

Пленка для ламинации ПВХ-профиля. Куда смотреть?

Еще 10 лет назад российский рынок экстерьерных пленок для ламинации оконного профиля был представлен двумя-тремя основными производителями. Выбрать качественную пленку было достаточно просто, так как с технической стороны эти пленки ничем особо не отличались. Одни переработчики предпочитали более дорогих, но раскрученных «немцев», другие выбирали надежных и более доступных по цене «корейцев». В 2020 году выбор перестал быть таким простым, а рынок ламинационных пленок стал изобиловать продуктами разного класса от производителей из разных стран. Как сориентироваться в этом многообразии? Мы побеседовали с руководителем компании «ЕВРОЦВЕТ», вот уже 11 лет успешно занимающейся ламинацией в г. Челябинске, Игорем Акиньшиным.



— Игорь, расскажите немного о компании «ЕВРОЦВЕТ».

— Мы начинали в 2009 году в маленьком арендованном цеху с одной ламинационной машиной и 10-ю сотрудниками. Тогда еще кашированный профиль был в диковинку. У нас был б/у «холодный» станок с маленькой производительностью. Сегодня мы имеем 4 ламинационные линии, и наше оборудование в сезон работает практически круглосуточно. Мы владеем собственным заводом площадью 53 000 кв. м с четырьмя цехами, на котором трудятся более 200 человек. «ЕВРОЦВЕТ» в 2020 году — это один из крупнейших производителей конструкций из ПВХ и алюминия в Челябинской области и на севере Тюмени, а также ведущий поставщик услуг по ламинации профиля. Кроме того, в 2017 году мы запустили собственное производство ПВХ-доски и подставочного профиля. Мы продолжаем развиваться и в ближайшем будущем планируем запуск ПВХ-профиля под собственным брендом.

— Какой объем пленки вы перерабатываете в среднем за месяц?
— В сезон около 15 000 кв. метров.

— С такими серьезными объемами ламинации наверняка вы получаете большое количество предложений от разных производителей?

— Когда мы начинали, выбирать производителя пленки не приходилось. Если бы я был новичком в ламинации сегодня, я бы точно запутался. Кроме того, что производителей пленок под десятков, так и еще у многих производителей представлены пленки разного класса. Как результат — изобилие и хороших и никуда не годных предложений от известных и неизвестных поставщиков.

— Профессионал от новичка отличается тем, что первый знает куда смотреть. Вы руководите одним из крупнейших и успешных предприятий в России и без сомнения являетесь профессионалом своего дела. Куда же смотреть при выборе пленки для ламинации ПВХ-профиля?

— Здесь есть две вещи, которые я бы разграничил. Критерии для оценки качества самого продукта и критерии для оценки надежности поставщика. Даже если вы выберете превосходный продукт, но поставщик будет сомнительный, то вы не сможете предоставить своему клиенту качественную услугу точно в срок.

При выборе экстерьерной пленки следует обратить внимание на следующие пункты

1. Состав пленки. ПММА+ПВХ — это состав экстерьерных пленок. Полиметилметакрилат (акриловый слой) — самая дорогая часть пленки, защищающая ее от выцветания и агрессивных факторов окружающей среды. Пленка с прозрачным слоем ПВХ вместо акрила не может считаться экстерьерной, так как не имеет защиты от ультрафиолета.

2. Толщина акрилового слоя. У одних пленок сегодня акрила нет вообще, у других толщина колеблется в интервале от 40 до 70 мкм. Чем толще акриловый слой, тем дольше он служит и тем надежнее у пленки защита. Минимально допустимый слой акрила, чтобы пленка могла получить основной сертификат RAL, это слой толщиной 50 мкм.

3. Сертификат RAL. RAL — немецкий институт, разрабатывающий стандарты для компонентов оконной промышленности, в том числе для ламинационных пленок. Сертификат RAL — подтвержде-

ние того, что пленка прошла все необходимые испытания на устойчивость к лучевым нагрузкам и атмосферным воздействиям. Продавать пленку на территории России можно и без сертификата RAL. Поскольку сертификация эта добровольная, то проходят ее лишь те производители, кто понимает, что пленка соответствует всем строгим европейским стандартам. Проверить наличие сертификата можно на сайте www.gkfp.de.

4. Гарантия производителя. Если у пленки есть защитный акриловый слой и сертификат RAL, то на территории России, как правило, производители дают гарантию от 7,5 лет. Если срок гарантии меньше, то имеет смысл задуматься, что не позволяет производителю дать большую гарантию.

5. Технология защиты от нагрева. Мы работаем в регионе с активным солнцем и экстремально высокими температурами в теплое время года. Хорошо известно, что ламинированный профиль нагревается сильнее. С каждым годом вопросов к качеству самого профиля становится все больше (из-за экономии стенки и перегородки профиля делают тоньше, в состав добавляется больше мела, а производители окон применяют армирование, оставляющее желать лучшего). Учитывая все эти обстоятельства, стоит помнить, что сегодня профиль нуждается в большей защите от перегрева, чем раньше. Если еще и пленку для ламинации применять дешевую без технологии защиты от нагрева, то весьма вероятно, что летом профиль будет деформироваться.

6. Отзывы клиентов. Что говорят о качестве пленки другие переработчики, каков опыт использования, сколько сезонов она уже прослужила без нареканий.

При выборе поставщика пленки обращаем внимание на следующие пункты

1. Статус официального дистрибьютора или производителя. Иногда предложение по экстерьерным пленкам делают люди, которые везли в страну единственный контейнер с пленкой и пытаются его продать. Следующего контейнера может и не быть, новая партия может быть по другой цене. Здесь все очень нестабильно по срокам и не понятно по качеству. Официальный статус — это надежность поставок и стабильность цен.

2. Репутация поставщика. Для нас важно, сколько лет компания на рынке и какие имеет отзывы. Никогда не бывает лишним навести справки. Одним из показателей хорошей репутации поставщика является его представленность в регионе (какое количество клиентов делают выбор в его пользу).

3. Адекватность цен. Здесь не должно быть перекоса ни в большую ни в меньшую сторону. Есть среднерыночная цена на экстерьерные пленки с ПММА-слоем от разных производителей. Завышенный прайс — это потерянные объекты. Заниженный прайс, как правило, говорит и о заниженном качестве пленки, например, об отсутствии акрила. Чудес не бывает.

4. Объем склада. Большой склад поставщика — это минимальные сроки исполнения заказов для нас и наших клиентов. Это значит, что мы сможем выполнить любой заказ в кратчайшие сроки.

5. Рекламации. В процессе работы непременно возникают спорные ситуации, связанные с качеством. Это может быть зона ответственности самого переработчика, то есть нас, а может быть вина производителя или дистрибьютора. Партнерские взаимоотношения предполагают, что поставщик в случае чего не уходит от ответственности и оперативно реагирует на ситуацию. Рекламация может возникнуть и через несколько лет после ламинации. Нам важно, чтобы поставщик оставался на своем месте и нес ответственность за продукт и через год, и через пять и через 10 лет.

6. Клиентоориентированность и сервис. Включают в себя достаточно много всего. Как быстро рассчитываются заказы, как оперативно они отгружаются, в какой упаковке приходят грузы, как подбираются нужные размеры нарезок, как делаются скидки на объекты, есть ли технолог, способный дать грамотные технические консультации производству, можно ли все, что необходимо для ламинации, купить в одном месте (от маркера до полноценного ламинационного станка).

7. Честность поставщика. Некоторые компании с самого начала предоставляют заведомо ложную информацию о своем продукте. Пытаются продавать пленки без акрила как экстерьерные. Пишут в технических документах о наличии сертификата RAL, когда его нет. Демонстрируют недобросовестное поведение по отношению к конкурентам, забрасывая клиентов спамовыми роликами, не доказывающими абсолютно ничего. Лично для меня ясно, что нельзя быть порядочным наполовину. Быть неэтичным в отношении конкурентов и потенциальных клиентов, но быть надежным, как действующий поставщик. Для подобного рода компаний вход на наше предприятие закрыт. Наши партнеры соблюдают сроки и договоренности, предоставляя корректную информацию на любой наш запрос, не занимаясь подлогом.

— Требований достаточно много, но понятно, что за ними годы работы, ошибки и опыт. Закономерно возникает вопрос, нашли ли вы поставщика пленок для ламинации, кто отвечает всем этим стандартам качества?

— Мы нашли. Как вы правильно заметили про годы работы и опыт, такой поставщик не появился мгновенно из ниоткуда. Он менялся и рос вместе с нами, старался соответствовать ожиданиям своих клиентов и с каждым годом становился лучше. За спиной нашего поставщика 11 лет плодотворной работы, статус одного из крупнейших дистрибьюторов ламинационных пленок в мире, собственное производство, пожалуй, самый большой склад по пленкам в Европе, команда профессионалов своего дела и, конечно же, не одна сотня довольных клиентов. Вот уже много лет мы покупаем все необходимое для нашего ламинационного производства в компании «ДекорС».

— С выбором поставщика понятно. Можно еще несколько слов по поводу пленки, на которой вы работаете?

— Сегодня мы выбираем надежных «корейцев» LG и Hyundai. Обе пленки покупаем в «ДекорС», что очень удобно для нас и дает возможность получения дополнительной скидки. А своим клиентам предоставляем выбор цены без потери качества, так как пленка Hyundai немного доступнее. Все довольны, обе пленки сертифицированы и являются экстерьерными. В LG 50 мкм акрила, в Hyundai 70 мкм. Гарантия на LG и Hyundai 7,5 лет. Пленку LG прекрасно знают наши клиенты, ведь она уже более 10 лет продается в России и по данным таможенной статистики сегодня является лидером рынка. Пленка Hyundai более 5 лет в России и уже 6 лет миллионами квадратных метров продается в солнечной Турции. И LG и Hyundai отвечают всем нашим ожиданиям и являются оптимальными по соотношению цены и качества. Нашего поставщика и корейские пленки рекомендуем всем, кто уже в теме и тем, кто только начинает ламинировать!

Благодарим за интервью Игоря Акиньшина, руководителя компании «Евроцвет» г. Челябинск