



Ассоциация торговых компаний  
и производителей  
электроинструмента

**РАТЛЭ**

# **НОВОСТИ И СТАТЬИ ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

**№1/2011**

## СОДЕРЖАНИЕ

- Репортаж о 5-й международной специализированной выставке инструментов и оборудования для садов и парков Gardentool - 2011 (1-4 марта 2011 года, Москва, «Экспоцентр»)..... стр. 5**  
*Master-forum.ru, март 2011*  
С 1 по 4 марта 2011 года в выставочном комплексе «Экспоцентр» прошла 5-я международная специализированная выставка инструментов и оборудования для садов и парков – Gardentool.
- Компания «Интерскол» - партнер проекта «Марс-500». «Марсианский камень» не выдержал напора инструмента «Интерскол»..... стр. 8**  
*Master-forum.ru, март 2011*  
Люди в скафандрах взяли пробы, пробуриив скальную породу при помощи ударной аккумуляторной дрели-шуруповерта ДАУ-13/18ЭР и аккумуляторного перфоратора ПА-10/14,4ЭР.
- Hitachi выводит на рынок бензиновые газонокосилки..... стр. 10**  
*Master-forum.ru, март 2011*  
Компания Hitachi выводит бензиновые косилки.
- Строители в совершенстве осваивают электроинструмент..... стр. 11**  
[www.interskol.ru](http://www.interskol.ru), февраль 2011  
При участии компании «Интерскол» в Московском государственном строительном университете (МГСУ) создана кафедра малой механизации строительства. Новое подразделение действует на базе Центра корпоративного строительного образования, при поддержке РАТПЭ (ассоциации торговых компаний и производителей электроинструмента и средств малой механизации).
- Реклама инструментов из Воронежа от компании «Энкор» взломала стену и стала достижением российского креатива..... стр. 12**  
[www.enkor.ru](http://www.enkor.ru), март 2011 год  
Сайт AdMe, являющийся авторитетным электронным изданием в области рекламы, опубликовал лучшие работы за 2010 год. В номинацию лучшая наружная реклама вошла рекламная конструкция «Электроинструмент Энкор», которая установленная на здании магазина «Энкор Оборудование» в городе Воронеже по улице Текстильщиков.
- Новый директор компании Viking..... стр. 15**  
*Master-forum.ru, март 2011*  
С апреля 2011 г. Петер Преч полностью примет на себя руководство компанией Viking. Ему 50 лет, более 20 лет он проработал в головном концерне Stihl в Вайблингене, где в последнее время руководил производственным отделением «Технологии и здания».
- Боксер-супертяжеловес Николай Валуев станет лицом новой рекламной кампании «Интерскол»..... стр. 17**  
[www.interskol.ru](http://www.interskol.ru), февраль 2011  
Компания [«Интерскол»](http://www.interskol.ru) подписала контракт с известным боксером-супертяжеловесом, экс-чемпионом мира Николаем Валуевым на совместную работу по продвижению бренда.

- Пила мирового масштаба.....** **стр. 18**  
*Секрет фирмы, январь, 2011*  
 Российский производитель дрелей и лобзиков "Интерскол", купив заводы в Италии и Испании, выбился в технологические лидеры.
- Bosch усиливает позиции в Краснодарском крае.....** **стр. 21**  
*"ПромIndustry. Россия промышленная.", 25.01.2011*  
 Bosch развивает деятельность в Краснодарском крае, стратегически важном регионе России. Компания расширяет ассортимент продуктов и услуг во всех направлениях бизнеса: электроинструментах, термотехнике, солнечной энергетике, системах безопасности и связи, системах автоматизации.
- Bosch начинает серийный выпуск приводов eBike для различных типов велосипедов.....** **стр. 23**  
*[Портал машиностроения](#), 28.01.2011 10:35*  
 Завод Bosch в г. Мондвиль (Франция) начал серийное производство привода eBike, поставки которого производителям велосипедов начнутся в феврале этого года.
- В Германии начато производство промышленных пылесосов «Интерскол»..** **стр. 25**  
*[www.interskol.ru](http://www.interskol.ru), 19.01.2011*  
 Производимые в Райхенбахе, пригороде Штуттгарта (Германия), промышленные пылесосы ПУ-45, ПУ-32 и ПУ-20 – совместная разработка инженеров компаний «Интерскол» и Starmix – теперь широко доступны российским мастерам.
- Пятое поколение бензопил Husqvarna - прикоснись к будущему!.....** **стр. 26**  
*Press-Release.Ru, 27.01.2011*  
 В 2011 году Husqvarna с гордостью представляет новое поколение бензопил и модель Husqvarna 570, являющуюся инновационной разработкой Husqvarna!
- Dremel Trio: режьте, шлифуйте, фрезеруйте!.....** **стр. 28**  
*[www.master-forum.ru](http://www.master-forum.ru), январь 2011*  
 Марка Dremel вывела на рынок новый компактный и легкий, но в то же время мощный инструмент «3 в 1» с круговой (360°) технологией резки и функцией засверливания — Dremel Trio.
- Ритейлер на все руки.....** **стр. 30**  
*Арсин, 25.01.2011*  
 OBI может открыть в Прикамье свой гипермаркет. Немецкая торговая сеть товаров для дома и ремонта OBI приступила к поиску площадки для строительства в Перми своего гипермаркета.
- Первый гипермаркет Castorama откроется в Екатеринбурге в этом году.....** **стр. 31**  
*РИА Новости – Недвижимость, 03.02.2011*  
 Власти Свердловской области и руководство компании Castorama Rus (входит в британскую группу компаний Kingfisher) договорились о строительстве в Екатеринбурге двух гипермаркетов товаров для ремонта и дома в формате "сделай сам" Castorama.

- «Метрика» попробует себя на рынке Черноземья..... стр. 32**  
*Коммерсантъ (Воронеж), 20.01.2011*  
 Петербургская DIY-сеть «Метрика» начинает активную экспансию в Черноземье
- «Леруа Мерлен» открылся в Химках ..... стр. 33**  
*Arendator.Ru (Новости рынка недвижимости), 09.02.2011*  
 9 февраля в Химках открылся «Леруа Мерлен». Это первый гипермаркет сети «Леруа Мерлен», который будет работать 24 часа в сутки без выходных.
- Castorama меняет формат гипермаркетов в России..... стр. 34**  
*Новости и технологии торгового бизнеса (TorgRus.com), 21.01.2011*  
 Международная торговая сеть Castorama планирует строить объекты площадью не по 12-15 тыс.кв.м., как сейчас, а по 5-6 тыс.кв.м
- "Метрику" протянут с севера на юг..... стр. 35**  
*"Retail.Ru. - Новости.", 17.01.2011*  
 DIY-сеть "Метрика", управляющая 30 строительными гипермаркетами и супермаркетами на Северо-Западе, становится федеральной. В этом году новые магазины сети появятся в Центральном и Южном федеральных округах.
- Американские DIY разговаривают с покупателями..... стр. 37**  
*"Retail.Ru - Мастер-класс.", 14.02.2011*  
 В США все еще заметно влияние кризиса на магазины. По сравнению с некоторыми европейскими странами, в Америке не открывают новых, красивых магазинов. Здесь улучшают уже работающие точки и основное внимание уделяют работе с покупателями. А также на первое место выходят графика и визуальные коммуникации в магазине. У сетей блестяще получается «говорить с покупателями»!
- DIY сеть «Стройландия» не планирует выходить за пределы Поволжского федерального округа (ПФО)..... стр. 40**  
*Oren.Ru - Новости оренбургского региона, 29.01.2011*  
 В 2011 году одна из крупнейших в ПФО сетей гипермаркетов товаров для строительства и ремонта "Стройландия" планирует открыть 3 новых гипермаркета. Компания рассматривает торговые помещения исключительно в пределах региона.
- Строительство ума палаты..... стр. 41**  
*Журнал «Эксперт Урал», 26.01.2011*  
 Рынок коммерческой недвижимости ожил: вакантных качественных площадей минимум, и девелоперы осмеливаются заявлять новые проекты. Однако крупных федеральных и иностранных и российских инвесторов по-прежнему нет. Для их появления нужны четкие правила игры. // Сергей Ермак, Журнал «Эксперт Урал» №3 (450) от 24 января 2011 года

## **Репортаж о 5-й международной специализированной выставке инструментов и оборудования для садов и парков Gardentool - 2011 (1-4 марта 2011 года, Москва, «Экспоцентр»)**

*Master-forum.ru, март 2011*

С 1 по 4 марта 2011 года в выставочном комплексе «Экспоцентр» прошла 5-я международная специализированная выставка инструментов и оборудования для садов и парков – Gardentool. Сайт выставки: [www.gardentool.ru](http://www.gardentool.ru). Организатор: «Евроэкспо». Спонсор регистрации: Briggs&Stratton

Общая площадь выставки составила более 5 000 кв.м. Список участников Gardentool-2011 смотрите на официальном сайте по ссылке: [www.gardentool.ru/about/uch.php](http://www.gardentool.ru/about/uch.php).

В выставке Gardentool-2011 приняли участие более 100 компаний из России, Украины, Тайваня, Китая, Германии, Белоруссии, Польши и других стран. Свои стенды представили ведущие производители и поставщики садово-паркового инструмента, техники и оборудования. Среди них такие лидеры рынка, как: «ЛИТ Трейдинг», «Интерскол», «Центроинструмент», «Керхер», «Нева-Центр», «Иатек», Briggs&Stratton и другие.

Gardentool - знаковое мероприятие для отрасли, которое отражает реальное состояние и тенденции рынка, является эффективным коммуникативным и маркетинговым инструментом, направленным не только на прямые продажи, но и на продвижение торговых марок и технологий на потребительские рынки страны. Выставка дает возможность на единой площадке познакомиться с производителями и поставщиками, изучить все предложения, получить представление о состоянии рынка и наиболее выгодные предложения по поставкам и сервису, найти новые пути развития бизнеса для оптовиков и розничных магазинов.

Посетители выставки – оптовые покупатели и дилеры, садово-парковые хозяйства, специализированные магазины садового оборудования, ландшафтные дизайнеры, представители коммунальных служб, строительные компании и конечные потребители.

**ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ** (этот раздел находится на стадии сбора отзывов, если Вас интересуют мнения других участников выставки, рекомендуем Вам посмотреть этот репортаж попозже - мы его планируем дополнить)



**«ЛИТ Трейдинг» (Elitech, Makita, Ryobi, Stiga, Black&Decker, Marina , Britech)**  
Сайты: [www.lit-tools.ru](http://www.lit-tools.ru), [www.elitech-tools.ru](http://www.elitech-tools.ru)

Алексей Орлов (на фото слева), исполнительный директор направления «Инструменты» компании «ЛИТ Трейдинг», и Сергей Батурич (на фото справа), бренд-менеджером Elitech

**С.Б.** В первую очередь отмечу оригинальную экспозицию нашей компании в этом году. Стенд оформлен в виде футбольного поля, на котором соревнуются две «команды» в фирменных маечках и шарфиках Elitech и Makita.

Впечатление от Gardentool в целом – выставка менее масштабная по количеству участников и посетителей, чем хотелось бы. Несмотря на это, многие наши клиенты, в том числе региональные, все-таки приехали, чтобы пообщаться.

**А.О.** Участвовать или нет в выставке, мы думали до последнего момента. Грустно, что организаторы подняли цены – считаем этот шаг неправильным, так как на участие в Gardentool нет ажиотажного спроса (как говорится, очередь из желающих не стоит). В случае предоставления хорошей скидки площадь нашего стенда могла бы быть существенно больше, но после повышения цен решили сэкономить и ограничиться относительно небольшим стендом.

Мы считаем, что весенняя выставка нужна российскому рынку, но судя по количеству участников, пока что-то не складывается: в отличие от MITECH, единого порыва выставляться на Gardentool у компаний не возникло. В результате экспозиция этого года получилась небольшой. Наше решение по Gardentool-2011 было положительным, так как ради 10-15 полезных переговоров имеет смысл участвовать в выставке, ведь есть серьезные партнеры, с которыми удастся встретиться только в таком формате. Считаю, что в целом для нас Gardentool-2011 прошел удачно.



**"Интерскол"**

Сайт: [www.interskol.ru](http://www.interskol.ru)

Сергей Немков, бизнес-тренер

**Ваша компания впервые участвовала на выставке Gardentool? Ваше мнение о выставке?**

Наша компания далеко не в первый раз участвует в выставке «Гардентул», правда, полноценный выход на этот рынок состоялся три года назад, а до этого был небольшой дебют - пара наименований бензопил.

Выставка в этом 2011-м году была очень компактная и уместилась всего в двух павильонах одного зала. В прошлом 2010-м году она была больше, на что есть свои причины, о которых я расскажу ниже.

**Ваше мнение о состоянии сегмента рынка, в котором работает Ваша компания. Вернулся ли он на докризисный уровень?**

Ситуация с садовой техникой получилась более чем интересная, в 2009 году. Пересчитав объем рынка на кризисной основе, практически все производители сократили поставку садовой техники примерно на 40 %. Но оказывается, что пострадавшие от кризиса

потребители решили «пересидеть» кризис на дачах и спрос практически не изменился по сравнению с сезоном 2008 года. В результате возникшего 40 % дефицита многие компании сделали неверные выводы о емкости рынка 2010 года (всплеск активности на выставке «Гардентул-2010»), что привело к его затовариванию – часть производителей вынуждена была зимовать со своей садовкой. Сегодняшний год - продолжение переходного процесса, поэтому скорее всего он будет ознаменован слабо выраженным дефицитом - что вызвано отсевом из поставщиков садовой техники небольших фирм, решивших подзаработать на локальном дефиците..

**Какие новинки Ваша компания представила на Gardentool-2011?**

В этом году ожидается обновление линейки бензопил, появятся новые, более привлекательные для отечественного рынка модели. Остальная садовая техника, уже зарекомендовавшая себя, как надежная и устойчивая в работе - останется. Расширится и сделается более системной линейка оснастки.

По традиции на «Гардентул» мы выставили часть инструментальной линейки, имеющей отношение к работам, выполняемым на садовых участках и в загородных домах. Акцент был сделан на столярку - новинки из линеек торцовочных пил и фрезеров (в частности те, что не успели к МПТЕХ-2010). Интерес к этой части экспозиции был проявлен весьма большой, как среди дилеров, так и среди конечных потребителей.

## **Компания «Интерскол» - партнер проекта «Марс-500». «Марсианский камень» не выдержал напора инструмента «Интерскол»**

**Master-forum.ru, март 2011**

Инструмент компании «Интерскол» помогает успешно покорять иные миры. Пока, правда, в ходе тренировочного международного космического эксперимента «Марс-500». Но не за горами время, когда с помощью специального инструмента и на «Красной планете», и на других небесных телах будут возводить конструкции научно-исследовательских станций.

22 февраля в 13.00 космонавт-исследователь из России Александр Смолеевский и итальянец Диего Урбина зачерпнули совком верхний слой грунта и поместили образцы в капсулу, которую заключили в специальный контейнер. Со скалой пришлось повозиться, но «марсианский камень» не выдержал напора инструмента, поставленного компанией «Интерскол». Люди в скафандрах взяли пробы, пробуравив скальную породу при помощи ударной аккумуляторной дрели-шуруповерта ДАУ-13/18ЭР и аккумуляторного перфоратора ПА-10/14,4ЭР.



Так в 13.00 по московскому времени состоялся третий, заключительный выход участников международного эксперимента «Марс-500» на полигон, имитирующий поверхность Красной планеты. После двух предыдущих выходов, проведённых 14 и 18 февраля, «наружи» оставалось только провести заборы грунта и образцов скальных пород.

В подмосковном Центре управления полетами журналисты наблюдали за трансляцией репортажа о «тружениках космоса» с «марсианского» комплекса, смонтированного на площадях Института медико-биологических проблем РАН. Кроме имитации марсианского грунта и ландшафта, он включает экспериментальный, жилой и посадочный модули, кладовую и мини-оранжерею. После завершения программы пребывания на Марсе на 1 марта было намечено «задраивание люков» и 240-суточное «возвращение на Землю».

«Космический проект» является для компании «Интерскол» особо важным, поскольку требует широкого использования инновационных разработок. Не случайно среди сотрудников компании – конструкторы отечественного космического инструмента, результаты деятельности которых в 1970-е годы были удостоены Государственной премии СССР.

#### **СПРАВКА**

Проект «Марс-500» стартовал 3 июня 2010 года: шесть добровольцев на 520 суток задраили люки наземного имитатора марсианского космического корабля. Эксперимент состоит из трех основных этапов: 250-суточный "перелет" с Земли на Марс, пребывание на его поверхности и 240-суточное возвращение.

Официальный сайт проекта «Марс-500»: [mars500.imbp.ru/gallery/520\\_mars\\_landing.html](http://mars500.imbp.ru/gallery/520_mars_landing.html)

## Hitachi выводит на рынок бензиновые газонокосилки Master-forum.ru, март 2011

**ГАЗОКОСИЛКИ**  
Несамостоятельные **ML160E** и **ML160EA**  
Самостоятельные **ML160EB** и **ML190E**

**HITACHI**  
Inspire the Next

- Сделаны в Италии!
- Двигатель Briggs&Stratton
- Стальной корпус из качественной стали
- Большой диапазон регулировки высоты реза
- Легкая очистка (наличие промывного канала)
- Дека шире колесной базы (нет необходимости докашивать триммером)




Модель	ML 160E	ML 160EA	ML 160EB	ML 190E
Двигатель	Briggs&Stratton 5.0	Briggs&Stratton 5.0	Briggs&Stratton 5.0	Briggs&Stratton 5.0
Скорость движения	178 см/ч	178 см/ч	178 см/ч	178 см/ч
Ширина косилочной дека	51,8 см	51,8 см	51,8 см	51,8 см
Ширина колесной базы	51,8 см	51,8 см	51,8 см	51,8 см
Скорость	400 см/ч	400 см/ч	400 см/ч	400 см/ч
Скорость отключения	400 см/ч	400 см/ч	400 см/ч	400 см/ч
Высота регулируемая реза	24-75 мм	24-75 мм	24-75 мм	24-75 мм
Высота отреза при работе	25,5 см	25,5 см	25,5 см	25,5 см
Угол наклона	45°	45°	45°	45°
Скорость вращения	3000 об/мин	3000 об/мин	3000 об/мин	3000 об/мин
Скорость реза	18 м/ч	18 м/ч	18 м/ч	18 м/ч

Hitachi Power Tools Netherlands B.V. - Москва Branch  
119023, Москва, Косыгина улица 20  
Тел: +7-495-127-44-00, факс: +7-495-127-44-01, E-mail: info@hitachi.ru

Компания Hitachi выводит бензиновые косилки. Модельный ряд представлен несамостоятельными моделями ML160E и ML160EA, самостоятельными моделями ML160EB и ML190E.

Отличительные особенности новинок:

- сделаны в Италии,
- двигатель Briggs&Stratton,
- стальной корпус из качественной стали,
- большой диапазон регулировки высоты реза,
- легкая очистка (наличие промывного канала),
- дека шире колесной базы (нет необходимости докашивать триммером).

## Строители в совершенстве освоят электроинструмент

[www.interskol.ru](http://www.interskol.ru), февраль 2011

При участии компании «Интерскол» в Московском государственном строительном университете (МГСУ) создана кафедра малой механизации строительства. Новое подразделение действует на базе Центра корпоративного строительного образования при поддержке РАТПЭ (ассоциации торговых компаний и производителей электроинструмента и средств малой механизации).

Решение о создании новой кафедры было принято Учёным советом МГСУ 25 января. Возглавил новую кафедру профессор, кандидат технических наук А.Н. Дроздов (на снимке слева), соруководителями стали Б.Г. Гольдштейн – президент РАТПЭ (в середине) и В.В. Лотин – член Совета директоров ЗАО «Интерскол» (справа). Новое подразделение вуза разместится в здании «большого МИСИ» – на Ярославском шоссе, дом 26.



Профиль кафедры – подготовка специалистов в области разработки, производства, сервисного обслуживания и использования средств малой механизации в строительстве. Преподаватели будут вести как обучение студентов-старшекурсников, так и повышение квалификации инженерно-технического и управленческого персонала строительных организаций, занятых в проектировании, производстве, реализации и использовании инструмента и средств малой механизации.

Среди форм обучения лекции и семинары, лабораторные и практические занятия. Учебной базой служат собственные подразделения: полигон – профессиональная площадка сравнительных испытаний механизированного инструмента, исследовательская лаборатория, сервисный центр, производства и конструкторские подразделения компании «Интерскол». Специалисты кафедры будут проводить научно-исследовательские и опытно-изыскательские работы, участвовать в нормотворческой и регламентирующей деятельности совместно с научно-исследовательскими организациями, техническими комитетами и профессиональными союзами.

Таким образом, как пояснил глава новой кафедры профессор А.Н. Дроздов, в системе высшего образования возрождается обучение строителей средствам малой механизации, ручным и строительно-отделочным машинам, применяемым в строительстве. Такие дисциплины преподавались в МИСИ (прежнее название МГСУ) с 1974 до начала 1990-х годов. Этот безусловно позитивный процесс стал возможен благодаря организационной и финансовой поддержке компании «Интерскол».

## Реклама инструментов из Воронежа от компании «Энкор» взломала стену и стала достижением российского креатива

[www.enkor.ru](http://www.enkor.ru), март 2011 год

Сайт AdMe, являющийся авторитетным электронным изданием в области рекламы, опубликовал лучшие работы за 2010 год. Смотрите этот рейтинг по ссылке: <http://2010.adme.ru/russia/>. В номинацию лучшая наружная реклама вошла рекламная конструкция «Электроинструмент Энкор», которая установленная на здании магазина «Энкор Оборудование» в городе Воронеже по улице Текстильщиков.

Как рассказали в компании «Энкор», кроме основной функции рекламы — привлечь внимание к магазину, ставилась задача закрыть не совсем красивую стену.





Дизайн и идея была придумана в рекламном отделе компании.

Идея – Стежко Максим

Дизайн — Лебедева Наталья

Фотограф, дизайн — Грибцова Татьяна

Воплощение модели в масштабе – Стежко Максим и Баркалов Александр

Изготовитель – Рекламно производственная компания ЗНАК директор Корякин Николай



Для реализации изначально был сделан макет в масштабе 1:8. На нем был подобран оптимальный сектор и угол наклона «зубила», чтобы рекламная конструкция одинаково хорошо смотрелась с разных ракурсов с сохранением визуального эффекта.

В пространство вмонтирована объемная конструкция, создающая эффект разлома стены, и отдельно торчащего из него зубила, все остальное затянуто баннером.

## Новый директор компании Viking

Master-forum.ru, март 2011



После того как Николас Штиль 31 марта 2011 г. покинет пост директора Viking, руководство компанией по производству садовой техники в Лангкамфене с начала 2011 г. перейдет к его преемнику Петеру Пречу. Николас Штиль, внук основателя фирмы Stihl и директор компании Viking с 1993 года, с апреля 2011 г. переходит в головной концерн Stihl в Вайблингене (Германия), чтобы подготовиться к работе в качестве председателя наблюдательного совета Группы компаний Stihl.

С апреля 2011 г. Петер Преч полностью примет на себя руководство компанией Viking. Ему 50 лет, более 20 лет он проработал в головном концерне Stihl в Вайблингене, где в последнее время руководил производственным отделением «Технологии и здания».

На протяжении последних 17 лет компания Viking под руководством Николаса Штиля развивалась очень позитивно. Число сотрудников выросло с 67 в 1993 году почти до 300 в настоящее время, а оборот увеличился почти в пять раз: с 21 млн. € (1993 г.) до 106 млн. € (2009 г.). Предприятию концерна Stihl удалось довести долю собственного капитала в последнее время до 65 %, тем самым еще больше укрепив свою финансовую структуру.

Viking выпускает и продает газонокосилки, роботы-газонокосилки, тракторы для газонов, садовые измельчители, культиваторы и аэраторы исключительно через специализированные центры. Компания, специализирующаяся на садовой технике, доля экспорта которой составляет около 98%, представлена примерно в 60 странах, причем основным рынком сбыта является Европа. В Лангкамфене с недавнего времени стало расширяться также производство продукции Stihl, в частности, там выпускаются аккумуляторные устройства Stihl, такие как аккумуляторные мотопилы или аккумуляторные садовые ножницы.



**Фото 1.** «Передача ключа от трактора для газонов» в компании Viking: Петер Преч (слева) принимает руководство от Николаса Штиля, который с апреля 2011 года займет должность председателя наблюдательного совета Группы компаний Stihl.



**Фото 2. За особые заслуги в экономическом развитии Тироля Николас Штиль (2-й слева), много лет возглавлявший компанию Viking, недавно был награжден почетным дипломом торговой палаты Тироля. Глава отраслевой группы торговой палаты Тироля Освальд Волькенштайн (3-й слева) вручил диплом в присутствии Бруно Астляйтнера (справа) и Антона Ридера (слева).**

## Боксер-супертяжеловес Николай Валуев станет лицом новой рекламной кампании «Интерскол»

[www.interskol.ru](http://www.interskol.ru), февраль 2011



Компания [«Интерскол»](http://www.interskol.ru) подписала контракт с известным боксером-супертяжеловесом, экс-чемпионом мира Николаем Валуевым на совместную работу по продвижению бренда.

Спортсмен был приглашен в качестве главного лица компании в виду того, что своими руками он не только умеет завоевывать победу на ринге, но и делать мужскую работу по дому. У Николая есть своя мастерская, на полках которой разместились широкая линейка инструмента «Интерскол».

**На фото:** Николай Валуев с руководителем отдела рекламы компании «Интерскол» Натальей Макаровой

# Пила мирового масштаба

СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА / Экспансия

## Секрет фирмы, 02.01.2011

Российский производитель дрелей и лобзиков "Интерскол", купив заводы в Италии и Испании, выбился в технологические лидеры.

Текст: Юлиана Петрова

В итальянском городке Феррара на месте завода Felisatti, знаменитого на всю Европу своим профессиональным инструментом для деревообработки, ныне блестит витринами торговый центр. Предприятие, выпускавшее продукцию на 50 млн евро в год, в кризис разорилось, а его оборудование переехало на Быковский электроинструментальный завод (БЭЗ) в Подмоскowie. Здесь же трудятся теперь итальянские специалисты.

В 2009 году завод Felisatti, его оборудование, патенты, запасы комплектующих и полуфабрикатов были куплены российским производителем ручного инструмента ЗАО "Интерскол" всего за 2,7 млн евро -- десятую часть докризисной стоимости. Спустя год "Интерскол" приобрел за 3,5 млн евро 51% еще одного нишевого лидера -- компанию Talleres Casals Herramientas. Ей принадлежит производство дорогих профессиональных перфораторов (бренд Freud) в испанском городе Риполь.

Производитель простых бытовых дрелей, шуруповертов и лобзиков должен превратиться в универсальную компанию, выпускающую под брэндом Interskol не только бытовую, но и профессиональную технику, наподобие мировых гигантов **Bosch, Makita, Hilti, Metabo** или Black & Decker. Кризис помог "Интерсколу" приблизиться к этой цели.

Не то чтобы в кризис на "Интерскол" вдруг пролился золотой дождь, но положение компании оказалось лучше, чем у конкурентов. В 2009 году продажи "Интерскола" в натуральном выражении сократились на 25,6% на фоне 37-процентного падения российского рынка электроинструмента. То же самое повторилось в 2010-м: продажи компании выросли по сравнению с кризисным 2008 годом, хотя рынок в целом просел на 10%.

Причина сравнительного благополучия "Интерскола" в удачном ценообразовании. Что лучше -- продать 10 дорогих перфораторов с наценкой 200% или 100 более дешевых на ту же сумму с наценкой 20%? Для председателя совета директоров «Интерскол» Сергея Назарова ответ на этот вопрос всегда был очевиден: лучше продавать более дешево, но много. Потому что только массовые объемы обеспечивают большую выручку, присутствие на полках, а значит, и весомую долю рынка. Пусть даже ради этого приходится жертвовать маржей. Так, валовая рентабельность у "Интерскола" составляет 22-25% против 70-80% у европейских брэндов.

Продукция "Интерскола" занимает среднюю нишу между дешевым некачественным китайским инструментом и мировыми брэндами, говорит Константин Симонов, совладелец компании "Комп инрус" (крупный дилер "Интерскола").

Именно благодаря такому подходу компания стала крупнейшим производителем ручного электроинструмента в России, ее выручка в докризисном 2008 году составила 3,2 млрд руб. (объем выпуска -- 2,7 млн изделий). Доля на рынке в натуральном

выражении, по данным Российской ассоциации торговых организаций и производителей электроинструмента (РАТПЭ), в 2008-м достигла 14%. У ближайшего конкурента -- японской **Makita** -- было 11%.

Правда, тренд на понижение, как водится, уловили и конкуренты. Чтобы сохранить ценовое преимущество, "**Интерсколу**" пришлось серьезно реорганизовать бизнес.

Сделано в КНР

На главной странице сайта Interskol.ru симпатичная девушка в кожаном бюстгальтере и шортиках сжимает в руках массивную дрель. "Компания всегда ориентировалась на массовых потребителей -- мастеров, бригады строителей и столяров,-- объясняет директор по развитию ЗАО "**Интерскол**" Владимир Скитяев,-- а им такая реклама нравится".

"**Интерскол**" был основан в начале 1990-х и до 2003 года размещал небольшие заказы на Ижевском механическом заводе. Затем он купил производственную площадку у компании "Логика", построил там БЭЗ. В 2009 году Сергей Назаров перевел производство с этой площадки в Китай. Выпускать дрели и пилы там оказалось на 15-20% дешевле, чем в России.

Делать инструмент взялась компания Crown Power Tools, принадлежащая китайскому предпринимателю Стивену Шу. Ранее она поставляла двигатели для инструмента "**Интерскола**".

"**Интерскол**" взял на себя подготовку производства, привез в Китай своих инженеров, оплатил изготовление пресс-форм для деталей, и Стивен Шу предложил совместно создать новый завод. Построили и оснастили его всего за три месяца и \$10 млн. По словам Назарова, в России аналогичный проект стоил бы значительно больше из-за цен на землю и на подключение инженерных коммуникаций. Так в начале 2009 года появилось СП Interskol Crown Group (ICG) в городе Цзиньхуа.

Чуть позже "**Интерскол**" создал с другим партнером второе СП -- Shanghai Interskol Manufacturing в Шанхае, которое делает аккумуляторные дрели. Сегодня оба этих завода производят всю массовую номенклатуру "**Интерскола**" и обеспечивают компании 40% ассортимента (49 наименований из 108) и 60% объема выпуска в натуральном выражении.

Атака на себестоимость

С переводом производства в Китай старые станки БЭЗ были сданы в утиль. Однако вскоре их место заняло оборудование Felisatti. "Семья Фелисатти накануне кризиса купила новое оборудование: одна машина заменяет целый цех,-- говорит Сергей Назаров.-- У меня глаза загорелись. Я такого никогда в жизни не видел". Из Италии пригнали 56 фур с "железом", больше тысячи тонн. Вывезли все, кроме столов и стульев.

Торцовочная пила -- сложное изделие, которое собирается из ста комплектующих. Раньше их поставляли 80 итальянских компаний. Самые сложные узлы (прежде всего двигатели) "**Интерскол**" покупает на Апеннинском полуострове. Они дорогие, но их пока нечем заменить. Хотя инженеры завода в Цзиньхуа уже разработали модели двигателей для самых простых пил Felisatti -- опытные образцы проходят испытания. А вот алюминиевое литье, пластмассу, болты, шурупы и пружины "**Интерскол**" стал закупать в России. Результат -- себестоимость снизилась на 50%.

Для сбыта новой испано-итальянской продукции потребовались и новые каналы дистрибуции. Выстроить их оказалось труднее, чем обуздать себестоимость.

Рынок не просит

Проблема в том, что после европейских сделок ассортимент компании увеличился на 35 позиций, а дилеры привыкли работать с ходовым товаром. Они предпочитают перфораторы или шлифовальные машины, которые продаются десятками тысяч в месяц, новым ламельным фрезерам и торцовочным пилам, счет которым идет на сотни. Дилеры обычно берут 15-20 наименований и не могут выставить весь модельный ряд "**Интерскола**" на полки.

Обнаружив, что треть ассортимента плохо вписывается в имеющиеся каналы дистрибуции, "**Интерскол**" начал переговоры со специализированной розницей. В 2009 году продукция компании появилась в гипермаркетах "**Леруа Мерлен**", **ОБИ** и **Castorama**.

Параллельно Сергей Назаров запустил сеть мультибрендовых супермаркетов **Machine Store** (сейчас их девять -- в Москве, Краснодаре, Новосибирске и других городах России). Доля продукции "**Интерскола**" в ассортименте **Machine Store** ограничена 10-15% -- иначе сеть перестанет быть мультибрендовой и эффективной.

Директор по продажам представительства **Makita** в России Алексей Лошкарев считает, что наличие хайтека в ассортименте "**Интерскола**" стимулирует спрос на традиционные изделия: "Когда ты сделал что-то, благодаря чему люди в тебя поверили, подтягивается сбыт остального ассортимента".

Но хоть репутация "**Интерскола**" и крепнет, итальянские и испанские новинки принесли ему в 2010 году лишь 10% выручки. И вряд ли доля хайтека сильно вырастет, признают в компании: сегмент невелик и оккупирован мировыми брендами.

"Просунуть профессиональную технику в массовый канал сбыта можно только со временем. "**Интерсколу**" придется запастись терпением или ограничить ассортимент,-- говорит Алексей Лошкарев и ссылается на собственный опыт.-- Из мирового каталога **Makita** в России мы продаем 15%, потому что рынок не просит".

Совместное предприятие

Российский рынок не просит? "**Интерскол**" уже нашел место, где у сбыта профессиональной техники "**Интерскола**" нет таких ограничений,-- Китай.

В конце 2010-го Назаров затеял грандиозный проект -- совместно со Стивеном Шу продавать профессиональный инструмент "**Интерскола**" в Китае, а потом и на Ближнем Востоке. Партнеры планируют в среднесрочной перспективе создать сеть из 1 тыс. магазинов, подобных **Machine Store** в России. Отрылись пока 10.

Главное препятствие в том, что профессиональный ассортимент "**Интерскола**" в Китае не выпускается, а ввозить готовую технику в Китай слишком накладно. Компания собирается организовать в Китае сборку инструмента -- простые материалы закупать на месте, а сложные комплектующие ввозить из России и Испании. Если проект удастся, сложный инструмент из способа улучшить репутацию может превратиться в главный генератор выручки "**Интерскола**".

## **Bosch усиливает позиции в Краснодарском крае**

**"ПромIndustry. Россия промышленная.", 25.01.2011**

**Bosch** развивает деятельность в Краснодарском крае, стратегически важном регионе России. Компания расширяет ассортимент продуктов и услуг во всех направлениях бизнеса: **электроинструментах**, термотехнике, солнечной энергетике, системах безопасности и связи, системах автоматизации.

Основное внимание планируется уделить строительной индустрии, которая на сегодняшний день играет ключевую роль в экономике края. В частности, **Bosch** намерена предложить специальные программы и услуги для компаний-партнеров «Сочи-2014» и всех, кто участвует в подготовке грядущей Олимпиады. Один из ведущих мировых производителей промышленного оборудования, Группа **Bosch** обладает профессиональными навыками и весомым опытом в этой области и является надежным партнером для профессионалов строительной отрасли, инженеров и разработчиков.

### **Электроинструменты и оснастка**

На сегодняшний день **Bosch** выпускает комплексный ассортимент ручных электроинструментов для сверления, разрушения бетона, шлифования, металлообработки, включая беспроводные модели с литий-ионными аккумуляторами. Также предлагается широкий спектр настольных инструментов для пиления, обработки пластмассы, древесины, керамики и металла. Мощные, износостойкие, компактные, низковибрационные и простые в использовании инструменты **Bosch** обладают лучшими рабочими характеристиками в своем классе.

Профессиональный инструмент **Bosch** также включает в себя интеллектуальные измерительные приборы для нивелирования, измерения расстояний, обнаружения скрытых объектов; универсальную и специализированную оснастку: пильные полотна, сверла, биты для шуруповертов, абразивные диски и другие принадлежности для решения любых задач. Срок гарантийного обслуживания всего профессионального инструмента, при регистрации на сайте, составляет 3 года.

Для олимпийского Сочи **Bosch** разрабатывает ряд специальных предложений. В частности, в I квартале 2011 г. в городе будет открыт склад **электроинструментов** и оснастки, который обеспечит быструю поставку продукции и аксессуаров **Bosch** на олимпийские объекты. Сервисный центр **электроинструментов Bosch** предлагает следующие специальные услуги:

- выполнение гарантийного ремонта в течение 3-х рабочих дней;
- доставку инструмента в сервис и обратно;
- программу «Полной гарантии» на инструмент **Bosch**.

Системы безопасности **Bosch** предлагает самый полный в Краснодарском крае ассортимент современных продуктов и систем для стандартных и индивидуальных областей применения и проектов. В ассортимент входят как передовые технологии охраны и защиты, так и широкий спектр профессиональных звуковых систем для отелей, конгресс-центров и спортивных сооружений. В частности, высоким спросом у клиентов пользуются современные интеллектуальные системы видеонаблюдения (CCTV), контроля

доступа, охранной и пожарной сигнализации, голосового-го/эвакуационного оповещения и конференц-системы.

Продукция **Bosch** «Системы Безопасности» на протяжении десятков лет находит самое широкое применение при подготовке инфраструктуры к проведению международных мероприятий, например саммитов G8/20, ШОС, крупнейших спортивных мероприятий МОК, ФИФА и др. Она инсталлирована в аэропортах Мюнхена, Москвы, Сочи, в гостиницах международных сетей Hilton, Marriott, Hyatt, Kempinski, Le Meridien по всему миру. Системы безопасности **Bosch** эффективно действуют на сложных объектах инфраструктуры, для которых характерны высокие международные требования к безопасности в связи с массовым скоплением людей и возможными серьезными последствиями в результате чрезвычайной ситуации. Пространственная протяженность, многопользовательский режим работы над единой задачей, высокий уровень электромагнитных помех и информационных шумов, сложные архитектурные решения, а также наличие зон с особыми требованиями, например по взрывобезопасности, системы безопасности подходят для объектов любой сложности.

**Bosch** «Системы Безопасности» имеет развитую локальную инфраструктуру, кото-рая гарантирует наличие в Краснодарском крае подготовленных кадров для проек-тирования, поставки, монтажа и последующего сервиса.

#### Энергоэффективные технологии

Благодаря высокой энергоэффективности системы отопления, горячего водоснаб-жения и кондиционирования **Bosch** позволяют значительно сокращать эксплуатационные издержки владельцев зданий и сооружений любого типа.

Подразделение отопительного и водонагревательного оборудования **Bosch** в России ООО «Будерус Отопительная Техника» предлагает для Краснодарского края гелиотермическое оборудование, использующее возобновляемые источники энергии (тепловые насосы, солнечные коллекторы), высокопроизводительную конденсационную отопительную технику (газовые конденсационные котлы), системы автоматического управления отоплением и горячим водоснабжением. Фотогальванические системы для выработки электроэнергии из солнечного света, которые разрабатывает и выпускает подразделение солнечной энергетики **Bosch**, производятся различного масштаба и конфигурации от компактных модулей до солнечных электростанций. Энергосберегающие решения **Bosch** в области термотехники и солнечной энергетики выполняются с учетом индивидуальных потребностей. Услуги компании включают в себя комплексную техническую поддержку проектов, в том числе планирование, поставку, монтаж и ввод в эксплуатацию. Преимущества партнеров **Bosch** от получения всего оборудования из одних рук очевидны: это простота монтажа, т. к. все элементы системы отлично согласуются между собой, упрощение логистики и сокращение сроков поставок на объект, получение подробной технической документации и при необходимости консультации.

Системы автоматизации важная роль в осуществлении новой стратегии в Краснодарском крае отводится ООО «Бош Рексрот» (**Bosch Rexroth**). **Bosch Rexroth** создает индивидуальные решения в области промышленной автоматизации (приводы, управление и перемещение) и мобильных систем.

## **Bosch начинает серийный выпуск приводов eBike для различных типов велосипедов**

**Портал машиностроения, 28.01.2011 10:35**

- Привод поставляется 13 производителям, представляющим 16 велосипедных брендов
- Объемы производства гибко адаптируются к растущему спросу
- Оптимизация системы после мировой премьеры на Eurobike 2010

МОНДВИЛЛЬ/РОЙТЛИНГЕН - Завод Bosch в г. Мондвилль (Франция) начал серийное производство привода eBike, поставки которого производителям велосипедов начнутся в феврале этого года. Концепцию электропривода Bosch готовы использовать уже 13 компаний, представляющих 16 велосипедных брендов. Велосипеды с системой Bosch eBike поступят в магазины к началу весеннего сезона.

"После успешной мировой премьеры на Eurobike 2010 во Фридрихсхафене мы с нетерпением ждем момента, когда первые электровелосипеды с нашей системой попадут в магазины и к покупателям", - заявил глава подразделения eBike Райнер Йеске, выступая на брифинге на заводе в Мондвилле, работающем сейчас на полную мощность. Система, состоящая из двигателя, управляющего компьютера (HMI) и аккумуляторной батареи, получила множество положительных отзывов от производителей велосипедов на выставке и прошла ходовые испытания, которые позволили разработчикам Bosch довести конструкцию до совершенства.

Система Bosch eBike предоставляет разработчикам значительную свободу действий, позволяя им создавать большое разнообразие моделей, среди которых найдутся горные, трековые и туристические велосипеды для любого клиента. Ездовые характеристики системы Bosch eBike программируются в соответствии с типом велосипеда. На выбор доступны четыре набора установок - Eco, Tour, Sport и Speed. Например, на спортивном маунтинбайке двигатель будет работать более динамично, чем на трековой модели, для которой важнее запас хода. "Это дает нашим клиентам, производителям велосипедов, возможность наилучшим образом адаптировать свои продукты к пожеланиям их собственных клиентов, конечных потребителей. Выбор также можно оставить за самими велосипедистами, которые будут переключать режимы через панель управления", - отметил Райнер Йеске.



Система Bosch eBike состоит из тщательно подобранных друг к другу модульных компонентов, включая двигатель с силовой электроникой, аккумуляторную батарею с зарядным устройством и управляющий компьютер на руле. Система отличается небольшой массой, прочностью и высокой производительностью, а низко расположенный центр тяжести повышает

уровень безопасности для электровелосипеда в целом. В конструкции системы eBike использован всесторонний опыт Bosch в нескольких областях. Компания ежегодно производит около 80 млн высокоточных, компактных и эффективных электродвигателей того же типа, что применен в приводе eBike. Батарея eBike создана на основе огромного опыта Bosch в создании надежных литий-ионных аккумуляторов и зарядных устройств для электроинструментов, выпускающихся многомиллионными сериями. Наконец, компетентность специалистов Bosch в области автомобильной электроники - компания производит более 100 млн электронных блоков управления и 220 млн датчиков в год - сыграла свою роль при разработке управляющего компьютера, силовой электроники и сенсорики. Таким образом, в системе eBike в полной мере реализован опыт Bosch в крупносерийном производстве и самых разных областях высоких технологий.



Связующим звеном между компанией Bosch и розничным рынком велосипедов стала известная в отрасли компания Magura. Основными обязанностями сервисного партнера являются организация горячей линии технической помощи, поставка запасных частей предприятиям розничной торговли, работа с гарантийными случаями и

регулярное обучение дилеров.

Специалисты Bosch уверены, что система займет прочные позиции на рынке благодаря передовым технологиям и грамотной логистике. Райнер Йеске ставит перед компанией высокие цели: "В среднесрочной перспективе мы стремимся занять 20-процентную долю рынка. Мы сделаем все возможное для того, чтобы стать выгодным партнером для наших клиентов и стать инновационным и технологическим лидером в этой области".

## В Германии начато производство промышленных пылесосов «Интерскол»

[www.interskol.ru](http://www.interskol.ru), 19.01.2011



Производимые в Райхенбахе, пригороде Штуттгарта (Германия), промышленные пылесосы ПУ-45, ПУ-32 и ПУ-20 – совместная разработка инженеров компаний «Интерскол» и Starmix – теперь широко доступны российским мастерам.

Таким образом, реализуются прошлогодние договорённости о партнёрстве компании «Интерскол» с заводом [Electrostar Schoettle GmbH & Co. Starmix](#) – торговая марка предприятия, основанного в 1921 году немецким предпринимателем Робертом Шеттлем, за несколько лет стала широко известной в Европе. В настоящее время под этим брендом производится широкая линейка промышленных и профессиональных пылесосов, сушилок для рук, фенов для волос.

Благодаря прочным материалам и надёжной электронике изделия Starmix могут работать в самых интенсивных режимах и широко применяются не только в быту, но, в первую очередь, профессионалами – в промышленности, клининговом, гостиничном и ресторанном бизнесе. Сочетание современных технологий и ручной сборки делает «Starmix» символом надёжности и качества. Тесты демонстрируют высокие показатели качества уборки грязи и пыли. Ежегодные испытания изделий Starmix ведущими центрами сертификации подтверждают соответствие европейским и международным сертификатам качества и безопасности.

Промышленные пылесосы Starmix считаются идеально адаптированными для электроинструмента – уборки сухого мусора, пыли и сбора жидкости. Кроме компании «Интерскол», производство пылесосов у компании Electrostar под своими марками заказывают более тридцати всемирно известных компаний, в том числе ведущие бренды электроинструмента.

## **Пятое поколение бензопил Husqvarna - прикоснись к будущему!**

**Press-Release.Ru, 27.01.2011**

Выпустив свою первую профессиональную бензопилу в 1959 году, компания Husqvarna в корне изменила представление о профессиональном инструменте. Проводимые научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы позволяли шведской компании вновь и вновь задавать направление для развития всего рынка бензоинструмента. Каждое поколение бензопил Husqvarna – технологический прорыв, превращающий далекое будущее для профессиональных пользователей в реальное настоящее.

В 2011 году Husqvarna с гордостью представляет новое поколение бензопил и модель Husqvarna 570, являющуюся инновационной разработкой Husqvarna!

5-ое поколение бензопил Husqvarna создано в тесном сотрудничестве с профессиональными пользователями, вальщиками леса, работающими в самых различных климатических и географических условиях. При разработке нового поколения бензопил максимально учитываются все пожелания и предпочтения самых требовательных вальщиков леса и специфика их работы.

Новая модель бензопилы Husqvarna 570 идеально сочетает в себе три важнейшие характеристики: оптимальный вес, высокая мощность и надежный двигатель. Эффективность работы двигателя повышает уникальная запатентованная технология X-Torq. Эта технология предоставляет в нужный момент запас мощности за счет более высокого крутящего момента. По сравнению с обычным 2-тактным двигателем расход топлива снижается на 20%, а количество вредных выбросов на 75%! Все двигатели с технологией X-Torq соответствуют наиболее жестким экологическим стандартам.

Весь зимний сезон модель Husqvarna 570 тестировалась профессиональными пользователями Иркутской области и Пермского края, для того, чтобы дать ответ, насколько эффективно работает двигатель с технологией X-Torq в условиях низких температур. Морозы в России несравнимы ни с одной страной в мире, но Husqvarna 570 показала отличный запуск и работоспособность при температуре даже ниже  $-40^{\circ}\text{C}$ ! Запатентованная система облегчения запуска зимой, используемая на всех профессиональных бензопилах Husqvarna, не даёт воздушному фильтру обледеневать, и с запуском проблем нет. Благодаря этим уникальным технологическим решениям профессиональная бензопила 5-ого поколения Husqvarna 570 обеспечит отличные результаты при интенсивном использовании в самых суровых климатических зонах.

Инженеры Husqvarna приложили все усилия, чтобы сделать Husqvarna 570 максимально удобной для пользователей. Уникальная антивибрационная система LowVib, основанная на принципе «двух масс», изолирует рукоятки бензопил от двигателя и вращающихся элементов посредством металлических антивибрационных элементов, что значительно снижает вибрацию и уменьшает нагрузку на кисти рук и предплечья.

Важное преимущество бензопилы Husqvarna 570 – быстросъемный воздушный фильтр, позволяющий легко произвести его замену или очистку без дополнительного инструмента.

Безопасность пользователя - остается важнейшей характеристикой бензопил Husqvarna. Наиболее опасным моментом при работе с бензоинструментами является так называемый

«обратный отскок» - резкий отброс инструмента в сторону оператора при неблагоприятном соприкосновении конца пильной шины с поверхностью обрабатываемой древесины. Избежать травмы в этом случае поможет инерционная тормозная система, срабатывающая автоматически независимо от положения пилы.

Бензопила Husqvarna 570 идеально подходит для профессиональных пользователей, которым нужен мощный и надежный инструмент, способный работать в любых условиях.

Ориентировочная стоимость Husqvarna 570 – 24 100 руб.

О компании Husqvarna

Husqvarna Group – крупнейший в мире производитель бензопил, газонокосилок и другой бензомоторной техники для леса, парка и сада. Компания так же является одним из мировых лидеров по разработке и производству строительного оборудования и алмазного инструмента. Чистая прибыль Husqvarna Group в 2009 году составил 34 миллиарда шведских крон (SEK). Штат компании насчитывает около 15 000 сотрудников по всему миру.

## Dremel Trio: режьте, шлифуйте, фрезеруйте!

[www.master-forum.ru](http://www.master-forum.ru), январь 2011



- **Новый Dremel Trio — инструмент «3 в 1».**
- **Легок в применении и универсален; режет, шлифует и фрезерует широкий ряд материалов.**

В ноябре 2010 г. марка Dremel вывела на рынок новый компактный и легкий, но в то же время мощный инструмент «3 в 1» с круговой (360°) технологией резки и функцией засверливания — Dremel Trio. Это идеальный инструмент для быстрой и точной резки дерева, пластика, гипсокартона, листового металла и плитки, способность которого шлифовать и фрезеровать позволит оперативно выполнять любые проекты от а до я.

Dremel Trio — инструмент для реализации несложных домашних проектов, будь то вырезание вентиляционного отверстия в полу, гравировка таблички с номером дома, выпиливание декоративных элементов для кухонных шкафчиков, установка шкафов, врезка электрических розеток в гипсокартонных стенах или в стенах, покрытых керамической плиткой, изготовление новых водосборных желобов или даже вырезание места для новой вентиляционной панели. С Dremel Trio любое дело будет выполнено идеально.

Благодаря поворотной ручке Dremel Trio способен легко резать различные материалы в весьма труднодоступных местах. И обычная резка становится более простой и легкой, даже если траектория отличается некоторой причудливостью: поворотами небольшого радиуса, острыми углами и линиями, нарисованными от руки. Благодаря спиральному принципу работы и функциям шлифования и фрезерования, инструмент позволяет легко решать задачи любой сложности. Он также дает возможность выполнять действительно тонкую окончательную обработку даже при выполнении разрезов в таких гладких поверхностях, как плитка.

К тому же Dremel Trio в высшей степени эргономичен: несколько зон захвата и двухпозиционная ручка с регулируемой скоростью обеспечивают оптимальный режим работы со многими материалами.

Ключевые характеристики инструмента:

- Поворотная ручка (90°) для максимального удобства и контроля.

- Встроенная приставка для отвода опилок и своевременной очистки рабочей поверхности.
- Платформа для защиты уязвимых участков материала.
- Телескопическая платформа для точного контроля глубины при резке, шлифовке и фрезеровании.
- Кнопка захвата и перехода в автоматический режим для удобства при длительных операциях.
- Переключатель скорости от 10 000 до 20 000 об./мин для большей универсальности и оптимального контроля.
- Легче и меньше стандартной машинной ножовки.
- Новая система с цангой 4,8 мм для фиксации режущих, шлифовальных и фрезеровальных насадок.

Торговая марка Dremel также обеспечила совместимость нового Dremel Trio с целым рядом приставок и насадок для выполнения огромного числа домашних работ как в помещении, так и на улице.

В число специализированных насадок для Dremel Trio входят: универсальный твердосплавный бур, бур для настенной плитки, универсальный гравировальный бур из быстрорежущей стали, держатель шлифовальных лент, шлифовальные ленты (зернистость 60 и 120), прямая фреза, фреза для закругления углов и фреза для выполнения фасок.

При выпуске инструмент оснащен вакуумной насадкой для очистки рабочего места, предоставит лучший угол обзора, улучшатся его соединение и совместимость со стандартными шлангами пылесосов. Также он оснащен фрезеровальным циркулем для вырезания идеальных кругов с максимальным радиусом окружности 160 мм и параллельным упором для создания прямых линий при резке, если расстояние от края составляет 40–160 мм.

Комплект поставки нового инструмента Dremel Trio включает чемодан, держатель шлифовальных лент, 6 шлифовальных лент, универсальный твердосплавный резец, прямую фрезу, параллельный упор и приставку для отвода опилок. Новый Dremel Trio поступил в продажу в ноябре 2010 г. по цене всего 155 евро/ 6250 рублей.

## Ритейлер на все руки

Арсин, 25.01.2011

ОБИ может открыть в Прикамье свой гипермаркет Немецкая торговая сеть товаров для дома и ремонта ОБИ приступила к поиску площадки для строительства в Перми своего гипермаркета. Местные ритейлеры утверждают, что появление нового игрока вряд ли повлияет на ценовую политику в этом сегменте из-за отсутствия жесткой конкуренции. Эксперты утверждают, что гипермаркет ОБИ будет размещен на выезде из Перми по соседству с уже существующей Castorama.

ОАО <Агентство содействия инвестициям Пермского края> (АСИ) провело переговоры с представителями немецкой компании ОБИ, сообщили вчера в администрации губернатора. <Ритейлер проявил интерес к нашему региону и готов открыть в Перми свой гипермаркет. Сейчас по нашему запросу администрация Перми ведет поиск подходящей площадки>, - приводят слова гендиректора ОАО <АСИ> Олега Шатова.

ОБИ - это одна из ведущих европейских компаний, работающая в секторе товаров DIY (Do-It-Yourself, <сделай сам>). В настоящий момент в 13 странах Центральной и Восточной Европы работают более 545 гипермаркетов ОБИ, из которых более 330 находятся в Германии и более 210 открыты еще в 12 странах.

На сегодняшний день торговая сеть ОБИ включает 18 гипермаркетов на территории России. Последний площадью 13 тыс. кв. м был открыт в Екатеринбурге в октябре 2010 года. Общая торговая площадь гипермаркетов по всей России составляет более 200 тыс. кв. м.

Отметим, что пермский рынок торговых центров формата DIY представлен преимущественно местными игроками. Первым комплексом павильонов, продающих строительные материалы, был <Чкаловский> на ул. Героев Хасана, открытый в 2003 году. Затем сеть расширилась, открыв ТЦ <Чкаловский-Народный>, ТЦ <Чкаловский-Закамск>, ТЦ <Чкаловский - Торговые ряды> и ТЦ <Евразия> (открыт осенью 2010 года). Первым приближенным к формату DIY гипермаркетом стал открытый в 2006 году гипермаркет Baumoll. Одновременно с этим в Перми был открыт центр оптово-розничной торговли Metro Cash & Carry. В 2008 году появился гипермаркет <Масштаб> (площадь 7 тыс. кв. м). В марте 2010 года в Перми состоялось открытие гипермаркета Castorama. Кроме того, планы по освоению пермского рынка периодически высказывают ряд других крупных ритейлеров, таких как ИКЕА.

Местные ритейлеры утверждают, что рынок торговых центров формата DIY в Перми далек от насыщения. <Мы несколько не проиграем. Приход нового оператора -это повод остальных подтянуться. В конечном итоге выиграет покупатель, получив возможность выбирать>, - полагает исполнительный директор ТЦ <Евразия> Павел Кабашный. Топ-менеджер ожидает корректировки ценовой политики на строительные материалы. <Это процесс постоянный и неизбежный>, - отмечает он. Пермь, по мнению господина Кабашного, отстает от своих ближайших соседей - Екатеринбурга, Челябинска и Ижевска в ассортиментном и сервисном плане.

Эксперты "Ъ" отмечают, что сегмент торговой сферы в Перми не заполнен, в том числе формата DIY. <В Перми существует серьезная проблема: к нам с трудом заходят сети. Очень скудно представлен ассортимент>, - утверждает директор консалтинговой группы <Research and decision> Регина Давлетшина. Строительство таких гипермаркетов, как ОБИ, позволит, по мнению эксперта, вывести <статус города на ступеньку выше>. <Меньшей площадью, чем они (ОБИ) строят сейчас, строить нецелесообразно>, - уверена госпожа Давлетшина. По мнению эксперта, размещать подобные объекты стоит на окраине города. <Я думаю, что это будет шоссе Космонавтов. Туда уже сформированы транспортные потоки, люди уже начали ездить в ту же Castorama>.

Валентина Ефремова

## **Первый гипермаркет Castorama откроется в Екатеринбурге в этом году**

**РИА Новости – Недвижимость, 03.02.2011**



**ЕКАТЕРИНБУРГ, 3 февраля - РИА Новости.** Власти Свердловской области и руководство компании Castorama Rus (входит в британскую группу компаний Kingfisher) договорились о строительстве в Екатеринбурге двух гипермаркетов товаров для ремонта и дома в формате "сделай сам" Castorama, первый из которых откроется уже в этом году, говорится в сообщении министерства торговли, питания и услуг Свердловской области.

"В Екатеринбурге планируется открыть два гипермаркета: в районе Академический и на проспекте Космонавтов", - говорится в сообщении.

По информации ведомства, компания уже приступила к строительству гипермаркета Castorama на проспекте Космонавтов, который планируется открыть в этом году.

Сеть магазинов Castorama принадлежит британской группе Kingfisher, одной из крупнейших на европейском рынке товаров для дома и ремонта формата DIY (Do It Yourself - "сделай сам"). В торговую сеть входят 820 магазинов в 11 странах мира.

## **«Метрика» попробует себя на рынке Черноземья**

**Коммерсантъ (Воронеж), 20.01.2011**

Петербургская DIY-сеть «Метрика» начинает активную экспансию в Черноземье. Компания в конце 2010 года открыла три магазина в Липецкой и Орловской областях. В 2011 году, по словам гендиректора сети Алексея Иовлева, планируется запустить в Черноземье новые торговые точки общей площадью более 15 тыс. кв. м. В данный момент подбираются площадки для выхода на рынки Воронежа и Белгорода. По информации участников рынка, оборот компании в минувшем году составил свыше 7 млрд рублей. Совокупная торговая площадь сети – около 100 тыс. кв. м. Объединяет 29 магазинов разного формата. До выхода в Черноземье была представлена только в Северо-Западном федеральном округе. Сеть была создана «Корпорацией СБР» в 1995 году.

Максим Косинов

## **«Леруа Мерлен» открылся в Химках**

**Arendator.Ru (Новости рынка недвижимости), 09.02.2011**

9 февраля в Химках открылся «Леруа Мерлен». Это первый гипермаркет сети «Леруа Мерлен», который будет работать 24 часа в сутки без выходных.

Общая площадь магазина составляет 10 200 кв. м. Ассортимент DIY магазина составит 37 тыс. наименований товаров.

В магазине также будет работать бесплатная «Школа ремонта» - мастер-классы по ремонту и обустройству дома. Магазин в Химках станет седьмым торговым объектом сети в столице.

Французская компания Leroy Merlin специализируется на продаже товаров для строительства. Основана в 1923 г. В 1966 г. компания открыла первый магазин самообслуживания, специализирующийся на товарах для дома, строительства и ремонта. В 1981 г. контрольный пакет компании купила семья Дюбрюль, владеющая сетью гипермаркетов Auchan. Сегодня компания Leroy Merlin - третья в Европе после Castorama и OBI по объемам продаж товаров для строительства и отделки. Компания включает в себя магазины Leroy Merlin, Bricocenter и Bricoman в 12 странах мира (Бразилии, Франции, Италии, Польше, Греции, Португалии, Испании, Китае, Турции, Румынии, Украине, России).

В России сеть гипермаркетов DIY Leroy Merlin появилась осенью 2004 г. По состоянию на декабрь 2010 г. сеть насчитывает шесть гипермаркетов в Москве и Подмосковье, по два - в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Краснодаре, по одному - в Самаре, Уфе, Новосибирске и Омске.

Несмотря на то что у «Леруа Мерлен» по соседству будет находиться OBI (Мега Химки) и «Касторама» (Капитолий Правобережный), он смело может претендовать на свою долю покупателей, уверена Ольга Збруева, руководитель по работе с клиентами компании Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate. «Уникальность местоположения («Леруа Мерлен» стоит на первой линии Ленинградского шоссе), мощная маркетинговая программа и особенности ассортимента, позволят ему успешно выдержать конкуренцию», - резюмировала эксперт.

## Castorama меняет формат гипермаркетов в России

Новости и технологии торгового бизнеса ([TorgRus.com](http://TorgRus.com)), 21.01.2011

Международная торговая сеть Castorama планирует строить объекты площадью не по 12-15 тыс.кв.м., как сейчас, а по 5-6 тыс.кв.м

Международная торговая сеть Castorama планирует открыть в Перми гипермаркет нового формата. Как сообщил ИА "Текст" генеральный директор ООО "Ново-Девелопмент-Пермь", технический заказчик проекта первого объекта Castorama в Перми Александр Петров, Castorama разрабатывает новый типовой проект гипермаркета для развития сети в стране, который по площади будет меньше, чем нынешний. После разработки проекта компания будет готова "зайти" с ним в Пермь, но не раньше конца этого года, считает г-н Петров.

"Они хотят строить объекты площадью не по 12-15 тыс.кв.м., как сейчас, а по 5-6 тыс.кв.м., - пояснил Александр Петров, - не каждый поедет в крупный гипермаркет с одного конца города на другой". Изменилось требование к участкам: если раньше компания присматривала участки площадью 3,5 – 4 га, то теперь - 2 га.

Первый объект Castorama в Перми - гипермаркет товаров для ремонта Castorama формата DIY (Do It Yourself) одноименной торговой сети открылся 27 марта. Компания Castorama специализируется на розничных продажах товаров для ремонта, дома, дачи и сада, входит в состав британской группы Kingfisher.

## "Метрику" протянут с севера на юг

["Retail.Ru. - Новости."](#), 17.01.2011

DIY-сеть "Метрика", управляющая 30 строительными гипермаркетами и супермаркетами на Северо-Западе становится федеральной. В этом году новые магазины сети появятся в Центральном и Южном федеральных округах.

Как стало известно, руководство петербургской строительной сети "Метрика" приняло решение о региональной экспансии. Компания ищет площадки для открытия в Сочи, Новороссийске, Белгороде, Воронеже и еще ряде других, относящихся к Центральному и Южному округам. Почти все "Метрики" до недавнего момента находились на Северо-Западе, большая их часть – в Санкт-Петербурге.

Подтвердить информацию в пресс-службе компании оперативно не смогли, генеральный директор сети Алексей Иовлев был недоступен.

О планах "Метрики" известно генеральному директору агентства "InfoLine Аналитика" Михаилу Бурмистрову. По его словам, развитие в регионах Южного и Центрального федеральных округов обусловлено планами формирования федеральной сети и последовательным развитием логистики.

По его информации, импорт товаров из Китая (где у "Метрики" с 2005 года работает офис в Шанхае и с 2010 года - в Гуанчжоу) в Россию осуществляется в через порты Новороссийска и Санкт-Петербурга.

"В DIY наиболее эффективен тот, кто может лучше всех организовать логистику и "прямой импорт" из Китая, поэтому открытие магазинов "Метрика" в Новороссийске и других городах Юга России с точки зрения эффективности логистических цепочек выглядит правильным решением", - считает Михаил Бурмистров. Ведущий аналитик департамента консалтинга РБК Анна Синявская считает, что исходя из уровня концентрации торговых объектов выбранные для развития регионы и города являются перспективными.

По мнению Михаила Бурмистрова у "Метрики", пока занимающей 6-7 место среди присутствующих в России сетей DIY (выручка оценивается приблизительно в 8 млрд рублей) есть потенциал.

"Сеть обладает большой гибкостью форматов - от гипермаркета до сезонных магазинов и компетенцией работы в городах с населением даже в несколько десятков тысяч. Международные сети лидеры сегмента DIY ориентированы в первую очередь на гипермаркеты и города-миллионники", - пояснил Михаил Бурмистров.

По мнению Анны Синявской, уровень консолидации DIY-ритейла довольно высок, но перспектива развития до федерального масштаба у компании, не входящей в топ-5, существует в случае крупных инвестиций.

По данным РБК, уровень консолидации DIY-ритейла (доля топ-10 компаний) в 2009 году составлял 33%. По предварительным данным, в 2010 году прогнозировалось увеличение доли топ-10 компаний до 38%. В первую пятерку входят OBI, Leroy Merlin, Castorama, K-Rauta и "Максидом".

По данным INFOLine, по итогам 2010 года рост рынка DIY составил более 20% в рублевом выражении и в ближайшие годы темпы роста будут не ниже 15%. Оборот оценивается экспертами в 12 млрд долларов.

## Американские **DIY** разговаривают с покупателями

["Retail.Ru - Мастер-класс."](#), 14.02.2011

В США все еще заметно влияние кризиса на магазины. По сравнению с некоторыми европейскими странами, в Америке не открывают новых, красивых магазинов. Здесь улучшают уже работающие точки и основное внимание уделяют работе с покупателями. А также на первое место выходят графика и визуальные коммуникации в магазине. У сетей блестяще получается «говорить с покупателями»!

В конце 2010 года группа дизайнеров и креативных директоров Jos de Vries The Retail Company совершила традиционную поездку в Нью-Йорк. В ходе таких деловых поездок всегда удается посмотреть на основные тренды для магазинов, новые концепции, идеи и дизайн-находки. Эта поездка не стала исключением. Хотим поделиться увиденным с читателями [www.retail.ru](http://www.retail.ru)

В США все еще заметно влияние кризиса на магазины. По сравнению с некоторыми европейскими странами, в Америке не открывают новых, красивых магазинов. Здесь улучшают уже работающие точки и основное внимание уделяют работе с покупателями. А также на первое место выходят графика и визуальные коммуникации в магазине. У сетей блестяще получается «говорить с покупателями»!

### DIY- магазины помогают

Для магазинов формата «Сделай сам» очень важен личный контакт с покупателем. У людей возникает масса вопросов и сомнений – как правильно использовать товар, что предпочесть, получится ли сделать работу самостоятельно? Покупателям нужна квалифицированная помощь и ответы. Поэтому DIY-сети инвестируют и нанимают обученный и подготовленный персонал.

Home Depot предлагает свою помощь: «We will help you to do it», предлагая связаться с их Know-How центром. Такой баннер внушает доверие и оптимизм самому начинающему домашнему умельцу!



Green Depo еще перед входом в магазин говорит покупателям о профессионализме: «Спросите у нас о пиломатериалах, гипсокартоне, изоляции, напольных покрытиях и т.д.». Такой штендер в эко-стиле и информация вызывают доверие и расположение!



Home Depot дает наглядные полезные советы – как выбрать кисточку. Реальные образцы хорошей, улучшенной и самой лучшей кисточки от разных брендов с советами и описаниями очень помогают покупателям сделать правильный выбор.



Вы замечали за собой, что во время ремонта так легко забыть купить важную мелочь. И приходится снова и снова ехать в магазин. Home Depot ненавязчиво и остроумно напоминает покупателям: «Одна поездка. Проверочный лист для покраски». Все аксессуары на виду и так легко купить все необходимое сразу!



Визуальный мерчандайзинг на этой фотографии мы бы назвали образцовым. Многоуровневая презентация, отличная подсветка, цветовые контрасты, сочетание разных форм и размеров, оригинальный и одновременно очень домашний способ выкладки столовых приборов и аксессуаров, прекрасный кросс-мерчандайзинг (книги, специи, плитка в дополнении к формам для запекания). Здесь возникает желание купить! А какая графика! «Начни жарить, - призывает магазин. – Неважно новичок ты или опытный повар, побалуй семью домашними рецептами». Простое исполнение дает дополнительные эмоции и, конечно, продажи!



## DIY- магазины борются за экологию

Американская Green Depot – сеть нового поколения, которая пропагандирует «экологичное строительство и проживание». С 2005 года в США открыты 10 магазинов и более 12 дистрибуционных центров Green Depot. Экологичные товары и услуги для строительства гарантированного высокого качества, не наносящие вред здоровью и окружающей среде, нашли множество приверженцев и покупателей.

При помощи графики Green Depot многое объясняет своим покупателям. Например, как на этом фото – почему лучше красить «зеленой» (эко) краской? 4 эко-краски от этой сети магазинов безопасны для здоровья (без головной боли, влияния на глаза, нос, печень и нервную систему) и быстро сохнут, долговечны, эффективны и легки в использовании. Неужели после такого объяснения вы пойдете за другой краской? Конечно, нет!



Green Depot пропагандирует новый подход к чистке. Сеть призывает покупать качество продукта, а не его упаковку. Для этого организован новый сервис – за совсем небольшие деньги покупатель может прийти со своей тарой и взаправ купить качественные и безопасные чистящие средства от Green Depot. Блестящая находка для разумных покупателей!



## **DIY сеть «Стройландия» не планирует выходить за пределы Поволжского федерального округа (ПФО)**

[Oren.Ru - Новости оренбургского региона, 29.01.2011](#)

В 2011 году одна из крупнейших в ПФО сетей гипермаркетов товаров для строительства и ремонта "Стройландия" планирует открыть 3 новых гипермаркета. Компания рассматривает торговые помещения исключительно в пределах региона.

Компании уже были предложены объекты для открытия гипермаркетов «Стройландия» в Москве и Санкт – Петербурге. Однако руководство приняло решение ориентироваться только на рынок Поволжья и Урала.

Со слов исполнительного директора Максима Солдатенко, компанию интересуют помещения для магазинов с площадью от 3000 до 5000 кв.м. Сумма инвестиций в каждый проект составит более 35 млн. рублей. Рассматриваются помещения в городах Магнитогорск, Нижнекамск, Набережные Челны, Самара, Саратов, Балаково, Альметьевск. Даты открытия новых магазинов будут известны после завершения переговоров с арендодателями, передает [retailer.ru](#)

«Стройландия» работает на рынке торговли товарами DIY уже около 15 лет. Сегодня под брендом «Стройландия» работает 14 гипермаркетов в городах Оренбург, Орск, Бузулук, Стерлитамак, Челябинск и Салават. В магазинах компании представлено более 30 000 наименований товаров.

Головной офис компании находится в Оренбурге. Компании принадлежит оренбургский салон элитных отделочных материалов «Стройландия де Люкс» и мебельный центр «Громада».

## Строительство ума палаты

[Журнал «Эксперт Урал»](#), 26.01.2011 10:46

**Рынок коммерческой недвижимости ожил: вакантных качественных площадей минимум, и девелоперы осмеливаются заявлять новые проекты. Однако крупных федеральных и иностранных и российских инвесторов по-прежнему нет. Для их появления нужны четкие правила игры. // Сергей Ермак, Журнал «Эксперт Урал» №3 (450) от 24 января 2011 года**

В последнем квартале 2010 года сразу несколько девелоперов заявили о намерении начать проекты в сфере коммерческой недвижимости. «Синара-Девелопмент» совместно с Корпорацией развития Среднего Урала планирует построить международный выставочный центр стоимостью 4 млрд рублей, «Форум-групп» (Екатеринбург) — ритейл-парк на 130 тыс. кв. метров, Атомстройкомплекс (Екатеринбург) — многофункциональный центр с офисами (10 тыс. кв. метров), гостиницей Radisson SAS (10 тыс. кв. метров), торговыми площадями (5 тыс. кв. метров) и апартаментами (20 тыс. кв. метров). Объем инвестиций — около 100 млн долларов. В Уфе московский РосЕвроДевелопмент возобновил проект строительства ТРК «Планета» (140 тыс. кв. метров, 7 млрд рублей), земля под который была выделена еще в 2007 году.

Все это говорит о том, что рынок коммерческой недвижимости восстанавливается — вслед за некоторым повышением деловой активности и ростом оборота розничной торговли (см. график «Оборот розничной торговли на Урале за январь — ноябрь 2010 года»). Правда, происходит это крайне медленно и неоднородно — и по сегментам, и по территориям, и даже по отдельным объектам. Так, Прикамье и Челябинская область с точки зрения новых проектов по-прежнему депрессивны. Самый свежий пример от пермской сети «Норман-Виват»: в июне она заявила, что начала строить на бывшей промплощадке завода «Велта» ТЦ на 30 тыс. кв. метров, но в декабре приостановила проект на неопределенное время.

Чтобы понять, каким стал 2010 год на рынке коммерческой недвижимости Урала и что ждет его в следующем, журнал «Эксперт-Урал» организовал круглый стол, собрав за ним ведущих аналитиков, топ-менеджеров строительных и управляющих компаний, а также представителей власти, банков и профсообществ.

### Конец эпохи арендатора

Сдержанный оптимизм — так можно охарактеризовать общее настроение застройщиков, управляющих и консультантов. Уполномоченный представитель Гильдии управляющих и девелоперов (ГУД) в Екатеринбурге и Свердловской области Андрей Бриль:— Мы абсолютно точно увидели дно рынка, дальше падать он не будет. В конце года мы зафиксировали некоторый рост (по арендным ставкам, заполняемости площадей) во всех сегментах (наиболее сильный в сегменте складов: по аренде на 15 — 30%, с августа практически все площади заняты). Но связано это не со спекуляциями, а с естественными процессами вымывания арендных площадей. Множество объектов (в Екатеринбурге — половина офисных центров) было заморожено, поэтому предложение сегодня, особенно качественное, не так велико. Я не думаю, что в ближайшем будущем его объем удастся существенно нарастить. Для меня очевидно, что, например, из 200 тыс. кв. метров замороженных офисных площадей в Екатеринбурге на рынок попадет в лучшем случае половина, да и вряд ли это произойдет в 2011 — 2012 годах. Аналогичная ситуация с торговыми площадями: в 2009 году не заложено ни единого проекта. Уже сегодня, по

исследованиям ГУД и Уральской палаты недвижимости, уровень вакантных площадей в офисах класса А и В+, а также в качественных торговых центрах составляет 4 — 5% (в разгар кризиса 30 — 35% и 10 — 11% соответственно). Эти показатели находятся в пределах статистической погрешности. Срок экспозиции в Екатеринбурге вернулся к докризисным показателям — меньше года.

Аналогичная ситуация по ценам складывается и в других регионах Урала. По вакантным площадям, правда, Екатеринбург стоит все-таки особняком (здесь мало откровенно плохих проектов, плюс арендаторы проявляют относительно высокий интерес к столице Среднего Урала). Даже в Москве и Санкт-Петербурге свободных метров в офисах 12 — 20%. По словам президента компании GVA Sawyer Веры Сецкой, некоторые объекты перенасыщенного рынка столицы России могут «похвастать» нулевой заполняемостью.

Исключениями на Урале являются три территории. Первая — Уфа: здесь начался серьезный рост арендных ставок. По данным сети АН «Эксперт», с января по ноябрь 2010-го они поднялись на торговые площади в среднем на 56%, на офисные — на 25%.

Вторая и третья — Челябинск и Пермь: арендные ставки практически не растут. По словам исполнительного директора компании «Инвест Бизнес Консалтинг» (Челябинск) Евгения Короткова, в начале 2010-го они были ниже, чем в августе 2008-го на 30%, примерно та же ценовая ситуация наблюдается и сейчас: «В торговой недвижимости сложилось и вовсе комичное положение. Арендаторов мало. Например, в одном из крупнейших ТЦ ставки колеблются на уровне 100 — 300 рублей за кв. метр в месяц. Для справки: это средняя цена на теплый склад в Челябинске».

В целом видно, что сектор коммерческой недвижимости вновь перестает быть рынком арендатора. По словам Андрея Бриля, УК уже не хватают клиентов за подол, прося остаться во что бы то ни стало. Начался нормальный конструктивный диалог.

Вопрос: надолго ли сохранится шаткое равновесие, не вернемся ли мы в аномальный 2006 год?

### **Мозгов прибавилось**

В марте 2010 года мы писали, что кризис практически не поменял ментальность участников рынка коммерческой недвижимости. Прогноз был таков: если на старую почву наложить новый рост спроса, то очередного пузыря не избежать. Отрадно, что он пока не сбывается. Тому мы усматриваем шесть причин.

Первая — опасность второй волны кризиса. Директор филиала GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, вице-президент ГУД Николай Вечер: Я довольно пессимистично настроен в отношении роста макроэкономических показателей. Налицо вторая волна кризиса. Но она бьет напрямую не по корпоративному сектору, а по бюджетам. Почти во всех субъектах РФ они дефицитны (например, в Свердловской области дефицит составит 9,7 млрд рублей). И резервов нет: они проедены за 2009 — 2010 годы. Специфика российского бизнеса такова, что он тесно связан с властью, существенно зависит от ее помощи и финансовых ресурсов. Соответственно, его активность снизится. И это ударит, по крайней мере, по офисному сегменту. Спрос на него вряд ли серьезно увеличится, не вырастут и ставки. Скорее несколько сместятся акценты в отношениях арендодателя и арендатора: первые будут закладывать в стоимость метра дополнительные сервисы.

Аналогичной позиции придерживаются и другие игроки рынка. По словам Андрея Бриля, дефицита и роста ставок стоит ждать разве что в сегменте офисов класса А и В+. Председатель правления НП «Уральский совет управляющих компаний и девелоперов» Алексей Караваев настроен еще более скептически:

— Я думаю, что дефицит в торговом сегменте мог бы ждать Екатеринбург в 2012 — 2013 годах, однако он нивелируется новыми объектами. Что ни говори, но этот сектор постепенно насыщается. Вводимые ТЦ развиваются не за счет новых арендаторов, а за счет переезда уже существующих. Качественные центры продавливают рынок. И если они и дальше будут строиться при отсутствии опережающего инфляцию роста оборота розничной торговли, больше будет вакантных площадей.

По словам Евгения Короткова, в Челябинске в 2011 году жесткий дефицит будет наблюдаться в сегменте малых офисных площадей (10 — 50 кв. метров). В торговой недвижимости предложение скорее всего опередит спрос. Это связано с запуском нескольких крупных торговых центров (в частности ТРЦ «Родник» на 150 тыс. кв. метров).

Вторая причина — на рынке (по крайней мере Свердловской и Тюменской областей) началась классификация объектов, что постепенно ведет к информационной открытости, качественной аналитике, грамотному планированию, а в конечном счете — к сбалансированности спроса и предложения. Например, по Екатеринбургу уже сегодня очевидно: крупных офисных центров (идеал для новой стройки — 5 — 6 тыс. кв. метров) и торговых площадок достаточно. Не хватает нишевых проектов, аутлетов, ТЦ районного уровня, магазинов у дома. Директор по развитию компании «Атомстройкомплекс» Виктор Ананьев:

— Немаловажную роль в надувании пузыря на рынке недвижимости в 2006 году сыграла информационная закрытость его участников: никто не делился сведениями об арендных ставках, каждый игрок вычислял по своей методике доходность, уровень вакантных площадей, даже такие абсолютные величины, как квадратные метры того или иного назначения можно было посчитать пятью разными способами. Девелоперам и УК необходимо договориться, что именно и по какой методике считать. И открыть эту информацию не только для профессионального сообщества и аналитиков, но и для арендаторов. Мы должны разговаривать на одном языке. Это важно и для самих застройщиков, и для клиентов, и для инвесторов. Пока мы все-таки мыслим категориями много-мало, дешево-дорого.

А должны перейти в сферу конкретных понятных цифр.

Третья причина — мощный банковский заслон. Кредиты в кризис с огромным трудом получали все — и потенциальные арендаторы (в основном они сосредоточились на реструктуризации долгов и оптимизации бизнес-процессов, а не на развитии), и девелоперы. Сегодня положение особо не облегчилось (подробнее см. «Концептуальное кредитование», с. 13). Оптимизм вызывает и то, что крупнейшие кредитные учреждения прекратили порочную практику коротких кредитов (по крайней мере Сбербанк и ВТБ).

Четвертая причина — арендатор поумнел. Типичная картинка 2006 года: один из крупных застройщиков (имен не называем) вбрасывает для проверки офисные площади по завышенной цене; арендаторы, боясь, что дальше все будет только дороже, скупают все. Это видят другие девелоперы, тоже повышают цены, что приводит к истерии клиентов и спросу, основанному не на реальных потребностях, а на страхе. Сегодня арендатор адекватнее.

Пятая причина — формирование (по крайней мере в Екатеринбурге) сильного строительного сообщества, которое способно договариваться и координировать действия, открыто делиться информацией.

Наконец, шестая причина — начало формирования института независимого управления. До кризиса подавляющее большинство собственников объектов об этом не помышляло: арендные ставки покрывали все ошибки в эксплуатации, делиться ни с кем не хотелось. Сегодня неадекватность ценовой политики постепенно сглаживается.

В 2012 — 2013 годах, вероятно, первый сдерживающий фактор исчезнет. В последнее время вновь начала проявляться тенденция со стороны некоторых банков и застройщиков к краткосрочному кредитованию. Однако если остальные четыре барьера сохранятся, то пузыря 2006 года с большой долей вероятности удастся избежать. По словам Андрея Бриля, синусоиды все равно будут (это признак раннего капитализма), однако не такие катастрофические.

### **В нужном месте в нужное время**

Но перечисленных факторов для оздоровления рынка коммерческой недвижимости мало. На наш взгляд, нужны еще несколько, причем в некоторых регионах их нет даже в зачаточном состоянии.

Нет грамотной госполитики по отношению к девелоперам и инвесторам.

В каком-то виде она присутствует разве что в Екатеринбурге. Заместитель начальника Главного управления архитектуры, градостроительства и регулирования земельных отношений Михаил Волков:

— Сбалансированность спроса и предложения — это вопрос и градостроительной политики. Если мы перенасытим ту или иную часть муниципалитета, а другую оставим без внимания, ничего хорошего из этого не выйдет. У нас, например, сегодня совершенно не охвачены южное и юго-западное направления. И приоритетными будут продажи участков именно там. Нам необходимо создавать новые центры притяжения.

Хотя пока особых успехов не видно. Скорее, наоборот: недавно в Екатеринбурге в нелогичном месте открылся новый DIY-гипермаркет ОВІ (обычно такие объекты располагаются на выезде из города, а не в жилом районе), а также заложен проект ритейл-парка «Форум-Групп», который будет почти в лоб конкурировать с ТЦ «Мега».

Госполитика должна регулировать три процесса — предоставление налоговых преференций (этим активно занимается, например, Башкирия), прозрачное выделение земель в правильных точках, а также инвестирование средств в инфраструктуру (или госгарантии по кредитам на нее). Инвестор должен получать подготовленную площадку, при этом государство не вправе претендовать на какой-либо процент в проекте. Наиболее адекватная схема — закладывание стоимости проведения коммуникаций в аукционную цену земли или себестоимость квадратного метра. Вице-президент Национального фонда развития рынка недвижимости и оценочной деятельности Владимир Герасименко добавляет: «У нас 1 января 2012 года закончился срок, когда органы местного самоуправления должны были принять документы территориального планирования. Это сделали 30% муниципалитетов. Нет правил землепользования застройки, нет зонирования, соответственно нет и градостроительных регламентов. Инвестор просто не знает, где строить».

Продолжим: нет грамотной госполитики — нет и инвесторов в регионах. По словам Веры Сецкой, иностранцы бегут от субъектов РФ как черт от ладана. Евгений Коротков подтверждает: «В Челябинске зарубежных инвесторов можно по пальцам пересчитать. В основном это фонды, которые заявлялись еще в 2008 году и раньше. Они рассматривают все те же проекты, только по новым ценам».

— Для иностранных и крупных российских инвесторов очень важны набор хороших подготовленных площадок, поддержка местных властей, понятный и удобный правовой режим, — объясняет Вера Сецкая. — Например, в Красноярске (его пример можно экстраполировать и на другие регионы) у меня есть совершенно конкретная правовая заморочка — не дают арендовать участок земли больше чем на три года. Иностранцы, когда видят такой срок, тут же отказываются вкладывать деньги. Интересную работу в этом направлении начала Архангельская область. Проект называется «Создание технико-экономического основания для привлечения инвесторов». Это не план стратегического развития города и области, а более тонкий и детализированный документ. В первую очередь он совершенно четко определяет инвестиционные приоритеты. Не в глобальном смысле — идем туда-то, а конкретно: в какие сферы, области, сектора экономики предполагается вкладывать. Все подтверждается очень детальным маркетингом (почему именно эти сектора, почему это сработает). Далее идет переход к конкретным проектам, которые область предлагает для реализации инвесторам. Там же описываются правила работы с госорганами: какие инструменты поддержки будут обеспечены и какую доходность инвестор в итоге может получить.

Добавим к сказанному следствие туманности госполитики — коррупцию.

Еще одна причина негативного отношения к регионам — закрытость рынка. По словам управляющего ТЦ «КомсоМолл» Алексея Мальцева, до сих пор большая часть рынка — это теневой сектор: «Для меня даже сегодня совершенно не очевидно, растут арендные ставки в торговых центрах или падают. Информация о многих объектах закрыта. Доходность объекта в регионе относительно высока, но и риски огромны».

Сложно на Урале и с интересными концептуальными объектами. Нет аутлет-центров, нет ритейл-парков. Во многих объектах не продумано внутреннее пространство. В Европе сегодня большинство ТЦ делают ставку на развлечение и удобство посетителей. В Стокгольме есть магазины с музеями, в girls-маркетах обустроены места ожидания для мужчин с мягкими диванами, кофе, журналами. Предложение рынку интересной концепции возможно только при осуществлении предброкериджа (предварительных переговоров с потенциальными арендаторами). Мы уже не раз писали, что в середине 2000-х в регионах девелоперы строили исходя из собственных представлений о спросе и наличия той или иной суммы в кармане. Управляющий директор инвестиционно-девелоперской компании «Алур» (Москва) Михаил Уринсон:

— До кризиса девелоперы «лепили» все, что им вздумается. Заставить их заниматься предброкериджем было крайне сложно. У арендаторов тоже отсутствовало понимание, зачем им это нужно. Они готовы были говорить с застройщиком, только когда тот освоит площадку. Но тогда их пожелания учесть уже было нельзя. Поэтому в Москве сегодня много спекулятивных незавершенных объектов. Думаю, ни банки, ни инвесторы, как иностранные, так и российские, не будут готовы вкладывать в чистый риск, когда нет ни одного арендатора.

И последнее — рынку необходим закон (четкие инструкции от Ассоциации российских банков здесь не спасут) по проектному финансированию. Необходимо понять, что это

такое, каков механизм, как должны быть поделены риски между банком и девелопером, каким образом может формироваться ставка и начисляться проценты. Иначе кредит так и останется уделом «своих» компаний или исключительно крупных игроков рынка.