



Текст и фото: Павел Колосов

В последние годы российская строительная отрасль развивается бурными темпами, а вместе с ней стремительно растет и рынок строительной керамики (кирпич и черепица из обожженной глины). В целом по РФ спрос на керамический кирпич составляет от 10 до 12 млрд условных кирпичей в год (от 2 до 3 млрд долларов). Несмотря на огромные потребности в материалах этого типа, отечественный рынок керамического кирпича все еще пребывает в зачаточном состоянии и больше напоминает стихийный базар времен перестройки.

## Arch Elite Russia — Первый Международный форум архитекторов и производителей строительной керамики

С 30 июля по 2 августа 2008 года в Самаре проходил Первый Международный форум производителей строительной керамики и ее основных потребителей, то есть архитекторов и девелоперов. Главной задачей форума, получившего название Arch Elite Russia, стало формирование цивилизованного рынка строительной керамики и соответствующее изменение сознания потребителей по отношению к продуктам этой группы. Вот, что сказал по этому поводу *Илья Владимирович Бочаров* — председатель координационного совета форума и руководитель компании «Брикфорд», взвалившей на себя все заботы, связанные с организацией мероприятия:

— Компания, которую я представляю, вот уже второй десяток лет занимается поставками в Россию строительной керамики и, в первую очередь, высоко-

качественного кирпича известных западноевропейских производителей. Проанализировав существующую ситуацию, мы пришли к неутешительному выводу, что отечественный рынок элитной строительной керамики развивается достаточно хаотично. Главным препятствием на пути его нормального развития является отсутствие знаний и отчетливых представлений о возможности применения керамики в сфере современных строительных технологий, поскольку, в силу стечения целого ряда исторических обстоятельств, культура работы с высококачественным кирпичом и настоящей керамической черепицей была практически полностью утрачена еще в 20-х годах прошлого века.

Отметим, что даже в эпоху расцвета панельного домостроения в нашей стране существовала политика двойных стандартов строительства: в то время как рядовые

граждане в массовом порядке заселялись в панельные пятиэтажки, для партийной элиты возводились кирпичные, так называемые «цековские», дома (кладка из пустотелого кирпича толщиной 51 см, облицованная лицевым кирпичом). Квартиры в этих домах до сих пор имеют определенную ценность.

### Что такое хорошо, и что такое плохо

Казалось бы, что может быть проще понятий «хорошие» и «плохие» строительные материалы? Тем не менее, четких критериев качества домостроения на настоящий момент в России не сформировано. Во всяком случае, понятия качества и эстетики в строительстве остаются далеко не на первом месте. В итоге в регионах по-прежнему отчитываются о миллионах квадратных метров жилья, сданного в экс-



**Инна Бочарова**, генеральный координатор Arch Elite Russia, управляющий партнер компании «Брикфорд»

плуатацию, но никогда не упоминают о его качестве. Этот факт не вызывает изумления, пока речь идет о массовой застройке, но и при возведении так называемого элитного жилья качество строительства, как один из важнейших факторов, определяющих качество жизни, остается за бортом. В потребительской среде до последнего времени этот вопрос также не вызывал большого интереса. Если в рекламе сказано, что поселок элитный — значит, так оно и есть, а в чем конкретно выражается эта элитность — никого особенно не интересовало. Сейчас ситуация постепенно изменяется к лучшему, но темпы этих изменений пока еще явно не достаточны. Одной из важнейших причин, побудивших компанию «Брикфорд» к организации этого форума, стало стремление разобраться, что же такое на самом деле качество жилья, вернуть в Россию



**Илья Бочаров**, председатель координационного совета Arch Elite Russia, управляющий партнер компании «Брикфорд»

культуру строительства, и, как принято было говорить раньше, — нести эти знания в массы.

#### Особенности российского девелопмента

Российские архитекторы, присутствовавшие на форуме, обозначили еще одну проблему, препятствующую широкому применению качественной строительной керамики. Дело в том, что отечественные девелоперы нередко отказываются от использования высококачественных, а следовательно, дорогостоящих строительных материалов, предусмотренных проектом, в пользу более дешевых заменителей низкого качества. Это весьма распространенная практика, и нет никаких требований, регламентирующих качество применяемых материалов. В своем выступлении, посвященном практическому применению строительной керамики, Вячеслав Павлинов, генеральный директор компании «ТехСтрой Проект», так сформулировал эту проблему:

— Заказчик всегда стремится к минимальным капиталовложениям и к максимальной доходности проекта. Самое удивительное, что такое отношение сохраняется даже при строительстве собственных загородных домов. Создается впечатление, что застройщик совершенно не допускает мысли о том, что через какое-то время этот дом, возможно, придется продавать, а продать его в таком исполнении будет очень даже непросто.

Об актуальности этого вопроса говорит и тот факт, что архитектурное бюро «Богачкин и Богачкин» (Москва) подготовило весьма обширный и интересный доклад на тему «Профессиональный девелопмент недвижимости как преобразование идеи в реально действующий объект. Взгляд архитектора». Докладчик, роль которого была возложена на *Никиту Богачкина*, обогатил строительную терминологию новым



**Катаржина Колбер**, экспорт-менеджер концерна CRH clay products (Ирландия)

понятием «дикие» девелоперы. К этой категории относятся девелоперские фирмы, руководство которых не только не имеет, но и не хочет иметь даже минимальных познаний в области строительства. Их цель проста и незамысловата — слепить «элитный» поселок из самых дешевых материалов и как можно быстрее продать его, сняв с себя всякую ответственность за дальнейшую судьбу своего творения.

Вот что сказал по этому поводу *Илья Владимирович Бочаров*:

— Это незатейливый маркетинг, который на самом деле серьезно ударяет по строительному рынку и рынку стройматериалов. Спекуляция понятием «элитный» дезориентирует людей и не способствует формированию цивилизованного рынка, где должны существовать четкие критерии, четкая градация того, что является элитным, что может быть отнесено к бизнес-классу, а что и к категории «эконом». Для нас совершенно очевидно, что элитное жилье, как минимум, должно быть построено из элитных стройматериалов.

Но и в этой области, по мнению *Инны Валерьевны Бочаровой*, управляющего партнера компании «Брикфорд» и генерального координатора форума, все чаще встречаются приятные исключения:

— В поселке «ВАУ! Тутинки», который проектировал архитектор *Олег Тамбовцев* (Бюро AT Group), нам очень повезло с девелоперами. Они рассматривали каждый материал не с позиций экономии (обычно: давайте возьмем что-нибудь подешевле, пусть даже оно и хуже), а с позиций качества и зрительного восприятия готового объекта. Возможно, именно поэтому поселок «ВАУ! Тутинки» на данный момент один из лучших, на мой взгляд, в Подмоскovie, как с конструктивной, так и с эстетической точек зрения.

Насколько чужды перечисленные проблемы западноевропейским зодчим, стало ясно из выступления нидерландского





Выступление владелицы завода компании VANDERSANDEN (Бельгия) **Гертруды Вандерсанден** (Gertruda Vandersanden)

архитектора *Ричарда Гренендаала* (архитектурное бюро Groenendaal Architecten), посвященного Амстердамской архитектурной школе. Но это — тема для отдельной статьи.

### «Теплая керамика» как продукт эволюции глиняного кирпича

Термин «теплая керамика» вошел в обиход компании «Брикфорд» (в то время она еще носила название «ПромСтрой-Арсенал») в начале 90-х годов прошлого века, когда в Петербурге был построен первый завод «Победа КНАУФ» по производству поризованной керамики. Изучив уникальные свойства крупноформатных поризованных керамических блоков, руководство компании отказалось от простого кирпича как конструкционного материала и с определенной долей фанатизма взялось за внедрение «теплых» керамических камней в современное строительство. Убедить архитекторов и проектировщиков в целесообразности отказа от традиционной колодезной кладки было очень непросто. На протяжении многих лет во всех проектах были одни и те же узлы, и вдруг появляется поризованная керамика, которая не требует дополнительного утепления. Переход на этот материал требует освоения новых узлов, новых алгоритмов теплотехнических расчетов и совершенно иного подхода к проектированию и строительству. Но те, кто поверил в перспективность нового материала, очень быстро убедились в том, что керамический крупноформат-



**Стефан Хайкен** (Stephan Heiken), коммерческий директор завода группы компаний RÖBEN (Германия)

ный поризованный блок — это один из лучших на сегодняшний день строительных материалов, удачно соединивший в себе достоинства традиционного глиняного кирпича с последними достижениями науки и техники. Разумеется, все типы стен, применяемые в современном строительстве, имеют право на существование, но монослойная стена, безусловно, является наиболее предпочтительной с любой точки зрения, а «теплая керамика» позволяет обеспечить требуемое  $R_0$  при небольшой конструктивной толщине и достаточной несущей способности ограждающих конструкций.

В 2005 году ЗАО «Самарский комбинат керамических материалов» также освоил выпуск крупноформатных поризованных керамических блоков. СККМ производит керамические камни торговой марки KegaKam на современном немецком оборудовании и под контролем немецких технологов. С докладом «Крупноформатная строительная керамика и перспективы ее развития» на форуме выступил *Сергей Иванович Груздев* — заместитель генерального директора ЗАО СККМ.

### Немного истории

Не вызывает сомнений тот факт, что керамический кирпич попал к нам из Европы. Точнее, он приходил оттуда несколько раз, поскольку плохо приживался в нашей стране. Впервые кирпич был завезен в Киевскую Русь из Византии (тогда он именовался плинфой), затем — из Италии в Русь Московскую и, далее,



**Никита Богачкин**, архитектор мастерской «Богачкин и Богачкин»

— при Петре I — из Германии и Голландии в Российскую империю. В конце XIX века многие российские производители выпускали кирпич вполне приемлемого качества, но и тогда импорт этого строительного материала был делом вполне обычным. В частности, небезызвестный барон Людвиг Кноп, поставлявший российским фабрикантам оборудование для текстильных мануфактур, привозил из Англии не только металлоконструкции, но порой и красный керамический кирпич, из которого возводились производственные корпуса.

После революции 1917 года кирпичной промышленности уделялось преступно мало внимания, не велась разведка месторождений качественных глин, практически не обновлялись технологии производства. В настоящее время отечественные производители прилагают немалые усилия для возрождения этой отрасли промышленности, но пока еще не в состоянии составить достойную конкуренцию европейским компаниям.

### Настоящее и будущее строительной керамики

По мнению специалистов, ниша элитной строительной керамики в нашей стране развивается намного интенсивнее, чем другие сегменты строительного рынка. Достаточно сказать, что в 2007 году рост продаж компании «Брикфорд», ведущего российского импортера элитной строительной керамики, увеличился в 3 раза (до 5,5 млн штук условного кирпича), а за 5 месяцев 2008 года продажи



Архитекторы **Ричард Гренендаал**, архитектурное бюро GROENENDAAL ARCHITECTEN (Нидерланды) и **Олег Тамбовцев**, руководитель архитектурного бюро AT GROUP (Россия)



**Руслан Суворов**, директор по продажам представительства компании quick-mix (Германия) в России



**Владимир Биндеман**, руководитель мастерской «Архитектуриум»

«Брикфорда» уже перекрыли показателем предыдущего года. По экспертным оценкам, в 2007 году оборот рынка импортной строительной керамики составил от €40 до 50 млн, причем на долю «Брикфорда» в сегменте элитной строительной керамики (кирпич в ценовой категории от 1 до €10 за штуку) приходится около 60%.

#### Братство каменщиков

На логотипе компании «Брикфорд» присутствует надпись: «Братство каменщиков». Это короткое словосочетание в полной мере передает отношение сотрудников компании к продукту, внедрением которого они столь самозабвенно занимаются.

*И.В. Бочарова:*

— В далеком уже 1996 году мы решили, что будем заниматься только керамической продукцией. В России на тот



**Вячеслав Павлинов**, к.т.н., генеральный директор компании «ТехСтрой Проект»

момент не было ни одного завода, способного выпускать кирпич достойного качества, поэтому нам пришлось завозить этот материал из Европы. Сначала это была продукция эстонских, польских и финских производителей, чуть позже — немецких и бельгийских компаний. Таким образом, компания «Брикфорд» (тогда еще «ПромСтройАрсенал») вот уже почти 20 лет работает на рынке импортного керамического кирпича. Мы поставляем в нашу страну только лучшие керамические продукты (кирпич, черепицу, клинкерную брусчатку и т.п.) от производителей, которые являются признанными мировыми лидерами в этой области. Дилеры нашей компании представляют в 10 регионах РФ такие легендарные марки строительной керамики, как WIENERBERGER, RÖBEN, CRH, VANDERSANDEN, KORAMIC, A.K.A., а также высококачественную теплую керамику российского производства KERAKAM



**Сергей Груздев**, заместитель генерального директора ЗАО «Самарский комбинат керамических материалов»

(Самара) и RAUF (Санкт-Петербург). Всеми силами мы пытаемся возродить в России культуру применения строительной керамики, в том числе и при помощи наших западноевропейских коллег, многие из которых принимали самое активное участие в самарском форуме.

Братство каменщиков — именно так можно охарактеризовать атмосферу, царившую на Arch Elite Russia. Руководству компании «Брикфорд» удалось невозможное: топ-менеджеры компаний Vandersanden (Бельгия), CRH (Ирландия) и Röben (Германия) — мировых лидеров в области производства строительной керамики и прямых конкурентов на западных рынках, собрались в Самаре, чтобы обсудить возможности возрождения российского рынка строительной керамики. Итоги совместной работы будут подведены летом будущего года в г. Краснодаре, где состоится очередной форум Arch Elite Russia 2009.

**Ирландский концерн CRH** с головным предприятием в Дублине входит в тройку крупнейших мировых производителей строительной керамики. Концерн объединяет более 2100 производственных предприятий в 26 странах, на которых работает более 60 тыс. сотрудников. В 2007 году оборот концерна составил почти € 21 млн. Клинкерный кирпич CRH для мощения — безусловно один из лучших в мире. Продукция этой компании использовалась при реализации множества великолепных архитектурных проектов, а накопленный опыт ее применения полностью подтверждает высочайшее качество материалов CRH.

**Группа компаний Röben Tonbaustoffe GmbH (Германия)** — старейший партнер компании «Брикфорд». Объединяет 14 заводов в Европе и Америке, которые выпускают более 1500 наименований(!) продуктов из обожженной глины: высококачественный кирпич для кладки стен, эксклюзивные напольные керамические покрытия для интерьеров, террас и т.п., промышленную клинкерную плитку, клин-

кер для мощения дорожек и площадок, а также то, чего нет ни у одного из перечисленных выше производителей: классическую керамическую черепицу из обожженной глины, которая давно уже стала хитом продаж и своеобразной «визитной карточкой» концерна Röben в нашей стране.

**Семейная компания nv Vandersanden sa.** 3 завода в Бельгии ежегодно производят около 275 млн шт. облицовочных керамических кирпичей ручной формовки. Обеспечивают примерно 55% бельгийского рынка строительной керамики. Продукция экспортируется в европейские страны, Японию и Россию (около 2% всего производимого кирпича). Занимает 3 место в Европе по объемам производства. Популярность кирпича Vandersanden обусловлена не только ручной формовкой и высочайшим качеством, но и чрезвычайно обширной цветовой гаммой. Только в московском офисе «Брикфорд» представлено более 70 оттенков продукции этой компании. В результате, заказчик, который заехал для того, чтобы бы-

стренно выбрать кирпич нужного цвета, нередко задерживается перед стендами Vandersanden на несколько часов, поскольку проблема выбора цвета предстает перед ним в совершенно ином масштабе.

**Компания quick-mix (Германия).** Входит в международный строительный концерн Sievert Baustoffgruppe. Как справедливо отметила И.В. Бочарова, «quick-mix не имеет прямого отношения к производству керамики, зато использование керамики имеет к этой компании самое непосредственное отношение». Почти 40 лет quick-mix с успехом разрабатывает и производит сухие смеси для строительства. Только в Европе на предприятиях фирмы производится более 250 наименований продуктов. Это специальные бетоны, кладочные смеси, ровнители для полов, плиточные клеи и многое другое. В числе прочего quick-mix производит клеевые составы для тонкошовной кладки блоков из поризованной керамики, а также кладочные растворы серии VOR для клинкера и других слабовпитывающих материалов.