



Маркетологи информируют...

Редакция продолжает отслеживать рынок маркетинговых исследований, которые проводят мировые, европейские и отечественные агентства. Практически ежемесячно он наполняется новыми отчетами, содержащими анализ нынешней ситуации в различных секторах упаковочной индустрии и прогнозы ее развития в будущем. Эти исследования касаются как региональных и секторальных рынков, так и в целом мирового рынка упаковки. Отзывы, которые получает редакция, подтверждают важность информации о таких исследованиях для украинских производителей упаковочной продукции. В подборке этого номера читатель получит информацию о развитии упаковки из полимеров и картона, упаковочном машиностроении в Италии, биополимерах и упаковке дой-пак, рынке банок для напитков и еще о многих других секторах упаковочной индустрии.

Перспективы развития рынка упаковки

По данным **Euromonitor International**, в 2015 г. совокупные объемы глобальных продаж упаковки превысили 4,0 трлн ед. При этом самой популярной упаковкой стала полимерная (около 50 % всех видов упаковки). В ее составе самую большую долю (на уровне 60 %) занимает мягкая упаковка. Ключевую роль в этом играет стремление к удобству, ведь упаковка должна быть легкой, просто открываться и закрываться, а также обеспечивать удобный порционный отбор продукта.

Второе место с долей около 40 % занимает упаковка из жестких полимеров. Одной из самых крупных отраслей – потребителей данного вида упаковки является индустрия напитков, которая использует бутылки из ПЭТФ. Увеличение глобального спроса на безалкогольные напитки, особенно на воду, несомненно, приведет к росту спроса на такую упаковку в ближайшие годы. А основным стимулом роста служит набирающая популярность тенденция к замене стеклянной тары на полимерную упаковку. Обладая целым рядом преимуществ, она отличается небольшим весом, оптимально пригодна к утилизации, прозрачная и не бьется. Прекрасно выполняя барьерные функции, данный вид упаковки обеспечивает защиту от ультрафиолетового излучения.

Жесткую конкуренцию полимерной составляет рынок картонной упаковки. В 2015 г. совокупные объемы продаж упаковки из бумаги и картона превысили 620 млн ед. А до 2019 г., по прогнозам **Euromonitor International**, спрос на картонную упаковку увеличится на 6 %, чему также способствует непрерывный рост онлайн-торговли, где самой популярной является именно картонная упаковка.

Третьим по величине сегментом упаковочного рынка стала металлическая упаковка, объемы продаж которой в 2015 г. достигли 420 млн шт. Основной сферой, использующей упаковку из металла, стала индустрия напитков, в которой жестяная банка уже стала классикой. Это касается прежде всего пива, энергетических и других функциональных напитков. Глобальный спрос на них постоянно растет, что положительно сказывается на объемах сбыта металлической упаковки, а на ближайшую перспективу – до 2019 г. – эксперты прогнозируют его рост на 12 %. Емкости из металла являются практичной и надежной упаковкой, которая,

обладая прекрасными барьерными свойствами, облегчает задачу складирования и хранения даже без охлаждения, а сам продукт сохраняет свежесть и без консервантов.

Стекло – еще один материал, который прекрасно защищает продукт, так как отличается инертностью, а упаковка из него – герметичностью. Стеклянные емкости находят применение главным образом в индустрии напитков, особенно для упаковывания пива, алкогольной продукции и вина. Многим потребителям стекло кажется тяжелым и непрактичным (поскольку может разбиться), поэтому они все чаще отдают предпочтение полимерной упаковке. Однако в премиум-сегменте стекло было, есть и будет упаковкой номер один. При этом в перспективе до 2019 г. объемы продаж стеклянной упаковки возрастут на 7 % – до 338 млн шт.

Основные тенденции развития упаковки

Британская маркетинговая компания **Mintel** назвала пять тенденций, которые будут оказывать воздействие на развитие мировой упаковочной индустрии в 2018 г.

1. Потребители давно считают упаковку столь же ненужной, как и отходы, подлежащие утилизации. Но сейчас ситуация меняется. Фокус на инновационную упаковку, которая увеличивает срок годности продукции, сохраняет обогащение ингредиентов и обеспечивает безопасную доставку, все чаще приносит пользу потребителям. Брендам необходимо будет использовать коммуникационные инструменты, чтобы информировать о преимуществах, которые может принести упаковка, от продления срока хранения продуктов питания до обеспечения эффективного и безопасного доступа к основным продуктам в развитых и недостаточно обслуживаемых регионах мира.
2. Интернет-магазины становятся все более распространенными. И хотя основным преимуществом покупок онлайн является удобство, потребители ожидают большего от своих любимых брендов. При проектировании упаковки для демонстрации в Интернете опыт торговли через Интернет должен отражать ожидания потребителей от покупок данного бренда в магазине.
3. Сегодняшние потребители более информированы, чем когда-либо; однако они могут отказаться от покупки,



если чувствуют себя перегруженными информацией о ее происхождении и подлинности. Принцип «эссенциалистического» дизайнера преодолевает разницу между «недостаточно» и «достаточно», чтобы принять уверенное решение о покупке. Бренды должны привнести следующее поколение «чистой» этикетки в дизайн упаковки.

4. Озабоченность по поводу безопасной утилизации упаковки будет все больше влиять на восприятие потребителями различных типов упаковки и на принятие решения о покупке. Только сообщение о том, что бренд работает над решением проблемы загрязнения, преодолевает этот растущий барьер. Сбор отходов полимеров в морях для переработки в новую упаковку может повысить осведомленность потребителей, но не решит проблему. Чтобы не дать полимерам попасть в океан, необходимо возобновить усилия в направлении экономики замкнутого цикла.
5. Молодые покупатели все чаще покупают «периферию», посещая зоны со свежими и охлажденными продуктами по периметру магазина и поворачиваясь спиной к обработанным, замороженным и хранящимся при температуре окружающего воздуха продуктам, обычно располагающимся в центре магазина. Использование прозрачных материалов, современный дизайн, возможность вторичной переработки или уникальные формы могут помочь привлечь молодых потребителей к центру магазина, делая его более привлекательным.

Будущее транспортной упаковки

Британская маркетинговая компания **Smithers Pira**, специализирующаяся на экспертной оценке рынка упаковки, бумажной и полиграфической промышленности, опубликовала исследование под названием «Будущее транспортной упаковки до 2022 г.». Согласно их результатам, в 2017 г. объем продаж на мировом рынке транспортной упаковки составит \$ 52,72 млрд. В следующие пять лет прогнозируется ежегодный рост этого показателя на 3,2 %, и к 2022 г. он достигнет \$ 61,84.

Количество сырья и материалов, использованных для выпуска различных видов транспортной упаковки (мешки, контейнеры для бестарных грузов, металлические и полимерные бочки, ящики и другая тара), в 2017 г. составит 14,56 млн т. По прогнозу, оно будет увеличиваться в ближайшие пять лет на 2,7 % в год и достигнет 16,62 млн т.

Мешки – крупнейший сектор транспортной упаковки, занимающий примерно четверть объема продаж в 2017 г. Ящики – второй по объему продаж сектор. И на третьем месте – бочки и контейнеры для бестарных грузов. По прогнозу, рынок контейнеров, наряду с бочками, будет расти более быстрыми темпами.

Продажи полимерных бочек будут расти быстрее средних темпов роста по причине их стоимости и рабочих характеристик по сравнению с картонными барабанами и стальными бочками.

В секторе транспортной упаковки главной проблемой является защита содержимого, особенно если речь идет о транспортировке опасных веществ. Таким образом, сте-

пень замещения стальных бочек полимерными для транспортировки промышленной продукции ограничена из-за правил техники безопасности, которые применяются к различным опасным продуктам. В случаях, когда этот переход возможен и оправдан, стоимость стали по отношению к полимеру остается основным фактором развития упаковки.

Дой-паки в Европе

Немецкая консалтинговая фирма **Schönwald Consulting** в 2014 г. прогнозировала, что в 2018 г.



SCHÖNWALD CONSULTING
International Business Consultancy
Packaging - Plastics - Environment

в Европе будет использовано почти 45 млрд пакетов дой-пак. Этот рубеж достигнут уже в 2017 г. Об этом говорится в новом исследовании Schönwald Consulting под названием «Рынок устойчивых пакетов в Западной, Центральной и Восточной Европе с 2017 по 2020 г. – Потребление, продажи и перспективы».

В 2017 г. в Европе было использовано 45,7 млрд пакетов дой-пак, что почти на 1 млрд больше прогнозируемого ранее показателя. Всего производство дой-паков в Европе с начала их победного шествия в середине 1990-х гг. выросло в 17 раз.

Вместе с Австрией и Швейцарией, странами Бенилюкс, Францией, Германией, Ирландией, Великобританией, Италией, Польшей, Португалией, Испанией, Россией, Украиной, Скандинавскими странами и пр. исследование охватывает общее европейское пространство с 742 млн потребителей.

В исследовании рассматриваются девять сегментов рынка, среди которых дой-паки для стерилизованной и нестерилизованной пищевой продукции, напитков и непивных продуктов.

Потребление дой-паков во всех странах и группах стран рассматривается для каждого сегмента рынка в 2017 г. и в качестве прогноза до 2020 г. В этот период компания Schönwald Consulting ожидает увеличения оборота на европейском рынке дой-паков в размере 15 %.

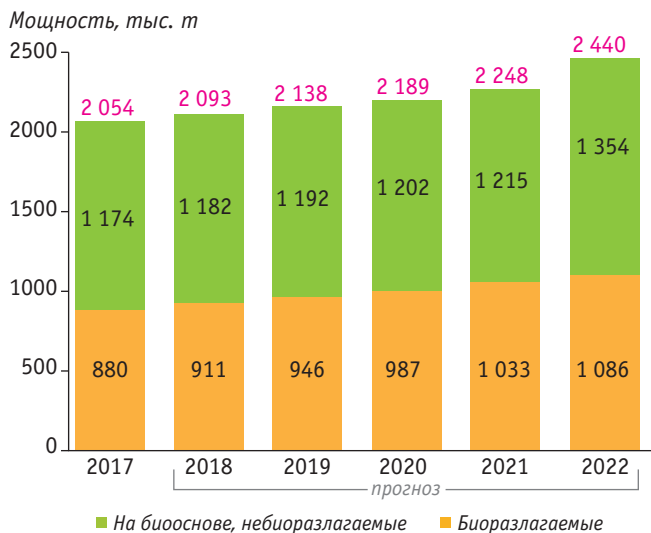
Мировой рынок биополимеров

На 12-й конференции европейской ассоциации биополимеров **European Bioplastics** в Берлине (28 ноября 2017 г.) был подтвержден стабильный рост мировой индустрии биополимеров.

Ожидается, что мировой рынок этих материалов вырастет на 20 % в течение следующих пяти лет. Переход на экологически чистую экономику и экономику замкнутого цикла, более сильная политическая поддержка в области биоэкономики, а также повышение информированности потребителей об экологических продуктах и упаковке стимулируют это расширение рынка.

Мировое производство биополимеров увеличится с примерно 2,05 млн т в 2017 г. до приблизительно 2,44 млн т в 2022 г.

Инновационные полимеры, такие как полимолочная кислота и полигидроксиалканаты, являются главными факторами роста рынка полимеров на биооснове и биоразлагаемых полимеров. Полигидроксиалканаты – важное



Источник: European Bioplastics, nova-institute (2017)

Мощности по производству полимеров в мире

семейство полимеров, которое находилось в разработке и сейчас выходит на рынок в коммерческих масштабах. По оценкам, мощности по их производству утроятся в следующие пять лет. Они созданы полностью на биооснове, полностью биоразлагаются и обладают широким спектром физических и механических свойств в зависимости от химического состава. Мощности по выпуску полимолочной кислоты вырастут к 2022 г. на 50 % по сравнению с 2017 г.

Не подлежащие биоразложению полимеры на биооснове, такие как полиэтилен на биооснове, полиэтилентерефталат на биооснове, полиамиды на биооснове, в настоящее время составляют около 56 % (1,2 млн т) мирового производства биополимеров.

Упаковка остается крупнейшей сферой применения биополимеров, занимая почти 60 % всего рынка биополимеров в 2017 г.

Упаковочное машиностроение в Италии

Итальянская ассоциация производителей автоматического упаковочного оборудования **Ucima** сообщила, что в 2017 г. оборот в отрасли увеличился на 6,7 % по сравнению с 2016 г. и достиг € 7,045 млрд. Свой вклад в достижение этих результатов внесли операции как на итальянском, так и на международном рынках.

Экспортные операции продолжают оставаться главным фактором развития сектора. Объем международных продаж составил € 5,6 млрд в 2017 г., что на 6,3 % больше, чем в предыдущем. Доля экспорта в обороте составляет 80 %. Согласно последним данным, все географические регионы продемонстрировали хорошие результаты. Единственным исключением является Африка, где наблюдается общее снижение на 6,2 %.

Наиболее эффективной сферой бизнеса для итальянских компаний стала Европа, не входящая в ЕС. Здесь зафиксирован рост на 14,6 %, при этом в Российской Федерации рост составил 25 %, а вот в Турции установлено снижение на 2 %.

В Центральной и Южной Америке зафиксирован рост на 17,7 %, рост итальянского экспорта в Мексике и Бразилии составил 33,6 % и 17 % соответственно.

Третье место занимает Северная Америка, где итальянцы зафиксировали рост на 12,1 %. США остается крупнейшим рынком экспорта итальянских упаковочных технологий: объем продаж в стране составил более € 300 млн, что на 6,2 % больше показателей предыдущего года.

Рост итальянского экспорта упаковочного оборудования в страны Евросоюза составил 9,5 %. Азия и Ближний Восток, второй крупнейший рынок для итальянских технологий, продемонстрировали рост на 3,9 %. При этом рост экспорта в Китай и Индию превысил 25 %. На итальянском рынке после рекордного роста на 9,8 % в 2016 г. в этом году ожидается рост на 8,2 % до уровня € 1,4 млрд.

Мировой рынок банок для напитков

Маркетинговая компания **Research and Markets** завершила исследования «Мировой рынок банок для напитков 2018–22 гг.». Отчет охватывает состояние рынка и перспективы роста на ближайшие годы. Он также включает данные о ключевых поставщиках, работающих на этом рынке, в том числе: Ardagh Group, Ball Corporation, Can-Pack S.A., CPMC Holdings, «Корона», Orora Packaging Australia.

Банки используются для фасования различных безалкогольных напитков, таких как минеральная вода, энергетические напитки и соки. Наблюдается, что популярность металлических банок среди потребителей увеличивается. Это объясняется тем, что банки для напитков более герметичны и создают хороший барьер по отношению к кислороду и солнечному свету, тем самым сохраняя вкус.

Ожидается, что глобальный рынок банок для напитков вырастет благодаря таким факторам, как повышенный спрос на металлические банки и рост потребления энергетических напитков. Повышенный спрос на металлические банки связан с рядом преимуществ этой тары, в частности с более высокой механической прочностью, высоким качеством печати и отделки по сравнению с другими упаковочными решениями.

Последняя тенденция, набирающая обороты на рынке, — растущий рынок готового к употреблению кофе и чая. Их потребление растет. Они не только воспринимаются как быстрые энергетические напитки, но и составляют часть образа жизни в большинстве развитых стран, таких как Япония и США. Основными факторами, влияющими на рынок готовых к употреблению чая и кофе, являются растущая осведомленность в вопросах здорового питания и рост доходов, имеющихся в распоряжении населения. Рост потребления здоровых напитков на ходу в основном повлиял на спрос на готовые к употреблению чай и кофе.

Индустрия картонных коробок в Германии

Немецкое отраслевое объединение индустрии по выпуску картонных коробок (**FFI**) после первого полугодия 2017 г. опубликовало основные результаты работы отрасли. Они в среднем несколько ниже показателей за тот же период пре-





дыдущего года. Отрасль зафиксировала существенное увеличение поступления заказов и значительное осеннее оживление в бизнесе. Это особенно относится к крупному сектору упаковки для пищевой продукции. Сектор упаковки для фармацевтики и косметики в течение трех прошедших кварталов достиг показателей предыдущего года и добился высокой загрузки производственных мощностей.

Еще более высокий прирост производства зафиксирован на соседних крупных рынках на Западе, Юге и Востоке. На фоне существующих производственных мощностей для выпуска складных картонных коробок из первичной целлюлозы и по-прежнему хорошего поступления заказов при высокой загруженности производителей коробок увеличился спрос на других европейских рынках, что существенно удлинило сроки поставок первичной целлюлозы. Одновременно наблюдается повышение цен на сырье и материалы для производства складных картонных коробок и картона (длинно- и коротковолокнистая древесная масса, целлюлоза, крахмал, диоксид титана). На других важных рынках, таких как рынки печатных красок и лаков, производители борются с высокими ценами на сырье и перебоями в поставках.

Поскольку на основе хорошей конъюнктуры рынка покупательский спрос и потребительский климат останутся позитивными, переработчики бумаги, картона и гофрокартона также прогнозируют на ближайшие месяцы оживление производственной деятельности и дальнейшее положительное развитие бизнеса.

Запрет на вывоз макулатуры

Министерство энергетики Казахстана поддерживает введение запрета на вывоз картона с территории Казахстана, но не поддерживает введение запрета на вывоз регенерируемой бумаги и макулатуры.

Как пояснили в департаменте управления отходами, введение запрета на регенерируемую бумагу и макулатуру приведет к снижению стоимости вторсырья и, как следствие, сократит объемы сбора вторсырья.

Такой вывод сделан на основе статистических данных, согласно которым Казахстан ежегодно импортирует более 200 тыс. т картона и порядка 100 тыс. т бумажных и полиграфических изделий.

При этом статистическими данными не учитываются объемы бумажной и картонной упаковки ввезенной продукции. Это упаковка пищевых продуктов, напитков, бытовой техники, игрушек, обуви, косметики, строительных материалов. Кроме того, отечественными предприятиями ежегодно производится более 20 тыс. т бумаги и картона для изготовления гофрокартона, порядка 70 тыс. т коробок, ящиков и сумок из бумаги и картона, из них экспортируется 12–16 тыс. т.

По информации местных исполнительных органов, а также согласно результатам исследований, проведенных международными организациями, в каждом крупном городе ежегодные объемы макулатуры, поступающей на по-

лигоны и свалки твердых бытовых отходов, составляют до 60 тыс. т.

В 2016 г. объем собранной макулатуры составил 93,9 тыс. т, из них на территории Казахстана переработано 66,9 тыс. т.

Действующие в Казахстане предприятия – ТОО Kazakhstan Waste Recycling, ТОО «Карагандинский целлюлозно-бумажный комбинат», ТОО «ЛисБум.kz», ТОО «БумПром» – могут обеспечить переработку 100–110 тыс. т картона, что составляет 40 % от образуемого объема картона, без учета упаковки товаров. Регенерируемая бумага перерабатывается ТОО «Карина Trading», объем переработки в 2016 г. составил лишь 9 тыс. т, что составляет менее 10 % от объема ввозимых бумажных и полиграфических изделий, без учета ввозимой продукции в упаковке. Остальной объем, а это более 290 тыс. т, вывозится за пределы страны или оседает на полигонах и свалках.

Из общего объема ежегодно образуемых твердых бытовых отходов доля макулатуры в среднем составляет 20–25 %, из которых всего 4,8 % перерабатывается отечественными предприятиями.

Учитывая вышеизложенное, а также имеющиеся мощности по переработке, Министерство энергетики поддерживает введение запрета на экспорт казахстанского картона, но выступает против запрета на вывоз бумаги и макулатуры.

Ранее Ассоциация упаковщиков Казахстана обратилась в Министерство инвестиций и развития с просьбой о продлении запрета на экспорт картонной и бумажной макулатуры в целях поддержки работы и развития целлюлозно-бумажной промышленности. Запрет действовал с ноября 2016 по май 2017 г. и, по данным Ассоциации, показал практически полную загруженность предприятий. Производство бумажной продукции выросло на 34 % в стоимостном выражении. Налоговые поступления отрасли в период запрета выросли на 55 %, созданы новые рабочие места.



Проблема голоду нарастает

Ще в 2011 р. під егідою відомих у світі організацій – Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO), Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP) та компанії Messe Düsseldorf – було започатковано ініціативу Save Food, яка дуже швидко поширюється планетою. Її підхопили десятки й сотні асоціацій, компаній та організацій. На третьому конгресі Save Food, який відбувся в травні 2017 р., стало відомо, що вже понад 850 компаній та організацій проводять просвітницьку роботу та виконують локальні й глобальні проекти.

І ось шокуюча новина.

Після неухильного зниження протягом понад 10 років голод у світі знову почав зростати і в 2016 р. вразив 815 млн людей, або 11 % населення світу. Про це йдеться в новому випуску щорічної доповіді FAO «Стан продовольчої безпеки та харчування в світі – 2017».

У 2016 р. голодувало на 38 млн менше – 777 млн осіб. Водночас здоров'ю мільйонів людей у всьому світі загрожують багато форм неповноцінного харчування.

Зростання кількості голодуючих на 38 млн за рік багато в чому зумовлене збільшенням кількості та масштабів збройних конфліктів і стихійних лих, пов'язаних зі зміною клімату. До різноманітних харчових порушень призводять також радикальні зміни харчових звичок та уповільнення темпів економічного зростання.

Найбільше занепокоєння викликають анемія в жінок дітородного віку, на яку страждають, за оцінками, 33 % жінок, та ожиріння серед дорослих, яке зачепило 16 % усього дорослого населення планети. При цьому в період з 1980 по 2014 р. частка людей з ожирінням зросла вдвічі. У 2014 р. ця цифра становила ще 12,8 %.

Із загальної кількості голодуючих у світі (815 млн) в Азії проживають 520 млн, Африці – 243 млн, Латинській Америці та Карибському басейні – 42 млн.

Частка голодуючих у світі становить: в Азії – 11,7 % від всього населення регіону, Африці – 20 % (Східній Африці – 33,9 %), Латинській Америці й Карибському басейні – 6,6 %.

У результаті неповноцінного харчування у всіх формах його прояву:

- кількість дітей у віці до 5 років, що відстають у зрості (коли зріст занадто малий для їх віку), – 155 млн;
- кількість людей, що проживають в країнах, де відбуваються конфлікти різного рівня, – 122 млн;

- кількість дітей у віці до 5 років, які страждають від виснаження (коли вага недостатня для їх зросту), – 52 млн;
- кількість дорослих, які страждають від ожиріння, – 641 млн;
- кількість дітей у віці до 5 років із зайвою вагою – 41 млн;
- кількість жінок репродуктивного віку, які страждають від анемії, – 613 млн.

У результаті впливу конфліктів:

- кількість голодуючих на планеті – 815 млн, з них проживають у країнах, де відбуваються конфлікти, 489 млн;
- поширеність голоду в країнах, де відбуваються конфлікти, на 1,4–4,4 % вища, ніж в інших країнах.

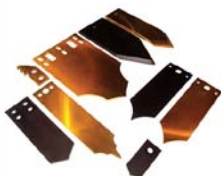
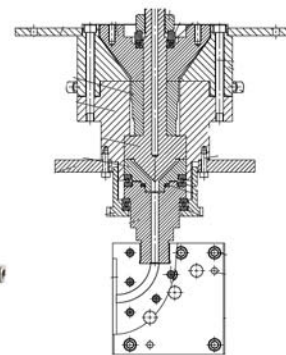
В ООН також підкреслили, що в умовах конфліктів, які ускладнюються політичною та екологічною нестабільністю, поширеність голоду на 11–18 % вища. Люди, які проживають у країнах, що постраждали від затяжних криз, майже в 2,5 рази частіше піддаються ризику голоду, ніж люди, що мешкають в інших регіонах.

Враховуючи ці жахливі факти, світова пакувальна індустрія просто мусить за рахунок сучасних технологій пакування та використання різноманітної упаковки значно зменшити втрати продовольчої продукції.



Экструзионно-выдувные головки компании «УКРТЕХНИКА» – это Ваш новый уровень экономичности и стабильного качества!

- ✓ Возможность производить более тонкую пленку с сохранением прочностных характеристик
- ✓ Уменьшение разнотолщинности, как продольной, так и поперечной
- ✓ Равномерный раздув пленки по всей длине окружности рукава
- ✓ Дисковые ножи для резки пленки и обрезки бобин
- ✓ Ножи для шредеров и агломераторов
- ✓ Фильтры для грануляторов



ООО «УКРТЕХНИКА» Украина, 61004, г. Харьков, пер. Райсоветовский, 1
Тел./факс: +38 057 733 11 48, +38 050 322 68 00

www.ukrstraptools.com
email: info@ukrstraptools.com