



## Маркетологи інформують...

В цьому номері огляд досліджень ринку розвитку упаковочної продукції починаємо со статті Йорґа Сабо, директора по маркетингу компанії Greiner Packaging (США). Засте следує ряд досліджень в області ринку картону і гофрокартону, виконаних Всесвітньої організацією виробників тарного картону (WCO), німецькими отраслевими асоціаціями гофроіндустрії (VDW) і індустрії по переробці бумажу і картону (WPIV). Закінчують огляд дослідження отраслевої групи скла з Німеччини і Асоціації британських виробників аерозолів (BAMA).



### Чотири складових

Устойчиве розвиток остається головною глобальною тенденцією розвитку упаковочної індустрії, найбільшим замачником котрою (до 3/4 всього об'єму) продовжує бути ринок продуктів харчування. Споживачі послідовно шукають більш здорові продукти харчування і виробників, чья інноваційна упаковка і процеси її виробництва позитивно впливають на оточуюче середовище і якість товарів. Виробники упаковки зосередили увагу на технологіях і тенденціях, котрі дозволяють зменшити кількість відходів і виготовити більш безпечну продукцію при одночасному підвищенні іміджу їх бренду.

**Сокращення кількості харцевих відходів являється пріоритетним.** По даним The New York Times, 60 млн т продуктів харчування на \$ 162 млрд втрачаються кожен рік тільки в Сполучених Штатах. Це являється як значительним економічним бременем, так і екологічним, поскольку харцеві відходи в кінцевому ітоге оказуються на полігонах, де виділяється метан, потужний парниковий газ.

Для отдоволення потребностей в продуктах харчування виробники розробляють упаковку, способную продлевать срок годности продуктов, не влияя на их качество. Для этого применяется барьерная технология, которая предусматривает введение барьерных слоев, например, этиленвинилового спирта (EVOH), в многослойную полипропиленовую пленку, или инертная барьерная технология (IBT), которая включает добавление оксида кремния в качестве внутренних и наружных слоев материалов для полимерной упаковки. Оба метода продлевают срок хранения упакованных продуктов без добавления консервантов. Это важно для производителей в 2018 г., поскольку потребители, заботящиеся о своем здоровье, ищут продукты с меньшим количеством добавок.

**Безопасность харцевых продуктов.** Продление срока годности продукта дает больше, чем сокращение харцевых отходов. Оно предотвращает проблемы потребителей со здоровьем.

Неудивительно, что обеспечение безопасности и устойчивости харцевых продуктов является неотъемлемым аспектом поддержания доверия и лояльности клиентов, поскольку сегодня потребители требуют больше информации о качестве харцевых продуктов.

Признанный Глобальной инициативой по безопасности харцевых продуктов (GFSI) Институт продовольственной безопасности (SQFI) связывает сертификацию упаковки с сертификацией производства продуктов питания, распределения и управления для обеспечения безопасности харцевых продуктов во всей цепочке поставок.

**Устойчивость становится частью бренда.** Американцы сейчас более экологичны, чем когда-либо, часто ищут способ оказать положительное влияние на оточуюче середовище, не внося существенных изменений в свой образ жизни. Поэтому выбор продуктов в «устойчивой» упаковке или участие в компаниях, известных своей «устойчивой» практикой, является относительно простым для потребителей способом почувствовать, что они меняют ситуацию.

Сообщество по изучению, сотрудничеству и коммерции перспективных предприятий сообщает, что 42 % потребителей готовы платить больше за продукты и услуги, предоставляемые компаниями, которые привержены «зеленым» инициативам. Это означает, что производители должны не только учитывать возможность использования упаковки из новых материалов, но также быть более прозрачными в отношении своих процессов.

**Устойчивость — это инвестиция 2018 г.** В то время как многие компании избегают принятия «устойчивых» улучшений, предполагая, что потребуются огромные инвестиции, реальность такова, что «зеленый цвет» в 2018 г. делает прибыльным разумный бизнес, особенно учитывая, что спрос на «зеленые» продукты и решения продолжает расти.

Компании должны принимать во внимание экологические, экономические и социальные последствия использования упаковки для увеличения своей доли рынка. Инновационные компании, которые действительно слушают своих потребителей, будут продолжать добиваться более безопасных продуктов и более «здоровой» планеты.

### Ситуация в гофроиндустрии Германии

Настроение в немецкой экономике очень хорошее. Индекс делового климата Ifo находится на рекордной отметке. Большинство экономических организаций скорректировали ежегодные прогнозы в сторону улучшения. Согласно данным немецкого отраслевого объединения гофроиндустрии **Verband der Wellpappen-Industrie e.V. (VDW)**, отрасль превысила прогнозный объем сбыта гофропродукции. Однако высокий спрос на гофропродукцию создает трудности для ее производителей. Из-за дефицита сырья заказы часто не выполняются вовремя. Кроме того, увеличение спроса способствует экстремальному росту цен на бумагу для производства гофрокартона, который в течение года значительно ухудшил напряженную ситуацию с затратами и доходами производителей гофрокартона. В результате обозреватели рынка ожидают резкого роста цен на гофрокартон.

Прирост объема сбыта гофропродукции за 2018 г. составит, по предварительным данным, 4,1 %. Это значит, что входящие в объединение VDW предприятия увеличат результат прошлого года на 217 млн м<sup>2</sup>.

Все большее значение для гофроиндустрии приобретает торговля через Интернет. В то время как оборот розничной торговли за 2017 г., согласно прогнозам, увеличился на 2 %, рост оборота электронной торговли составил 10 %.

В 2018 г. прогнозируется сохранение большого спроса на гофропродукцию, который, по мнению экспертов, будет сопровождаться значительным повышением цен. На основании весьма оптимистичных экономических прогнозов, а также благоприятных рамочных условий в Германии VDW ожидает, что в 2018 г. объем сбыта гофрокартона превысит показатели 2017 г. примерно на 3,9 %.

### Бумагоперерабатывающая индустрия Германии



По информации немецкой отраслевой ассоциации переработчиков бумаги **Wirtschaftsverband Papierverarbeitung (WPV) e.V.**, индустрия по переработке бумаги, картона и пленок в Германии уже четвертый год подряд демонстрирует рост оборота. Оборот индустрии по выпуску продукции из бумаги и картона увеличился в 2017 г. по сравнению с 2016 г. на 2,3 %, составив € 18,16 млрд. Это немного выше общеэкономического роста ВВП в Германии в 2017 г. (2,2 %).

При этом оборот внутри страны составил € 13,29 млрд, что на 2,3 % больше показателя предыдущего года, а оборот от зарубежных операций увеличился на 2,2 % и составил € 4,87 млрд. Доля экспорта отрасли осталась неизменной – 26,8 %, причем около 70 % экспорта отрасли приходится на страны зоны евро. В прошедшем году экспорт в эти страны вырос на 5,6 %, а экспорт в другие страны сократился на 4,7 %.

Оборот в секторе упаковки из бумаги, картона и пленок в 2017 г. увеличился на 3 % до € 10,73 млрд. При этом продажи внутри страны увеличились по сравнению с

предыдущим годом на 3,3 % до € 8,27 млрд, что значительно выше роста ВВП Германии. Оборот от зарубежных операций в секторе упаковки из бумаги и картона вырос только на 2 % до € 2,46 млрд. Это соответствует небольшому сокращению доли экспорта по сравнению с 2016 г. до 22,9 %. На предприятиях отрасли по переработке бумаги, картона и пленок было занято 81832 работника, что соответствует увеличению на 1,7 % по сравнению с 2016 г.

Большой проблемой для переработчиков бумаги и картона являются значительно выросшие с начала 2017 г. цены на бумагу и картон, что при доле сырья в общей стоимости продукции до 60 % означает существенное увеличение затрат предприятий. К этому добавляются растущие цены на электроэнергию, затраты на оплату труда и транспортных услуг.

### Рынок тарного картона

**Всемирная организация производителей тарного картона (WCO)**, со штаб-квартирой в Брюсселе, опубликовала прогноз на 2018–2019 гг. под названием «Перспективы рынков тарного картона». В работе, кроме собственных прогнозов на будущее, представлен макроэкономический обзор рынков тарного картона на разных континентах. Эксперты экономических и финансовых институтов и банков ошибались в своих прогнозах на 2017 г. Тем не менее тренды рынка тарного картона были верно спрогнозированы WCO.

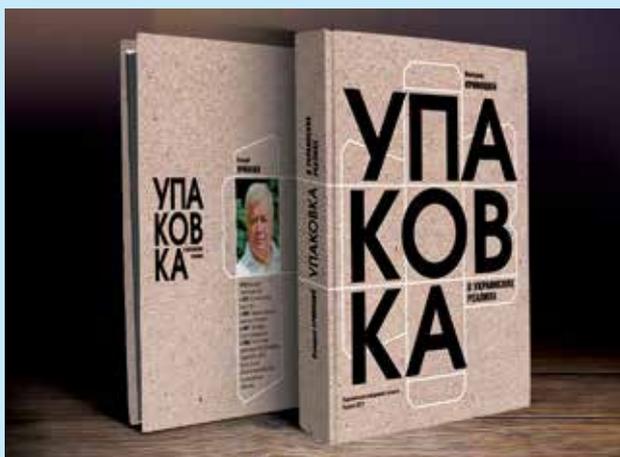
Мировой спрос на тарный гофрокартон вырос на 3,5 %. Европейские рынки достигли показателя роста в 4,5 %, отодвинув Азию с ее 3,8 % на второе место. В Северной Америке спрос поднялся на 2,8 %, даже Латинская Америка преодолела кризис и показала 1,3 % роста в 2017 г., после спада в 0,5 % годом ранее.

### Рынок аэрозолей в Великобритании



Британская ассоциация производителей аэрозолей **ВАМА** сообщила о том, что в прошлом году в Великобритании выпущено аэрозолей больше, чем когда-либо. В 2017 г. было наполнено 1,562 млрд аэрозольных баллончиков.

На сектор товаров для личной гигиены приходится наибольший объем продукции (1,13 млрд аэрозолей). Антиперспиранты продавались больше всего в этом секторе и по всей отрасли в целом: по данным ВАМА, в 2017 г. было произведено 470 млн антиперспирантов, что на 13 млн больше, чем в предыдущем году, и это соответствует росту на 3 %.



### УПАКОВКА в українських реаліях

Ця книга про минуле, сьогодення та майбутнє упаковки української пакувальної індустрії. У ній дивним чином переплітаються історичні факти, реальні події й суха статистика з історією створення та розвитку українських компаній, університетських і наукових центрів. Тут же яскраві картини про фахівців – професіоналів, які створили й розвивали сучасні виробництва пакувальної продукції. Книга цікава й корисна як професіоналам, так і широкій аудиторії покупців продукції в упаковці. Вона привертає, знайомить, навчає та допомагає побачити в упаковці помічника і друга.

**З питань придбання звертатися до редакції журналу «Упаковка»:**

тел./факс: +38 044 517-23-83, +38 044 517-23-23,  
e-mail: upakjour@nbi.com.ua, upakjour@ukr.net

**ЕТІКЕТКИ САМОКЛЕЙКІ** | флексо  
цифра  
трафарет

**ТЕРМОЗБІЖНИЙ РУКАВ** | Sleeve

**ДИЗАЙН** | від розробки  
ДИЗАЙНУ до  
ДОСТАВКИ  
продукції  
замовнику

ТОВ СП «ЕККО», м. Львів  
032 240 02 50  
050 370 54 18  
www.sp-ekko.com.ua  
slobodaekko@gmail.com

Аэрозольные баллончики, изготовленные в основном из высококачественного металла и пригодные для вторичной переработки, помогают избежать порчи и разложения продукта, дозируя нужные количества в нужном месте. Алюминий по-прежнему являлся предпочтительным упаковочным материалом для большинства продукции: наполнено 848,9 млн алюминиевых баллончиков. Это было, однако, на 2 % меньше, чем в предыдущем году. Таким образом, наполнение жестяных баллончиков выросло на 8 % до 705,3 млн шт. Доли алюминия и жести составляют 55 % и 45 % соответственно.

### Бытовые отходы в Европе

Жители стран Европейского Союза в 2016 г. произвели в среднем 480 кг бытовых отходов на человека. Такие данные приводит статистическая служба Eurostat. Меньше всего бытовых отходов – 261 кг на человека – было в Румынии, 307 кг – в Польше и 339 кг – в Чехии. Больше всего – 777 кг – бытовых отходов на человека было в Дании, 647 кг – на Мальте и 640 кг – на Кипре. С 2002 г. среднее количество бытовых отходов в странах ЕС в расчете на одного человека снизилось на 9 %. В ЕС полностью перерабатывалось 30 % бытовых отходов, 27 % сжигалось, 25 % захоронялось на свалках, а еще 17 % компостировалось.

### Стеклотара в Германии



По информации инициативной отраслевой группы стеклотары **Aktionsforum Glasverpackung**, являющейся частью отраслевой ассоциации немецкой индустрии стекла Bundesverband Glasindustrie e.V., сбыт тары из стекла в 2017 г. увеличился на 4,2 млн т, что на 1,9 % больше по сравнению с предыдущим годом. Сбыт внутри страны увеличился на 0,6 %, а за рубежом – на 5 %. В секторе бутылок для напитков рост в 2017 г. составил 2,5 %. Наибольший рост показал сегмент тары для безалкогольных напитков (вода, молоко и сок) – 3,9 %. Причина тому – устойчивый спрос на минеральную воду. В секторе стеклотары для продуктов питания, фармацевтической и косметической продукции в 2017 г. наблюдался рост на 0,8 %. В сегменте стеклотары для продуктов питания (кроме фруктов, овощей и консервов с добавлением уксуса) сбыт увеличился на 0,7 %, а в сегменте стеклотары для фруктов, овощей и маринованных консервов наблюдался рост на 0,9 % по сравнению с предыдущим годом.