

# Обзор российского рынка черепицы: прогнозируются позитивные тенденции



**Research.Techart**  
Маркетинговые исследования  
www.research-techart.ru

Статья знакомит с тенденциями, структурой и состоянием разных сегментов отечественного рынка черепицы, а также с ее производителями.

## Металлочерепица: общие сведения

Металлочерепица была изобретена в Финляндии более 50 лет назад и на сегодняшний день является наиболее популярным кровельным материалом по результатам опросов потребителей.

Кровельное покрытие такого типа обладает рядом преимуществ:

- малый вес – до 5 кг;
- высокий срок службы – более 20 лет;
- конкурентоспособная цена – от 200 руб./м<sup>2</sup>.

Состав металлочерепицы довольно прост – это стальной оцинкованный лист со слоем полимера и лака. От характеристик металлической основы, вида покрытия зависит качество и цена такой черепицы. Кроме того, немаловажную роль играет высота профиля волны.

Из многообразия металлочерепичных покрытий выделяется особый элитный вид – композитная черепица. Основой такой черепицы также служит стальной лист, который обрабатывается специальным сплавом алюминия, цинка, кремния и покрывается частицами натурального камня (базальт, сланец). Композитная черепица долговечна, устойчива к механическим воздействиям, царапинам и практически полностью имитирует натуральную черепицу.

## Рынок металлочерепицы

Рост ВВП страны, а также личного располагаемого дохода населения стимулировали увеличение объемов индивидуального строительства и переход потребителей на использование современных кровельных материалов, таких как металлочерепица, гибкая черепица и еврошифер.

Потребление металлочерепицы в 2005-2008 годах увеличивалось в 1,87 раза, достигнув в 2008 г. 112 млн м<sup>2</sup>.

Параметры, влияющие на качественные характеристики металлочерепицы

Параметр	Единица измерения	Качественная металлочерепица	Металлочерепица с невысокими характеристиками
Толщина стального листа	мм	от 0,5	0,4-0,5
Слой цинкового покрытия	г/м <sup>2</sup>	от 220	140-220
Высота профиля волны	мм	от 45	20-45
Вид полимерного покрытия	-	матовый полиэстер, пурал	полиэстер

Однако финансовый кризис негативно сказался на развитии сегмента металлической черепицы, как и всего рынка кровельных материалов в целом. По данным экспертного опроса, проведенного Research.Techart, падение объема рынка металлочерепицы в 2009 г. составило почти 28,5% по сравнению с уровнем 2008 г. Отрицательная динамика наблюдается и с начала 2010 г. При этом стоит отметить, что, несмотря на негативные показатели рынка, позиции металлочерепицы в общем сегменте кровельных материалов из металла продолжают усиливаться: ее доля растет в среднем на 1,2% в год, вытесняя тем самым обычные покрытия из листовой стали.

По мнению экспертов, основную долю потребления металлочерепицы обеспечивает внутреннее производство (95%). Уровень конкуренции на рынке данного вида кровельного материала оценивается как сильный и характеризуется высокой концентрацией участников рынка.

По итогам 2009 г. тройка лидеров российского рынка металлочерепицы сложилась следующим образом: ЗАО «Металл Профиль» (Московская область), ЗАО «СЗ «Электроцит»-СИ» (Самарская область) и ОАО «ММК-Профиль-Москва» (Московская область).

## Внешнеторговые отношения

Объем импорта металлочерепицы занимает около 5% рынка страны, при этом большая часть поставок – это стальные листы для изготовления металлочерепицы, а не готовый к продаже продукт. В 2009 г. основными странами-поставщиками металлочерепицы на российский рынок были Финляндия, Бельгия и Германия, их представляли компании Ruukki (Rautaruukki Corporation), Metrotile, Salzgitter Mannesmann.

Экспортные поставки российских производителей не превышают 1% от объема



Структура рынка металлической кровли России в 2005-2009 годах, %

валового выпуска страны. Отечественные компании поставляют в страны ближнего зарубежья (Казахстан, Азербайджан, Таджикистан и Украину) уже готовую к продаже металлочерепицу. Крупными российскими экспортерами в 2009 г. являлись ЗАО «СЗ «Электроштит»-СИ» (Самарская область) и ЗАО «Металл Профиль» (Московская область).

## Перспективы развития

С каждым годом металлочерепица становится все более массово используемым кровельным покрытием. Потребителей привлекает эстетичный внешний вид такого материала при сохранении всех эксплуатационных свойств металлической кровли.

Эксперты отмечают ярко выраженную сегментацию металлочерепицы на два класса:

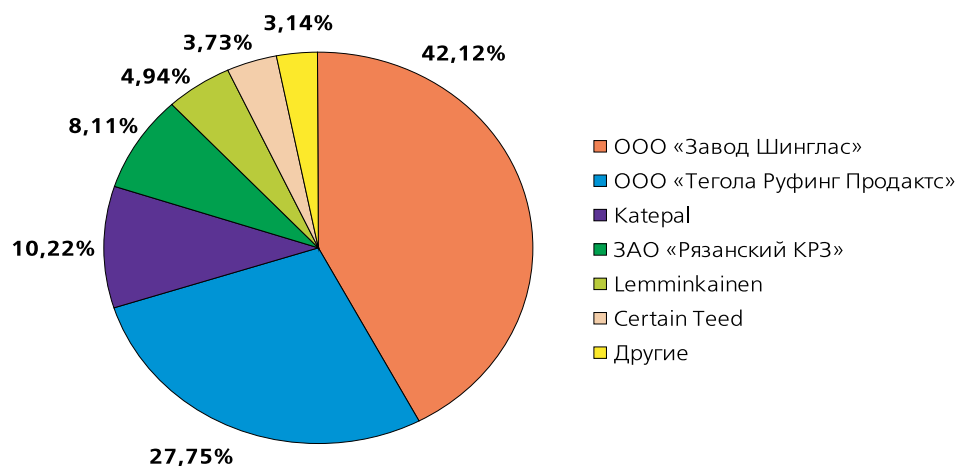
- элитный класс – продукция с высококачественным полимерным покрытием, эксклюзивным рисунком и глубокой антикоррозийной обработкой (Evergreen, Metrotile, Coversys);
- средний класс – доступная по цене металлочерепица, имеющая стандартные эксплуатационные характеристики и полиэфировое покрытие (Grand Line, Андалузия).

Металлочерепица отечественного производства, выпуск которой ориентирован на средний класс, постепенно вытесняет импортную из данного рыночного сегмента. Соответственно, на элитной черепице специализируются зарубежные компании. По прогнозам Research.Techart, с 2012 г. возобновится рост сегмента данной продукции, который будет характеризоваться более высокими темпами, чем в целом по рынку кровельных материалов (до 7% в год). Однако ситуация по-прежнему будет оставаться сложной в связи с высоким уровнем конкуренции.

## Рынок гибкой черепицы

Гибкая черепица, которую называют также мягкой или битумной, стала доступной российскому потребителю сравнительно недавно – около 25 лет назад. В настоящее время на рынке представлен широкий ассортимент такой черепицы с письменной гарантией производителя порядка 15 лет.

Мягкая черепица представляет собой каркас из стекловолокна, пропитанный



Структура российского рынка гибкой черепицы по долям крупных производителей, в % от общего объема в натуральном выражении

битумом. Сверху материал покрывается цветной посыпкой, выполняющей защитную и декоративную функции. Кроме того, каждый производитель включает в состав своей продукции особые компоненты, улучшающие качественные характеристики черепицы или облегчающие ее монтаж. Так, например, финская компания Katerpal разработала рецептуру покрытия специально для эксплуатации в России и странах СНГ (выдерживает температурный диапазон от -45°C до 110°C). При монтаже гибкой черепицы типа Шинглас не требуется клея (кроме экстремальных климатических условий), так как она имеет активную на воздухе самоклеящуюся полосу.

До двухтысячных годов поставки зарубежных компаний полностью формировали рынок битумной черепицы страны. Наиболее известные марки гибкой черепицы стали в русском языке нарицательными. В качестве примеров можно привести Шинглас (Shinglas) от компании Certain Teed (США) и Руфлекс (Ruflex) от фирмы Katerpal (Финляндия).

Ситуация начала меняться с введением в эксплуатацию двух крупных российских предприятий: ООО «Завод Шинглас» (Рязанская область) и ООО «Тегола Руфинг Продактс» (Московская область). На текущий момент на них приходится почти 70% всего рынка страны. Кроме того, выпуск гибкой черепицы низкой ценовой категории налажен на ЗАО «Рязанский КРЗ» и еще нескольких отечественных заводах, специализирующихся на производстве мягкой кровли.

До финансового кризиса внутреннее производство гибкой черепицы в стране росло в среднем на 44,97% в год, а рынок в целом – на 28%. В 2009 г. объем российского рынка гибкой чере-

пицы снизился по сравнению с 2008 г. на 14,59%. Стоит отметить, что этот сегмент пострадал менее всего в результате общего снижения потребления кровельных материалов для скатных крыш. Что касается внешней торговли, то объемы импорта и экспорта мягкой битумной черепицы в натуральном выражении практически равны (около 12,7% от общего объема рынка).

В 2009 г. более 88% от общего объема импорта мягкой черепицы приходилось на Финляндию, 5,79% – на США, незначительные поставки осуществлялись из Италии, Украины, Бельгии и ряда других стран. Крупнейшими зарубежными поставщиками данного типа кровельного покрытия в 2009 г. являлись Katerpal (Финляндия), Lemminkainen (бренд Kerabit, Финляндия) и Certain Teed (США). Объем российского экспорта гибкой черепицы ежегодно увеличивается, финансовый кризис не оказал серьезного влияния на общую тенденцию (темпы роста снизились с 25% до 5% в год).

Главными импортерами битумной черепицы российского производства в 2009 г. являлись Украина, Казахстан и Молдавия. Именно в эти и ряд других стран СНГ и Восточной Европы отправляли свою продукцию ООО «Завод Шинглас» (Рязанская область) и ООО «Тегола Руфинг Продактс» (Московская область), в совокупности обеспечившие более 99% российских экспортных поставок.

Гибкая черепица является одним из наиболее перспективных сегментов российского рынка кровельных материалов. По прогнозам Research.Techart, рост объемов потребления битумной черепицы возобновится с 2012 г. и составит в среднем до 10% в год.