. Это относится, например, к строительству ливневых канализаций, многократному использованию воды в замкнутых циклах. Не так уж часто встречается подобное на аналогичных производствах.

Новые заводы и технологии обеспечивают выпуск инновационных продуктов, а также новые системные решения – все это укладывается в формат «чистых технологий».

Добавлю, что в группе компаний ROCKWOOL есть научно-исследовательский центр, специалисты которого занимаются вопросами повышения энергоэффективности зданий, а также ведут исследования и разработки в сфере технологий производства каменной ваты и ее применения. При этом очень важным является непо-

средственное взаимодействие штаб-квартиры с представительствами компании во всем мире, в том числе и в России, для получения оперативной информации о ситуации на рынках и поиска наиболее эффективных решений. Так появляются не только новые материалы, но и IT-технологии, которые на базе современных платформ адаптируют продукты компании к реалиям нашего бизнеса. О чем мы говорим? Мы говорим о том, что нашему клиенту бизнес должен быть понятен и прозрачен. Люди становятся другими – они уже живут IT-технологиями, никто не хочет отправлять письма по факсу, даже телефонами не хотят пользоваться. Все хотят нажать виртуальную кнопку и сделать заказ. И человек видит статус своей заявки на протяжении всей технологической цепочки. Мы говорим о простых калькуляторах для наших клиентов. Человек на момент принятия решения об утеплении здания должен просто завести несколько параметров и получить готовый расчет. О таких информационных технологиях мы говорим. И они реализуются даже в маленьких инструментах, которые постоянно развиваются. Вот мир информационных технологий требует от нас ежедневного улучшения. Если мы не будем инвестировать в этом направлении, то даже каким бы великим ни был наш базовый продукт, мы не сможем быть конкурентоспособными на рынке.

О революции, эволюции и консерватизме

– **С вашей точки зрения, как часто происходят революции в науке строительных материалов? Ведь тот же самый базальт как основа минеральной ваты применяется, боюсь ошибиться, не менее 25 лет?**

– Я больше склонна говорить об эволюции. Мы производим каменную вату уже около 80 лет. Если говорить о наших продуктах, то от разработки до внедрения требуется до 5 лет. Иными словами, 5 лет на то, чтобы продукт плавно вошел в рынок. В принципе, строительная отрасль такая, что не предполагает каких-то революционных шагов, тем более что все завязано на нормативные документы. Надо учитывать и то, как развиваются нормы и стандарты, как они адаптируются на рынке, как внедряются в проектах. Согласитесь, это всегда достаточно длительный цикл. Так что можно сказать, что строительная отрасль в достаточной степени консервативна. И, наверное, не надо каких-то сумасшедших скачков и рывков, поскольку в первую очередь для людей важны безопасность и комфорт, которые могут попасть под угрозу из-за поспешно принятого и внедренного решения.

– **Не этим ли консерватизмом объясняется тот факт, что политика энергосбережения и внедрения энергоэффективных материалов, по мнению многих специалистов, пробуксовывает? Добавим к этому отсутствие внятной политики со стороны государства и мотивации производителей, противоречивую во многом нормативную базу...**

– Не совсем, но я согласна с вами, что хотелось бы более динамичного развития. Давайте посмотрим на то, что есть. Сколько потребляют здания, построенные в

1980-е годы и сейчас? Новые здания, могу сказать на собственном опыте: жила в хрущевке и живу сейчас в современном доме, — небо и земля. Движение вперед есть. Я согласна, что должно быть больше инициатив и поддержки от государства. И есть определенные надежды на фонды капремонта. О мотивации производителей... Возможно, должны быть определенные преференции для производителей инновационной продукции. Но здесь есть еще один камень преткновения — опаздывает нормативная база, которая объективно может тормозить внедрение инноваций. В данном случае политика ROCKWOOL заключается в том, чтобы работать на развитие. В чем оно заключается? В сегменте теплоизоляции у российского рынка огромный потенциал. И хотя за последние 10 лет шаг был сделан вперед серьезный, но до насыщения еще далеко.

О маркетинге

— В 2011 году компания ROCKWOOL стала принимать участие в проектах сбалансированных домов, в которых использовались современные технологии энергосбережения и энергоэффективности на основе инновационных продуктов утепления и системных решений. Это была попытка подтолкнуть рынок в своем развитии или же ставилась цель по принципу: «вода камень точит», чтобы придать импульс работе структур, занятых нормотворчеством?

— Цель данных проектов — простым и наглядным примером показать, как работают эти технологии — абсолютно для любого клиента. Человек может прийти, поговорить с обычными людьми, живущими в этом доме, посмотреть и услышать прямую оценку от внедренных технологий. Здесь мы выступали как эксперты — рассчитывали теплопроводность, внедряли энергоэффективные технологии с использованием материалов из каменной ваты. Эффективность таких проектов достаточно высокая. И заключается она в информированности населения, что энергосберегающие технологии просты и доступны. Есть и экономический эффект. Если мы посмотрим на объем продаж нашего популярного продукта — ЛАЙТ БАТТС СКАНДИК, то мы в результате получили очень большую аудиторию клиентов. Это, кстати, позволило нам начать производство в Елабуге, расширяя рынок, а через год уже реализовать аналогичную технологию на заводе Выборге, которому в этом году исполнилось 10 лет. Предложенный продукт действительно пользуется хорошим спросом.

Прибавочную стоимость создают не машины, а люди

— Давайте продолжим тему маркетинга, но в несколько другой плоскости — кадровой. Наш постоянный автор Густав Райш, специалист из немецкой инжиниринговой компании, в одной из своих статей пишет, что многие проблемы в строи-



тельной индустрии связаны с тем, что разрушена советская система подготовки, особенно среднего и низшего звена, есть определенный пиетет по отношению к обладателям степени MBA. В то время как в самой Германии больше ценятся кадры, прошедшие производственную школу и ставшие впоследствии дипломированными инженерами. «Практики» в большей степени мотивированы на успехи компании, при том что мотивация обладателей MBA — личный успех, и они менее лояльны к компании, легко меняя ее на более выгодные персональные контракты. Как строится кадровая работа в ROCKWOOL Россия?

Для нас важны профессиональные качества потенциального сотрудника, но поскольку наша компания имеет свое производство и разрабатывает собственные технологии, сотрудники обязательно проходят определенное обучение внутри компании. Кроме того, компания предоставляет каждому специалисту возможности для личностного и профессионального роста, рассматривает и поддерживает инициативы сотрудников.

Стоит отметить, что одна из основных ценностей ROCKWOOL — это вовлеченность работников и страстный подход к делу, поэтому люди, формально подходящие к выполнению своих обязанностей, в нашей компании надолго не задерживаются.

О кризисе

– Бытие определяет сознание. Пока наше бытие в рецессии, поэтому не могу не затронуть данную тему. Существует несколько моделей поведения в условиях кризиса. Назовем условно – пассивное поведение, полупассивное и активное поведение. Какая из этих позиций взята на вооружение компанией?

– Позиция однозначно активная, потому что для компании, имеющей лидирующие позиции на рынке, уйти в пассив или полупассив, это будет странно. ROCKWOOL был первым на этом рынке, помог развивать этот рынок и сейчас один из его лидеров. За прошлый год, который тоже был для экономики не очень-то позитивным, нам удалось представить рынку новые продукты и новые решения. Мы действительно пытаемся предвосхитить ожидания клиента в это непростое время, и нам это удастся. Потребительская способность падает, но надо быть готовыми к этому вызову. Ведь люди все равно будут утеплять свои дома. Поэтому мы проанализировали рынок и пришли к выводу, что можем охватить гораздо более широкую аудиторию, если предложим продукт с меньшей ценой. Так, в начале этого года появился ROCKWOOL Утеплитель ЭКОНОМ – это доступное универсальное решение для всех каркасных конструкций. Как и все продукты из каменной ваты ROCKWOOL, материал негорючий, экологичный, обеспечивает эффективную тепло- и звукоизоляцию. Таким образом, материалы ROCKWOOL теперь представлены и

в более низком ценовом сегменте – там, где нас раньше не было, но где есть огромное множество клиентов, которые также ставят перед собой задачу приобрести качественный, надежный и экологичный материал. И мы им в этом готовы помочь.

– Но как получить хороший качественный продукт с более низкой ценой? За счет чего? Снижения издержек?

– Мы говорим о новых продуктах, а это далеко не всегда снижение издержек. Наши технологии позволяют производить широкий спектр продукции. Раньше в ситуации бума рынка мы не задумывались об этом. Это был один клиент. Сейчас новый клиент, которого мы обязаны обеспечить продуктом за счет технологий, которые позволяют производить качественный продукт. И мы можем сделать данный продукт. Мы также говорим о том, что должны улавливать настроение рынка, определять новые ниши рынка, и мы это делаем. Еще одно направление – освоение новых, в том числе внешних рынков. В частности, мы продолжаем осваивать финский рынок, предлагая продукты из категории «чистых технологий», но уже российского производства.

– Наша беседа проходит в преддверии традиционного Дня строителя... Что бы вы пожелали коллегам по профессиональному сообществу?

– Терпения и оптимизма. Кризисы приходят и уходят, а бизнес должен оставаться и развиваться. Так оно было, есть и будет!

**XVII МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ОСЕННИЙ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ФОРУМ**

**13-16
сентября**

**2016
КАЗАНЬ**

XVIII специализированная выставка
ЖИЛИЩЕ

X специализированная выставка
**ИНЖЕНЕРНЫЕ
КОММУНИКАЦИИ
ЗДАНИЙ
И СООРУЖЕНИЙ**

12+

Выставочный центр "Казанская ярмарка"
Россия, 420059, г. Казань, Оренбургский тракт, 8,
т./ ф.: (843) 570-51-07, 570-51-11, e-mail: d4@expokazan.ru,
www.expohouse.ru, www.expokazan.ru

КАЗАНСКАЯ
ЯРМАКА