

19 апреля 2021г.

Гендиректор корпорации Arconic Тим Майерс рассказал «Ведомостям» о выживании бизнеса в пандемию

[Vedomosti.ru](https://vedomosti.ru): «В коронакризис мы выросли на пиве и газировке»



Гендиректор корпорации Arconic Тим Майерс /Arconic

Мировые цены на алюминий продолжают бить рекорды. Стоимость тонны этого металла, востребованного сегодня во многих отраслях промышленности, уже превысила на LME \$2300 — достигнув максимального уровня с июня 2018 года. Но весь прошлый год оказался непростым для производителей алюминиевой продукции, особенно для тех, кто поставляет ее авиастроительным корпорациям. Коронакризис обрушил рынок авиаперевозок, что вынудило авиакомпании остановить закупку новых лайнеров.

Гендиректор корпорации Arconic Тим Майерс рассказал «Ведомостям» о том, как алюминиевая отрасль пережила пандемию 2020 года, почему российский завод в Самаре в сложных ковидных условиях показал лучшие результаты за 30 лет и из-за чего компания пожаловалась на Федеральную антимонопольную службу премьер-министру России Михаилу Мишустину.

– Летом 2020 г завершилось формирование Arconic Corporation из Arconic Inc., когда-то бывшей частью алюминиевого гиганта Alcoa. Какую часть бизнеса получила

Arconic Corp в наследство, а что отошло бывшей Arconic Inc, которая сегодня называется Howmet Aerospace?

– Разделение, которое произошло в прошлом году, стало вторым по счету. Оно завершилось 1 апреля 2020 г., так что недавно мы отпраздновали первую годовщину в качестве новой компании. Первое разделение произошло в 2016 году. Alcoa, как вы знаете, была полностью интегрированной алюминиевой компанией, первой в своем роде.

В результате реструктуризации произошло разделение добывающего бизнеса, куда входит вся деятельность по добыче и выплавке алюминия, а также энергетические активы, от производственного – там, где из алюминия производят другие конструкционные материалы, компоненты и полуфабрикаты. Так, из одной компании стоимостью около \$28 млрд были созданы две компании стоимостью \$14 млрд каждая. Одна сохранила название Alcoa Corporation, другая – получила название Arconic Inc.

Второе разделение произошло в прошлом году. Сейчас у нас две компании. Одна – нынешняя Arconic Corp., которой я руковожу. Она была подразделением по производству алюминиевых полуфабрикатов той старой Arconic. В нее входит три направления, самое крупное из которых – прокатное производство, где изготавливают алюминиевые листы и плиты. Второе направление – решения для строительства и архитектуры – это компоненты для облицовки фасадов зданий, алюминиевый профиль, оконные рамы и прочие продукты. Третье – экструзионное производство (получение изделий путём продавливания нагретого металла через формующее отверстие). Второй компанией стала Howmet Aerospace (так переименовали Arconic Inc. после выделения из нее Arconic Corp.), которая обслуживает преимущественно аэрокосмическую отрасль.

– Почему именно в середине 2020-го, в период, когда по всему миру бушевала пандемия, было принято решение все же завершить формирование Arconic Corp?

– Пандемия никак не повлияла на причины, по которым мы решили разделить компанию. Обстоятельства были не в нашу пользу, однако разделение, которое произошло в апреле 2020 года, позволило уже двум самостоятельным компаниям более эффективно справляться с негативными последствиями пандемии. В долгосрочной перспективе оно также будет иметь позитивный эффект как для компаний, так и для сотрудников, и акционеров.

Рынок говорит за нас: капитализация обеих компаний выросла на 25% по сравнению с концом 2019 г. и на 135% по сравнению с той, какая была в день разделения компаний.

– То есть вы никогда не рассматривали возможность отложить реструктуризацию на время?

– Это был длительный процесс, много времени ушло на подготовку. Мы потратили год на реорганизацию, поиск кандидатов на руководящие должности в новой компании, увеличили акционерный капитал и долговое финансирование. Поэтому мы были хорошо подготовлены к разделению.

– Как отразилась на работе Arconic и ее клиентах пандемия COVID-19? Какие проблемы приходилось решать? Пришлось ли переводить сотрудников на удаленную работу?

– Везде по-разному. Мы – производственная компания, поэтому большинство предприятий продолжают работать как раньше. Что касается работников, не задействованных

непосредственно на производстве, – они работают удаленно. Наш корпоративный центр практически закрыт. Я и небольшая часть моих сотрудников периодически туда приходим. Остальные члены команды работают из дома. Начнем постепенно возвращать людей в офисы в разных регионах мира по мере развертывания вакцинации.

Первое, что мы сразу сделали – это обеспечили безопасность всех сотрудников в соответствии с рекомендациями Центра по контролю и профилактике заболеваемости США и ВОЗ, консультировались с нашими партнерами. В течение первой недели существования (отделенной — прим. «Ведомостей») компании мы запустили программу по обеспечению финансовой стабильности с целью сэкономить \$200 млн, которая включала реструктуризацию, снижение капитальных вложений и прочих затрат. Затем эта программа расширилась, и мы увеличили план до \$250 млн, а в результате смогли его даже перевыполнить, «законсервировав» \$260 млн за счет целого комплекса мер в 2020 г.

– Какие направления бизнеса – продукция для автомобилей, самолетов или строительного сектора – пострадали больше всего из-за пандемии?

– В течение 2020 года все пять рынков, на которых мы работаем, по-разному реагировали на изменения. Наш аэрокосмический бизнес показал спад более чем на 50% по сравнению с прошлым годом. Это наиболее сильное падение. Строительный сегмент сократился примерно на 6%, бизнес в транспортной отрасли – на 5%. А вот в сегменте промышленного производства за прошлый год мы выросли на 7%. Упаковочный бизнес также вырос на 7%, во многом благодаря нашему российскому заводу в Самаре. В прошлом году там установили производственный рекорд.

Упаковочный бизнес в целом неплохо перенес кризис: люди не выходили на улицу, поэтому стали больше потреблять напитков в банках (например, пива и газировки). И это рынок, на котором алюминий выигрывает. Мы ожидаем, что в 2021 г три из пяти наших ключевых рынков выйдут на допандемийный уровень либо обгонят его – это наземный транспорт, промышленное производство и упаковка.

– То есть к концу этого года вы ожидаете рост в трех основных сегментах — упаковка, наземный транспорт и промышленное производство?

– Да. В целом по компании в этом году мы ожидаем, как ранее уже озвучивали, двузначного роста финансовых показателей в этих сегментах.

– Сколько это в абсолютных цифрах?

– Мы ожидаем выручку на уровне \$6,6-6,9 млрд по итогам 2021 г. В 2020 г. она составила \$5,7 млрд, то есть предполагается рост на как минимум на 16%.

– С началом пандемии авиастроительные корпорации резко сократили заказы для поставщиков титана и алюминия. Как Arconic переживала эту ситуацию?

– Мы выпускаем структурные компоненты для крыльев, фюзеляжей и каркасов воздушного судна. Поэтому сильно зависим от темпов строительства новых ВС, у нас нет рынка запчастей. В прошлом году в этом сегменте мы наблюдали резкое снижение, начиная со II квартала. За год снижение составило более 50%. В первом квартале этого года продажи в сегменте будут низкими, но во второй половине текущего года ожидаем увидеть устойчивый рост. Сейчас мы видим возобновление поставок ВС, но в гораздо меньших

объемах, чем в 2019 г, и согласно большинству прогнозов, полное восстановление авиарынка мы ожидаем увидеть не ранее 2023-2024 гг.

– Вы объявляли, что собираетесь уволить часть сотрудников из-за пандемии. Это произошло?

– В 2020 г мы предприняли целый ряд оперативных мер для смягчения последствий пандемии, о чем заявили в апреле 2020 г. В рамках этих мер, помимо временного сокращения зарплаты на некоторых предприятиях были и незначительные увольнения, чтобы привести бизнес в соответствие со спросом на продукцию на тот момент. Однако это не коснулось завода в Самаре. Там последние десять лет численность сотрудников сохраняется на уровне 3 000 человек, во время пандемии не было ни увольнений, ни сокращения зарплат.

– Возвращаясь к компании Arconic. Вы уже разработали стратегию на ближайшие три-пять лет? Каковы основные цели?

– В секторе наземных перевозок – крупнейшем для нас сегменте бизнеса – алюминий выигрывает у стали. Второй по величине рынок – это упаковка товаров. Здесь мы видим большие изменения. Я имею в виду отказ от пластика в пользу алюминия. Люди обеспокоены тем, что частицы пластика попадают в водоемы и в продукты питания, так что мы видим рост, значительно превышающий темпы роста ВВП. И наши позиции на этом рынке очень прочные.

Сектор промышленного производства стремительно развивается и в США, и в Европе. Недавно были приняты определенные меры в целях защиты от китайского импорта, а также других демпингующих стран. В целом мы планируем повысить финансовые показатели по EBITDA на дополнительные \$300 млн., это выше допандемийного уровня и на 50% больше наших прогнозов на 2020 г. А по мере восстановления аэрокосмического рынка ожидаем, что результаты будут еще лучше.

– Какие еще компании, кроме Boeing, являются основными клиентами сегодня? Удалось ли Arconic найти новых клиентов в течение последнего полугодия?

– Помимо Boeing работаем с европейской Airbus и китайской Comras, а наш завод в Самаре («Арконик СМЗ») поставляет продукцию для российского авиакосмического сектора. Можно сказать, что наша продукция есть практически в любом самолете – как магистральном, так и в бизнес-джетах.

В секторе автопрома в прошлом году мы заключили 16 новых контрактов, поскольку доля алюминия в новых автомобилях растет.

Также мы развиваемся на рынке упаковки. Одним из условий первого раздела в рамках реструктуризации бизнеса Alcoa было заключение соглашения о том, что новые компании не будут конкурировать между собой на северо-американском рынке. Это соглашение истекло в октябре 2020 г. Теперь Arconic намерена снова выйти рынок упаковки в Северной Америке, и это открывает новые возможности для наращивания поставок с нашего самарского завода. Предприятие сможет экспортировать продукцию на рынки, на которых раньше работать не могло.

– Завод в Самаре сколько новых контрактов заключил?

– Начну с того, что в 2020 г. завод в Самаре произвел 245 000 т продукции, и это самый высокий уровень производства на этом предприятии за последние 30 лет. Объемы производства выросли на 7% к 2019 году на фоне общего падения. На мой взгляд, это впечатляющий результат. Упаковочный бизнес стал одним из драйвером роста. Ключевыми заказчиками самарского завода являются Ball и Capraco. У нас давние и плодотворные отношения с этими глобальными компаниями, что, конечно, хорошо для нашего бизнеса в Самаре. Мы также нарастили экспорт до 30% от общего выпуска за последние пять лет. Рост объемов касается и продукции для всех ключевых рынков в России, в том числе транспорт, сектор промышленного производства, упаковку и, конечно же, аэрокосмическую отрасль.

К слову, мы гордимся тем, что самарский металл был использован для производства алюминиевых колпачков для упаковки вакцины Спутник-V. Они обеспечивают ее герметичность и сохранность по время доставки по России и по всему миру.

– В какие страны сегодня экспортируете продукцию с российского предприятия?

– В Северную Европу, СНГ и в Юго-Восточную Азию. И мы продолжаем искать возможности для наращивания экспорта. Но, прежде всего, нацелены на удовлетворение устойчивого спроса внутри страны. Наши крупнейшие клиенты – это российские заказчики, 70% мощностей самарского завода работают на удовлетворение российских потребностей. Наши поставщики находятся в России, крупнейшим является «Русал». Бизнес в России развивается успешно, и мы видим в стране новые возможности для применения алюминия, в частности, в сегменте коммерческих перевозок. Так, совместно с производителем грузового подвижного состава компанией РМ-Рейл разработали новые алюминиевые хопперы-минераловозы, а вместе с Объединенной вагонной компанией – новую продукцию для производства железнодорожных цистерн.

– Планируете ли выводить на рынок какие-то новые продукты в ближайшие пять лет?

– Да, конечно. Как я уже упомянул, 70% наших продаж приходится на упаковочный бизнес, в который мы инвестировали значительные средства в России. Так, мы реализовали капитальный проект стоимостью \$80 млн и запустили производственную линию лакирования, которая позволяет производить продукцию для всех элементов упаковки, включая корпус банки, крышки и открывающие ключи. Завод в Самаре является крупнейшим производителем полуфабрикатов из алюминия в России, в том числе крупнейшим поставщиком баночной ленты.

Также мы видим дополнительные возможности в транспортном сегменте: потребители заинтересованы в разработке легких коммерческих транспортных средств (LCV), которые смогут перевозить больше груза при меньшем потреблении топлива и более низком уровне выбросов парниковых газов. Мы в свою очередь заинтересованы в разработке таких решений для автомобильной промышленности.

– Какова доля российского предприятия, если рассматривать весь бизнес Argonic?

– Приблизительно 9 % от общего объема продаж компании в 2020 г приходится на завод в Самаре. Там работает 3 000 сотрудников – это больше, чем где-либо на других производствах Argonic. Всего же в компании работает 13 400 сотрудников. Территория самарского завода — 1 375 тыс. кв.м, это огромный комплекс. В Самаре также есть уникальное кузнечно-прессовое оборудование, в том числе один из самых больших в мире вертикальных штамповочных прессов усилием 75 000 т. В России таких всего два, а в парке

оборудования всей компании Argonic он самый большой. Он производит титановые и алюминиевые полуфабрикаты в рамках СП с ВСМПО-АВИСМА (компания «АлТи Фордж». – «Ведомости»). СП задействовано в цепочке поставок продукции для Boeing, Airbus и др. ведущих авиастроителей России и мира.

– Полагаю, вы можете увеличить российскую долю в бизнесе в ближайшие годы. Можете ли вы сказать на сколько?

– Мы как минимум намерены удерживать ее на текущем уровне. Как я уже говорил, у нас уникальное положение в России в сегменте упаковки. Несмотря на реструктуризацию и кризис, в России мы полностью сохранили коллектив – все 3 000 человек, ни одного не отправили в отпуск без содержания. Напротив, мы смогли увеличить заработную плату в РФ в период пандемии, в среднем на 5–9 % для каждого сотрудника.

– Российский бизнес является прибыльным для компании?

– Да. Мы приобрели самарский завод в 2005 г и за 15 лет вложили в него более \$500 млн. Благодаря этим инвестициям и, конечно, сотрудникам, он начал приносить прибыль.

– Вы упомянули, что продажи российского предприятия увеличились на 7%. Прогнозируете ли увеличение продаж в этом году?

– Я ожидаю аналогичного роста. Такой прирост наблюдается уже пять или шесть лет подряд. Инвестиции в завод в Самаре в этом году составят \$7–10 млн. Средства пойдут на несколько направлений. Сейчас мы сосредоточились на проектах, связанных с развитием прокатного производства. Также постоянно вкладываем в безопасность, и, конечно, нужно уделять внимание экологии и соблюдению всех местных нормативных требований.

– А как вы оцениваете инвестиционный климат в России в целом?

– Мы работаем в России уже 30 лет, в Самаре – более 15 лет. И очень довольны этим опытом. Мы получаем хорошую поддержку со стороны правительства РФ и бизнес-сообществ, активно вовлечены в работу консультативного совета по иностранным инвестициям, а также входим в американо-российский Деловой совет. Как иностранный инвестор скажу, у нас очень позитивный опыт в России до недавнего времени.

– Изменилось ли что-нибудь в последние годы? Иностранцы все настойчивее говорят о том, что в РФ становится сложно инвестировать, так как нет гарантий сохранения экономической политики государства в долгосрочной перспективе.

– Ключевое изменение – это спад в дипломатических отношениях между США и Россией, хотя они давно уже не гладкие. За последние несколько лет стало еще сложнее. Как вы знаете, между нашими президентами и правительствами есть ряд разногласий. Все это усложняет работу бизнеса. Но за время существования дипломатических отношений ситуация между нашими странами много раз менялась в разные стороны. При этом крайне важно сохранять хорошие деловые отношения. Мы стараемся находить возможности и вносить свой вклад в развитие позитивного бизнес-диалога между нашими странами, потому что, по моему мнению, обе стороны только выигрывают, если у нас будут прочные деловые отношения. Говоря о работе Argonic в России, я думаю, что мы делаем именно то, чего российское правительство ожидает от иностранного инвестора: развиваем экономику и привлекаем глобальных заказчиков. Мы уже вложили полмиллиарда долларов в самарское производство и нацелены на дальнейшие инвестиции в России. Три наших

инженера были названы «Инженерами года» в 2020 г, поэтому, как вы видите, мы продолжаем инвестировать и в наших сотрудников тоже.

– Они продолжают работать в Самаре?

– Да, надеюсь, они по-прежнему работают у нас. Хотя теперь они знамениты и, возможно, мне стоит начать волноваться.

– ФАС России инициировала судебное разбирательство против Arconic и вашего СП с «ВСМПО-Ависма». В антимонопольной службе считают, что фактический контроль над этими предприятиями находится у американского инвестфонда Elliott Management инвестора Пола Сингера. Как вы оцениваете ситуацию? Какие факторы, по вашему мнению, могли стать причиной расследования?

– Мы были очень удивлены действиями ФАС, так как у нас всегда были хорошие рабочие отношения с этим ведомством. Мы пристально следим за соблюдением всех требований, которые предъявляются к стратегическим предприятиям в России. Elliott Management никогда не контролировала Arconic, ни до, ни после реорганизации. У компании много акционеров, и Elliott владеет менее чем 10 % акций. То есть они выражают свое мнение, как в праве делать любой акционер, но никак не контролируют действия руководства или совета директоров. У нас независимый совет директоров, в составе которого 10 человек. Представители Elliott Management не оказывают никакого влияния на деятельность компании, а сегодня даже не входят в состав совета.

Мы пытаемся разъяснить это ФАС и устранить это недоразумение. Недавно мы также решили обратиться к премьер-министру РФ Михаилу Мишустину, чтобы проинформировать его о сложившейся ситуации и попросить содействия в ее разрешении, потому что мы хотим продолжать развивать наш бизнес в России. Но если возникает такая проблема, то появляются сомнения, нам становится сложнее принимать решения о дальнейших инвестициях. Поэтому мы заинтересованы в скорейшем решении проблемы с ФАС. Еще раз подчеркну, что Elliott никогда не имела и не имеет контроля над Arconic, потому и не должна была обращаться ни за какими разрешениями в антимонопольную службу.

– Возвращаясь к промышленности, какие факторы сегодня препятствуют росту в России?

– Не считая этого недопонимания с ФАС, единственное, что сдерживает инвестиции в развитие компании, это наличие достаточного спроса на продукцию. Но мы видим возможности для роста нашего бизнеса в России, а значит есть и предпосылки для инвестиций.

– То есть никаких серьезных проблем с ростом бизнеса нет?

Абсолютно никаких. Да, у нас очень сильная структура активов, хорошее соотношение между собственными и заемными средствами. В нашем распоряжении \$800 млн резервных средств, из которых мы пока не потратили ни одного доллара. Так что, если мы увидим хорошие возможности для роста и инвестиций, по меньшей мере первые \$800 млн есть, где взять.

– Мировые цены на алюминий в прошлом году выросли более чем на треть. Из-за такого резкого роста аналитики даже заговорили о начале нового сырьевого цикла. Ожидаете ли вы, что подорожание алюминия продолжится в текущем году?

– Цены на алюминий точно останутся высокими. Не знаю, насколько они еще вырастут, но пока эта тенденция сохраняется. Они росли до пандемии, затем был спад, и вот теперь они вернулись на уровень, который даже выше допандемийного.

Во-первых, происходит, действительно, уравнивание спроса и предложения, а также расширение применения алюминия в нескольких отраслях промышленности, самые крупные из которых это упаковка и автопром. Во-вторых, во время пандемии все старались экономить деньги. В итоге исчерпали свои цепочки поставок, стараясь избавиться от максимального количества запасов. Замещение стали и пластика алюминием, восстановление всех конечных рынков, необходимость заполнить цепочку поставок, потому что все опустошили свои склады, – вот основные движущие силы спроса. Также нужно учитывать, что алюминиевая промышленность снизила производительность во время спада, а перезапустить металлургические заводы так же быстро, как, к примеру, сборочные линии невозможно. И теперь на алюминиевом рынке действительно царит дефицит.

Но для нас спотовые цены не играют большой роли, поскольку стоимость алюминия и его обработки переносится в затраты заказчиков в наших долгосрочных контрактах с ними.

– То есть растущие цены на алюминий пока не влияют на объем продаж?

– Нет.

– Как вы оцениваете будущее сырьевых товаров на ближайшие годы?

Думаю, что у нашей отрасли хорошие перспективы. В том числе и у российской алюминиевой промышленности. «Русал» также занимает очень хорошую стратегическую позицию. Вы знаете, что у них есть доступ к относительно дешевой и чистой энергии, что очень важно для нашей отрасли.

– Вы упомянули, что были на заводе Arconic в Самаре. Расскажите подробнее об этом, сколько раз вы посещали этот завод?

– Мы приобрели предприятие в 2005 г., и я был в команде, которая приезжала, чтобы оценить его до сделки. Так что я был там впервые в 2004 г. С тех пор я побывал в России по меньшей мере раз десять. Завод в Самаре – это фантастический объект, но что меня восхищает больше всего, так это его команда. Очень компетентные сотрудники, отличные специалисты, которые переняли производственную философию нашей глобальной компании. Я бы сказал, что самарский завод – это один из лучших моих объектов.

– У вас была возможность посетить другие места в России?

– Я был в Москве, а также в небольшом городе Белая Калитва (у компании там был завод до 2015 г., который затем был продан – «Ведомости»).

– Что вы думаете о Москве?

– Мне нравится Москва. Хотелось бы еще посетить Санкт-Петербург, но пока не было такой возможности. С нетерпением жду поездки в этом году и в Самару и, надеюсь, на Петербургский международный экономический форум, а если не получится, то в 2022-м.