

Брикфорд взял след!

История кирпича, да и всей строительной керамики в России — это по большому счету летопись истории самого государства с его взлетами и падениями. Кирпичное строительство всегда сопутствовало подъему страны, появлению новых идей, новых сил. На кирпиче, в буквальном смысле, строили свою власть самые именитые российские правители. При этом кирпич оказывался в загоне каждый раз, когда судьба страны становилась неопределенной.

Кирпич впервые появился на Руси лишь в XI веке. В Киеве из него строили христианские храмы, которые несли не только религиозную функцию, они были символом нового государства, его идеологии и до наших дней остаются памятником династии Рюриковичей, основавших Киевскую Русь. В эпоху татаро-монгольского ига и смуты на Руси кирпич был предан забвению. Примечательно, что московский Кремль обрел каменные стены лишь в конце XIV века при Дмитрии Донском, когда Москва стала центром русских земель, а новый каменный Кремль — символом возрождения Руси. Впрочем, каменные стены по европейским меркам даже в XIV веке смотрелись архаично.

Символом возрождения кирпича на Руси стал первый в стране завод по его производству, построенный в конце XV века в Москве итальянским мастером Аристотелем Фиораванти. Итальянец принес на Русь не только новые знания и технологии, но и осмелился выступить с идеей перестроить стены московского Кремля — сделать их из красного кирпича. И это случилось, правда уже после смерти итальянца, в эпоху Ивана III, который закончил процесс собирания русских земель. И новые кирпичные кремлевские стены стали символом нового государства.

Настоящий прорыв в строительстве пришелся на эпоху Петра I. Символом новой российской империи стала новая столица, строившаяся, по воле Петра Великого, из камня европейскими архитекторами.

В свою очередь символом грядущего упадка уже советской империи стало панельное строительство, которое вытеснило керамический кирпич, сделав его привилегированным продуктом — из него, в частности, строились «цековские» дома.

Так уж повелось, что культура производства и обращения со строительной керамикой приходила к нам из дальних стран. Вначале из Византии, потом из Италии, впоследствии из Германии и Голландии. И все это четко коррелировалось с государственной идеологией. Вначале Киев стал Вторым Константинополем, затем Москва превратилась в Третий Рим, а при Петре Великом Санкт-Петербург положил начало становлению новой могущественной империи, которая в XIX веке стала, по словам К. Маркса, «полицейским Европой».

Более чем логичным представляется рост рынка строительной керамики в наше время, когда Россия вновь оказалась на этапе некоего нового исторического прорыва. По разным данным, спрос на керамический кирпич по стране составляет сегодня от 10 до 12 млрд условных кирпичей в год, оборот же рынка — от \$2 до \$3 млрд. Рост рынка обусловлен множеством обстоятельств, посему прогнозы аналити-

ков существенно разнятся. Но тенденция очевидна.

И все более очевидной становится еще одна тенденция — рост рынка элитной строительной керамики, импортируемой из Европы. Причем ниша элитной строительной керамики развивается гораздо более стремительно, чем какие-либо еще сегменты строительного рынка. О ее росте можно судить по показателям одного из крупнейших мировых концернов по производству строительной керамики WIENERBERGER. В Россию концерн поставляет керамический кирпич из Бельгии, Германии, Финляндии и Эстонии. В 2007 году через два десятка дилеров компания реализовала в нашей стране 24,5 млн кирпичей. Это в два раза больше, чем в 2006-м, в сравнении с 2005 годом — прирост почти в 2,5 раза.

В 2007 году рост продаж компании Брикфорд, ведущего импортера элитной строительной керамики на наш рынок, вырос в 3 раза — до 5,5 млн штук. А уже за 5 месяцев 2008-го Брикфорд перекрыл показатели предыдущего года, причем без учета крупных проектов, только за счет частного клиента. К слову, показатели Брикфорда строятся только на продукции, произведенной в Западной Европе.

До недавнего времени Брикфорд был известен потребителю под именем «Промстройарсенал». Компания сделала ставку на европейские традиции в использовании кирпича, на европейских производителей как основных своих партнеров в секторе облицовочного керамического кирпича и черепицы. Этим обусловлена смена имиджа компании. Ребрендинг приурочен к проведению первого российского форума потребителей и производителей строительной керамики Arch Elite Russia.

Форум пройдет в Самаре в конце июля. «Пришло время определиться с понятием «элитная строительная керамика», донести до потребителя, под которым мы, в первую очередь, видим архитекторов и девелоперов, что такое элитная строительная керамика, каковы ее возможности, показать, какие перспективы она открывает перед потребителем. А главное, объяснить, что нет ничего невозможного: этот материал есть в России, есть специалисты, которые знают, как с ним работать», — говорит Илья Бочаров, председатель оргкомитета Форума.

Российский рынок элитной строительной керамики уникален. Уникален в том смысле, что в Европе понятие «элитный» применительно к кирпичу или к черепице не используется, поскольку высочайшее качество — это норма для европейских производителей. Перед российскими же производителями до недавнего времени стояла задача бороться не столько за ка-

чество, сколько за количество. Однако рост рынка элитной керамики вынуждает задуматься о разведке глины, чего давно не делалось в России, и о строительстве новых заводов по производству качественного лицевого кирпича. Но эти процессы принесут плоды, в лучшем случае, через несколько лет. В результате предложить альтернативу, скажем, европейскому клинкеру, хоть какую-то, мы не можем. Кроме того, элитность европейской строительной керамики определяется ее непонятностью. В том смысле, что культура потребления этого продукта в нынешней России только зреет, и пока еще узкий круг специалистов понимает, как работать с этим материалом, в чем его достоинства. И если в центре Москвы, например, вряд ли можно найти реализуемый объект, в облицовке которого используется какой-либо иной кирпич, кроме клинкера, то во многих даже крупных российских городах все еще немало объектов, которые облицовываются аж силикатных кирпичом.

Увы, но еще нередки случаи, когда, привлекая к проекту именитого российского или зарубежного архитектора, наши застройщики пользуются его именем как брендом, но не дорожат его опытом и знанием. Это оборачивается разрушением замысла архитектора, когда материалы, предусмотренные автором проекта, заменяют более дешевыми. Элитная строительная керамика занимает не последнее место в ряду материалов, которые иногда в буквальном смысле становятся камнем преткновения в отношениях застройщика с архитектором. Очевидно, что это не идет на пользу ни конкретному проекту, ни в целом имиджу России в глазах европейского архитектурного сообщества.

Организаторам форума Arch Elite Russia удалось почти невозможное. Они привлекли к участию в конференции ведущих архитекторов со всей России и их европейских коллег. В числе докладчиков — Вячеслав Богачкин (руководитель архитектурной мастерской «Богачкин и Богачкин»), Оксана Камышова (ГИП), Владимир Биндеман (руководитель мастерской «Архитектуриум»), Олег Тамбовцев (руководитель архитектурного бюро AT GROUP), Вячеслав Павлинов (генеральный директор «ТехСтройПроект»), Гренендаал Ричард Карел (арх. бюро GROENENDAAL ARCHITECTEN, Нидерланды). Также в списке участников форума представители всемирно известных брендов строительной керамики, которых вряд ли можно увидеть еще где-либо за одним столом: VANDERSANDEN, ROBEN, CRH, Kerakam, Quick-mix.

Журнал «Технологии строительства» выступил информационным спонсором Форума. В августовском номере читайте подробный отчет об Arch Elite Russia.