

**Выступление Петера Веннекеса,
президента Европейской Ассоциации
предприятий химчистки и прачечных (CINET)**



Уважаемые коллеги, я благодарю вас за то, что вы пригласили меня на Съезд. Меня зовут Петер Веннекес, мне 53 года, и уже много лет я работаю в области профессионального ухода за текстилем. Прежде я работал в Ассоциации предприятий химчистки и прачечных Нидерландов, а в течение последних трех лет являюсь президентом Европейской Ассоциации (CINET). Это международная организация, которая объединяет предприятия химчистки, прачечные, компании по уходу за текстилем, поставщиков, а также научно-исследовательские институты. В настоящее время CINET объединяет 17 европейских предприятий, 9 франчайзинговых фирм, 8 поставщиков, 5 научно-исследовательских институтов и 35 региональных отделений. Цель работы CINET – организация деятельности предприятий химической чистки и прачечных на международном уровне. Имеется в виду снабжение их оперативной информацией и помощь в организации взаимовыгодного сотрудничества. Кроме того, это помощь во внедрении на предприятиях новейших разработок с целью повышения экономических показателей предприятий в частности и отрасли в целом. CINET создает свою глобальную информационную сеть, имеющую целью организацию обмена информацией, выпуск регулярных новостных блоков, организацию тематических конференций, а также создание базы данных экспертов с использованием веб-сайта и соответствующих паролей.

Программа деятельности CINET на 2008-2009 годы достаточно насыщенная. Так, CINET ежегодно проводит генеральную ассамблею, а также организует программу лекций и семинаров на всех крупнейших международных специализированных выставках, как это было сделано во Франкфурте на выставке Texcare International – 2008. Соответствующая образовательная программа планируется во время проведения выставок Clean-09 в Нью-Орлеане (США), Texcare Asia-2009 в Пекине, а также весной 2009 года на выставке Jet в Париже. Помимо сказанного выше, CINET активно участвует в проведении национальных конгрессов в Германии, Франции, Великобритании, Италии, Бельгии, Нидерландах, Чехии, а теперь вот и в России.

Также в сферу деятельности CINET входит исследование рынка услуг, оборудования и технологий; продвижение проектов, связанных с маркировкой текстильных изделий, проблемами налога на добавленную стоимость, проблемами с законодательствами; обучение и тренинги; рекламные проекты (создание определенного имиджа отдельных предприятий и отрасли в целом).

К сожалению, в последнее время во всем мире слово «химчистка» связывают с недостаточно качественным сервисом, порчей вещей и экологическими проблемами. Стирка же – одна из самых древних в мире профессий. Именно с этой точки зрения мы будем рассматривать особенности ухода за текстильными изделиями и концепцию этого бизнеса.

Если рассматривать каждую страну в отдельности, создается впечатление, что наш бизнес небольшой. Однако следует отметить, что во всех странах обрабатывается практически один и тот

же ассортимент изделий, используются одни и те же препараты и одно и то же оборудование. Если все это сложить, получатся внушительные цифры.

Так, по данным 2007 года в Северной Америке функционируют 54.000 предприятий химчистки и прачечных с суммарным годовым оборотом 3,5 млрд. евро. В Европе – 58.000 с оборотом 5,06 млрд. евро. В Японии – 38.000 и 3,75 млрд. евро. В Китае – 60.000 и 8 млрд. евро. Таким образом, даже без учета стран Южной Америки, Африки, большей части Азии и Австралии в 2007 году в мире функционировали 210.000 предприятий химчистки с общим годовым оборотом в 20 млрд. евро. Эти цифры не включают бизнес по аренде белья, но следует заметить, что только в Европе оборот этого бизнеса составляет около 10 млрд. евро в год.

Следующие данные показывают обеспеченность услугами по химической одежде жителей той или иной страны (соотношение общего оборота предприятий химчистки к количеству населения). По этому показателю лучше всего дела обстоят в Италии (20,3 евро на человека в год). Следом идут Франция (12,42) и Германия (12,21). В Великобритании этот показатель составляет 10,34. В среднем по Западной Европе обеспеченность услугами химической чистки на одного жителя составляет 8,68 евро, по Восточной Европе – 4,92 евро. Общее среднее по Европе – 6,27 евро. При этом необходимо отметить, что за последние несколько лет восточноевропейский рынок показал существенный прирост.

Интересен спектр потребителей услуг химической чистки на западноевропейском рынке. В среднем по Западной Европе 71% услуг оказывается населению («на улицу»), 13% - корпоративным заказчикам, 6% - предприятиям здравоохранения, 5% - гостиницам и еще 5% - прочим потребителям. При этом в Великобритании и Италии процент услуг населению составляет соответственно 80 и 78.

Говоря о количестве предприятий химчистки в ведущих европейских странах, то здесь вне конкуренции Италия – 15.000. Однако это, как правило, маленькие предприятия со среднегодовым оборотом 80.000 евро (на одно предприятие). В Великобритании 4.500 предприятий химчистки, но средний оборот одного предприятия составляет уже 133.333 евро. В Германии – 3.500 предприятий, средний оборот 286.000 евро. Всего в Европе 57.980 предприятий химчистки, из них 54.820 приходится на Западную Европу и только 3.160 – на Восточную. Интересно, что в Западной Европе тенденция идет все-таки к небольшим предприятиям (годовой оборот среднего предприятия Западной Европы составляет 83.017 евро), тогда как в Восточной – к средним и крупным (здесь оборот одного предприятия равен 160.127 евро).

В Италии из 15.000 предприятий химчистки 12.000 имеют в штате менее трех сотрудников. В Великобритании таких мини-предприятий 3.300 из 4.500. В Германии – 2.205 из 3.500, в Нидерландах – 315 из 500. Объединенных предприятий химчистки-прачечной в Италии нет вовсе, в Великобритании их 200, в Германии – 840 и в Нидерландах – 120.

Говоря о штате предприятий химчистки, больше всего человек трудятся на них в Японии – в общей сложности 398.225 (в среднем 9,8 человек на одном предприятии). Среди европейских стран больше всего работающих на предприятиях химической чистки в Германии – 70.000 (в среднем 20 на одном предприятии). В других странах дела обстоят так: Италия – 24.000 (1,6), Великобритания – 20.000 (4,44), Бельгия – 3.960 (7,2), Нидерланды – 3.000 (6,0), Румыния – 2.000 (10,0), Греция – 1.600 (0,57), Чехия – 1.570 (7,5).

Наконец, еще одни крайне интересные данные касаются использования различных растворителей на предприятиях разных стран (в процентном соотношении, данные 2007 года). Особняком стоит Япония, где 85% всех предприятий химчистки применяют углеводородные растворители и только 13% - перхлорэтилен (еще 2% предприятий используют только и исключительно аквачистку, полностью отказавшись от органических растворителей). Среди европейских стран одинаковые показатели у Италии и Чехии: 98% предприятий используют ПХЭ и 2% - KWL-растворители. Достаточно активно применяют углеводородные растворители в Нидерландах (26% предприятий) и Дании (25%). Предприятий, полностью отказавшихся от органики и работающих только по технологии аквачистки, больше всего в Нидерландах (17%), Швеции (15%) и Финляндии (14%). Экзотические растворители (Green Earth, сжиженный карбон-диоксид) больше всего применяют в Великобритании: там на этих растворителях работают 15% предприятий химчистки! В остальных странах к таким новинкам относятся сдержанно: 1% предприятий использует их в Бельгии, Дании и Швеции. И все.

Рынок Западной Европы – устойчивый сложившийся рынок, и здесь в качестве средств привлечения клиента на первый план выходят новые технологии обработки и новые схемы обслуживания. Все это – в условиях серьезного давления со стороны экологических служб. Высока конкуренция за получение корпоративных заказов на обработку прямого белья в прачечных, и здесь не последнее место занимает человеческий фактор – имеются в виду люди, которые об этих заказах договариваются. Продолжают развиваться сети предприятий, такие как 5 a Sec во Франции и PreSto в Испании; кроме того, ряд сетей супермаркетов создают собственные сети предприятий химической чистки.

Несмотря на все сложности, рынок услуг химической чистки одежды и стирки белья в Европе рассматривается как весьма перспективный, растущий и заслуживающий инвестиций в него и работы на нем. Естественно, во всех странах государственное регулирование предприятий химчистки сосредоточено на вопросах безопасности для здоровья и экологичности. Эти требования во всех странах оказывают серьезное влияние на работу предприятий отрасли. Они вынуждают создавать более крупные компании, сфокусированные на работе в определенных сегментах рынка.

Рынок стран Восточной Европы, напротив, - быстрорастущий рынок, характеризующийся появлением нового современного оборудования, улучшением имиджа предприятий по уходу за текстилем, активным использованием перхлорэтилена в качестве основного растворителя химической чистки и определенным ростом инвестиций в этот бизнес.

Общей тенденцией для европейского рынка услуг по химической чистке одежды являются различные способы удержания клиента, с тем чтобы не оказывать разовые услуги, а работать с каждым заказчиком на постоянной основе. Естественно, необходимым условием для этого является высокий профессионализм сотрудников предприятия химчистки и способность удалять с одежды заказчика любые виды загрязнений без порчи изделий. Второе необходимое условие – особая, характерная только для данного предприятия, упаковка. Важным компонентом работы с заказчиком является маркировка изделий, прежде всего та, где указана буква Р в кружочке: указание на то, что данная вещь должна быть обработана в условиях специализированного предприятия химической чистки в среде органического растворителя. Это – весомый аргумент для заказчика в пользу постоянного сотрудничества с предприятием химчистки, а для предприятия – гарантия сохранения объемов его работы.

Другой путь повышения имиджа конкретного предприятия химчистки в нелегкой конкурентной борьбе – изыскание способов успешной обработки одноразовых остромодных изделий и создание максимальных удобств для клиента. Скажем, далеко не всегда клиент имеет свободное время, чтобы дважды прийти на предприятие химчистки, чтобы сдать вещи в обработку, а потом и забрать их. В этой связи активно внедряются графики круглосуточной работы и механизмы сбора и доставки изделий на дому у заказчика, а также создание необычного набора услуг. Так, существует в одной из европейских стран Wash Café - это химчистка, прачечная и Интернет-кафе вместе. В Великобритании есть клуб-химчистки, а также предприятия, специализирующиеся на чистке предметов внутреннего интерьера. Еще одна компания, из Германии, разработала систему Интернет-карт для заказов и оплаты услуг через Интернет. В Великобритании, Германии и других странах Европы действуют предприятия с системами автоматической круглосуточной выдачи изделий. Пример узкой специализации компании – предприятие химчистки, специализирующееся только и исключительно на обработке свадебных платьев. Как правило, узкоспециализированные предприятия имеют соответствующие сертификаты, как например, фирма, специализирующаяся на обработке деловой одежды и называющаяся Dress for success (Одежда для успеха). Это всего несколько примеров того, как европейские предприятия даже в условиях жесточайшей конкуренции нашли свою нишу в отрасли и добились успеха.

Говоря о вечных проблемах предприятий химчистки, отметим желание заказчика иметь гарантию на почищенное изделие с тем, чтобы после чистки его можно было еще очень долгое время эксплуатировать. В этой связи предприятиям для подтверждения своего профессионального уровня необходимо проводить сертификацию: чем больше сертифицированных предприятий, тем профессиональнее наша отрасль.

Главная задача всех нас – убедить всех окружающих в том, что химчистка – это хорошо как для населения, так и для природы. В этой связи в конце 2008 года CINET запускает новый информационный проект, призванный информировать всех о том, что современная услуга химической чистки безопасна и соответствует требованиям защиты окружающей среды. Другой нашей общей задачей является обеспечение доступности образовательных программ отрасли и соответствие нашей работы законодательству Европейского сообщества (причем с использованием каждого из имеющихся сейчас растворителей, включая ПХЭ, KWL-растворители, воду, сжиженный карбон-диоксид и Green Earth). Из этого вытекает необходимость создания действенных методик работы, удовлетворяющих вышеназванным задачам. Необходимая экспертиза данного проекта обеспечивается 14 организациями из 7 стран, среди которых производители оборудования и технологий (в частности, хорошо известные во всем мире компании BÖWE и BÜFA), национальные ассоциации, научно-исследовательские организации (к примеру, Научно-исследовательский текстильный институт г. Крефельда), а также обучающие центры по уходу за текстилем. Такой проект требует определенных вложений (порядка 30.000 евро), но на 75% он финансируется европейским правительством. Для производителей в целом реализация такого проекта будет означать выход на новый уровень, а для всей отрасли – ее признание в качестве инновационной и всемирной. Благодарю за внимание.