



Текст: Анна Полошко

В Все о паркетной доске

Алексей Глядков, менеджер по продажам в странах Восточной Европы компании Parador GmbH & Co, которую на территории Украины эксклюзивно представляет компания «Витекс Украина», помог журналу FLOOR разобраться в том, насколько изменился за последнее время рынок паркетной доски, что происходит с ним сегодня, и какие тренды приветствуются современным покупателем

Floor В чем заключаются главные преимущества паркетной доски?

Алексей Глядков Существует легенда, будто паркетная доска произошла от деревянных дверей. Конструкция деревянной двери должна была противостоять деформациям в самых разных климатических условиях, что достигалось при помощи нескольких разнонаправленных деревянных слоев, которые и гарантировали стабильность формы. Именно эта особенность дверной конструкции и стала впоследствии основным преимуществом паркетной доски.

Эстетически этот продукт ничем не отличается от массива, однако при этом он дешевле и надежнее в эксплуатации. Массивная доска требует постоянной влажности и температуры. В отличие от напольных покрытий из ПВХ или ламината, у паркетной доски отсутствует раппорт, благодаря чему рисунок всегда получается индивидуальным.

Floor Что, по вашему мнению, происходит сегодня с рынком паркетной доски, и каковы, на ваш взгляд, дальнейшие перспективы развития данной отрасли?

Алексей Глядков Выход на рынок производителей из Восточной Европы и Азии в недавнем прошлом заметно повлиял на уровень цен и, как следствие, обострил конкурентную ситуацию, прежде всего, в дешевом и среднем сегментах. Об

этом свидетельствует также волна слияний среди европейских производителей, например, Voent и Bauwerk, Kahrs и Karelia. Я думаю, что ситуация многих европейских производителей сегодня не самая простая. По итогам третьего квартала прошлого года Союз европейских производителей паркета отметил снижение объемов продаж более чем на 7%. При стабильных объемах на рынке эти цифры свидетельствуют о

Дорогой сегмент рынка более стабилен: качественный продукт все же выбирают не по цене, а по дизайну, надежности, долговечности и не в последнюю очередь с учетом известности бренда

перераспределении в пользу не европейских производителей. Дорогой сегмент рынка более стабилен с точки зрения объемов, так как качественный продукт все же выбирают не по цене, а по дизайну, надежности, долговечности и не в последнюю очередь с учетом известности бренда. Я думаю, это разделение между дорогими и дешевыми продуктами в ближайшее время сохранится, возможно, даже усилится.

Floor Можно ли сказать, что за последние 10 лет произошли какие-то принципиальные изменения?

Алексей Глядков Да, конечно, ситуация довольно сильно изменилась. Отток капитала из молодых экономик стран Восточной Европы повлиял на финансирование строительства и существенно снизил его объемы, особенно после 2009 года. Это коснулось не только государств — участников Европейского Союза, но и стран с относи-

тельно независимым сектором строительного финансирования, таких как Украина, Россия и Казахстан. Вызванное этими процессами, а также конкуренцией локальных и азиатских производителей снижение общего уровня цен особенно повлияло на производителей в дешевом сегменте, заставив их принимать меры по снижению затрат. При сохранении или даже увеличении цен на сырье можно оценить ситуацию этих производителей как довольно непростую. При этом экономия на качестве для некоторых из них имела весьма негативные последствия. Как оказалось, потребитель и торговля достаточно быстро отреагировали на такие «компромиссы». Я думаю, доверие к продукту и, конечно, к бренду в этой связи стали для нашей компании основным приоритетом и стратегией.

Floor Какие новинки ваша компания подготовила для покупателей в этом году?

Алексей Глядкив Коллекция паркета «французская елочка» Edition, разработанная архитектором Хади Тегерани, вызвала, на мой взгляд, наибольшее количество эмоций. Рекомендованная цена в 140–150 евро, вопреки ожиданиям, никого не испугала.

Интерес вызвали также Lignia Brasilia и Tuscany. Эта экзотическая порода (пиния радиата) произрастает в Новой Зеландии. После специальной обработки ее плотность делается такой же, как у дуба.

Весьма интересен также американский тонированный орех ливинг в коллекции TrendTime 4. Контактная с ультрафиолетом, орех имеет свойство достаточно быстро светлеть. Специальная обработка

Приятно слышать, что именно инновации и дизайн, а не цена, — достаточные аргументы для включения нашей продукции в ассортимент в самых разных странах

Floor На что покупателю следует обращать внимание при выборе паркета?

Алексей Глядкив В паркете, как и в любом другом продукте, есть рациональная и эмоциональная составляющие. Рациональная — это такие параметры, как, например, остаточная влажность элементов, гарантирующая стабильность формы, качество лака или масла, точность и долговечность замка, экологическая безопасность. Эмоциональная — цвет, обработка поверхности, сортировка, формат и т.д.

С эмоциональной составляющей все более или менее понятно — человек ищет определенные цвет, сортировку, формат. С рациональной — сложнее. Покупатель не может по запаху узнать о соответствии нормам влажности среднего слоя или же по внешнему виду оценить экологичность. Важную роль здесь играет бренд. Чем дольше бренд присутствует на рынке, и чем меньше с ним проблем, тем проще потребителю сделать свой выбор в его пользу. Parador на рынке воспринимают как инновационный и качественный продукт. Это подтверждают регулярные обновления ассортимента и положительный опыт сотен и тысяч продавцов и покупателей в течение последних 10 лет.

Floor Как бы вы подытожили впечатления о паркетной доске, представленной на выставке Domotex Hannover?

Алексей Глядкив Domotex Hannover 2014 в положительном смысле удивил обилием посетителей. Именно поэтому информация о конкурентах у меня, к сожалению, имеется только из вторых рук. Времени самостоятельно все изучить практически не было. Наша продукция вызвала большой интерес, и субъективные оценки посетителей были однозначно в пользу Parador. Приятно слышать, что именно инновации и дизайн, а не цена, — достаточные аргументы для включения нашей продукции в ассортимент в самых разных странах.

сохраняет изначальный цвет в течение всего времени эксплуатации. Судя по отзывам, покупательским спросом будет пользоваться также и художественный дизайн из коллекции TrendTime 9. В этом году Parador включил в ассортимент большое количество продуктов «селект» и «натур», что фиксирует актуальный тренд перехода на более «спокойный» дизайн напольных покрытий.

Floor Что сегодня пользуется самым большим спросом?

Алексей Глядкив Спрос зависит от рынка. Традиционно самый популярный и самый распространенный вид паркета — дуб. Был ожидаемо интересен «дуб селект», который достаточно хорошо представлен в наших коллекциях. Думаю, не выгорающий под воздействием ультрафиолета американский орех также будет пользоваться спросом.

Floor Какие современные тенденции вы бы выделили?

Алексей Глядкив По-прежнему остаются популярными направления «винтаж» и «лофт», искусственно состаренный дизайн — все это особенно хорошо смотрится на фоне современных лаконичных интерьеров.

Вместе с тем увеличивается интерес к чистым, простым, неутрачивающим формам. Раньше «селект» был приемлем только на восточноевропейском рынке, но я не исключаю, что после долгого перерыва этот тренд вернется и на рынки Центральной и Западной Европы. В последнее время мы наблюдаем все более быструю смену вкусов и предпочтений. Многие, кто обращает внимание на наш ассортимент, ищут свою индивидуальность в интерьере. И в этом смысле наш ассортимент способен предложить достойные решения для самых разных стилей. Искусство успевать за модой всегда было и будет нашей отличительной чертой. **F**