

## Швейцарцы верят в российскую стройку



В ближайшие несколько лет Sika построит в России сразу три новых завода по производству строительной химии

Крупнейший мировой производитель строительных материалов — швейцарский концерн Sika — намерен более чем вдвое увеличить свою долю на российском рынке строительной химии: если сейчас она составляет около 4%, то к 2018 году должна вырасти как минимум до 10%.

«Это будет сделано за счет развития собственной производственной базы в России, что является одним из важнейших направлений нашего развития, — говорит гендиректор Sika в России **Сергей Зюзя**. — Уже сейчас у нас действует четыре завода: два в Ржеве и по одному в Санкт-Петербурге и Лобне. А в ближайших планах — открыть еще три предприятия до 2017 года в Южном, Приволжском и Уральском федеральных округах».

Из всех восьми десятков стран, где ведет операции Sika, Россия по итогам прошлого года продемонстрировала наибольший рост. Если в целом в 2013 году мировые продажи Sika увеличились на 6,5%, до 5,14 млрд швейцарских франков, то в нашей стране они выросли на 18% и превысили 70 млн

франков. Это рекордный показатель за всю историю концерна. Его удалось достичь за счет расширения продуктовой линейки и участия швейцарцев в реализации крупных инфраструктурных проектов в Краснодарском крае, Москве, Казани и Владивостоке. Только в Сочи для возведения стадионов, мостов и железнодорожных станций Sika поставила порядка 10 тыс. тонн различных суперпластификаторов, ускорителей схватывания и еще 0,5 млн кв. м мембран для гидроизоляции на общую сумму свыше 1 млрд рублей.

«Мы уже инвестировали в Россию около 30 миллионов франков, и в обозримой перспективе объемы наших вложений будут увеличиваться», — говорит топ-менеджер Sika. Так, швейцарцы сейчас активно проводят рассчитанную на два года программу по замещению импортного сырья на российское для существующих производств добавок в бетон в Лобне и Ржеве. В рамках этой программы один из заводов в Ржеве предполагается полностью модернизировать,

что позволит увеличить выпуск сухих строительных смесей в девять раз, с 10 до 90 тыс. тонн в год.

Новая стратегия Sika во многом базируется на нынешних прогнозах роста производства в строительном секторе России, которое только в следующем году должно увеличиться на 8,8%. Но

очевидно, что если рост замедлится, то и планы концерна придется скорректировать. Впрочем, сами швейцарцы уверены, что этого не произойдет и через пять лет их выручка в России увеличится более чем вдвое, с 2,7 до 5,6 млрд рублей.

■ Алексей Хазбиев

## Корпоративные клиенты выходят на связь

Совокупная выручка российских операторов сотовой связи в корпоративном сегменте по итогам первого квартала 2014 года составила 23,8 млрд рублей, что на 9% больше, чем годом ранее. Такие данные представлены в обзоре корпоративного рынка аналитического агентства AC&M.

По оценкам AC&M, в структуре доходов мобильных операторов бизнес-сегмент составляет порядка 11% (12% у «большой тройки»), а общее количество корпоративных клиентов (юрлиц и индивидуальных предпринимателей, подключенных по корпоративным тарифам) на конец первого квартала превысило 0,9 млн. На них приходится 19,4 млн активных сим-карт (8,2% от общего количества в стране).

Около 16% от общей выручки в корпоративном сегменте операторы заработали от роуминговых поступлений, в то время как в целом по рынку доля роуминга (внутрисетевого и международного) не превышает 8%. Такая разница обусловлена большей востребованностью услуг связи в роуминге у корпоративных клиентов.

Лидирует на корпоративном рынке ОАО «Мобильные Телесистемы» с долей 40% абонентов. ОАО «Вымпелком» занимает 29%, ОАО «Мегафон» — 25%. Вместе операторы «большой тройки» контролируют 94% корпоративного рынка мобильной связи по количеству клиентов и около 96% рынка

— по количеству сим-карт, говорится в исследовании.

МТС также лидирует и по объему выручки от корпоративных клиентов: на долю компании приходится более 35% рынка.

Чуть меньше трети всех зарегистрированных B2B сим-карт в сетях российских операторов мобильной связи приходится на Москву и Московскую область. Корпоративные абоненты этого региона сгенерировали порядка 58% от общей «корпоративной» выручки, что объясняется более высоким показателем ARPU (средняя выручка с пользователя) столичных абонентов: 629 рублей против 330 рублей регионального абонента (по первому кварталу 2014 года). По данным AC&M, лидером по количеству корпоративных клиентов в Москве также является МТС.

Количество корпоративных пользователей мобильного интернета в России на конец первого квартала составило 7 млн, или 36% от общего количества B2B-абонентов. В сети МТС 40% абонентов активно пользуются сервисами передачи данных, в сети «Вымпелкома» — 36, «Мегафона» — 33%. Общая выручка от услуг мобильного интернета и передачи данных в сегменте B2B российских операторов по итогам 2013 года выросла на 25% по сравнению с 2012-м и превысила 12,9 млрд рублей.

■ Алексей Смирнов

#ГОВОРИТМОСКВА

# Здравствуй, великий город!

**94.8 fm**  
www.govoritmoskva.ru

Реклама.

16+