

# СМИ О НАС



«Для дополнительной звукоизоляции хорошо подходят те же материалы, которые используются и для теплоизоляции. Например, минеральная базальтовая вата ROCKWOOL. Она помогает утеплить внешние стены и оградить жильцов от шума улицы. ROCKWOOL также используется для шумоизоляции внутреннего пространства квартиры. Для этого плиты ROCKWOOL помещаются между листами гипрока, из которых делаются некоторые внутренние стены».

«Деловой Петербург», апрель 2015

«Елена Журавлева, руководитель группы архитекторов архитектурной мастерской SPEECH: «Взаимодействие с экспертами ROCKWOOL помогло нам в процессе проектирования объектов, обеспечивающих проведение чемпионата мира по футболу в 2018 году на стадионе «Лужники». Объекты представляют собой комплекс зданий, на каждое из которых необходимо было рассчитать систему изоляции для неэксплуатируемой кровли и вентфасадов с применением минераловатного утеплителя. В итоге удалось сформировать целый комплекс решений, все компоненты которых подобраны таким образом, что их совместная работа обеспечивает не только качественную и эффективную тепло- и гидроизоляцию, но и тем самым продлевает срок эксплуатации конструкций»».

«Коммунальщик XXI века», №5, 2015

«Всю продукцию мы производим на территории России, импортируя лишь узкоспециализированные материалы, которые производятся только на одном заводе во всем мире. Есть также определенные компоненты в производственном процессе, которые мы вынуждены импортировать, потому что мы не можем найти материалы соответствующего качества на территории России. В этом году доля

На канале ROCKWOOL на YouTube всегда доступны видеоуроки Школы утепления ROCKWOOL, свежие выпуски передач «Квартирный ответ» и «Дачный ответ», ролики о производстве и свойствах каменной ваты.



дает пожарным жизненно важные минуты для спасения людей. Помните об этом, выбирая утеплитель!»

«Строитель», март 2015



В новом сезоне передачи «Галилео» на канале СТС вышел сюжет, в оригинальной форме рассказывающий о каменной вате – пожаробезопасном и экологичном материале, используемом для утепления зданий.

Посмотреть сюжет



импорта компонентов сокращается. В эпоху кризиса местные поставщики также стали более гибкими, они готовы идти на наши требования и соответствовать нашим стандартам».

Из интервью с Ириной Садчиковой, директором по маркетингу и стратегическому развитию ROCKWOOL Russia для интернет-портала «Ради Дома PRO» (www.radiodoma.pro), 01 июня 2015



«Для утепления мансарды лучше выбрать негорючие и паронепроницаемые теплоизоляционные материалы на основе каменной ваты, например продукцию компании ROCKWOOL. Обычно такие плиты продаются упаковками, имеют ширину 60 см, что оптимально, поскольку чаще всего стропила устанавливаются именно с таким шагом».

«Современный дом», №4, 2015



«Очевидно, что на первый план при подборе теплоизоляционного материала должна выходить способность сопротивляться огню и не выделять ядовитые вещества при тлении. Волокна каменной ваты способны выдерживать, не плавясь, температуры свыше 1000° С. Негорючая теплоизоляция

Журнал «ROCKWOOL Эксперт» подготовлен отделом Custom Publishing ООО «Москоутаймс»: Галина Устинова, Анастасия Манарова  
127018, г. Москва, ул. Полковая, 3, стр. 1  
телефон: +7 (495) 232-32-00  
www.gopublishing.ru

Фото: ИТАР-ТАСС, Dreams Foto/ Legion-Media, Depositphotos/ Legion-Media, Shutterstock/ Legion-Media, Lori/ Legion-Media, AFP/ East News

Учредитель: ЗАО «Минеральная вата»: Евгения Дудырева, Алла Серебрянова  
143980, г. Железнодорожный, ул. Автозаводская, 48а  
телефон: +7 (495) 995-77-55  
www.rockwool.ru

Отпечатано в типографии: ООО «Доминино», 105005, г. Москва, ул. Радио, 14, стр. 1  
Дата выхода: июль 2015 г.  
Номер подписки в печать: июль 2015  
Тираж: 3500 экз.  
© Все права защищены.

Рекламное издание. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-54942 от 08 августа 2013 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций

# ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА



Бизнес можно сравнить с кораблем, плывущим по волнам безграничных морских просторов. Под руководством капитана опытная и сплоченная команда ведет судно к цели. Капитан прокладывает маршрут, сверяется с картой течений и выбирает курс в зависимости от направления ветра. А во время шторма, когда нет ветра и падают паруса, наступает пора братья за весла, чтобы плавание продолжалось.

Даже если на первый взгляд кажется, что любые усилия в полный штиль бесполезны, не стоит просто «ждать у моря погоды». Затишье – лучшее время поиска новых возможностей, чтобы повысить свою эффективность, найти новые направления развития и создать фундамент для будущего успеха. Именно такой взгляд на нынешнюю экономическую ситуацию мы сделали темой этого номера.

Вашему вниманию предложен обзор текущей ситуации в строительной отрасли, мнения экспертов, которые анализируют макроэкономические показатели, влияющие на рынок, а также прогнозируют, как он будет развиваться до конца 2015 года. Мы подготовили разноплановую и прикладную статью – мнения ведущих игроков отрасли, каждый из которых рассказывает о своем видении ситуации, собственном опыте и предлагает свой вариант новой стратегии в текущих условиях. Опытные «капитаны бизнеса»

раскроют секреты «навигации» и расскажут, как именно и в какую сторону можно грести навстречу успеху. Кроме того, теме новых идей и вдохновляющих бизнес-кейсов мы посвятили и нашу традиционную рубрику «7 фактов».

Также на страницах журнала вы найдете информацию о новой кровельной линейке ROCKWOOL и очередном российском объекте, фасад которого облицован плитами ROCKPANEL. В продолжение темы доступных энергосберегающих технологий мы расскажем о первом активном доме, построенном на территории Белоруссии, – при его строительстве использован комплекс самых передовых идей, которые послужат вдохновением для девелоперов и домовладельцев. А наш специалист по технической изоляции с помощью расчетов покажет, как сэкономить на изоляции для трубопроводов миллионы рублей.

Одним словом, этот выпуск «ROCKWOOL Эксперт» получился, на наш взгляд, не только информативным, но и приглашающим к дискуссии – давайте обсуждать, как нам действовать в условиях «полного штиля», куда именно «грести», какие «весла» выбирать в зависимости от специфики бизнеса и поставленных задач. А поскольку одному «ребцу» далеко не уплыть и успеха добивается лишь команда, вместе мы обязательно найдем решение!



С уважением,  
генеральный директор  
ROCKWOOL Russia  
Марина Потокер