

Информационный праздник упаковщиков на «Пак Экспо 2013»

10–12 апреля этого года в выставочном центре «Киев-ЭкспоПлаза» прошла 14-я Международная выставка продукции упаковочной индустрии «Пак Экспо 2013». Киевский международный контрактный ярмарок и Клуб упаковщиков собрали на территории более 1600 м² 120 участников — отечественных и зарубежных компаний из 7 стран.

Набрав стабильный темп развития, упаковочная индустрия Украины уверенно выходит на рынки других стран. Это говорит о высоком уровне продукции, ее качестве и безопасности.

Еще до официального открытия выставки начались мероприятия деловой программы. Ее открыл международный конгресс упаковочной индустрии «Мировые лидеры для развития упаковки в Украине». На конгрессе речь шла не только о реализованных в Украине проектах, но и о дальнейших планах по внедрению инновационных проектов. Александр Александров (компания DOW) привел примеры инновационных решений в области стретч- и термоусадочных пленок, Райнхард Эльтинг (компания Windmüller & Hölscher) рассказал о новых концепциях и повышенной сложности в секторе гибкой упаковки, когда упаковка является еще и ключом к защите бренда, обладает мультисенсорными свойствами, а Анна Таранцова (компания Tetra Pak) поделилась информацией об экологической стратегии компании и ее социальных проектах.

Горячая дискуссия разгорелась на заседании круглого стола «Упаковка как основа успешного бизнеса в производстве и продаже продукции». Тон задал Сергей Моисеенко (супермаркет «Караван»), а продолжил Сергей Черный (Центр экспертных решений), которые говорили о требованиях торговых сетей к упаковке продукции, важности законодательных требований к безопасности упаковочных материалов. Выступление Оксаны Захаревич-Сизиковой (Украинский институт промышленной собственности), с одной стороны, было неожиданным, а с другой — оправданным.



Рынок столкнулся с тем, что периодически появляются патенты, задекларированные как патентоспособные, технические решения которых, как оказывается, были известны еще много лет назад. Их авторы пользуются несовершенством законодательства и получают формальное право зарабатывать недобросовестным образом. Дискуссия на эту тему разгорелась нешуточная, хотя участники и получили ответ на вопрос: а что же делать в таком случае?

О последних тенденциях развития офсетной и флексографской печати для упаковщиков в своих выступлениях рассказали представители компании MacHouse Михаил Онищенко, директор по продажам, и Сергей Мирошников, ведущий технолог, на конференции «Полиграфия для упаковочной индустрии».

20 радостных и счастливых победителей конкурсов 2013 г. «Украинская звезда упаковки», «Украинская этикетка», «Упаковка будущего» получили награды и призы, которые в этом году отличались изысканностью. Да и сама церемония, в отличие от прошлых лет, была более информативной и интеллектуальной (подробно о конкурсах 2013 г. читайте на стр. 72–74).

Программа научно-практической конференции молодых ученых «Новейшие технологии упаковывания» включала 19 докладов — магистрантов, аспирантов, студентов из 5 вузов Украины.





Завершилась деловая программа выставки мастер-классом «Дизайн упаковки в парадигме социальных отношений», который провели кандидат искусствоведения Татьяна Божко, Оксана Чуева и кандидат социологических наук Наталья Удрис. Все они работают на кафедре графического дизайна и рекламы Киевского национального университета культуры и искусств. Мастер-класс вызвал большой интерес как молодых, так и опытных дизайнеров. Практически все дни работы выставки «Пак Экспо» были насыщены встречами старых и новых партнеров, переговорами, консультациями. Зал выставки был похож на улей с работающими пчелами, которые не только добросовестно собирали знания и информацию в свои соты — стенды, но и делились собственным опытом с партнерами и коллегами. Атмосфера отношений радовала открытостью, профессионализмом и добротой. Редакция журнала решила воспользоваться такой атмосферой и поинтересовалась мнением участников выставки о сегодняшнем и завтрашнем дне украинской упаковки, положительных и отрицательных аспектах выставочных форумов упаковочной индустрии.

кокрасочных материалов. Они заинтересовались нашей упаковкой. В следующем году мы планируем освоить производство флаконов большей емкости — до 500–600 мл с косметической горловиной 24/410.

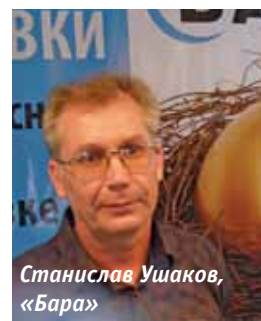


— **Виктор, что нового компания предлагает на этой выставке?**

— В этом году мы значительно расширили ассортимент. Добавились флаконы промежуточных объемов 5, 15, 30 мл во всем ассортименте. Плюс новое направление — флакон под пенообразующий триггер для использования в косметических целях.

— **Чем интересовались посетители выставки?**

— В этом году выставка была активнее. Порадовало появление новых клиентов, например производителей ла-



Станислав Ушаков,
«Бара»

— **Станислав, Ваша компания впервые на этой выставке. Оправдались ли Ваши ожидания?**

— Для нас «Пак Экспо» — это некий эксперимент. Хотели показать свою продукцию, пакеты «дой-пак» со струной для бытовой химии (главным образом для стиральных порошков), изготовленные на новом оборудовании. Такая упаковка более удобна по сравнению с существующей на рынке из-за того, что есть зип-застежка для многократного использования продукции.

— **Пожелания организаторам выставки?**

— Нас все устраивает, спасибо организаторам.

— **Игорь, каким оборудованием больше всего интересовались посетители?**

— Нашими новинками. Это линии для упаковывания молока в бутылку из ПЭТФ, муки в бумажные пакеты, для фасования сыпучих продуктов в картонные пачки. Организаторы выставки сделали все, что могли, но выше себя не прыгнешь. Для нынешнего экономического положения в стране выставка удалась.



Игорь Мищенко,
«Инта»



— **Пожелания организаторам выставки?**

— Организаторы приложили много усилий для того, чтобы выставка прошла успешно, единственное, что, на мой взгляд, могло ее улучшить, — это увеличение количества рабочих дней. Три дня — крайне мало, я думаю, что, если бы выставка длилась четыре дня, для нас как участников было бы намного лучше. Невозможно в столь короткие сроки посетить проводимые во время выставки мероприятия и поработать на стенде с посетителями.

— **Что хотите увидеть нового на страницах журнала «Упаковка»?**

— «Упаковка» — единственное печатное издание, с которым сотрудничает наше предприятие. Вы настолько самокритичны, что вам советовать — только портить.



Андрей Пуш,
«Альяс-КМ»

— **Андрей, что посетители выставки увидели на стенде компании?**

— На этой выставке мы предлагаем ряд нового маркировочного оборудования — как каплеустройного, так и для лазерного маркирования, которое попало на украинский рынок буквально вот в 2013 г.

— **Какие общие впечатления от нынешней выставки?**

— Неплохие. Мы довольны. Все было информативно. Оборудование, которое мы представляли, смогли продемонстрировать для посетителей в работе. На наши пожелания организаторы реагировали достаточно оперативно.

— **Владимир, несколько слов о продукции, которую привезли на выставку.**

— Вся продукция выпускается под торговой маркой Vital Plast. Это упаковка объемом от 0,15 до 11,2 л, различной формы (круглой, овальной, прямоугольной, треугольной), изготовленная из полипропилена способом тонкостенного литья. Она предназначена для пищевых продуктов, товаров бытовой химии, лакокрасочных материалов и др.



Владимир Гаврик,
«Спецтехоснастка»

— **Выставка оправдала ожидания компании?**

— Оправдать все ожидания сложно. Не ошибается только тот, кто ничего не делает. В организации работы выставки был стандартный набор услуг, но хотелось бы чего-то нового. Правильным было решение объединить производителей пищевых продуктов, оборудования и упаковки.

— **Владимир, журнал «Упаковка» читаете?**

— Конечно, читаю. Это очень серьезное издание, давно на упаковочном рынке. Актуальны и статьи, и комментарии к выставкам и другим событиям. Не все журналы наполняют свои страницы таким качественным материалом. С другой стороны, журнал «Упаковка» не

для широкого круга читателей. Неподготовленному специалисту не так просто разобраться во всем, что напечатано. На самом деле очень много интересного. Так держать.



Иван Заболотный,
Барский машино-
строительный завод

— **Иван, компания в прошлом году отметила 80 лет. Что удалось за эти годы?**

— Мы производим оборудование для кондитерских фабрик, консервных и хлебозаводов. Кроме того, изготавливаем бытовые газовые и электродуховки. Продукция пользуется большим спросом. Наша новейшая разработка — машина А2ХФМ для изготовления баранок, бубликов, сушек — от маленькой сушки-крохи до большого стандартного бублика.

— **Какие впечатления от выставки?**

— Только хорошие. Все организовано великолепно. Уютно. Организаторы поработали неплохо. Наша компания обязательно будет принимать участие в таких выставках.

— **Сергей, «Киевополиграфмаш» не первый раз принимает участие в выставке. Чем нынешняя отличается от предыдущих?**

— По количеству посетителей выставка выглядит нормально. К сожалению, целевая аудитория больше рассчитана на производителей пищевой продукции, чем на тех, кому нужно оборудование для производства упаковки. Тем не менее появился новый пласт потенциальных покупателей, которые на фоне кризисной ситуации хотят изменить направление своего бизнеса. И, конечно, прибыли наши давние партнеры из Польши и России.



Сергей Алексеев,
«Киевополиграфмаш»

— **На оборудовании, которое «Киевополиграфмаш» привез на выставку, была табличка «Продано». Это действительно так?**

— Да. Машина продана компании «Витал-пресс». Но после выставки, по просьбе заказчика, мы еще ее доукомплектуем специальным инструментом для просечки.

— **Какую новинку Вы показали на выставке?**

— «Киевополиграфмаш», как правило, на всех авторитетных выставках демонстрирует только новые модели машин. На этот раз, идя в ногу со временем, мы создали и продемонстрировали компактную и бюджетную 5-красочную флексопечатную машину ФДР-210/5 для полноцветной печати этикеточной продукции, колбасной обложки и других рулонных материалов. Посетители нашего стенда проявили большой интерес к этой и другим моделям наших машин.



Замир Начкебия,
«Базис»

— *Замир, в этом году у Вас большой стенд. Чем удивляете потенциальных заказчиков?*

— На этой выставке мы постарались никого ничем не удивлять, просто привезли наши стандартные, серийные машины. Здесь мы встречаемся с партнерами, как с известными нам, так и с новыми клиентами. В этом году мы сумели разместить стенд в первом ряду, раньше не всегда так удавалось.

— *Какие конкурентные преимущества компании?*

— Способность в очень короткие сроки выполнить сложный нестандартный проект. Причем, как правило, это комплексные проекты, которые включают весь производственный цикл. К тому же мы работаем не только быстро, но и качественно.

— *Приедете на следующий год?*

— Обязательно.

— *Елена, какую продукцию компания предлагает на рынке?*

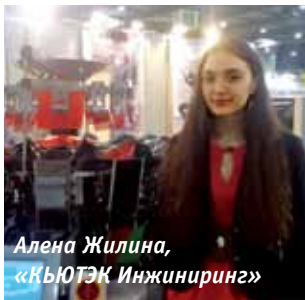
— Компания «Люкс-Х» производит и реализует промышленные адгезивы. Это холодные и термоклей для упаковки, полиграфии, других областей применения. Из новинок — этикетировочный клей для высокоскоростных линий, а также клей, устойчивый к ледяной воде, особенно актуальный для производителей шампанского и пива, когда этикетка не должна терять внешний вид от воздействия воды и конденсата при охлаждении.



Елена Скотаренко,
«Люкс-Х»

— *Какому продукту посетители уделяли больше всего внимания?*

— Скорее всего, это термоклей — относительно молодое в Украине направление, имеющее широкое отраслевое применение. Холодные клеи «Люкс-Х» используются при этикетировании тары бумажной этикеткой, производстве упаковки и в полиграфии.



Алена Жилина,
«КБЮТЭК Инжиниринг»

— *Алена, выставка была успешной для фирмы?*

— «Пак Экспо 2013» — это заряд для бизнеса на весь будущий деловой год. Мы надеемся, что интерес, проявленный к представленному нами на выставке оборудованию, в конечном итоге проявится в заключении выгодных конт-

рактков. Участие в выставках в нашей сфере деятельности — это один из немногих реально действенных инструментов рекламы, и поэтому мы старались уделить участию в ней максимальное внимание.

— *Знаком ли Вам журнал «Упаковка»?*

— Журнал «Упаковка» нам знаком давно и используется как хорошая маркетинговая стратегия для презентации и продвижения на рынок нового оборудования и брендов.

— *Игорь, что нового компания предлагает на этой выставке?*

— На этой выставке была представлена машина-автомат с весовым дозатором, который модернизирован по части не только механики, но и автоматизации. Модернизирован узел горизонтального сваривания, теперь он выполнен с применением индивидуальных пневмоприводов и линейных подшипников. Вся логика работы реализована на контроллере Unitronics, тензопреобразователи этого же производителя. Фишкой данной системы является то, что машина сама подбирает оптимальные параметры дозирования.



Игорь Балабушка,
«Интермаш»

— *Впечатления от нынешней выставки?*

— Она меня не удивила. На мой взгляд, целевой аудитории было меньше, нежели в прошлом году.

— *Алена, новинки компании на этой выставке?*

— Наши новинки на этой выставке: полимерное 2-литровое ведро прямоугольной формы, полимерная система для созревания сыра, складной крупногабаритный контейнер Kolox и небольшие складные ящики, которые позволяют значительно сократить транспортные и складские расходы, гигиенические поддоны с гладкой нижней и верхней поверхностью для использования в сферах с повышенными санитарно-гигиеническими требованиями.




Алена Савчук,
Торговый Дом «ТАРА»

— *Впечатления от нынешней выставки?*

— Положительные — участников и посетителей с каждым годом становится все больше, продукция представлена разнообразная, много новинок и интересных презентаций на стендах экспонентов. Традиционно выставки такого масштаба являются отличным местом для осуществления деловых контактов между производителями, поставщиками и потребителями упаковки.

Нет сомнения, что каждый участник и посетитель выставки получил приличную дозу информации, которую после обработки и систематизации в полной мере использует для развития своего предприятия, своего бизнеса.

Наверняка все увиденное и услышанное трансформируется в реальные проекты развития упаковочной индустрии Украины. 

Ирина Волохова, Вероника Халайджи, к.т.н., Валерий Кривошей, к.х.н., Наталья Кругляк (фото)