

Екатерина Фомичева

7 декабря 2017, 01:39

Компания "ПЛП "Полифас" инвестирует 70 млн рублей в переезд на новую площадку в Гатчине

Производитель теплоизоляционных материалов ООО "ПЛП "Полифас" вложит 70 млн рублей в переезд на новую площадку в Гатчине и увеличит выпуск продукции.

Как рассказал заместитель гендиректора ООО "ПЛП "Полифас" Виктор Федоренко, компания уже приступила к проектированию нового завода в Гатчине на участке земли, приобретенном в собственность. Площадь нового производства вместе со складскими помещениями составит около 8 тыс. м². Инвестиции в проект, по оценкам экспертов, могут более 70 млн рублей. Предполагается вкладывать собственные средства компании.

Изоляция и спорт

ПЛП "Полифас" работает более 10 лет и производит теплоизоляционные материалы из вспененного полиэтилена. Теплоизоляционные материалы из полиэтилена применяются в качестве подложки при укладке ламината, замене обоев. Также эти материалы используются для создания теплых полов, утепления различных труб. Из вспененного полиэтилена также изготавливаются маты для занятий спортом, другое спортивное оборудование, а также игрушки.

"Полифас" производит теплоизоляцию (около 80% от общего объема) и спортивное оборудование. Рассматривается также возможность выпуска товаров народного потребления. Собственник компании (по [СПАРК](#)) — Игорь Федоренко.оборот за прошлый год составил 304,9 млн рублей. В настоящее время компания перерабатывает около 2 тыс. т сырья в год. Это крупнейшее производство вспененного полиэтилена на Северо-Западе.

Пока завод компании расположен на арендованных площадях, также в Гатчине. Производство размещается на 4 тыс. м². Переезд на новую площадку позволит установить там новое оборудование. За счет этого компания при необходимости сможет увеличить объемы выпуска в 2–3 раза, до 4–6 тыс. тонн сырья в год. Планируется также освоить выпуск новых изделий из вспененного полиэтилена.

"Полифас" реализует свою продукцию в СЗФО, Москве и Московской области. Компания рассчитывает увеличить объем производства и продаж за счет выхода в новые регионы, а

также за счет роста потребления теплоизоляционных материалов и выхода в новые сегменты рынка изделий из полиэтилена.

Конкурентный рынок

По данным Агентства строительной информации (АСИ), емкость российского рынка теплоизоляционных материалов в прошлом году составила 154 млрд рублей. Доля СЗФО — 8–10% от общей емкости.

По оценке руководителя АСИ Евгения Ботки, за 2017 год рынок просел на 2–3%. В следующем году можно ожидать незначительного роста — 3–5%, считает он. Основные виды теплоизоляционных материалов — это минеральная, стеклянная вата, вспененный полистирол и другие. По данным исследовательской компании "Текарт", в общем объеме потребления теплоизоляционных материалов традиционно преобладает каменная вата. Доля этого продукта в 2017 году составляет 52%. Затем идет стекловата с долей в 24%, пенополистиролы с долей в 22%, а также прочие материалы, использование которых увеличивается.

Емкость сегмента продукции из полиэтилена, по оценкам некоторых экспертов, составляет до 10 млрд рублей в год.

"Можно предположить, что сегмент продукции из полиэтилена будет развиваться так же, как и рынок более традиционных и привычных теплоизоляционных материалов", — полагает один из участников рынка. Рост может обеспечить в первую очередь увеличение ремонтных работ в жилых домах и коммерческих зданиях.

По оценке специалистов "Текарт", доля вспененного полиэтилена в потреблении незначительна. Основным драйвером развития рынка теплоизоляции в целом и полистиролов будет строительный рынок. По прогнозам компании, рост рынка теплоизоляции в 2017-2018 годах составит 2,5-5,3%.

Рынок

Основные российские производители изоляционных материалов — это ООО "ПЛП "Полифас", ООО "Изотэк", ООО "Термафлекс", "Пенотерм" и "Энергофлекс". По мнению представителей компании "Изотэк", пока в стране нет предпосылок для появления новых крупных заводов по выпуску вспененного полиэтилена. Тем не менее уже появляются небольшие кустарные производства этой продукции.

"Вспененный полиэтилен — достаточно новый для нашей страны продукт, к которому потребитель пока не привык. Продажи будут расти в первую очередь за счет нового строительства", — отмечают в "Изотэке". Производители также могут конкурировать между собой за счет цены и развития дилерских центров в регионах, считают специалисты.