

Маркетологи информируют...

В этом номере редакция собрала информацию об отчетах, обзорах, докладах с результатами исследований в различных секторах упаковки, выполненных и опубликованных известными мировыми и европейскими агентствами: *Euromonitor International, Transparency Market Research, Research Moz, Smithers Pira, Apeal, PMMI, Ucima*. Здесь исследования как общих, глобальных тенденций, так и отдельных, локальных секторов (гибких материалов, специальных пленок, металлической упаковки, упаковочных машин).

Мировые тенденции в упаковке

Компания **Euromonitor International** совместно с ассоциацией **PMMI** подготовила и презентовала отчет о перспективах рынка упаковки под названием «Обзор мирового рынка упаковки: развитие, тенденции и инновации».

Проанализированы основные факторы, стимулирующие развитие и внедрение новаторских идей в сфере потребительской упаковки. Среди них: растущее понимание проблем, связанных с охраной здоровья, воздействием отходов упаковки на окружающую среду, ростом доходов потребителей. Сделана попытка найти центры деловой активности с целью развития упаковки во всех регионах мира.

На глобальный рынок упаковки оказывают влияние три тенденции:

- рост осведомленности потребителя о проблемах, связанных с охраной здоровья;
- рост влияния проблем утилизации отходов упаковки и охраны окружающей среды;
- рост доходов и покупательской способности в развивающихся регионах планеты.

В мировом масштабе полимерная упаковка из гибких материалов остается преобладающим видом упаковки. Также демонстрируют самые высокие темпы роста упаковка из многослойного картона и бутылки из ПЭТФ для жидкой продукции (рис. 1).

Стремление к охране окружающей среды стимулирует рост производства бутылок из ПЭТФ и стекла, в то время

как увеличение среднего класса потребителей обуславливает рост применения упаковки из гибких материалов.

Несмотря на то, что упаковка для сигарет составляет крупнейшую категорию в секторе полимерной упаковки из гибких материалов, здесь ожидается падение абсолютного объема производства. Это результат растущей тенденции к заботе о здоровье, поскольку потребители все чаще склонны покупать полезные продукты.

Возможность переработки отходов упаковки и повторного использования упаковки – важнейшая тенденция, которая будет определять развитие упаковки до 2019 г. При этом в категории упаковки для напитков вырастет использование бутылок из ПЭТФ и стекла. По существу, природоохранные мероприятия, реализуемые производителями упаковки и продуктов, являются ключевым компонентом маркетинга самой упаковки. Большой шаг вперед сделает возвратная тара, особенно в странах Латинской Америки.

Рост среднего класса во многих странах мира, особенно в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Латинской Америке, ведет к увеличению его доходов. В свою очередь, потребители все чаще покупают фасованные товары в современных розничных торговых точках. При этом рост абсолютного объема популярных типов упаковки, таких как устойчивые пакеты из гибких полимерных пленок, продолжится. Ожидаются высокие темпы роста новых, нетрадиционных типов упаковки.

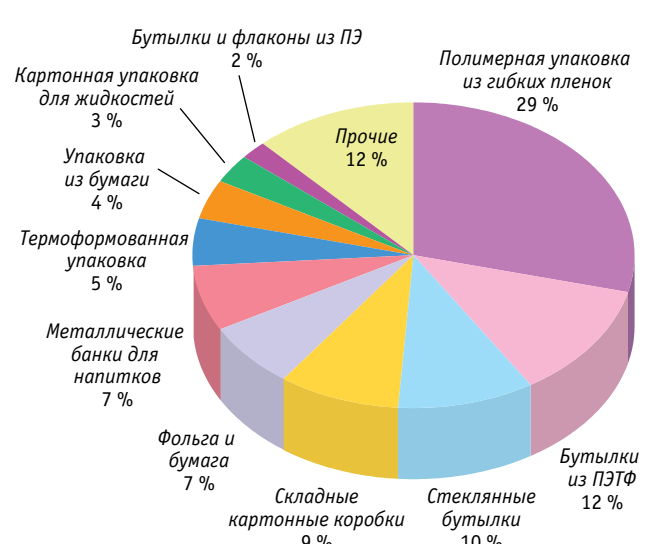
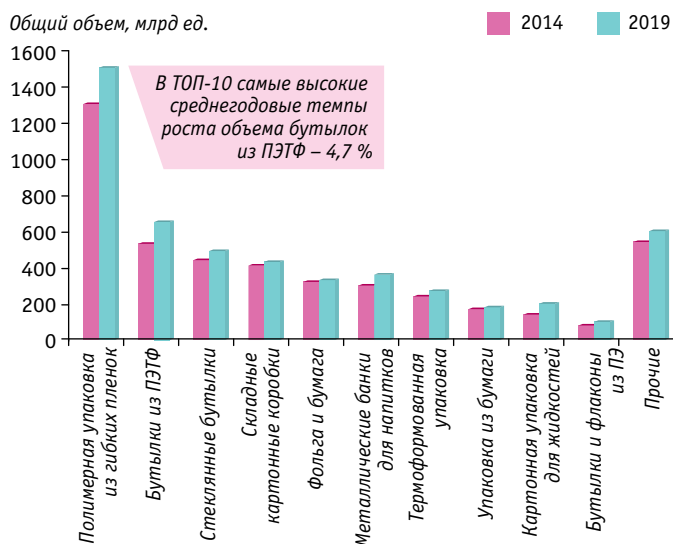
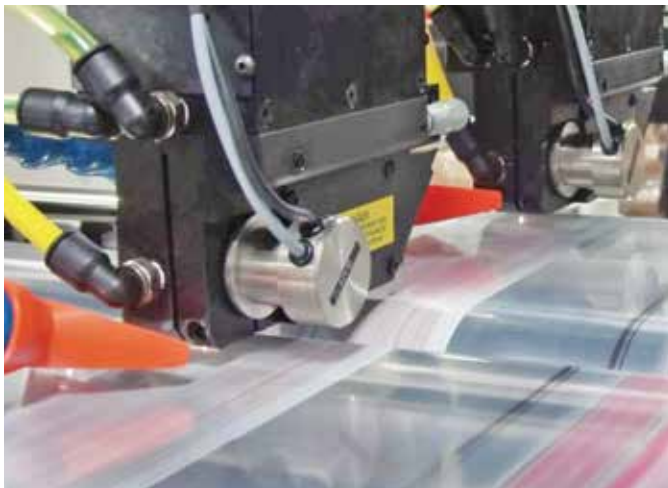


Рис. 1. ТОП-10 видов упаковки в общем мировом объеме в 2014 г.



Упаковка из гибких материалов

Компания **Transparency Market Research** опубликовала ключевые идеи на мировом рынке упаковки из гибких материалов в своем докладе под названием «Рынок гибкой упаковки – глобальный анализ промышленности 2016–2024 гг.». В стоимостном выражении мировой рынок такой упаковки будет расти со среднегодовым темпом чуть более 5 % в течение прогнозируемого периода.

Гибкие материалы имеют свойства, необходимые как для потребительской, так и для групповой упаковки. Среди них: легкость, высокая производительность, высокие барьерные свойства, низкий уровень загрязнения и сохранение продукта в изоляции от окружающей среды. Для производства такой упаковки для продуктов используют на 70 % меньше полимеров, чем для изготовления жестких вариантов упаковки. Она занимает меньше места при транспортировании продукции и размещении ее на полках в торговых точках.

Упаковка из гибких материалов имеет целый ряд преимуществ, в том числе низкое потребление сырья, низкий уровень выбросов CO₂, сокращение потребления энергии, а также относительно низкий уровень отходов по сравнению с традиционными видами упаковки. Мировой рынок такой упаковки сегментирован по ее типу, типу материала и назначению. По типу материала упаковка разделяется на: полимерную, бумажную, алюминиевую и целлюлозную. Для полимерной упаковки используют полиэтилен (PE), полипропилен (PP), двуосноориентированный полипропилен (BOPP), двуосноориентированный полиэтилентерефталат (BOPET), этиленвиниловый спирт (EVOH), полиамид (PA), поливинилхлорид (PVC), полистирол (PS). По типу упаковки различают стоячие пакеты, вакуумные пакеты, реторт-пакеты, мешки и др.

Рынок специальных пленок

Исследовательский доклад компании **Research Moz** под названием «Мировой рынок специальных пленок 2016–2020 гг.» в своих выводах показывает, что рынок специальных пленок в течение прогнозируемого периода будет расти с темпом 6,35 % в год.

К специализированным пленкам относят тонкие пленки с уникальными свойствами, такими как высокая или низкая теплопроводность, барьерные свойства, специальные свойства поверхности, высокая степень прозрачности и ряд механических свойств. Такие уникальные свойства дают возможность использовать специальные пленки для защиты различных продуктов от действия тепла, света, влаги и других неблагоприятных внешних условий.

Для производства специальных и высокоэффективных пленок используют полипропилен, полиамид, полиэтилен, поливинилхлорид, этиленвиниловый спирт, полиэфиры.

Доклад охватывает сценарий и перспективы роста производства и продаж специальных упаковочных пленок в 2016–2020 гг. Чтобы рассчитать размер рынка, был учтен общий доход от различных производителей за счет продажи специальных и высокопроизводительных пленок для продуктов питания, средств личной гигиены, фармацевтической и химической продукции. В докладе также содержится описание ключевых поставщиков, работающих на этом рынке. Основные из них – Amcor, Covestro, Dow Chemical, DuPont, Honeywell International, Sealed Air и др.



Рынок металлической упаковки

После значительного снижения в конце 2000-х гг. мировой рынок металлической тары и упаковки возобновил свой рост, наиболее высокие темпы которого регистрируются в Азии, Восточной Европе, на Ближнем Востоке и в Африке.

В новом исследовании «Будущее металлической упаковки и покрытий до 2021 г.» **Smithers Pira** прогнозирует рост рынка на 3 % в 2016 г. до объема \$ 106 млн. Этот рост вызван увеличением спроса на металлическую тару и упаковку в странах с развивающейся и переходной экономиках, в то время как спрос на зрелых рынках останется без изменения. По прогнозу, мировой рынок металлической упаковки будет расти в среднем на 4 % в год и к 2021 г. достигнет объема \$ 128 млн.

Ранее в мировой торговле такие развивающиеся страны, как Китай, Индия и Бразилия, долгое время ассоции-



ровались со значительным производством и экспортом металлической упаковки, но с небольшим внутренним ее потреблением. Сейчас картина меняется. В этих странах растут доходы населения, формируется средний класс. В результате начинает расти внутреннее потребление, создающее новые возможности для местного бизнеса. Особенности потребительских вкусов в таких регионах, как Индия, где люди предпочитают продукты питания в металлических банках или жестких полимерных контейнерах, или Бразилия с ее уникальными традиционными напитками, создают возможности для роста, связанного с местными брендами и торговлей на внутреннем рынке.

Большую роль на рынке металлической упаковки играют мелкие местные пивоварни и производители безалкогольных напитков, которые используют относительно дешевые банки для напитков емкостью 330 и 500 мл со сложным дизайном, голографией, чтобы адресовать их потребителю с низкими доходами. Технология цифровой печати позволила выпускать небольшие партии продукции в металлических банках без существенного удорожа-



ния. Крупные компании также начинают обращаться к отдельным партиям продукции на рынке FMCG, предлагая больше вариаций дизайна, лимитированные партии, посвященные различным событиям, адресованные отдельным целевым группам.

Потребители в настоящее время более информированы о проблемах окружающей среды. Сейчас, особенно в Европе, наблюдается тенденция к переработке использованной металлической тары для изготовления новых банок или аэрозольных баллончиков. В Европе поставлена задача обеспечить степень вторичной переработки металлической упаковки к 2020 г. — 80 %.

Переработка металлической тары в Европе

Ассоциация европейских производителей стали для упаковки сообщила о том, что степень переработки использованной металлической тары и упаковки в Европе достигла отмет-



ки в 76 %. Рекордные цифры, представляющие данные за 2014 г., подтверждают тот факт, что жесьть является наиболее перерабатываемым упаковочным материалом уже десятый год подряд. Степень переработки жестяной тары далеко опережает показатели переработки отходов упаковки из других материалов.

Методология и источники информации, использованные ассоциацией при вычислении показателя степени переработки, прошли независимый аудит и сертификацию консалтинговой компании Eunomia, специализирующейся на вопросах энергии и отходов.

Жесьть обладает рядом свойств, которые в значительной степени способствовали тому, что она стала самым перерабатываемым материалом в Европе, что приближает ее использование к экономике замкнутого цикла. Жесьть легко и экономично выделяется из любого потока отходов упаковки благодаря своим магнитным свойствам. Будучи «вечным» материалом, она может перерабатываться любое количество раз без потери качества. Распространяя наилучшую практику по всей Европе, вполне возможно достичь поставленной цели — обеспечить степень переработки использованной упаковки из жести к 2020 г. в 80 %.

Рынок упаковочного оборудования

Североамериканская ассоциация РММІ опубликовала исследование под названием «Влияние мировых тенденций на рынок упаковочного машиностроения — 2016». По их прогнозу, объем мирового рынка упаковочного оборудования к 2019 г. должен достичь \$ 43,7 млрд. При этом среднегодовые темпы роста вырастут по сравнению с 2014 г. на 2,6 % (рис. 2).

Согласно оценкам РММІ, наибольшую долю рынка займет фасовочное и дозирующее оборудование (19,5 %). Следующими по величине станут рынки машин для нанесения этикетки, декорирования и маркирования (12,6 %) и оборудования для транспортирования ящиков (12,4 %). В 2014 г. крупнейшим по объему рынком в каждом важнейшем регионе был рынок фасовочного и дозирующего оборудования. Спрос на другие группы оборудования варьировался от региона к региону.

Рынок машин для нанесения этикетки, декорирования, кодирования и маркирования был в числе трех крупнейших групп оборудования в странах Европы, Ближнего Востока, Африки, Северной и Южной Америке.

Оборудование для транспортирования ящиков вошло в число трех крупнейших групп оборудования в обеих Америках и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

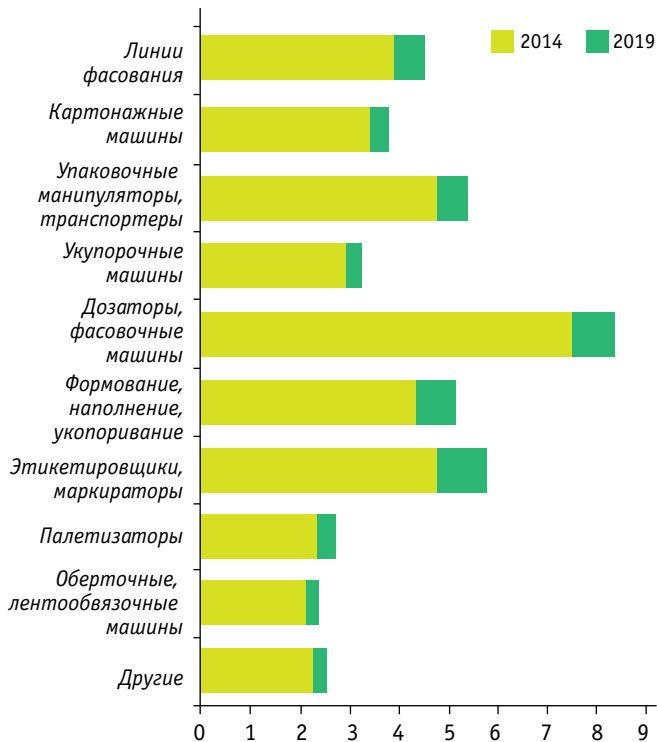


Рис. 2. Мировой рынок упаковочного оборудования по категориям машин

В 2014 г. в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке наблюдался высокий спрос на машины для формования, наполнения и укупоривания. Объем оборудования этой группы стал вторым по величине в регионе, а его доля составила 17,4 % от общего объема рынка.

Рынок фасовочных машин для бутылок был особенно силен в Азиатско-Тихоокеанском регионе, где в 2014 г. он стал третьим крупнейшим рынком, на долю которого пришлось 12,5 %.

По прогнозу РММ, к 2019 г. группы оборудования для формования, наполнения, укупоривания и для нанесения этикетки, декорирования и кодирования покажут наибольший рост, при этом их среднегодовой темп роста в период 2014–2019 гг. составит 3,5 %. Ожидается, что эти группы станут самыми быстрорастущими в каждом регионе.

Рост производства такого оборудования подкрепляется непрерывной заменой однооперационного оборудования для формования, наполнения и укупоривания, в то время как спрос на оборудование для нанесения этикетки, декорирования и кодирования обусловлен законодательством, согласно которому для продукции требуются новое и дополнительное этикетирование и кодирование, а также постоянным совершенствованием технологий печати и распространением кодов товаров SKU.

Крупнейшим национальным рынком упаковочного оборудования станут США, доля которых составит 17,1 %, за ними будут следовать Китай, Япония и Германия, на долю которых придется 14,4 %, 9,5 % и 7 % соответственно. При этом самый быстрый рост покажет Китай, с темпом роста 5,6 % в период 2014–2019 гг.

Упаковочные машины Италии

Оборот сектора упаковочного оборудования Италии в 2015 г. составил € 6,197 млрд, что немного меньше (-0,4 %), чем в 2014 г.

80,7 % оборота было достигнуто за счет экспорта, в основном в страны Европейского Союза, Азии и другие страны Европы. Первыми пятью целевыми рынками для итальянских машиностроителей являются Соединенные Штаты, Франция, Германия, Китай и Турция.

Главными клиентами сектора с 29,1 % от общей суммы были производители напитков, за ними тесно следуют предприятия пищевой промышленности (28,5 %).

Сектор производителей упаковочных машин в Италии состоит из 588 компаний, в которых работает около 28 тыс. человек, которые генерируют оборот в € 6,197 млрд, из которых 80,7 % приходится на международные рынки (€ 5,003 млрд) и 19,3 % — на внутренний рынок (€ 1,194 млрд).

Эти данные взяты из четвертого Национального статистического исследования итальянского производственного сектора упаковочного оборудования, проведенного Аналитическим управлением **Ucima**, итальянской национальной торговой ассоциацией.

В 2015 г. сектор упаковочного оборудования поддерживал уровень оборота за предыдущий год и подтвердил свои позиции в качестве одного из наиболее динамичных секторов Италии с точки зрения общего оборота и, прежде всего, доли в общем объеме экспорта.

В 2015 г. на международных рынках наблюдалось небольшое снижение объемов продаж (-0,9 %) итальянских упаковочных машин, в основном за счет снижения темпов продаж в ряде важных рынков, таких как Бразилия, Китай и Россия.

Тем не менее эта тенденция была компенсирована удачными продажами на других рынках с конечным результатом выше € 5 млрд.

Наиболее важными географическими районами для экспорта были: Европейский Союз, на долю которого приходилось 35,6 % от общего оборота (€ 1,6678 млрд), Азия на





втором месте с € 1,0719 млрд (22,7 % от общего объема), а также другие страны Европы с € 549,2 млн (11,6 %). Далее следуют страны Северной Америки (€ 509 млн; 10,8 %), Африки и Океании (€ 454,5 млн; 9,6 %), а также Центральной и Южной Америк (€ 452,1 млн; 9,6 %).

На экспортных рынках лучшие результаты по росту продаж были достигнуты для производителей сигарет (+ 13,5 %), косметической продукции (+ 10,2 %) и фармацевтических товаров (+ 8,4 %).

Наибольшие продажи упаковочного оборудования были сделаны для производителей напитков с объемом продаж € 1,525 млрд, продуктов питания с € 1,334 млрд и другой продукцией с € 913 млн. Далее идут фармацевтические товары (€ 851 млн), косметические средства (€ 227 млн), химические бытовые товары (€ 153 млн).

Продажи упаковочного оборудования в Италии продолжают демонстрировать положительную динамику, составив € 1194 млн в 2015 г., на 1,9 % больше, чем в 2014 г.

На внутреннем рынке наибольший рост наблюдался в продажах оборудования для фармацевтического сектора промышленности (+ 23,3 %), других секторов (+ 7,6 %), для пищевой промышленности – скромные 0,4 %.

В абсолютном выражении сектор продуктов питания оставался ведущим с точки зрения покупки упаковочно-

го оборудования на сумму € 434 млн, затем идут сектора напитков с € 276 млн и фармацевтических препаратов с € 196 млн. В нижней части рейтинга расположились продажи оборудования для косметической промышленности (€ 73 млн) и производства бытовой химии (€ 57 млн).

Анализ производителей упаковочного оборудования в Италии показывает, что компании с оборотом ниже € 5 млн составляют 66 % от их общего числа, но всего с 9,9 % общего оборота сектора.

Компании с оборотом свыше € 25 млн составили всего 7,8 % от общего числа, однако их оборот составил 65,7 % от общего оборота.

Большинство компаний расположено в регионе Эмилия-Романья (36,2 %) с оборотом в 62,8 % от общего оборота. Далее следуют Ломбардия (28,1 % компаний и 16,8 % оборота), Венето (12,6 % компаний и 9,7 % оборота) и Пьемонте (10,5 % компаний и 5,6 % от оборота).

Размер компании оказывает существенное влияние на экспорт. Небольшие компании (до € 2,5 млн) более половины своего оборота (55,6 %) имеют на внутреннем рынке Италии.

Доля продаж на внутреннем рынке снижается с увеличением размера компании, достигнув всего 9,8 % от оборота для крупнейших компаний (более € 50 млн). *✓*

innovation		experience		dedication	
Суперконцентраты пигментов и добавки для полимерной промышленности					
ТОСАФ УКРАИНА г. Киев, ул. Никольско-Слободская, 1а, офис 292 Тел.: 044 517 49 44 office@tosaf.com.ua www.tosaf.com					