

«БОШ ТЕРМОТЕХНИКА»: В БУДУЩЕЕ – С ОПТИМИЗМОМ

Алексей ДИДЕВИЧ, обозреватель

В ежегодной выставке Aqua-Therm Moscow 2016, проходившей со 2 по 5 февраля в Москве в «Крокус-Экспо» (более 650 участников-экспонентов из 30 стран, почти 26,5 тыс. посетителей), приняло участие и самое «теплое» подразделение группы Bosch – компания «Бош Термотехника», стенд которой был разделен на две части. Фактически это было два стенда – каждый со своей экспозицией. На одном из них было представлено оборудование бренда Buderus, на втором стенде демонстрировались изделия собственно бренда Bosch. Хотя обе экспозиции отличались друг от друга по тематике, идеологии и дизайну (Buderus – в темных, Bosch – в светлых тонах), обе марки показали всем желающим широкий спектр новинок отопительного оборудования и климатотехники.



Дизайн бренда Buderus стенда был выполнен в «космическом» стиле, отражающем концепт развития продуктовой линейки с флагманом в виде конденсационного котла Logamax GB172i. Дизайн бренда Bosch был исполнен в традиционной бело-красной цветовой гамме.

Во второй день работы выставки – 3 февраля – увидеть поближе новинки Bosch и Buderus и узнать об их основных характеристиках смогли и журналисты специализированных изданий в ходе пресс-завтрака с руководством компании «Бош Термотехника» и чуть позже – на экспозиционных площадках.

О текущих планах и более отдаленных перспективах развития компании собравшимся рассказал генеральный директор ООО «Бош Термотехника» Юрий Нечепавев. «Наша экспозиция на этой выставке является неким продолжением того, что было представлено на недавней выставке в Германии. Так что мы идем в русле общей концепции Bosch Thermotechnik, – отметил он. – Говоря о том, какой был 2015 год для нас, хочу сказать, что, наверное, как и для большинства участников рынка, год был непростой, но в целом его итоги мы оцениваем как позитивные, потому что нам удалось достичь многих целей, которые мы ставили перед собой как в продажах оборудования, так и в области открытия новых производств. Прежде всего, следуя общему тренду, который сейчас есть в России, в том числе на рынке отопительной техники, – тренду локализации производства. Не буду говорить слово «импортозамещение», я его не люблю, поскольку мы все-таки являемся иностранной компанией, но это то, с чем нам приходится жить. Наша компания уделяет большое внимание как раз локализации производства в России. В прошлом году наши открытые ранее заводы по производству промышленного оборудования и настенных котлов успешно продолжили свою работу. Они вышли на плановые мощности, и это вдвойне отраднo в свете того, что ситуация в целом на рынке была тяжелой. Завод настенных котлов фактически вышел на полную загрузку даже с опережением графика. Если говорить о промышленных котлах, то здесь у нас еще есть возможности для развития нашего и производс-



тва, и бизнеса. Тем не менее и в этом секторе есть успехи: у нас был очень хороший рост по выпуску промышленных котлов, прежде всего с нашего завода в г. Энгельс. Кстати, в этом городе в прошлом году мы открыли еще один завод — по выпуску стальных панельных радиаторов».

Это, по его словам, весьма востребованный продукт на российском рынке. Рынок стальных панельных радиаторов в России насчитывает миллионы единиц, и спрос на эти продукты очень высок. Поэтому решение об открытии завода по их выпуску, несомненно, было правильным.

«И то, как на данный момент идут активно продажи радиаторов с нашего завода в России, подтверждает правильность решения Bosch о локализации их производства в РФ», — добавил гендиректор компании «Бош Термотехника».

Как подчеркнул Нечепавев, с 2015 г. компания стала активно работать над продвижением новой концепции оборудования. «Лозунг этой концепции: «Готовы к будущему», — сказал представитель Bosch. — Сегодня на нашем стенде вы сможете увидеть котлы, которые впервые были представлены на выставке в Германии. С прошлого года эти котлы есть и на российском рынке. Это новая линия, которая называется Titanium Line. Эти котлы не просто имеют новый дизайн. Корпус котла стальной, передняя (фронтальная) панель — из титанового стекла, которое не гнется, не бьется, не царапается и отвечает современным трендам дизайна, причем не только промышленного, но и в том числе дизайна бытовых приборов. Эти котлы имеют еще и новый функционал, они оснащены системой автоматки, позволяющей дистанционно передавать данные, а значит, имеют возможность управления ими посредством Интернета, причем практически с любого мобильного устройства. Это требование современного мира, это требование жизни». По утверждению Нечепавева, группа Bosch в целом видит большую перспективу именно в «интернетизации» того оборудования, которое производит: это и котлы, и электроинструмент, и даже роботизированные газонокосилки и WiFi-холодильники, управлять которыми можно через Интернет с помощью приложения Bosch Control. Такое сетевое управление техникой, подчеркивают в Bosch, — весьма актуальный тренд: «на все это реально большой спрос, и не только в Европе».

«Что мы планируем в 2016 году? У нас очень амбициозные планы, — продолжил Нечепавев. — Мы категорически не



хотим падать на рынке. А вообще планируем расти. И расти мы будем — это не пустые слова: мы знаем, почему и как. И в первую очередь рост будет за счет тех продуктов, которые мы производим здесь, в России. В частности, речь идет о запущенном в производство в августе 2015 г. в Энгельсе новом напольном газовом котле GAZ 2500F. Это не просто эффективный, но и красивый котел — устоять невозможно, чтобы не приобрести и поставить. Просто суперкотел. К тому же он очень доступен по цене. Мы планируем расширение линейки производимых продуктов и, конечно, будем продолжать продвигать энергоэффективную технику — конденсационные котлы и новую серию Buderus, которая представлена на этой выставке. Мы также начинаем абсолютно новое направление нашей деятельности в России — это продажи систем кондиционирования. То есть мы сейчас переходим от «чистых отопленцев» к комплексному предложению систем



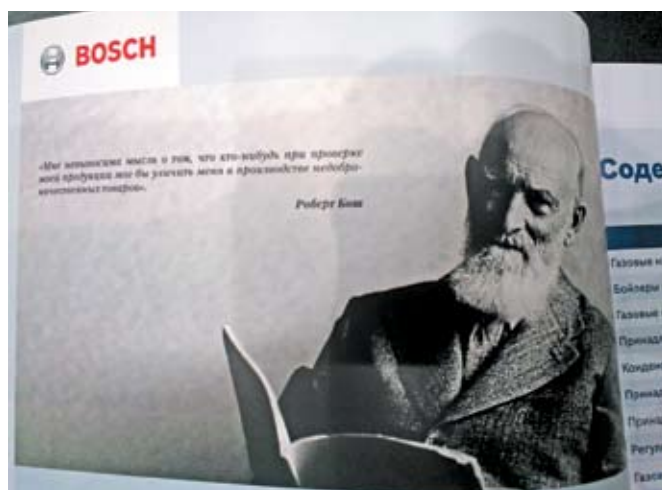
климатотехники — для создания комфортного климата нашим заказчиком. Что мы уже предлагаем? В прошлом году компания «Бош Термотехника» создала совместное предприятие с одним из крупнейших китайских производителей систем кондиционирования, компанией Midea, для выпуска систем с переменным расходом хладагента. Это современное высокотехнологичное оборудование, которое мы также начинаем продавать под брендом Bosch. С этим оборудованием мы вышли в абсолютно новый для нас сегмент рынка. Тем самым мы расширяем сферу нашей активности — и это тоже одна из точек нашего роста».

Стоит добавить, что произведенные совместно с Midea коммерческие и промышленные системы кондиционирования продаются под брендом Bosch с января 2016 г.

Руководитель отдела продукт-менеджмента компании «Бош Термотехника» Михаил Хомкин, в свою очередь, рассказал о новинках оборудования Bosch и Buderus, представленных в этом году на выставке. В частности, под брендом Bosch: напольный котел GAZ 2500, настенный котел GAZ 6000, промышленный водогрейный котел российского производства UT-L, регуляторы отопления New System Controls и инновационный комнатный регулятор СТ100.

Под брендом Buderus в этом году были представлены: настенный котел Logamax plus GB172i, твердотопливные котлы Logano S171 и Logano S131H, напольный конденсационный котел Logano GB102, пульт управления RC300 и комнатный регулятор TC100. Особое внимание на выставке было уделено продукции Made in Russia: настенному котлу Logamax U072 и радиаторам Logatrend K-Profil и VK-Profil.

Кроме того, в рамках выставки (также 3 февраля) состоялась конференция «Энергоэффективность и безопасность систем теплоснабжения и водоснабжения», на которой с



докладом «Конденсационные котлы и современная автоматика управления котлом в коммерческом и бытовом сегментах» выступил директор по маркетингу ООО «Бош Термотехника» Александр Щеглов.

Как видно, группа Bosch в последнее время усиленно развивает именно котловое и климатическое направление, что для такой холодной страны, как Россия, очень даже неплохо — хороший подогрев (как, впрочем, и прохлада знойным летом) здесь вовсе не помешают. А в том, что компания является, как следует из ее буклета, «ответственным производителем, стремящимся к инновациям», убеждаются ее довольные клиенты и в РФ, и по всему миру.