

Маркетологи информируют...

Редакция продолжает подбирать маркетинговые отчеты и результаты исследований рынка упаковочных материалов, упаковки и вспомогательных упаковочных средств. В этом номере речь пойдет об исследованиях рынка бумаги, картона, гофрокартона, этикеточной продукции и рециклинга упаковки из металла. Выполненные известными в мире компаниями, эти отчеты дают анализ рынка, отмечают тенденции его развития и несут важную информацию для построения успешного бизнеса.

Мировой рынок упаковки из бумаги, картона и гофрокартона

В этом разделе приведены данные по исследованию рынка, которые провели специалисты компаний Abercade, Pöyry Management Consulting и Smithers Pira. Они касаются ситуации с производством и потреблением бумаги, картона и гофрокартона в странах ЕС и различных регионах планеты.

Бумага. Как сообщает Конфедерация европейской бумажной промышленности (СЕРИ), в 2014 г. объемы производства бумаги и картона в 28 странах-членах СЕРИ снизились на 0,2 % — до 91 млн т. В США и Канаде сокращение объемов составило 1,4 и 0,7 % соответственно, в Южной Корее и Бразилии — по 0,4 %.

Рост объемов выпуска бумаги в 2014 г. зафиксирован в Японии (+ 1,1 %), России (+ 4,2 %), Индии (+ 3,9 %) и Китае (+ 2,8 %). По предварительным подсчетам общемировой объем производства бумаги и картона вырос на 0,7 %.

Как и в предыдущие годы, производство бумаг для полиграфии продолжает снижаться: немелованных сортов — на 0,7 %, мелованных — на 3,2 %.

По сравнению с 2013 г. объем выпуска упаковочных сортов бумаги вырос на 1,9 %, а производство коробочного картона — всего на 0,3 %. В 2014 г. доля упаковочных сортов в общем объеме

производства бумаги и картона достигла 47,6 % (в 2013 г. — 45,9 %), тогда как доля полиграфических сортов снизилась до 40,5 % (41,9 % в 2013 г.). К 2030 г. мировое потребление бумаги и картона составит 482 млн т. В среднем спрос будет расти на 1,1 % в год. Динамика потребления будет варьироваться в зависимости от типа бумаги и региона.

В связи с ростом использования цифровых технологий рынок бумаг для полиграфии претерпит наибольшие изменения. Спрос на газетную бумагу и другие полиграфические сорта (мелованные, немелованные / чистоцеллюлозные и с содержанием древесной массы) продолжит снижаться.

При этом к 2030 г. будут расти (2,9 % ежегодно) объемы потребления бумаги санитарно-гигиенического назначения, тарного и упаковочного картона. Основные драйверы роста — спрос на упаковку в странах с развивающейся экономикой, бум электронной коммерции, а также рост потребления пищевых полуфабрикатов и брендовых потребительских товаров.

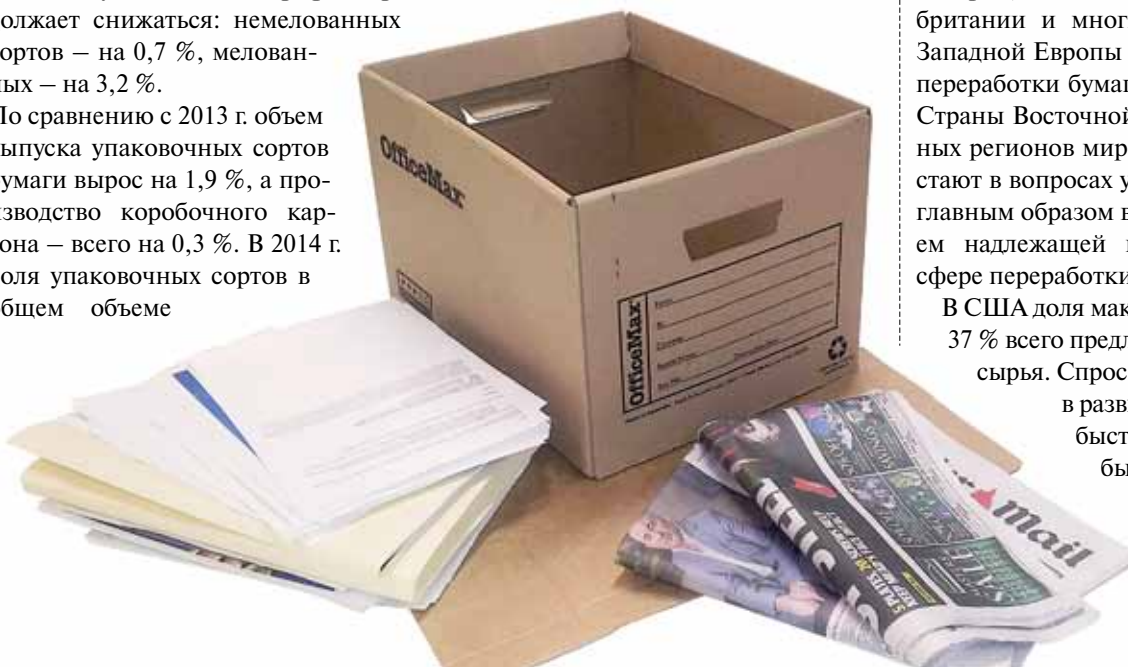
Ключевые страны, обеспечивающие рост потребления бумаги, — Китай и Индия, для которых характерны рост населения, урбанизация и формирование нового среднего класса.

В Японии, Северной Америке, Западной Европе динамика, наоборот, будет отрицательной (в среднем — 0,8 % в год).

Вторичные ресурсы для упаковки. На рынке вторичных материалов крупнейшим сектором является макулатура, доля которой составляет около 65 % всей упаковки из вторичного сырья. Она имеет самую высокую степень переработки (за исключением стекла в некоторых странах). Общий объем рынка упаковки из макулатуры покажет совокупные темпы годового роста 5 % и к 2018 г. достигнет \$ 139 млрд.

В США и Канаде с 1990 г. объем утилизации бумаги и картона вырос на 81 %, достигнув степени переработки 70 % в США и 80 % в Канаде. В европейских странах доля макулатуры в среднем составила 75 %, а в некоторых странах, таких как Бельгия и Австрия, — почти 90 %. В Великобритании и многих других странах Западной Европы степень вторичной переработки бумаги составляет 80 %. Страны Восточной Европы и остальных регионов мира, как правило, отстают в вопросах утилизации бумаги, главным образом в связи с отсутствием надлежащей инфраструктуры в сфере переработки отходов.

В США доля макулатуры составляет 37 % всего предложения бумажного сырья. Спрос на бумажное сырье в развивающихся странах быстро растет; наиболее быстро увеличивается потребление бумаги на душу





населения в Китае, Индии, остальных странах Азии. С 2008 г. темпы роста спроса на бумажную упаковку в Китае составляли 6,5 %, значительно превышая уровень роста в остальных регионах мира. Помимо этого также растет и спрос на макулатуру.

На рынке упаковки из макулатуры наиболее велика доля тарного картона. Около 30 % макулатуры, перерабатываемой в США, используется для производства тарного картона, материала, применяемого для изготовления гофротары. Значительная ее часть экспортируется в Китай, в то время как остальное сырье используется для производства упаковки из коробочного картона, включая складные коробки. В 2011 г. экспорт макулатуры в Китай и другие страны достиг значительной величины — 42 % от объема бумаги, собираемой в США для утилизации.

Предполагается, что к 2018 г. спрос на утилизированную упаковку превысит предложение в размере 1,5 млн т переработанного бумажного сырья в год. Бумажная промышленность вкладывает деньги в предприятия по производству бумажной упаковки в развивающихся странах, чтобы удовлетворить спрос в этих регионах.

Упаковка из гофрокартона. Сегмент гофрокартона в производстве упаковки быстро развивается. Ожидается, что в течение следующих 5 лет спрос на гофрированный упаковочный материал будет расти в среднем более чем на 4 % в год и к 2019 г. составит почти 115 млн т гофрированного материала предположительно на сумму \$ 176 млрд.

Существуют 4 основные тенденции, которые стимулируют растущий

спрос на гофрированные упаковочные материалы.

Экологическая. Разработка новаторских решений и снижение массы бумаги обусловлены постоянно возрастающими требованиями, связанными с охраной окружающей среды и экологичностью. Производители вкладывают значительные средства в программы защиты окружающей среды и оптимизации энергопотребления, направленные на сокращение потребления воды и совершенствование системы логистики и транспортировки.

Экономическая. Средняя масса упаковки продолжает снижаться, поскольку производители стремятся повысить доходы в максимально возможной степени. Это обусловлено необходимостью сократить общий вес упаковки и транспортные расходы. Большая часть новых производственных возможностей, появляющихся на рынке, ориентирована на «легкий» коробочный картон — 70–160 г/м², особенно это касается новых китайских машин.

Согласно данным Европейской федерации производителей гофрированного картона (FEFCO), наибольшее количество «легкого» картона используется в Западной Европе, в которой плотность картона с 2009 по 2012 г. понизилась в среднем на 5 г/м². В течение того же периода рост спроса на «тяжелый» картон в Восточной Европе повысился в среднем на 3 г/м².

Интернет-торговля. Объем покупок через интернет как тенденция продолжает быстро увеличиваться, чему способствует рост использования смартфонов и числа технически подкованных покупателей. Это дает возможность владельцам торговых марок ввести два различных типа упаковки: один предназначен для обычной выкладки в магазине с графикой высокого качества, другой — для

продажи через интернет. Фактически это не более чем коричневый транспортный контейнер. Это способствует повышению спроса на упаковку, поскольку отдельному предмету теперь требуется какое-то количество гофрированной тары для вторичного распределения продукта.

Рост спроса на этот вид упаковки привел к появлению специализированных упаковочных систем (например, Gemini от Rengo), призванных повысить эффективность на рынке реализации через интернет. Оборудование данной системы автоматически измеряет размер продукта и соответствующим образом корректирует размер упаковки, при этом требуются лишь гофрокартон и термоусадочная пленка. Существенное улучшение эффективности транспортирования достигнуто благодаря сокращению габаритов упаковки, а использование термоусадочной пленки избавляет от необходимости в дополнительных амортизирующих материалах.

Информационная. Тот факт, что продажи через интернет сокращают потребность в высококачественной вторичной упаковке, компенсируется растущим спросом на дисплей-упаковку для розничной торговли (RRP), стенов в местах реализации товаров и островного ритейла. Они должны обеспечить заметность товара на полке и презентовать торговые марки.

Появляются новые линейки тарного картона (MediaLiner от Stora Enso), запущенные в 2012 г. Такого рода продукция предлагает улучшенные графические характеристики, позволяющие, в частности, воспроизводить



фотореалистичные изображения на RRP и в пунктах обслуживания клиентов (POS).

Помимо этого, разработка новых приемов маркетинга технически грамотными владельцами торговых марок имеет тенденцию включать приложения для смартфонов и двухмерные штрихкоды. Это дает возможность изготовителям гофротары сотрудничать со специалистами в области цифровой печати в целях разработки необходимых технологий, отвечающих требованиям этого нового типа интерактивного маркетинга.

Рынок этикеток в США

Компания Freedonia Group Inc. представила аналитический обзор 2015 г. о развитии рынка этикеток в США. В целом, на рынке наблюдается устойчивая динамика к росту практически всех видов этикеток. Этому способствуют тенденции развития рынка различных видов продукции в упаковке, а также изменения в структуре розничной и оптовой торговли продукцией, особенно расширение сети интернет-магазинов. Онлайн-рынок становится одним из главных генераторов розничной торговли. Если раньше многие виды продукции отправлялись в больших объемах в магазины розничной торговли, теперь они отправляются по почте непосредственно индивидуальным потребителям, что значительно увеличивает объем этикеток для транспортной упаковки. В ближайшие 5 лет спрос на эти этикетки будет расти на 4,5 % ежегодно и к 2019 г. достигнет объема в \$ 1,6 млрд.

В целом же, по всем видам этикеток спрос на рынке США будет демонстрировать ежегодный рост на 3,8 %, достигнув объема в \$ 19,7 млрд в 2019 г.

В ряду всех видов этикеток наиболее динамично развивается рынок IML-этикетки. Если в период 2009–2014 гг. темпы роста спроса на эти этикетки ежегодно составляли 4,7 %, то в период 2014–2019 гг. они прогнозируются на уровне 5,4 %. Этому способствуют дальнейшее развитие конструкций и усложнение геометрии форм жесткой полимерной упаковки. Эта же

тенденция определяет увеличение спроса на sleeve-этикетку. Если в период 2009–2014 гг. он рос ежегодно на 4,3 %, то в 2014–2019 гг. он прогнозируется на уровне 4,9 % в год.

Такое состояние с развитием рынка различных видов этикеток можно объяснить одной из современных тенденций развития упаковки – повышение ее информативной функции и, как следствие, использование для реализации этой тенденции этикеточной продукции.

Рециклинг упаковки из металла

Металл в виде жести и алюминия широко используется для изготовления упаковки и укупорочных средств. С другой стороны, отходы упаковки из металла легко перерабатываются во вторичное сырье. При этом экономятся энергия, природные ресурсы, снижаются выбросы углекислого газа в атмосферу.



Европейская ассоциация алюминия (ЕАА) сообщает, что производители алюминиевых банок в Европе близки к показателю уровня вторичной переработки в 80 %, достижение которого было намечено на 2020 г.

Уже сегодня этот уровень среди 27 стран ЕС и государств, входящих в Европейскую ассоциацию свободной торговли, составляет 70 %. А это означает, что 27,5 млрд банок из алюминия ежегодно возвращаются в производство и снова могут использоваться для изготовления разнообразной продукции, в том числе алюминиевых банок. Таким образом, ежегодно эконо-

мится 390 тыс. т алюминия, а более 3,12 млн т парниковых газов не выбрасываются в атмосферу. Тем самым подтверждается переход к экономике замкнутого цикла. Усовершенствование конструкции упаковки, схем сбора и сортировки использованной упаковки даст возможность реально достичь поставленной цели.

Аналогичная ситуация наблюдается и в секторе упаковки из жести. Европейская ассоциация производителей упаковки из стали (APEAL) также поставила задачу к 2020 г. добиться 80 % утилизации отходов упаковки из жести. При этом ни одной упаковки не отправлять на мусорные свалки.

В 2013 г. средний уровень утилизации упаковки из жести среди стран ЕС

достиг 75 %. Эти данные показывают, что жесь является одним из наиболее утилизируемых упаковочных материалов. При этом необходимо помнить, что 1 т утилизируемой жести экономит 2 т природного сырья для ее производства, в 1,5 раза снижает выбросы углекислого газа в атмосферу, сохраняет 70 % энергии в сравнении с изготовлением жести из природных ресурсов.

Обо всех проблемах утилизации жестяной тары в Европе шла речь 8 октября 2015 г. в Варшаве на конференции «Steel Packaging – Green Solutions for Central Europe 2015». *И*