



G-ENERGY —

НОВЫЙ БРЕНД

АВТОМОБИЛЬНЫХ МАСЕЛ

«ГАЗПРОМ НЕФТИ»

16 апреля 2010 года в Турине (Италия) «Газпром нефть» провела презентацию нового бренда автомобильных масел G-Energy, которая прошла в штаб-квартире разработчика его визуальной концепции — компании Italdesign-Giugiaro, мирового лидера в области промышленного дизайна.

Масляная «дочка» «Газпром нефти» — «Газпромнефть – смазочные материалы» владеет производственными активами в Западной Сибири (Омск), в европейской части России (Ярославль), а также в Западной Европе (Бари, Италия). В 2009 году общий объем производства продукции масляного профиля составил свыше 400 тыс. тонн. Компания занимает 14-е место в мире по объему производства масел (см. «Рейтинг компаний по объему производства масел в мире»).

Масла под брендом G-Energy выпускаются на европейской производственной площадке предприятия «Газпромнефть-СМ» — заводе в г. Ба-

ри. Завод сертифицирован по международной системе качества ISO в области производства, фасовки, хранения и реализации масел и смазок и способен производить

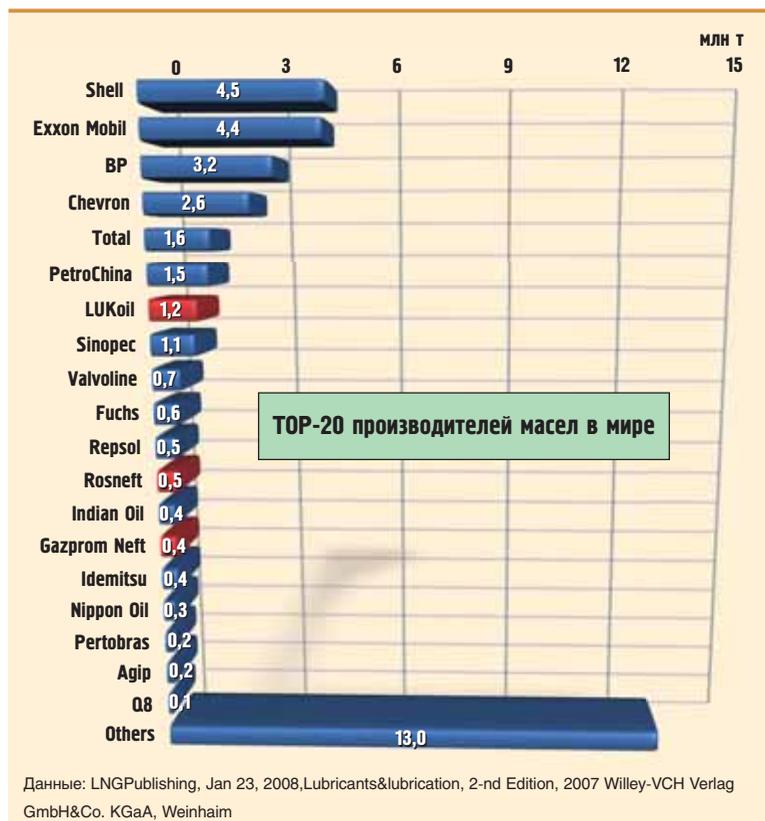
30 тыс. тонн масел и 6 тыс. тонн пластичных смазок в год.

Из Италии масла нового бренда будут поставляться в страны Южной, Восточной и Западной Европы. Часть готовых продуктов предполагается доставлять в Россию для последующей фасовки на Ярославском комплексе.

В продуктовую линейку бренда входят синтетические и полусинтетические масла. Под брендом G-Energy будут производиться продукты, предназначенные для современных легковых и коммерческих автомобилей европейского, американского и японского производства.

До конца 2010 года ассортимент продукции G-Energy будет насчитывать более 40 наименований, включая специализированную линейку масел для автомобильных сервисов. Продажи продуктов под брендом G-Energy стартуют одновременно как в России, так и в странах Европы.

Рейтинг компаний по объему производства масел в мире



Развитие производственной базы

В соответствии со стратегией предприятия до 2020 года, предусматривающей агрессивный рост во всех секторах рынка смазочных

материалов и активный выход на зарубежные рынки, в апреле 2009 года «Газпромнефть-СМ» приобрело компанию Chevron Italia S.p.A., включая завод в Бари.

На базе приобретенного актива было создано дочернее предприятие Gazpromneft Lubricants Italia S.p.A., которое с июля 2009 года начало производство фасованных масел под брендом Gazpromneft. Высокоточное малотоннажное смешение, которым оснащен завод в Бари, позволяет выпускать более 100 наименований различных продуктов.

Запущено строительство нового комплекса масел на Омском НПЗ мощностью 120 тыс. тонн. По заявлению генерального директора компании «Газпромнефть-СМ» Александра Трухана, этот завод планируется ввести в эксплуатацию в 2012 году. На первом этапе — третий квартал 2011 года — будут построены здание комплекса с автоматическими линиями затаривания масел, складом сырья и готовой продукции, резервуарный парк товарных масел, насосная станция. На втором этапе (второй квартал 2012 года) планируется запуск автоматизированного малотоннажного блендинга мощностью 70 тыс. тонн в год.

Омский завод будет фасовать до 125 тыс. тонн масляной продукции. В 2012 году планируется локализовать, перенести именно сюда производство масел бренда G-Energy. На реализацию проекта будет направлено около 2 млрд рублей.

В целом, на развитие производственного потенциала компания увеличит объем вложений в 2010 году более чем в шесть раз по сравнению с 2009 годом (см. «Инвестиции в производственный потенциал»). Основные проекты инвестирования направлены на развитие мощностей смешения, фасовки и отгрузки масел в РФ и Европе для расширения ассортимента высококачественных смазочных материалов.

В 2010–2012 годах компания намерена вложить инвестиции размером 133 млн евро на производство, технологии и маркетинг (см. «Предполагаемый объем инвестиций в 2010–2012 гг.» и

«Задачи «Газпромнефть-СМ» в 2010 году»).

Что касается доли рынка, то на пресс-конференции в Турине были озвучены итоги 2009 года: у компании «Газпромнефть-СМ» она составляет около 16%. А.Трухан отметил: «Мы хотим получить до 20% рынка фасованных масел в России за счет роста именно в премиальном сегменте. Наша стратегическая цель — стать международной компанией смазочных материалов, лидером в России по технологиям и сервису для наших клиентов».

На рынке СНГ компания рассчитывает получить следующие доли: на Украине — как минимум 15%, в Казахстане — до 30%. Что касается Италии, то целевой показатель здесь — до 10%. Стратегии по другим странам Европы находятся на этапе разработки.

Оборот компании за 2008 год составил 12 млрд рублей, из них 1,1 млрд — EBITDA, в 2009 показатели несколько снизились: 10,5 млрд рублей и около 800 млн рублей EBITDA. В 2010 году планируется вернуться на уровень 2008 года за счет предоставления рынку новых продуктов.

Также компания планирует увеличить объем производства продукции масляного профиля практически в пять раз — с 56–60 тыс. тонн до 275–280 тыс. тонн, в основном, и это особо подчеркивается, за счет премиальных продуктов. К 2020 году «Газпромнефть-СМ» планирует производить уже 500 тыс. тонн, и этот рост произойдет, прежде всего, за счет масел второй и третьей группы.

«Рост объемных показателей — основной приоритет любой нефтяной компании, в том числе и «Газпром нефти». Но при этом, наращивая объемы добычи и переработки нефти, мы всегда помним о том, что работаем для потребителя, в связи с чем ставим перед собой задачу постоянного повышения качества, разрабатываем и производим новые высокотехнологичные продукты.

Вывод на рынок новой продуктовой линейки моторных масел G-Energy — очередной шаг именно в этом направлении. У G-Energy есть все шансы стать по-настоящему международным брендом, востребованным как на российском,

Инвестиции в производственный потенциал



Предполагаемый объем инвестиций в 2010–2012 гг.



так и на зарубежных рынках. И это полностью соответствует нашей стратегической задаче — трансформации «Газпром нефти» в международную нефтяную компанию», — заявил председатель правления «Газпром нефти» Александр Дюков.

Задачи компании «Газпромнефть-СМ» в 2010 г.

- Вывод нового премиального бренда масел G-Energy на рынки РФ, СНГ, Европы;
- Дальнейшее развитие сети дистрибьюторов в России, СНГ, Европе;
- Вывод и развитие маркетинговых программ по продвижению новых продуктов в стратегически важных каналах реализации и сегментах рынка;
- Увеличение реализации фасованной продукции на 16%;
- Обеспечение высокого уровня инвестиций в развитие производства, технологий и маркетинг;
- Выход в средний сегмент рынка в РФ, СНГ и Европы, развитие ассортимента продукции;
- Наращивание коммерческого предложения для потребителей;
- На основании современных технологий (рецептур) получение максимального количества одобрений европейских, американских и азиатских автопроизводителей.