



«ПРОФАЙН РУС» ПОДВОДИТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ ГОДА

11 ноября в спорт-баре «Лигапал» прошел VIP пресс-клуб где в непринужденной обстановке компания «профайн РУС», ведущий поставщик и производитель профильных систем из ПВХ, подвела предварительные итоги 2009 года.

Всех собравшихся представителей прессы приветствовал генеральный директор компании **А.Дасковский**. Свой доклад он посвятил следующим основным темам: изменению сегментов строительного рынка, увеличению цены на ПВХ, оптимизации «внешней политики» компании, расширению ассортимента, планам на компании.

По оценке «профайн РУС», общее сокращение объемов потребления оконных ПВХ-профилей по итогам 2009 г. составит 30-40%. В 2009 г. темпы строительства упали. В основном происходило завершение начатого строительства, при этом значительная часть строек была «заморожена», а возведение новых объектов практически не начиналось. В результате спрос на пластиковые окна для нового строительства упал на 40-70%. Рынок частного потребителя также показал отрицательную динамику из-за отсутствия программ потребительского кредитования и уменьшения объемов свободных денежных средств у населения. Кроме того, потребительские предпочтения сместились в сторону более дешевой продукции, что, в итоге, спровоцировало демпинг и привело к ценовым войнам. В условиях ценовой конкуренции в ряде случаев произошло ухудшение качества пластиковых окон.

Процесс постепенного снижения конечной стоимости пластиковых окон сопро-

вождался ростом цен на комплектующие для окон, вызванным увеличением стоимости исходных материалов. Так, в 2009 году цены на ПВХ выросли с 25-27 тыс. руб. до более чем 50 тыс. руб. за тонну. К снижению доходов производителей ПВХ-профилей привела также девальвация рубля. Таким образом, в целях увеличения объемов продаж и сохранения доли на рынке производители ПВХ-профилей вынуждены были в 2009 году пойти по пути сокращения нормы собственной прибыли.

В новых рыночных условиях компания «профайн РУС», продолжая борьбу за лидерство на российском рынке ПВХ-профилей, заняла активную позицию и по итогам года рассчитывает сохранить главенствующее положение. В соответствии с рыночными реалиями компанией были выработаны новые подходы и решения. Некоторые изменения претерпела маркетинговая стратегия компании.

В 2009г. «профайн РУС» запустила новую маркетинговую программу поддержки марки «КБЕ», в рамках которой было реализовано два крупных проекта: запущена рекламная кампания профильной системы «КБЕ», лицом которой стал нападающий сборной России и английского футбольного клуба ARSENAL Андрей Аршавин, и оформлены в фирменном стиле «КБЕ» офисы продаж во всех регионах страны. Была также скорректирована стратегия продвижения марки TROCAL – сокращен запланированный объем поддержки партнеров. Тем не менее, ставка на этот премиальный бренд по-прежнему является

частью стратегии компании в России. Сейчас продолжается работа над расширением линейки продуктов TROCAL: в следующем году в профильных системах TROCAL Solid и TROCAL Balance появятся дверная группа и цветной профиль. Принято решение начать производство дополнительных профилей на заводе в городе Воскресенске. Ассортиментный ряд будет включать более тридцати наименований. За счет реализации новых производственных проектов компания в 2010 году планирует значительно расширить возможности своего бизнеса и предоставить партнерам широкий выбор различной продукции.

В 2010 г. компания «профайн РУС» прогнозирует консервативный рост рынка в пределах 8-12%. Зимой непростая ситуация в оконной отрасли останется без изменений, положительные перемены можно ожидать не ранее второго квартала 2010 года.

По вопросам качества продукции представленной на рынке выступил заместитель директора по маркетингу **В.Игнатенко**.

В условиях финансового кризиса вопросы качества продукции и управления качеством становятся ключевыми. В 2009 г. компания «профайн РУС» усилила работу в этом направлении. Совместно с партнерами компания открыла на базе Ростовского государственного строительного университета первый в России образовательный центр подготовки монтажников и работников оконного производства «Профессиональная школа оконщиков». Масштабный проект направлен на формирование новых стандартов профессионального образования в строительной отрасли, повышения качества подготовки специалистов в области производства и монтажа оконных конструкций.

Непринужденный формат встречи не повлиял на деловой тон обсуждения. В условиях кризиса и сокращения рекламных бюджетов компании стремятся сохранить уже наработанные ранее имидж, поэтому внимание прессы для них очень важно. Компания «профайн РУС» в полной мере учитывает этот фактор, что и продемонстрировала отличная организация встречи.

