

Маркетологи информируют...

Практически каждый месяц появляются отчеты ведущих мировых и европейских агентств о результатах выполненных их специалистами исследований различных секторов упаковочного рынка. Они, как компас, дают возможность ориентироваться в безграничном океане упаковочной индустрии, оценивать развитие собственного бизнеса и корректировать его направление как с учетом общих тенденций развития различных видов упаковки, упаковочных материалов, технологий и оборудования, так и с учетом развития упаковываемой продукции и региональных особенностей.

Эту рубрику редакция открыла в первом номере журнала в 2015 г. и с тех пор регулярно делает обзор таких исследований, которые пользуются большим успехом у читателей журнала.



Мировой упаковочный рынок до 2026 г.



Компания **Smithers Pira** опубликовала новый отчет «The Future of Packaging Design: Long-Term Strategic Forecasts to 2026» с долгосрочными прогнозами о будущем упаковочного рынка до 2026 г. Из результатов проведенных исследований

следует, что общий мировой объем рынка упаковки вырастет с \$ 806,3 млрд в 2016 г. до \$ 1162,1 млрд в 2026 г. при среднегодовых темпах роста 3,8 %. При этом главную роль в обеспечении этого роста будет играть дизайн упаковки. В отчете указывается, что на развитие индустрии упаковки в будущем большое влияние оказывают политические, экономические, социальные и технологические факторы. В то же время будущее дизайна упаковки в период с 2021 по 2026 г. будет формироваться, с одной стороны, технологическими, а с другой — потребительскими тенденциями. При этом отмечается влияние таких факторов, как удобство использования продукции в упаковке, доходы потребителей, здоровье и благосостояние, количество домохозяйств, состоящих из одного человека, на рыночный спрос и на тенденции в дизайне упаковки.

Политическая среда всегда будет влиять на упаковочную индустрию и дизайн упаковки через инициативы, законодательство и регулирование в вопросах экологии, таких как экологическая устойчивость, маркировка продуктов питания и безопасность упаковки. Экологичность стала особенно важным критерием во многих сферах за последние десять лет и имеет огромное значение для упаковки, поскольку она на виду у потребителя. Поэтому упаковка в большинстве случаев как одноразовый товар испытывает растущее интенсивное давление со стороны потребителей, ритейлеров, поставщиков, правительств, регу-

ляторов, экологических групп, некоммерческих и других организаций, выступающих за разработку экологических, чистых решений.

В 2010 г. европейский рынок труда впервые столкнулся с ситуацией, когда количество вышедших на пенсию превысило число вновь поступивших на работу. Влияние этой тенденции на промышленность станет более очевидным со временем, так как этот разрыв, согласно прогнозам, будет увеличиваться. Через десять лет большинство крупных стран, в том числе Канада, Китай и Южная Корея, будут иметь больше пенсионеров, чем людей трудового возраста. В таких быстроразвивающихся странах, как Бразилия, Мексика или Индия, больше всего молодых выходит на рынок труда. Если эти страны обеспечат молодежь соответствующим образованием и возможностью совершенствовать свои навыки, эта демографическая тенденция будет способствовать развитию местной промышленности, в том числе и упаковочной индустрии, которая охватывает производство упаковочных материалов, полиграфию, машиностроение и другие сектора.

Рынок упаковки Германии

Комитет объединений немецких производителей упаковки (GADV), организация, объединяющая ведущие отраслевые союзы упаковщиков Германии, сообщил, что в 2015 г. на упаковочном рынке Германии не произошло серьезных изменений по сравнению с 2014 г. Оборот упаковочной продукции вырос в 2015 г. на 1,1 %, составив около € 32 млрд, а объемы производства снизились на 0,3 % до уровня примерно 19 млн т.

Как и в предыдущие годы, по объему продаж лидировала полимерная упаковка, доля которой составила почти 45 % в общем обороте отрасли. По количеству произведенной продукции преобладала упаковка из бумаги, картона и гофрокартона с долей рынка 32 % (рисунок).



Производство упаковки в зависимости от материалов в 2015 г. показало довольно однородную картину. Производство полимерной упаковки увеличилось на 0,5 % по сравнению с 2014 г. В других сегментах производства упаковки наблюдалось небольшое снижение. Упаковка из жести зафиксировала наибольшее снижение (- 2 %), упаковка из алюминия — - 0,8 %, стеклотара — - 0,6 %, упаковка из бумаги, картона и гофрокартона — - 0,4 %.

По объему продаж наибольший рост зафиксирован в сегменте полимерной упаковки (+ 2,7 %), хорошо показало себя стекло (+ 1,4 %). Другие виды упаковки продемонстрировали небольшое снижение по сравнению с предыдущим годом: оборот в сегменте тары и упаковки из жести сократился на 1,3 %, в сегменте алюминиевой тары и упаковки — на 0,3 %, в сегменте упаковки из бумаги, картона и гофрокартона — на 0,2 %.

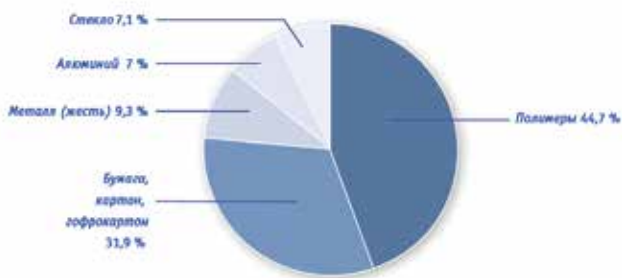


Рисунок. Структура упаковки в Германии в 2015 г.

Функциональные добавки и барьерные покрытия для пленок

Компания **Smithers Pira** сообщила о выпуске нового исследования под названием «Будущее рынка функциональных добавок и барьерных покрытий для полимерной упаковки на период до 2021 г.». В данном отчете прогнозируется, что к концу 2016 г. мировой рынок функциональных добавок и барьерных покрытий для полимерной упаковки вырастет на 5,1 % по сравнению с 2015 г. и составит \$ 2,83 млрд. В последнее время такой рост рынка объясняется экономическими, социальными, демографическими изменениями, а также изменениями в стиле жизни населения. Владельцы торговых марок обращают все больше внимания на сокращение использования упаковочных материалов на единицу упаковываемой продукции и более экологически устойчивую упаковку. Также росту рынка способствуют потребительский спрос на продукты питания и ужесточающиеся требования со стороны крупных сетей розничной торговли к упаковке, которая обеспечивает увеличение срока годности продукта и уменьшение отходов. Эти тенденции рынка, вероятно, продолжатся и в ближайшее время. По прогнозам специалистов **Smithers Pira**, в течение ближайших пяти лет объем рынка функциональных добавок и барьерных покрытий для полимерной упаковки увеличится до \$ 3,71 млрд при среднем годовом росте рынка 5,6 %.

Картонные коробки в Германии

Немецкий отраслевой союз производителей складных картонных коробок (FFI) сообщает о том, что объем производства этого вида упаковочной продукции в 2015 финансовом году составил 858469 т, а сбыт увеличился на 2,3 % по сравнению с 2014 г. В то же время оборот отрасли снизился на 0,7 % до € 1,86 млрд. Ситуация в индустрии соответствует среднесрочным тенденциям прошедших пяти лет. В период 2011–2015 гг. при примерно одинаковом объеме производства (снижение всего на 0,1 %) оборот отрасли сократился на 2,3 %.

Немецкая индустрия по выпуску складных картонных коробок (FFI с 1948 г. представляет интересы более 60 компаний с 80 заводами, выпускающими складные картонные коробки) рассматривает такое снижение оборота как вызов, заставляющий отрасль развиваться по пути инноваций. Компании постоянно совершенствуются, повышая эффективность, что позволит сделать складную картонную коробку умным упаковочным решением завтрашнего дня. В рамках Европы индустрия картонных коробок Германии по-прежнему занимает примерно пятую часть общеевропейского объема производства, производя вдвое больше коробок, чем Великобритания, Франция или Италия.

Возрастающая европеизация ведет к сокращению количества компаний, выпускающих складные картонные коробки. Это касается и Германии. В 2015 г. из отраслевого объединения вышли один полноправный и четыре ассоциированных члена, принято было только четыре новых ассоциированных члена. Таким образом, в 2015 г. объединение FFI представляет две трети стоимости продукции (63,5 %) и почти две трети объема производства (58,7 %) всей отрасли.

Европейский рынок туб

Европейская ассоциация производителей туб (ETMA) сообщила об итогах первого полугодия 2016 г. Общий объем производства входящих в ассоциацию предприятий составил 5,3 млрд туб, что на 2 % превысило уровень предыдущего года. Европейскую индустрию по выпуску туб не затронула продолжающаяся консолидация рынков. Произведенная компаниями, входящими в ETMA, продукция составляет примерно 70 % от всего европейского производства туб.

Важнейшим рынком для отрасли остается производство косметики, на которое приходится 45 % всех туб. С большим отрывом следуют фармацевтическая продукция и зубные пасты (доля рынка — более 20 %). Доля туб для продукции пищевой промышленности составляет менее 10 %, а оставшиеся 5 % приходятся на промышленные сферы применения и продукцию бытового назначения. В год 175-летнего юбилея тубы в общем и целом нет особых причин для эйфории. Но цифры, несмотря на жест-

кую атмосферу конкуренции на относительно насыщенном европейском рынке, дают повод для осторожного оптимизма в плане развития во втором полугодии 2016 г. К тому же фирмы, входящие в ЕТМА, в последние месяцы зафиксировали удовлетворительное поступление заказов.

Рынок аэрозольных баллонов в 2016 г.

Международная организация производителей алюминиевых аэрозольных баллонов (Aerobal) сообщает, что в первом полугодии 2016 г. предприятия организации увеличили выпуск алюминиевых аэрозольных баллонов на 4,5 % по сравнению с тем же периодом предыдущего года — до 2,9 млрд шт.

Учитывая текущую экономическую ситуацию, следует отметить стабильный рост рынка, который подтверждает популярность аэрозольных баллонов в качестве упаковки во всем мире.



Позитивные показатели индустрии по выпуску алюминиевых аэрозольных баллонов в первую очередь обязаны большому росту рынков Северной и Южной Америки, снова зафиксированному после небольшого спада в 2015 г. На рынках Азии также был отмечен положительный рост. Несмотря на сложную экономическую ситуацию на Ближнем Востоке, рынок там оказался на удивление стабильным и зарегистрировал небольшой рост. В противоположность этому поставки на чрезвычайно насыщенный европейский рынок в первом полугодии 2016 г. находились в состоянии стагнации.

Металлическая тара и экология



Европейская ассоциация индустрии по выпуску металлической тары и упаковки (Empac) опубликовала результаты нового исследования экологического баланса, которое освещает воздействие металлической упаковки в ходе своего жизненного цикла на окружающую среду в Европе.

Отчет основывается на данных за 2013 г., предоставленных ведущими производителями металлической тары и упаковки и их поставщиками. Исследование охватывает аэрозольные баллоны, банки для пищевых продуктов, упаковку для химико-технической продукции, а также специальную тару и упаковку. Данное исследование проводилось независимой международной консалтинговой фирмой RDC Environment.

В отчете указано, что индустрия по выпуску металлической тары и упаковки добилась прогресса в защите окружающей среды. По сравнению с состоянием на 2006 г. наблюдается значительное снижение условных выбросов CO₂ в атмосферу для упаковки из стали и алюминия: оно составило 20 и 39 % соответственно. Этому способствовали следующие три фактора: энергия, используемая при производстве металлической тары и упаковки, становится все более «зеленой», растет доля возобновляемой энергии; средняя степень переработки металлической упаковки в Европе постоянно растет; при производстве на единицу упаковки используется меньше сырья, что ведет к снижению веса упаковки.

Помимо этого, важную роль играет такой фактор, как использование воды. Для средней единицы тары и упаковки из стали потребление воды сократилось на 60 % по сравнению с 2006 г. Это достигнуто главным образом благодаря снижению веса тары в сочетании с передовыми технологиями.

В отчете указано, что индустрия по выпуску металлической тары и упаковки добилась прогресса в защите окружающей среды. По сравнению с состоянием на 2006 г. наблюдается значительное снижение условных выбросов CO₂ в атмосферу для упаковки из стали и алюминия: оно составило 20 и 39 % соответственно. Этому способствовали следующие три фактора: энергия, используемая при производстве металлической тары и упаковки, становится все более «зеленой», растет доля возобновляемой энергии; средняя степень переработки металлической упаковки в Европе постоянно растет; при производстве на единицу упаковки используется меньше сырья, что ведет к снижению веса упаковки.

Немецкая индустрия стекла: позитивный баланс

По информации **Федерального объединения индустрии стекла**, немецкие производители стекла в Германии увеличили оборот в первом полугодии 2016 г.



по сравнению с тем же периодом прошлого года. Общий оборот индустрии стекла за этот период составил около € 4,38 млрд. По сравнению с тем же периодом 2015 г. рост составляет 3,7 %. Примерно одинаково росли операции на внутреннем рынке и за рубежом: оборот на внутреннем рынке увеличился на 3,8 %, составив € 2,56 млрд, а оборот от зарубежных операций вырос на 3,6 % до € 1,82 млрд. Эта тенденция свойственна всем сегментам отрасли. Исключение составляет сектор полого стекла, который включает в себя производство стеклотары и промышленного стекла. Здесь картина несколько иная. На внутреннем рынке оборот в этом секторе за первое полугодие снизился на 0,5 % до € 809 млн, а зарубежный оборот сократился на 2,7 % до € 375 млн. В общей сложности оборот в сегменте снизился за полугодие на 1,2 % до € 1,18 млрд. *Ж*