

# РЫНОК НАРУЖНЫХ СИСТЕМ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИИ ФАСАДОВ. У РОССИИ И ГЕРМАНИИ РАЗНЫЕ ПУТИ

Наружные системы теплоизоляции получают все большее распространение на российском рынке, однако пока не занимают доминирующего положения среди технологий утепления наружных стен. Текущая ситуация становится понятней при сравнении российского рынка с рынком родины фасадных штукатурных систем — Германии.

В начале несколько слов о ситуации на российском рынке. В 2009 г. в России было установлено почти 25 млн кв. м наружных систем теплоизоляции фасадов. Из этого объема 44% приходится на системы штукатурного типа (т. н. «мокрые» фасады) и 56% — на навесные системы теплоизоляции с воздушным зазором (навесные или вентилируемые фасады).

Число компаний-производителей, лидирующих по объемам установок (производству материалов для систем теплоизоляции) фасадного утепления, остается неизменным на протяжении ряда лет. На рынке штукатурных систем среди марок, лидирующих по объему работ, большая часть представлена брендами зарубежного производства («Церезит», «Текс-Колор», «Стомикс», «Кнауф», «Крайзел»), хотя компоненты большинства перечисленных систем выпускаются в России. Из отечественных разработок наибольшую популярность получили системы ЛАЭС. На рынке вентилируемых фасадов в группу лидеров входят, в основном, системы, разработанные российскими компаниями («Ю-Кон», «Краспан» и др.).

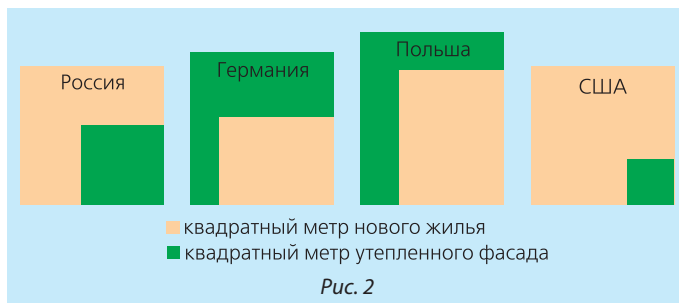
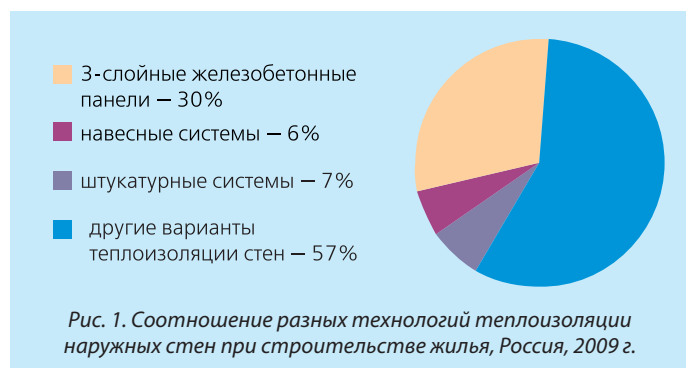
Наружные системы теплоизоляции получают на рынке всё большее распространение, однако пока не занимают доминирующего положения среди технологий утепления наружных стен. На основании данных исследования мы можем оценить долю фасадов жилых зданий, построенных в 2009 г., на которых были установлены наружные системы теплоизоляции, — она на уровне 13%. По разным оценкам, на долю панельных домов (введенного жилья), где в настоящее время используются современные многослойные железобетонные стеновые панели (эти дома не требуют дополнительного утепления), приходится около 30%<sup>1</sup>. Более половины площади наружных стен новых домов выполняется с использованием других технологий (стены из ячеистого бетона, слоистая кладка), позволяющих добиться необходимых характеристик по теплосбережению здания. История развития российского рынка гораздо ко-

	Россия	Германия	Польша	Россия (все фасады?)
Объем установки штукатурных систем (млн кв. м)	11,6	40,9	30	28
Объем жилого строительства (млн кв. м), общая площадь	77,08	26,82	17,19	
Объем (кв. м) штукатурных систем теплоизоляции на 1 кв. м построенной жилой площади	0,15	1,52	1,75	0,36
Население (млн чел.)	141,9	82,6	38,0	
Объем штукатурных систем теплоизоляции на 1 чел. (кв. м)	0,08	0,49	0,79	0,19

Примечание. В таблице приведены данные за 2008 год

роче рынка Европы. Глубина проникновения на рынок технологий наружной теплоизоляции в странах Европы гораздо больше. Для сравнения насыщенности рынка мы можем привести такие показатели, как количество кв. м утепленных фасадов на кв. м построенного жилья и количество утепленных фасадов на душу населения. При расчетах коэффициентов по России мы учитывали как штукатурные системы, так и вентилируемые фасады. В России вентилируемые фасады занимают более половины рынка систем теплоизоляции, в отличие от Германии и Польши (и других европейских стран), где навесные фасады используются редко. Как видно из представленной таблицы и рисунка 4, в Германии и Польше (по этим странам была получена подробная информация о емкости рынка систем теплоизоляции) объемы утепления фасадов превышают площадь фасадов жилых новостроек: на 1 кв. м ввода общей площади жилья приходится более 1 кв. м утепленных фасадов<sup>3</sup>. Это говорит как о большой частоте применения систем теплоизоляции в новом строительстве, так и о больших объемах реконструируемого жилья с утеплением стен.

Российский рынок гораздо менее насыщен. В России в очень небольших объемах проводится реконструкция, в первую очередь реконструкция жилых домов. Сегмент реконструкции зданий составляет в России 10% рынка систем теплоизоляции, в то время как



<sup>2</sup> Как мы отмечали, в отличие от Германии и Польши, где доля навесных систем невелика, в России сегмент вентилируемых фасадов составляет более половины рынка, и не учитывать его было бы некорректно.

<sup>3</sup> Рассчитанный коэффициент отношения площади фасадного утепления (на всех зданиях включая нежилые объекты и реконструкцию) к объему ввода жилья в Германии составляет 1,28, в Польше — 1,75 (см. доклад «Рынки систем теплоизоляции фасадов стран Европы и Америки. История, достижения и особенности рынка отдельных стран» <http://www.bestresearch.ru/demo/WDVS.pdf>).

<sup>1</sup> Как мы отмечали, в отличие от Германии и Польши, где доля навесных систем невелика, в России сегмент вентилируемых фасадов составляет более половины рынка, и не учитывать его было бы некорректно.



Рис. 3. Объем установки систем теплоизоляции фасадов в России

в Германии и Польше на долю реконструируемого жилья приходится более 50 – 60% этого рынка. Сегмент реконструкции жилья в России, по всей видимости, будет развиваться пока очень медленно. Строительство нового жилья в большинстве случаев экономически более выгодно, и даже такие мегаполисы, как Москва и Санкт-Петербург, пока не сильно страдают из-за нехватки территорий под новую застройку.

Как видно на рисунке 1, в настоящее время доля других технологий теплоизоляции стен при новом строительстве очень высока. Вполне вероятно, что может происходить замещение этой доли наружными системами теплоизоляции при условии их преимущества в стоимостном и технологическом плане. Таким образом, в ближайшие годы мы можем ожидать стабильного роста этого рынка, более быстрого, чем по многим другим строительным и отделочным материалам, рынки которых близки к насыщению и их рост, в первую очередь, зависит только от объемов строительства. По всей видимости, одним из факторов, нивелировавших спад на рынке систем теплоизоляции фасадов во второй половине 2008 г. и в 2009 г., была невысокая насыщенность рынка и относительно низкое проникновение фасадных систем на рынок в России. Объемы монтажа штукатурных систем снизились в прошлом году на 6%, навесных фасадов — на 18%. В то время как объемы потребления многих строительных и отделочных материалов снизились на большую величину. С другой стороны

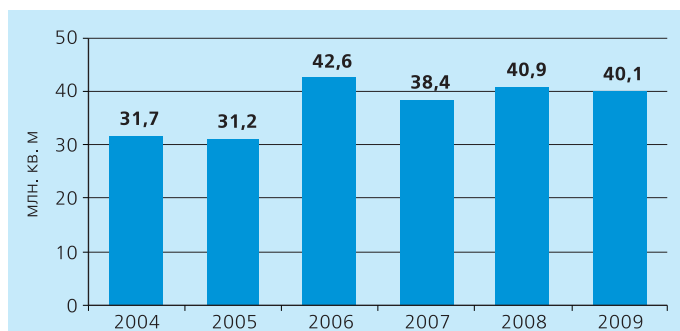


Рис. 4. Рынок теплоизоляционных систем штукатурного типа (EFIS), Германия

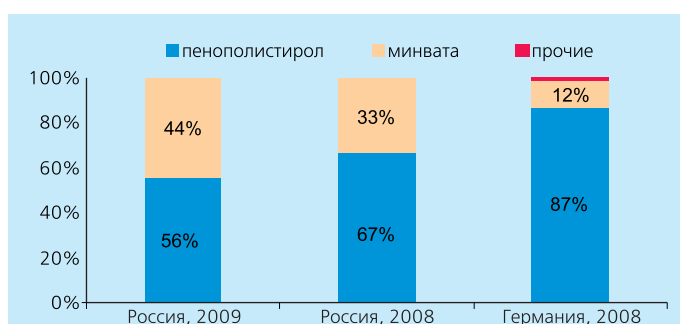


Рис. 5. Соотношение минеральной ваты и пенополистирола в объеме установки штукатурных систем теплоизоляции

динамика развитого и насыщенного рынка Германии (правда, в условиях существенно более мягких последствий экономического кризиса для строительной отрасли) оказалась совсем незначительной. По данным немецкого союза, в 2009 г. в Германии было установлено 40,1 млн кв. м систем теплоизоляции, спад к предыдущему году составил не более 2%. Однако и по прогнозам на следующие годы, высоких темпов роста рынка фасадного утепления в Германии вряд ли стоит ожидать.

Еще одну особенность немецкого рынка (как и других европейских стран) хотелось бы отметить в связи с продолжающимися в нашей стране нападениями на использование в строительстве горючего утеплителя — пенополистирола. Изначально в Германии в штукатурных системах в качестве утеплителя применялся именно пенополистирол. Системы с утеплителем из минеральной ваты появились не сразу. На европейских рынках основной объем фасадных систем устанавливается с пенополистиролом в качестве утеплителя. По данным немецкого союза, более 85% фасадов утепляется с использованием этого материала. Объяснение такой популярности пенополистирола, во-первых, в более низкой стоимости по сравнению с минеральной ватой, что существенно важно для экономных немцев. Во-вторых, нужно помнить о преобладании малоэтажной застройки в европейских странах и меньшей опасности применения горючих материалов при строительстве 2 – 3-этажных зданий. В России пять лет назад доля систем, установленных с утеплителем из минеральной ваты, составляла около половины рынка штукатурных фасадов. В 2007 – 2008 гг. доля штукатурных систем, установленных с пенополистиролом, несколько выросла, однако говорить о тенденции к увеличению доли пенополистирола в объеме применяемых на фасадах теплоизоляционных материалов не приходится. По нашим оценкам, в 2010 г. объем использования пенополистирола при утеплении фасадов может существенно снизиться. ●

**Наталья СКОРОХОДОВА, исполнительный директор компании «Строительная информация»**

## Новости

### НЕМЕЦКИЕ СТУДЕНТЫ ПЕРЕНИМАЮТ ОПЫТ НА НЕМЕЦКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В РОССИИ

15 октября 2010 г. предприятие ООО «КНАУФ ГИПС КОЛПИНО» принимало на своей территории гостей — студентов и научных работников из университета города Гамбург, Германия.

Инициатором поездки в Санкт-Петербург стал один из научных руководителей центра по изучению вопросов управления персоналом университета Гамбурга г-н Хольгер Шлегель. В рамках своего междисциплинарного курса «Новые сферы труда/Будущее рынка труда» г-н Шлегель принял решение организовать для студентов и научных работников университета посещение производственных предприятий и учебных заведений города-побратима Санкт-Петербурга. Выбор компании «КНАУФ» оказался удачей, так как в Санкт-Петербурге работают и производственное предприятие «КНАУФ ГИПС КОЛПИНО», и маркетинговая организация, и располагающийся на площадке Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета учебный центр «КНАУФ», что позволило студентам получить исчерпывающие ответы на все интересующие их вопросы.

Генеральный директор производственного предприятия ООО «КНАУФ ГИПС КОЛПИНО» Ю. А. Михайлов лично встречал немецких студентов и их научных руководителей. Прежде чем отправиться на экскурсию по предприятию, Ю. А. Михайлов рассказал об истории развития фирмы «КНАУФ» в России, продемонстрировал собравшимся фильм о работе компании. Далее путь экскурсантов лежал в производственные цеха. Гости увидели все этапы производства: от обработки гипсового камня до упаковки готовой продукции; ознакомились с процессом производства сухих смесей, пазогребневых плит и «КНАУФ-листов», которые вызвали особый интерес участников экскурсии. Во время экскурсии было задано большое количество разнообразных вопросов: о географии поставок производимой продукции, особенностях работы с персоналом и т. д.