

«УПАКОВКА/УПАК ІТАЛІЯ 2014»

Упаковка продовжує грати значительную роль в жизни человечества, интерес к инновационным технологиям и материалам для ее производства не ослабевает из года в год. В пищевой промышленности, особенно в производстве напитков и кондитерских изделий, в косметическом секторе и фармацевтической отрасли требования потребителей к товарам, их упаковке и внешнему оформлению становятся особенно жесткими. Также повысилось значение групповой и транспортной упаковки для промышленной продукции, в частности строительных материалов. Следствием этого являются расширение упаковочных производств и участков, модернизация оборудования, широкое применение находят высокопроизводительные, энерго- и ресурсосберегающие технологии. Кроме этого, существует значительная потребность в инновационных упаковочных материалах.

Вероника Халайджи, к.т.н.

Российская специализированная выставка «УПАКОВКА/УПАК ІТАЛІЯ 2014» прошла в Москве с 28 по 31 января на территории ЦВК «Экспоцентр» и привлекла к себе внимание 20 тыс. посетителей — специалистов из России и соседних стран СНГ.

На выставке прошла серия информационных мероприятий. Среди них семинар компании DOW на тему: «Гибкая пищевая и специальная упаковка». Драган Висекруна, директор компании по продажам в Восточной Европе, Греции и Турции, проинформировал об основных целях, направлениях и планах развития компании. Каролина Грегорио, менеджер по маркетингу в

сфере упаковки и этикетки, в своем докладе остановилась на 7 мегатрендах, которые влияют на развитие упаковочной индустрии: рост населения планеты, урбанизация, растущий средний класс, старение населения планеты, ответственность и устойчивое развитие, здоровый образ жизни, скорость перемен в нашей жизни. Хотя эти мегатренды и оказывают значительное влияние на направления исследований в Pack Studios — технических лабораториях компании, основной движущей силой все-таки являются запросы и пожелания заказчиков. Питер Сандкюлер рассказал о возможностях Pack Studios в вопросе создания инно-

вационной упаковки. Илья Богомолов и Антон Василенко, инженеры группы технической поддержки, а также Александр Бурасов, коммерческий представитель направления «адгезивы и функциональные материалы», более подробно рассказали о новых разработках — улучшенном полиэтилене XUS 59999.15, экспериментальном полиэтилене низкой плотности XZ 89149.00, функциональных полимерах AMPLIFY™ TY, их свойствах, характеристиках, возможностях применения. Подробную информацию об этих и других продуктах компании можно получить в постоянном представительстве DOW Europe в Киеве.

Посетители выставки могли познакомиться с разработками многих лидеров мировой и европейской упаковочной индустрии. Я также имела возможность встретиться с давними партнерами журнала «Упаковка» и поинтересоваться о новых разработках, внедренных инновациях, планах развития.

Первой была встреча с Денисом Козловым, региональным менеджером по продажам в России и СНГ компании Ishida.

— Какова нынешняя миссия и стратегия поведения компании на рынке?

— Наша компания открыла офис в Москве 2 года назад. У нас есть собственные задачи, постоянно увеличивающийся инженерный состав для их выполнения. Основная миссия — максимальная близость к клиенту на рынках России, СНГ. Стратегия — уменьшение времени реакции на потребности клиентов, обеспечение на складе необходимого количества запасных частей. Помимо весового оборудования Ishida, которое уже всем известно, мы также предлагаем оборудование по контролю качества, системы контроля готовой упаковки, динамические весы, рентген-контроли, а также упаковочное оборудование для снековой продукции.

— Какие проблемы, с Вашей точки зрения, сдерживают продвижение продук-

ции Ishida на рынках Восточной Европы, в частности в Украине?

— Если говорить о компаниях с иностранным капиталом, то с ними как раз и нет проблем. Они стремятся к минимальным затратам на обслуживание, хотя инвестиционно это обходится дороже. На рынке СНГ мы видим, что люди мыслят еще старыми стереотипами: «Я могу купить дешевый упаковщик, второй к нему, и все это за полцены. А если там что-то сломается, то отсюда сниму, поставлю туда». Поэтому нужен скорее индивидуальный подход. Важны контакты с теми, кто вкладывает деньги. Опять-таки если компании динамично развиваются, то они заинтересованы в современном оборудовании, которое занимает меньше пространства, энергосберегающее и пр.



— Какие новинки следует ожидать от компании Ishida?

— Что касается контроля качества упаковочной продукции, мы создали новую рентген-систему, которая дает возможность работать в сегменте фасования йогуртов, жидких наполнителей (рис. 1, 2). Теперь продукцию можно видеть сверху и сбоку, раньше — только сверху, было много «темных» мест, в которых могло находиться инородное тело, и поэтому система считалась не эффективной. Сейчас эта проблема решена.

В сегменте дозирующего оборудования это новый дозатор серии RV (рис. 3), который конструктивно с системой управления вышел на другой уровень. В принципе, аналогов ему не существует.

С точки зрения упаковочного оборудования мы внедрили технологию сети CTC (рис. 4–6), которая дает возможность, например, упаковывать чипсы с производительностью 150 п./мин. Это специальная система, разработанная в компании Ishida.

— **Какую роль играет упаковка в экономике любой страны?**

— Все, что продается, должно быть упаковано. А поэтому, я думаю, одну из важных ролей. Рост упаковки значителен: появляются новые технологии, новые типы упаковок. Этот бизнес находится на начальной стадии развития и имеет значительный ресурс.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



О новостях компании Windmüller & Hölscher рассказал ее региональный менеджер по сбыту Сергей Сахнов.

— **Какие задачи компании на рынке?**

— Они неизменны: предоставление нашим покупателям первоклассного, надежного оборудования и круглосуточный, доступный сервис по конкурентоспособной цене.

— **Какие тенденции можно отметить в вашем секторе упаковочной индустрии?**

— Заметна тенденция к замене термоусадочных пленок на стретч-пленки для крепления грузов на поддоне, а также повышенный интерес тех, кто только печатает на упаковке,

к созданию участков по производству пленок.

— **Какие новинки следует ожидать от компании в ближайшее время?**

— В конце 2014 г. будет представлена новая разработка: узкоформатная флексопечатная машина с шириной печати 650 и 820 мм Miraflex S. Это «младшая сестра» широко известных на рынке моделей Miraflex A и Miraflex C, обладающая традиционно высоким качеством исполнения печати по благоприятной цене.

В выставке принимают участие и украинские компании. Завод упаковочного оборудования «Термо Пак» (г. Белая Церковь) и компания «ПЭТ Технолджис» (г. Чернигов) были представлены на одном стенде. Эти компании уже не один год работают в кооперации, поставляя своим заказчикам полностью укомплектованные упаковочные линии. На наши вопросы отвечали Елена Башкирова, ведущий менеджер отдела продаж и сервиса компании «Термо Пак», и Вадим Шепитько, директор по продажам и маркетингу компании «ПЭТ Технолджис».



— **Насколько для ваших компаний интересен рынок России, насколько здесь востребована продукция украинского производства?**

Е.Б.: — Продукция украинских производителей высоко оценивается на

рынках всего постсоветского пространства. Кроме того, наша компания продает оборудование и в страны Европы. Комплектация, качество сборки, работы с клиентами находят на высоком уровне, и это ценится,

особенно в России. Мы присутствуем здесь уже более 7 лет и хотели бы развиваться дальше. Тем более, что в Москве уже открыто представительство компании «ПЭТ Технолджис», которое обеспечивает продажи и



сервис в России. Мы организовали свою работу таким образом, что российским клиентам предлагается уже растаможенное, сертифицированное оборудование со всеми местными сборами и налогами. Российский рынок достаточно емкий, а клиент не избалован большим выбором качественного, достаточно бюджетного оборудования.

— Как вы осуществляете сервис для российских клиентов?

В.Ш.: — У нас в Москве есть склад, при необходимости мы поставляем растаможенные запчасти с сертификатами, если требуется, рассылаем их по всей России. Здесь также работают московские специалисты, они выполняют больше организационную и координационную функции. Если же речь касается какой-то наладки оборудования, то привлекаем непосредственно специалистов завода. Это нормальная практика. Вообще, нужно заметить,

мы живем в очень «быстрое» время, и сейчас в любую точку мира можно добраться буквально в течение 6 часов. Соответственно, наши сотрудники 24 часа в сутки готовы ехать в любую страну. Трудности у клиентов возникают из-за недостаточной технической подготовки специалистов, особенно это чувствуется в Казахстане. Понимая все проблемы заказчиков, наши сервисные службы организованы таким образом, чтобы быть всегда на связи, при необходимости быть готовыми предоставить консультации и устранить проблемы в он-лайн режиме.

— Какие новинки можно ожидать от Ваших компаний в этом году?

В.Ш.: — Дело в том, что в нашем бизнесе слово «новинка» не совсем правильное, это скорее не новинка, а уже проверенное оборудование, которое мы готовы представить в этом году. В частности, это новая выдувная машина производительностью 2,5 тыс.

5-литровых бутылок в час. Ни один завод в СНГ не выпускает машины такой производительности. Они рассчитаны на крупного производителя на российском рынке. Поэтому мы и заполняем его соответствующий сегмент.

Компания разработала и уже сегодня готова предложить клиентам машину для горячего фасования жидкостей. Известна классическая технология фасования горячих жидкостей в стеклянную тару. Мы же реализовали новую технологию фасования горячих напитков в бутылки из специального термостойкого ПЕТФ. Это достаточно простая, дешевая технология фасования натуральных соков. Их не надо охлаждать и потом в асептических условиях фасовать. Сок фасуется горячим, при этом высокая температура дезинфицирует поверхность бутылки, а пробка омывается горячим раствором. Затем бутылки охлаждаются, и продукция готова.

На выставке также была представлена компания «Хойфт Евразия», об оборудовании которой мы неоднократно писали в журнале, а доклады Елены Терещенко слушали участники конференций «Упаковочная индустрия» в г. Алушта. Немецкая компания HEUFT работает в 14 странах с местными сервисными техниками. С 1985 г. HEUFT Ltd. имеет дочерние компании в 13 странах мира и специализируется на производстве высокоскоростных этикетировочных машин, систем для аккуратного транспортирования упаковки, систем сортирования и отбраковки, а также на высокоэффективных прикладных программах для оптимизации работы линий и инновационных автоматических решениях для надежной инспекции качества пустой и наполненной упаковки. На выставке на наши вопросы отвечала генеральный директор ООО «Хойфт Евразия» Марина Хофманн.



— Какая нынешняя миссия и стратегия компании на рынке?

— Сегодняшние и завтрашние планы у нас не особенно меняются. Мы занимаемся поддержкой имиджа наших партнеров и клиентов на их рынках. Наша стратегия — это решение вопросов качества, маркетинговой политики, вопросов, которые касаются современных технологий, направленных на безопасность продукции в упаковке.

— Насколько вы чувствуете востребованность вашего оборудования на предприятиях украинского рынка?

— Тенденции развития на украинском рынке нельзя назвать исключением, скорее они подтверждают общемировые. Из года в год растет сознание потребителей пищевых продуктов, они более ответственно относятся к

собственному здоровью. Люди начинают обращать внимание на качество продукции, которую потребляют. Соответственно, производители продукции в упаковке вынуждены это учитывать, внедрять в производство системы контроля. Потому наше оборудование становится более востребованным, спрос растет.

— Кто или что является «движущей силой» новых разработок компании?

— «Движущей силой», конечно же, является потребитель. Если раньше больше внимания уделялось качеству самой продукции, то сейчас, в условиях достаточно сильной конкуренции между производителями пищевых продуктов, компании вынуждены следить за теми факторами, которые могут отвлекать покупателя от приобретения их продукции. Та-

ким образом, многие хотят выделить свою продукцию как безопасную. Поэтому все больше производителей осознанно обращаются к нам. Если раньше наши специалисты убеждали клиентов в необходимости использования инспекционного оборудования, то сейчас многие компании уже сами обращаются с конкретными заявками. Наши специалисты всегда готовы к индивидуальному подходу при выборе инспекционного оборудования, которое будет наиболее эффективно работать у того или иного клиента в зависимости от самой продукции, используемого на предприятии оборудования для переработывания, фасования и упаковки продукции, его производительности, используемой тары и упаковки. ✓