

# РЫНОК БИТУМНОЙ ЧЕРЕПИЦЫ США:

## ИСТОРИЯ, ТЕНДЕНЦИИ, АНАЛИЗ

*Рынок битумной черепицы США – крупнейший в мире. Именно здесь этот материал был создан и прошел основные ступени эволюции. Накопленный за десятилетия опыт, несомненно, представляется интересным для российских специалистов.*

### Из истории битумной черепицы...

Прототип современной битумной черепицы появился в США в 1893 г. Этот рулонный материал представлял собой пропитанный и покрытый с обеих сторон битумом кровельный картон. Четыре года спустя, в 1897 г., на лицевую сторону этого материала начали наносить каменную крошку для защиты битума от воздействия погодных условий.

Первая битумная черепица появилась в 1903 году. Генри М. Рейнольдс из компании «Гранд Рапидз», штат Мичиган, впервые разрезал рулон битумной кровли, покрытой с лицевой стороны каменной крошкой, на отдельные гонты.

Первые гонты битумной кровли были прямоугольной и шестигранной формы. Цветовые решения были ограничены натуральными цветами каменной крошки – серый и красный. (В то время не использовалось искусственное окрашивание посыпки).

До 1911 г. битумная черепица не имела широкого применения в США. С течением времени росли как качество, так и популярность материала. В 1939 году уже 32 производителя поставили на рынок более 11 млн м<sup>2</sup> битумной черепицы в год. Таким образом, в 40-х годах прошлого столетия в США битумной черепицей было покрыто 45 % домов.

До конца 1920-х гг. в качестве основы для битумной черепицы чаще всего применялся строительный тряпичный картон на основе хлопка. Однако, в связи с поднявшимися ценами на хлопок в 1920 году, стали использоваться материалы-заменители. В период Второй мировой войны, битумная черепица стала особо востребована для возведения военных



Ламинированная

строений. Импорт хлопка стал крайне затруднен, что повысило расходы производителей на тряпичный картон. Именно в эти военные годы производство битумной черепицы полностью приняло кровельный картон на основе целлюлозы в качестве основания гибкой черепицы.

Битумная черепица на основе картона получила название «органическая» (organic shingles). При этом в производстве органической черепицы применялись два типа битума: мягкий битум, который пропитывал картонную основу, и более твердый стабилизированный битум, который наносился с обеих сторон пропитанного картонного холста. С лицевой стороны наносилась каменная крошка.

Битумная черепица на основе стекловолокна (fiber glass shingles) стала производиться в 1960-х гг. в Калифорнии. В сравнении с черепицей на органической основе, она имела меньший вес, была устойчивей к накоплению влаги, лучше сохраняла стабильность размеров, и к тому же, имела улучшенные противопожарные характеристики. В производстве черепицы на основе стеклохолста применялся только один тип стабилизированного битума, но при этом большое внимание уделялось его качеству и составу.

Вся битумная черепица, производимая в США в первой половине XX в., была однослойной, и самой популярной моделью была



Ламинированная

так называемая «трехлепестковая» модель. В конце 1960-х гг. на рынке появилась ламинированная битумная черепица. Ее распространение было обусловлено как растущими эстетическими потребностями покупателей, так и повышающимися требованиями к качеству со стороны государственных контролирующих органов.

Ламинированная битумная черепица производилась методом склеивания двух или более гонтов разного размера друг с другом. При этом верхняя посыпка окрашивалась в различные цвета, создавая узор, имитирующий теневые переливы цвета. С точки зрения эстетики, ламинированная кровля смотрелась объемнее своего обычного «трехлепесткового»

предшественника. Таким образом, она наиболее точно стала имитировать кровельную деревянную дранку, что давало ей сильные конкурентные преимущества.

С точки зрения улучшения технических характеристик, ламинированная черепица благодаря своему второму слою, стала прочнее и устойчивей к порывам ветра, что позволило производителям давать более длительный гарантийный срок на этот продукт. Так, если на «трехлепестковую» однослойную битумную черепицу стандартной считалась гарантия на 15–20 лет, то минимальный гарантийный срок на ламинированный материал составлял 25 лет.

Освоение технологии ламинации и все расширяющаяся доля битумной черепицы на кровельном рынке США (к настоящему времени она достигла 80 %) подтолкнули производителей уделить внимание разработке модельного ряда высокого качества, с максимально длительными гарантийными сроками и, как следствие, весьма дорогостоящего. Таким образом, в конце XX в. США порадовали потребителей новыми моделями «премиум-класса», которые имеют максимально высокие технические показатели и длительные гарантийные сроки, вплоть до пожизненных.

### Современный рынок битумной черепицы в США

Как уже говорилось выше, на сегодняшний день битумная черепица занимает 80 % рынка скатных кровель жилых домов в США и в количественном выражении на 2008 год составляет примерно 1 800 млн м<sup>2</sup> (даже в Канаде цифры меняются в сторону увеличения: в прошлом году там было продано



Ламинированная, класса «премиум»



3-Tab

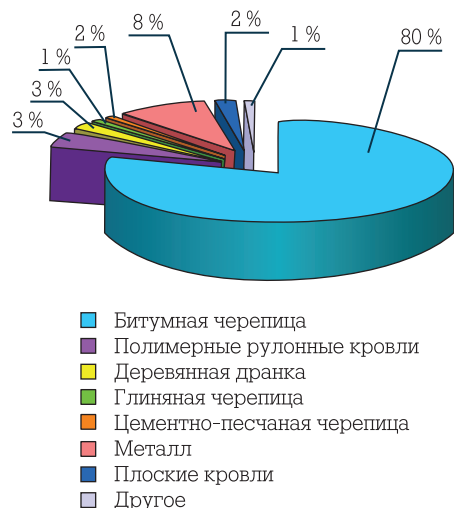
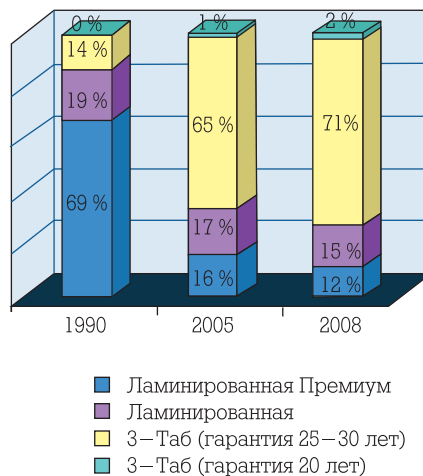


Диаграмма 1. Рынок скатных кровельных материалов для частных домовладений в США, 2008 г.

около 45 млн м<sup>2</sup>). Стоит заметить, что российский рынок битумной черепицы по любым, даже самым смелым подсчетам, составляет сегодня не более 13 млн м<sup>2</sup>, то есть фактически менее 10 % от рынка США.

На диаграмме 2 видно, что до 1990 г. в США пользовалась популярностью только самая дешевая «трехлепестковая» черепица

Доли моделей битумной черепицы с 1990 по 2008 год



\*Источник данных ARMA

Диаграмма 2. Динамика распределения битумной черепицы по моделям с 1990 по 2008 гг.

с гарантийным сроком до 20 лет. Ламинированная кровля занимала небольшую долю в 14 %. В 2000 г. картина резко поменялась, и «ламинаты», благодаря своему высокому качеству, заняли более половины рынка битумной черепицы, сильно потеснив трехлепестковый дизайн. Также появившаяся ламинированная кровля «премиум-

класса» начала отвоевывать свое место на рынке.

На сегодняшний день 73 % всей битумной черепицы, продающейся в США, относится к ламинированным кровлям различного дизайна, а «трехлепестковый» шинглз занимает, соответственно, – 27 %. Стоит отметить, что львиную долю в продажах ламинированной черепицы все же составляют материалы с гарантией до 30 лет.

**Отличительные черты американского рынка битумной черепицы от рынка российского**

**Модельный ряд**

Как уже говорилось выше, наиболее популярной моделью в США исторически является так называемый 3-Таб дизайн, а иными словами, – «трехлепестковая» черепица.

Многие производители выпускают «трехлепестковую» черепицу примерно одинакового размера: длина гонта – ≈1 м, ширина – ≈30 см, ширина видимой части лепестка – ≈15 см. Возможны и вариации: например, «мультилепестковая» нарезка (не в три лепестка, а в четыре или пять). Также встречаются модели, где лепестки нарезаны разной длины. На кровле такое покрытие выглядит как организованный беспорядок.

**Основные производители битумной черепицы в США**

Компания-производитель	Интернет-сайт	Представительство в России	Ассортимент	Ценовой сегмент (за м <sup>2</sup> )
Atlas Roofing Corp.	www.atlasroofing.com	Не представлен	Производство битумной черепицы на основе стекловолокна и картона	
Certainteed Roofing	www.certainteed.com	«Хоум Пацифик», представлена вся линейка	Производство битумной черепицы на основе стекловолокна	Ценовой сегмент от 6\$ на сериях категории «эконом» до 50\$ на сериях класса «премиум»
Gaf-Elk	www.gaf.com	«Кровсайд», представлена только ламинированная серия с гарантией сроком на 30 лет	Производство битумной черепицы на основе стекловолокна	Ценовой сегмент от 10\$ на ламинированную серию
IKO	www.iko.com	Российское представительство IKO Sales International, представлена вся линейка	Производство битумной черепицы на основе стекловолокна и картона	Ценовой сегмент от 6\$ на сериях категории «эконом» до 25\$ на продукцию «премиум-класса»
Owens Corning	www.owenscorning.com	Не представлен	Производство битумной черепицы на основе стекловолокна	

Некоторые производители выпускают гонты и вовсе неразрезанными на лепестки. Это позволяет им предложить самый дешевый продукт, но смотрится такая форма на кровле малопривлекательно, и на сегодняшний день можно утверждать, что неразрезанные гонты ушли в прошлое.

Тем не менее, любой американец представляет шинглз как 3-Таб, т.е. «трехлепестковой» формы. Это самая популярная модель, которую производят все производители, без исключения. На американском рынке присутствуют модели «трехлепесткового» шинглза с гарантийными обязательствами производителей сроком на 10, 15, 20, 25 и 30 лет.

«Трехлепестковая» форма нарезки производится и российскими производителями: компания «ТехноНИКОЛЬ» выпускает черепицу серии «Трио», которая по своим размерам наиболее близка к американским; компания «Тегола» производит серию «Стандарт», которая, имея «четырёхлепестковую» нарезку, по сути, является аналогом американской популярной модели.

Характерной только для американского рынка моделью битумной черепицы является **ламинированная кровля**.

Наиболее популярной моделью здесь является вариации на тему «драконий зуб». Основой для ламинированной

*Вся битумная черепица делится на классы «А» и «С» по пожаробезопасности. По каким параметрам происходит такая классификация? Первое, на что следует обратить внимание – это какую основу имеет рассматриваемый вариант. Если битумная черепица имеет класс «С», то основой ее является картон, пропитанный битумом. Черепица, маркированная как класс «А» имеет основу стекловолокна, и обладает высокими жароупорными свойствами. Как правило, черепица класса «С», то есть на картонной основе имеет гарантию до 15 лет. Черепица класса «А» в силу преимуществ стекловолокна служит гораздо дольше, и производители дают гарантийный срок на такие модели уже от 20 лет. Гарантийные обязательства в 25 и 30 лет говорят о том, что в производстве «трехлепестковой» формы производитель использовал либо более прочное (более тяжелое) стекловолокно, либо усиленный битум, либо и то, и другое вместе.*



Ламинированная черепица класса «премиум»

кровли служит стекловолокно. Двойной гонт выдерживает еще более высокие нагрузки, нежели традиционная форма нарезки в виде трех лепестков. Минимальный гарантийный срок, который дают большинство производителей на ламинированную кровлю – 30 лет, а на усовершенствованные модели «премиум-класса», о которых мы детально поговорим ниже, – от 50 лет до пожизненных.

Если до середины 1990-х г. безусловным лидером среди нарезок битумной черепицы в США была трехлепестковая форма, то позже она уступила место ламинированным моделям. Почему произошла такая смена предпочтений? Ведь «трехлепестковый» шинглз так долго оставался самым доступным для большинства американцев? Попробуем пролить свет на эти вопросы.

Во-первых, все производители отчаянно решали проблему повышения качества битумной черепицы. Одной из неприятностей, которые случались в процессе эксплуатации битумной черепицы, было повреждение кровельного покрытия вследствие сильного ветра: гонты не выдерживали шквального ветра и отрывались. Поскольку ураганы в Америке – не редкость, то регулярная необходимость чинить после них крыши лишала спокойствия не только пострадавших домовладельцев, но и страховые компании, которые несли дополнительные расходы.

Пытаясь решить эту проблему, производители предлагали все более тяжелые «трехлепестковые» модели,



Ламинированная черепица класса «премиум»



которые, благодаря большему весу, дольше сопротивлялись порывам ветра; предлагались также модели с усиленным армированием и с дополнительным клеящим слоем. Но сама по себе форма однослойного «трехлепесткового» дизайна имела слабую устойчивость на отрыв.

Изобретение формы типа «драконий зуб» позволило уменьшить ветру возможность «зацепить» лепестки битумной черепицы, и оторвать их. А усиление на видимой части гонта в виде второго ламинированного слоя придало дополнительный вес и прочность битумной черепице. Ламинированная черепица намного превосходила по прочности черепицу «трехлепестковой» нарезки на усиленном стеклохолсте и покрытой более толстым слоем битума, поскольку имела в своей основе не один, а два не связанных друг с другом слоя армирования стекловолокном. Многие производители даже дают дополнительную гарантию на сопротивление порывам ветра сроком на нескольких лет.

Во-вторых, ламинированная битумная черепица на кровле выглядела объемнее и «живее», чем «трехлепестковая», благодаря наличию двух слоев и микшированию цвета. Некоторые производители, впечатленные эффектом, уделили особое внимание окраске и микшированию цветов гранул, покрывающих верхний слой черепицы, и предложили такие расцветки, которые даже «играют тенями».

Благодаря внешнему виду ламинированную черепицу прозвали «архитектурной» или «дизайнерской» кровлей. Она отлично смотрелась как на маленьких кровлях, так и разворачивалась в своей красе на кровлях больших солидных домов. На фоне распространения ламинированной черепицы варианты «трехлепестковой» нарезки на домах смотрелись «плоско» и старомодно, даже если имели замысловатые переливы цвета, пытаясь соответствовать бегу времени.

В-третьих, доступные рядовым американцам кредиты на строительство и ремонт позволили им приобретать более качественные строительные



материалы. Несмотря на то, что ламинированные модели стоили несколько дороже «трехлепестковой» нарезки, они значительно превосходили их по качеству и сроку службы. Домовладельцы, приобретающие более дорогую черепицу, пользуясь открытыми кредитными линиями, могли легко себя побаловать красивой и более долговечной кровлей.

Поскольку популярность ламинированной черепицы в США росла с каждым годом, многие производители стали предлагать помимо формы типа «драконий зуб» другие модели, расширив при этом архитектурные и дизайнерские возможности битумной черепицы.





В настоящее время крупные производители выпускают ламинированную черепицу с гарантийными сроками на 30, 40 и 50 лет. Основными факторами, влияющими на них, являются усиленная основа и более толстый слой битума. Более прочные модели, которые выдерживают сильные нагрузки от внешних воздействий, соответственно и обладают длительным гарантийным пакетом от производителя.

В России вариант ламинированной нарезки появился сравнительно недавно. На сегодняшний день, в силу большей стоимости, ламинированная черепица пока не завоевала такой популярности, как в США. Ламинированную битумную черепицу формы «драконий зуб» производят оба российских производителя – и «ТехноНИКОЛЬ», и «Тегола», но у обоих производителей предложение ограничено гарантийными сроками до 30 лет.

Популярные в России финские производители специализируются только на легких однослойных кровлях, и ламинированных коллекций пока не имеют.

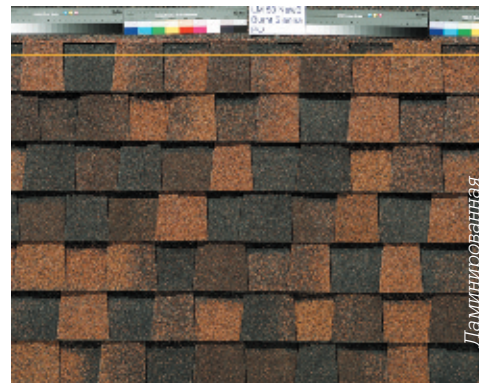
Битумная черепица, как мы говорили ранее, занимает в США долю в 80 % общего рынка скатных кровель жилых домов. Для того, чтобы удерживать лидерские позиции производители постоянно проводят различные исследования с целью улучшения качества своей продукции, а также расширения своего предложения, как в экономичном сегменте рынка, так и в классе «премиум». Тем самым, в конце XX в. производители бросили вызов самым дорогим кровельным покрытиям – это натуральному сланцу и керамической черепице.

Битумную черепицу относят к «премиум-классу», или, по-другому, – к классу «люкс», если ее гарантийные сроки превышают 50 лет, и она демонстрирует самые лучшие технические и эксплуатационные характеристики, подобно натуральному



сланцу или керамической черепице. Такой шинглз имеет 2–3 слоя ламинации, причем, что характерно, он изготовлен из двух полноразмерных широкоформатных гонтов, имеющих неодинаковый размер, скрепленных друг с другом, а некоторые модели имеют и третий слой дополнительных ламинированных элементов. При монтаже такой черепицы на кровле формируется четырех- или пятислойное покрытие, а благодаря толщине листов, внешний вид крыши создает полную имитацию дорогого сланца.

Битумная черепица класса «премиум» быстро нашла своего покупателя. Стоит признать: ни один из производителей подобного продукта даже не рассматривает, что такая дорогостоящая кровля когда-либо займет большую долю рынка. Большинство мотивов, которыми руководствуются покупатели, приобретая черепицу класса «премиум», сводятся к желанию выделить свой дом среди других, подчеркнуть собственный статус преуспевающего человека. Таким покупателям очень важно, чтобы их от их дома «пахло деньгами». Естественно, при таком подходе производителю необходимо предложить



не только красивый и престижный продукт, но и очень качественный, способный стойко выстоять все природные катаклизмы и «не потерять лица».

В качестве примера приведем битумную черепицу «премиум-класса» модели Grand Manor от компании CertainTeed, на которую предоставляется пожизненная гарантия. Она способна выдержать ветровую нагрузку до 177 км/час (110 миль/час) в течение как минимум 10 лет; плюс к этому Grand Manor имеет гарантию на устойчивость к образованию синезеленых водорослей на кровле на 15 лет и дополнительные гарантии на образование микро трещин в битуме еще на 15 лет. Представьте себе, насколько производитель уверен в своем продукте, что дает подобные гарантии!!!

Модели «премиум-класса» производят пока только ведущие производители США – это компании CertainTeed, Gaf–Elk и Owens Corning. Все остальные ограничиваются выпуском обычных ламинированных моделей типа «драконий зуб». В России аналогов такого материала не производится, но благодаря импортерам данный продукт представлен в нашей стране и уже пользуется определенной популярностью.

### Гарантийные обязательства

В настоящее время в США действует несколько государственных структур, которые разрабатывают на битумную черепицу нормативные документы, проводят тестирования и сертифицируют различные марки этого материала. На федеральном уровне нормативы и стандарты разрабатывает Американское общество по испытанию материалов (American Society for Testing and Materials, ASTM), а соответствие подтверждает Лаборатория по технике безопасности (Underwriters Laboratories, UL). Однако каждый штат имеет право вносить свои дополнительные ограничения на качество строительных материалов.



Например, южные штаты предъявляют специальные требования к битумной черепице с точки зрения ее устойчивости к активному ультрафиолету и перегреву.

Несмотря на то, что требования официальных контролирующих органов высоки, уважающие себя производители вкладывают значительные суммы в собственные лаборатории, которые контролируют качество выпускаемой продукции, исследуют и разрабатывают новые продукты. Конкуренция на таком большом рынке вынуждает сильных игроков выпускать продукцию не просто удовлетворяющую общепринятым стандартам, но и быть лучше, превосходить официальные требования качества.

В России, также как и в США, производители несут определенные гарантийные обязательства. Но, в отличие от российских, американские производители прописывают их более четко.

Так, отечественные производители гарантируют, что в течение определенного срока битумная черепица не потеряет гидроизоляционных качеств, не изменит цвет и форму. Некоторые из них делают оговорку, что гарантии не распространяются в случаях повреждений, полученных в результате погодных аномалий и в случае использования в процессе монтажа нефирменных комплектующих. Поскольку российские предприятия не заявляют, порывы какой скорости может выдержать их кровля, то погодной аномалией можно посчитать любой сильный ветер. А принуждение приобретать какие-то особенные гвозди для монтажа или металлические фасонные элементы кажется уходом от ответственности.

Для американских производителей основным стержнем для установки гарантии является конкретный продукт,

а именно: битумная черепица. У некоторых из них существует понятие «гарантия на кровельную систему», которая предоставляется на несколько больший срок, чем обычно. В расширенной гарантии на «кровельную систему» существует привязка, как к конкретным компонентам кровельной системы, так и к строительной компании, выполняющей работы. Такая монтажная организация, персонал которой проходит длительное специальное обучение и сдает экзамены, получает статус «официального подрядчика», благодаря чему может, производя работы, давать клиентам расширенные гарантии на кровельную систему.

Гарантийные сроки, предоставляемые на битумную черепицу, прописанные в рекламных буклетах и на упаковках не несут в себе ограничений кроме тех, что монтировать нужно по инструкции производителя, а инструкцию можно взять там-то и там-то. Некоторые производители печатают краткие инструкции по монтажу на каждой упаковке, чтобы обезопасить кровельщика от возможного брака в работе.

Итак, рассмотрим, какие типовые гарантии дают американские производители своим клиентам.

#### **Гарантия на устойчивость порывам ветра**

Такое природное явление, как сильные ветра, разумеется, встречается не только в США. Но, наверное, только американцы уделяют этому явлению особое внимание. Географически Соединенные Штаты расположены между двух не самых спокойных океанов, а основная часть страны находится в южных широтах. Самые сильные ураганы, которые называются тайфунами, обычно формируются

в северо-западной части Тихого океана: от них очень страдают не только США, но и Филиппины, Китай, Япония. Однако там к этому относятся философски. О каждом же урагане, пронесшимся над США мы знаем из новостей в любой точке земного шара.

Вряд ли любая кровля устоит перед тайфуном, даже самая хорошая. К счастью, такие природные явления представляют скорее исключение, чем правило. Но в прибрежных приокеанских районах нормальным считается ветер со скоростью от 25 до 50 м/с (или 70–177 км/час).

Американскими нормативными документами предусмотрено тестирование кровли на сопротивление ветру, и власти обязывают производителей указывать в спецификации к битумной черепице скорость воздушного потока, которую их продукт способен выдержать. Производители не только отмечают этот показатель, но и гарантируют, что их продукт выдержит подобные ветровые нагрузки в течение определенного времени.

Некоторые производители специально изготавливают модели для строений на побережье, которые так же, как и черепица класса «премиум», выдерживают сильный ветер (что подтверждается гарантиями производителей), но стоят несколько дешевле.

Такие гарантийные условия потребители расценивают как конкурентное преимущество битумной черепицы как кровельного покрытия, поскольку не все остальные листовые кровельные материалы могут похвастаться такой устойчивостью к ветру.

Гарантия на образование на поверхности битумной черепицы пятен, вызванных сине-зелеными водорослями

В условиях повышенной влажности на кровельном покрытии обычно появляются темные пятна, образуемые сине-зеленых водорослей. На эти грабли, как и с ветровыми нагрузками, американцы тоже наступили первыми, и удачно решили эту проблему.

Несмотря на то, что водоросли никак не уменьшают срок службы кровли, они портят внешний вид и меняют цвет посыпки. Часто непривлекательные пятна образуют не только водоросли, но и плесень или грибок.

Для среднестатистического американца такое пятно – повод пойти в суд и отсудить приличную сумму у производителя, ссылаясь на то, что его кровля выглядит не так, как на картинке.

Для борьбы с этим злом американцы обрабатывают цветные гранулы специальным медным составом, который препятствует образованию таких водорослей. Ученые доказывают, что этот состав также препятствует образованию мха на кровле, но до тех пор, пока не будет опубликовано официального заключения по результатам исследований, гарантии на прорастание мха на кровле не даются.

Модели, имеющие подобную защиту, маркируются как «Algae resistant» («Устойчивы к водорослям»). Обычные гарантийные сроки по устойчивости к образованию сине-зеленых водорослей – от 5 до 15 лет в зависимости от модели битумной черепицы и производителя.

### Гарантийные сроки на ветровые нагрузки, предоставляемые на различные виды битумной черепицы

Дизайн черепицы	Общий гарантийный срок, лет	Дополнительные гарантии на устойчивость к порывам ветра	
		Срок, лет	Сила ветра, которую выдерживает материал в течение этого срока, км/ч
«Трехлепестковый»	20–30	3–5	97–112
Ламинированная	30–40	5–10	112–156 (в зависимости от модели)
Ламинированная, класса «премиум»	40–50	10–15	177

#### Основной гарантийный срок

Вы спросите, на что же дается американскими производителями гарантия, когда мы видим маркировку в 20, 25, 30, 40, 50 лет и пожизненный срок? А на все: на то, что черепица не поменяет цвет, гонты во всех упаковках будут заявленного размера, что она не растрескается со временем, не потеряет своих гидроизоляционных качеств, будет устойчиво держаться с помощью гвоздей и креплений. В общем, на все, что с ней может случиться, кроме тех отдельных случаев, которые отдельно оговорены.

Итак, большинство производителей вводит ограничения, когда гарантия теряет свою силу. Обычно это случается, если черепица повредилась в следствии:

- сильного ветра, дующего с большей скоростью, чем заявлено в спецификации;
- повреждения сплошного основания (обрешетки), повреждения или обрушения здания, на котором в качестве кровли смонтирована битумная черепица;
- проведения монтажных работ без соблюдения инструкций по монтажу и техники безопасности, опубликованных производителем;

- хождения по кровельному покрытию;
- образования любых пятен на посыпке, кроме тех, которые заявлены в гарантии по образованию водорослей.

Некоторые производители пишут в своих гарантийных спецификациях: «Больше с Вашей кровлей ничего случиться не может».

#### Возмещение по гарантийным рекламациям

Что же делать, если все же с кровлей случилось что-то непредвиденное, или покупатель обнаружил банальный брак? Большинство производителей уверено, что любой брак обнаруживает себя в течение первых 5–10 лет эксплуатации кровельного покрытия. Этот период заявлен как срок полного возмещения ущерба по замене кровельного покрытия, т.е. сюда включается замена материала и возмещение затрат на работы.

Если такая неприятность вдруг случится в оставшийся гарантийный период (т.е. после периода полного возмещения), то здесь возмещение рассчитывается по понижающей формуле: чем ближе к концу гарантийного периода случается рекламация, тем меньшее возмещение будет выплачено.



Ламинированная



Ламинированная, класса «премиум»





*Пожизненная гарантия и возможность ее передачи*

Еще одной характерной чертой американских производителей является установка пожизненных гарантийных сроков, а также возможность передачи гарантии другому лицу.

Пожизненная гарантия оформляется на конкретного покупателя, и действует она до тех пор, пока тот владеет зданием, на котором смонтирован продукт.

При этом человек жить под этой крышей может до своей смерти. В случае, если домовладелец принимает решение продать дом, то гарантийные обязательства он может передать следующему владельцу. В таком случае гарантийный срок ограничивается рамками в 50 лет со дня монтажа. Такая передача гарантии допускается всеми производителями и возможна только один раз.

Ограниченные определенным сроком (20, 25, 30, 40 и 50 лет) гарантийные обязательства также можно передать один раз следующему домовладельцу.

Мы не случайно уделили так много внимания различным аспектам гарантийных условий американских производителей битумной черепицы, поскольку они говорят о высоком качестве продукции.

Компенсации, которые производители берут на себя в случае дефектов, напрямую влияют на сумму по страхованию здания для домовладельца. В США обязательно страхуются все дома (на случай разрушения дома вследствие природных катаклизмов или пожара, на случай выхода из строя основных его элементов и т.д.). Протечка кровли считается страховым случаем, поэтому страховые компании при расчете взноса принимают во внимание строительные материалы, которые были использованы при строительстве. Некоторые из них

делают скидки тем клиентам, кто использовал в качестве кровельного покрытия битумную черепицу, имеющую гарантию полного возмещения ущерба в случае рекламации сроком не менее 10 лет и общую гарантию не менее 30 лет.

Таким образом, кроме официальных органов контроля, своих лабораторий контроля качества, местных властей штата, предъявляющих собственные стандарты к битумной черепице, на производителя оказывают влияние и страховые компании. Такой тотальный контроль не позволяет американским производителям нарушать заявленные обязательства.

**Вырастет ли когда-нибудь российский рынок битумной черепицы до американских объемов?**

В России рынок битумной черепицы начал формироваться в середине 1990-х гг. и за 15 лет достиг объемов потребления в 12–14 млн м<sup>2</sup> в год. Это сопоставимо с уровнем потребления данного продукта в США в 1940-х гг. Зная, что американский рынок до цифры в 130 млн м<sup>2</sup>/год шел более ста лет, можно, конечно предположить, что нам «осталось» подождать каких-то лет 50–60, и в нашей стране битумная черепица тоже будет продаваться такими же объемами.

Но так ли, что американский рынок вырос сам по себе? Наверное, стоит учесть, что без вмешательства правительства тут дело не обошлось. Дело в том, что исторически в начале XX в. особой популярностью обладала асбестоцементная кровля, но когда ученые обнаружили, что асбест вреден для здоровья – он вызывает рак – то применение асбестосодержащих материалов просто запретили. Соответственно, асбестовая кровля в силу такого запрета сама исчезла с рынка. Ее никто не покупал, т.к. страховщики не страховали запрещенную кровлю,

и плюс к этому у такого домовладельца и членов его семьи начинались проблемы со страховкой здоровья.

В России асбест также считается вредным для здоровья, но применение его остается на усмотрение покупателя. Что касается страхования здоровья, то эта сфера также мало развита. Поэтому, хоть рынок скатных кровель в России достаточно большой, но битумная черепица, занимает пока небольшую долю.

Основным конкурентом битумной черепицы является металлочерепица. Если бы страхование дома было бы в России обязательным и напрямую зависело от гарантийных сроков и обязательств производителей строительных материалов, то вероятно, что приобретение металлочерепицы сильно бы сократилось, т.к. сегодня много российских производителей металлочерепицы, если и дают гарантии, то они минимальны по срокам и непрозрачны по способам возмещения. Что касается парусности металлочерепицы, то она не выдерживает никаких сравнений возможностями противостоять ветровым нагрузкам битумной черепицей даже самого невысокого качества.

Итогом можно заметить, что до тех пор, пока государство не введет специальные заградительные и контрольные меры в производстве строительных материалов, то рынок битумной черепицы будет расти, но американского объема достигнет весьма не скоро.

*Надежда Котова, коммерческий директор ООО «Хоум Пацифик»*



Ламинированная