

Маркетологи информируют...

В этом номере наряду с обзорами о развитии рынков австрийского гофрокартона и аэрозольной упаковки в Великобритании, упаковочного оборудования в Германии приведена информация о развитии упаковочного рынка в России. В апреле – мае 2018 г. в Москве прошли две конференции: «Требования к маркировке и упаковке пищевой продукции, выпускаемой на потребительский рынок» и «Полимеры в упаковке и парфюмерно-косметической индустрии 2018». Читателям предлагается краткий обзор докладов и дискуссий, которые состоялись на этих конференциях.



Австрийская гофроиндустрия

По данным ассоциации австрийских производителей гофрокартона **Forum Wellpappe Austria** (семь заводов, 20 тыс. работающих), в 2017 г. увеличен оборот этого сектора на 3,8% – до €519,9 млн.



Индустрия, выпускающая гофрированный картон, пользовалась преимуществами хорошего состояния австрийской экономики в целом. Это значительно выше среднего показателя прироста экономики страны – 2,9%. В натуральном выражении члены ассоциации **Forum Wellpappe Austria** выпустили 1012,5 млрд м² гофрокартона.

Одним из движущих факторов рынка является развитие торговли через Интернет. Доля электронной коммерции в продукции составляет от 7 до 10%. В текущем году прогнозируется увеличение сбыта гофрокартона на 3%. Что касается важнейшего сырья – бумаги для производства гофрокартона, то члены ассоциации в 2017 г. приобретали ее на 24% дороже по сравнению с предыдущим годом.

Аэрозоли в Великобритании



Британская ассоциация производителей аэрозолей **BAMA** сообщила о том, что в 2017 г. в Великобритании было выпущено продукции в аэрозольной упаковке больше, чем когда-либо, – всего 1,562 млрд единиц. При этом наибольший объем продукции (1,13 млрд единиц) приходится на товары для личной гигиены. Больше всего в этом секторе и по всей отрасли в целом, по данным **BAMA**, продавались антиперспиранты (470 млн единиц, что на 13 млн больше, чем в предыдущем году, – рост на 3%).

Это доказательство того, что британское производство аэрозолей процветает. Рекордные показатели обусловлены тем фактом, что наполнение аэрозолей перемещается из континентальной Европы в Великобританию.

Статистика показывает, что за последние 12 месяцев наибольший рост наблюдался в секторе товаров для ухода за волосами: заполнено на 31% больше баллончиков, чем в 2016 г., – 150,5 млн и 114,8 млн соответственно. Эти товары включают сухой шампунь, мусс и лак для волос. Также продолжали хорошо продаваться товары для бритья (171,7 млн), духи и одеколоны, количество продаж которых возросло на 15% – до 8,3 млн единиц продукции.

Освежители воздуха представляли почти 75% сектора бытовых товаров: было заполнено 198 млн баллончиков, что на 20% больше, чем в предыдущем году. **BAMA** связывает этот рост с запуском новых сухих продуктов в Европе, что помогает увеличить продажи освежителей воздуха. Количество баллончиков с лаком и средствами от пыли увеличилось на 15% – до 20,7 млн единиц.

Аэрозольные баллончики, изготовленные в основном из высококачественного металла и пригодные для вторичной переработки, помогают избежать порчи и разложения продукта, точно дозируя нужные его количества в нужном месте.

По-прежнему алюминий – предпочтительный упаковочный материал для большинства продукции: наполнено 848,9 млн алюминиевых баллончиков. Однако это на 2% меньше, чем в предыдущем году. Наполнение жестяных баллончиков выросло на 8% – до 705,3 млн единиц. Доли аэрозольных баллончиков из алюминия и жести составляют 55 и 45% соответственно.

Упаковочные машины в Германии

По данным отраслевого объединения пищевого и упаковочного машиностроения Союза немецких машиностроителей **VDMA**, 2017 год стал успешным для немецких производителей: объем производства увеличился на 4,8%, составив более €14 млрд.

Тем самым не только был достигнут рекордный показатель в производстве оборудования, но и объединение поднялось в рейтинге среди всех 34 отраслей машиностроения с пятого на четвертое место.

Производство упаковочных машин выросло на 3%, до €6,6 млрд, из которых €2,2 млрд приходится на оборудование для фасования напитков.



В секторе оборудования для производства пищевых продуктов различные его сегменты показали неодинаковую динамику. Крупнейший сегмент мясоперерабатывающего оборудования вырос по сравнению с показателями предыдущего года до отметки €1,1 млрд. Производство хлебопекарного оборудования увеличилось на 4%, составив €600 млн. Производители кондитерского оборудования зафиксировали рост на 10%, до уровня €438 млн. В сегменте машин для производства напитков зафиксировано снижение на 1%, до €518 млн.

Объем экспорта оборудования этого сектора в 2017 г. составил около €8,5 млрд, что на 1,6% больше, чем в благополучном предыдущем году, а его доля составляет около 84%, что существенно превышает экспортную квоту немецкого машиностроения в целом, которая достигает 78%.

VDMA называет перспективы на 2018 г. хорошими. Отрасль получает выгоды от растущего спроса на переработанные и упакованные пищевые продукты и напитки, а также фармацевтическую продукцию. Особенно позитивно оценивается спрос из США и России, обусловленный активной инвестиционной деятельностью. Об этом свидетельствует объем поступивших заказов в первом квартале 2018 г.: он увеличился в целом на 20% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Продукция торговых марок

По данным ритейл-аудита **Nielsen**, собственные торговые марки (СТМ) ритейлеров в России продолжают наращивать долю в общих продажах товаров повседневного спроса – если в 2013 г. их доля в денежном выражении была 3,7%, в 2014 – 4,1%, в 2015 – 4,4%, в 2016 – 4,8%, то в 2017 году она достигла отметки в 4,9%.

В совокупности они являются вторым по величине игроком на рынке товаров повседневного спроса, общий оборот составляет порядка 200 млрд рублей. Впрочем, темпы роста продаж СТМ замедляются, и причина этого – снижение интереса к продовольственным категориям СТМ, а также насыщение спроса в главном канале их продаж – магазинах-дискаунтерах.

Если в 2016 г. продовольственные СТМ росли на +11,5% при общем росте этого рынка на 5,3%, в 2017 г. рост замедлился до +3,1%, что ниже общей динамики этого сектора рынка (+3,4%).

Вместе с тем в ряде категорий СТМ наблюдается уверенная динамика продаж. Опережающие темпы роста в денежном выражении за последний год среди всех продовольственных индустрий СТМ показали алкогольные напитки (+22,2%), практически только они увеличили долю в общей структуре рынка. Продажи пива выросли на 16,1%, водки – на 25,7%, игристых вин – на 25,3%, бренди – на 24,2%. Более низкая цена, по сравнению с брендами, и преимущественная представленность в магазинах продолжают подогревать спрос на частные марки в алкоголе.

СТМ также растут в детском питании (+35,5%) – благодаря расширению ассортимента и увеличению доли полки, которую отводят им сами ритейлеры. Кроме того, разви-

тие демонстрируют такие продовольственные индустрии, как корма для животных (+9,8%), мороженое (+8,4%), замороженная продукция (+6,2%), традиционная молочная продукция (+5,4%), а также кондитерские изделия (+2,5%) и напитки (+2,4%).

Тенденции рынка упаковки для пищевой продукции

В мае 2018 г. научно-практическая конференция «Требования к маркировке и упаковке пищевой продукции, выпускаемой на потребительский рынок» прошла в Московском государственном университете технологий управления им. К.Г. Разумовского. На конференции с докладом о состоянии упаковочной индустрии в России выступил Александр Бойко, директор Национальной конференции упаковщиков. Тезисы его доклада приводятся ниже.

Ежегодно в мире производится 1800 млрд единиц упаковки для пищевых продуктов и напитков. Ежегодно на рынок выводится 275 тыс. единиц новой упаковки для этой продукции, а оборот мирового упаковочного рынка, по прогнозам экспертов, к 2020 г. достигнет \$1 трлн.

При этом потери продовольствия в мире по разным причинам составляют примерно 1,2 млрд т. Значительное число потерь возникает из-за некачественной упаковки или отсутствия ее.

Российский рынок упаковки входит в десятку крупнейших мировых рынков, а его структура остается примерно одинаковой с 2009 г., когда впервые доля полимерной упаковки превысила долю картонной и бумажной упаковки. Доля бумажной и картонной упаковки в России составляет 36%, мягкой полимерной – 20%, жесткой полимерной – 18%, стеклянной – 12%, металлической – 10%. Еще 4% приходится на долю прочей упаковки.

После неблагоприятного 2015 г., когда резко сократился импорт упаковочных и фасовочных машин, рынок достаточно сильно просел. Сегодня происходит оживление этого рынка. Россия снова вошла в число крупнейших потребителей итальянской и немецкой техники, но с другими требованиями к этому оборудованию. Так, еще недавно полиграфисты не принимали заказы на печать менее 50 тыс. единиц упаковки, а сегодня они рады и 5 тыс.

Рост производства машин и оборудования для пищевой промышленности (в том числе фасовочных и упаковочных) в России в 2016 г. составил 6% по сравнению с 2015 г. В 2017 г., по оценкам специалистов, производство этой техники увеличилось на 25%.

К сожалению, покупательная способность населения на протяжении последних четырех лет в России снижалась. Так, в январе – июле 2017 г. реальные денежные доходы населения сократились на 1,4% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. В течение года произошло небольшое их увеличение, однако к концу 2017 г. они еще не достигли уровня 2014 г. И это отрицательно сказалось на развитии упаковочной отрасли.

Экологические проблемы сегодня в полной мере влияют на рынок упаковки. В 2016 г. был принят закон об отходах производства и потребления. Он не касается непосред-

ственно упаковки, но касается материалов, используемых в производстве упаковки. Полностью этот закон вступит в силу с 1 января 2019 г., хотя уже сегодня разработаны нормативы сбора отходов. К сожалению, упаковочная отрасль не пробудила к себе большого интереса со стороны государства и общества, какового она действительно заслуживает. Все программы, которые принимаются в области сельского хозяйства и пищевой промышленности, мало учитывают вопросы упаковки.

В числе других негативных факторов, оказывающих влияние на рынок упаковки, отмечены проблемы с подготовкой кадров, а также импорт сырьевых материалов.

Вместе с тем на рынке наблюдается рост объемов производства продукции пищевой промышленности, который за последние годы составляет не менее 4% в год. Есть надежда, что этот рост продолжится при поддержке государства.

Еще один позитивный фактор — развитие современных систем розничной торговли. Сегодня абсолютное большинство товаров в супермаркетах продается в упаковке. Социальные и демографические факторы также оказывают воздействие на рынок упаковки. Сокращение численности семей, стремление к здоровому образу жизни, ускорение темпов жизни, стремление к удобству потребления, рост продолжительности жизни — все это оказывает свое влияние на развитие упаковки.

Полимеры в упаковке на рынке России

В апреле 2018 г. в Москве прошла Тринадцатая международная конференция «**Полимеры в упаковке и парфюмерно-косметической индустрии 2018**», организатором которой выступила компания **INVENTRA**. Приводим краткое изложение проблем и обсуждение их участниками конференции.

Сегмент полимерной упаковки является одним из наиболее перспективных направлений переработки полимеров в России. С одной стороны, продуктивное эмбарго никто не отменял, российские продукты, замещающие импорт, нужно во что-то упаковывать. С другой стороны, виден четкий тренд на экологичность, запрет некоторых видов упаковки из полимеров, а также общее снижение покупательной способности населения.

В 2017 г. общий объем российского рынка упаковки составил \$16–18 млрд, где общая доля рынка полимерной упаковки занимала 32%, и в процентном соотношении с ней могут конкурировать только картонная и бумажная упаковки, на которые в совокупности также приходилось 32%.

Упаковка стала частью системы обеспечения прослеживаемости, благодаря которой можно ускорить логистические операции, улучшить сохранность товара и сократить потери. Например, использование RFID-меток в логистике, «умная» упаковка как часть Интернета вещей (Internet of things). Другая тенденция — маркировка, обусловленная обязательными требованиями к продукции: QR-код, RFID,

NFC и др. Среди тенденций, которые будут оказывать влияние на рынок в будущем, — устойчивое развитие и «циркулярная» экономика. Примером может служить проект EU Plastics Strategy, основной целью которого является переработка 10 млн т полимерных отходов в конкретные товары к 2025 г.

Несмотря на культивируемый в обществе негатив по отношению к полимерной упаковке, связанный с экологическими трендами, сегмент продолжит развиваться и дальше. Что касается расширенной ответственности производителя, то, помимо обязательной утилизации упаковки, необходимо развивать систему сбора отходов полимерной упаковки и информировать общество о возможностях переработки этих отходов.

Чтобы расширенная ответственность производителя заработала, нужны понятные правила игры: равноправный вклад бизнеса, государства и населения. Производители несут ответственность с 2016 г., ассоциации уже два года готовы начать работать, но им требуется господдержка. Переработчики — готовы перерабатывать отходы, но кто будет их собирать? Операторы по обращению с отходами и население, вероятнее всего, также находятся в состоянии готовности. Правительство почти определило полномочия, а субъекты РФ и муниципалитеты будут готовы к разделному сбору полимерных отходов не ранее 2019 г.

Объем глобального рынка упаковочной пленки и листов, составивший в 2017 г. \$105 млрд, к 2020 г. вырастет до \$120 млрд. Спрос на инновационную упаковку увеличится в Америке, Африке и Индии. В Европе «двигать спрос» начнет упаковка меньшего размера, а в Азии будет сделан акцент на «здоровую» упаковочную продукцию и разнообразие ее форм.

Производство и потребление полиэтиленовых пленок в России в 2017 г. снизилось по сравнению с 2016 г. из-за уменьшения производства пакетов и составило 980 тыс. т, а потребление — 1 млн т. Снижение производства пакетов и потребления пленки продолжится и в 2018 г.



Производство полипропиленовых пленок уже четыре года показывает рост. В 2017 г. оно составило 230 тыс. т при потреблении 216 тыс. т. На сегодня ПП-пленки – единственный сегмент с положительным внешнеторговым балансом и профицитом производства.

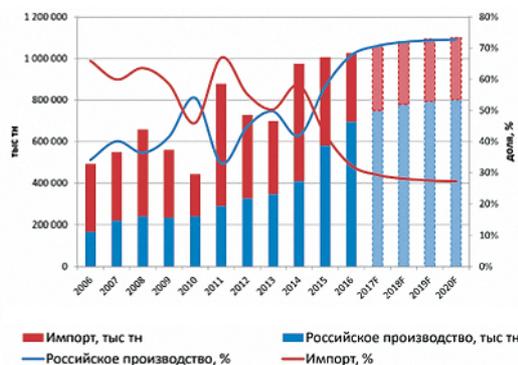
Производство ПВХ-пленок в России возросло на 2 тыс. т по сравнению с 2016 г. и составило 34 тыс. т, а потребление снизилось на 2 тыс. т и в 2017 г. не превысило отметку 120 тыс. т. На данный момент российские производители ПВХ-пленок выпускают преимущественно упаковочные пленки.

В сегменте ПЭТФ-пленок ситуация достаточно стабильная: показатели по производству не изменились по сравнению с 2016 г., оно по-прежнему остается на уровне 12 тыс. т. Так же и потребление, которое и в 2016 г., и в 2017 г. составило 35 тыс. т. Рынок упаковки из гибких материалов в России будет расти на 2% ежегодно, при этом прирост российского производства составит 3–4%.

Объемы импорта стабилизируются, достигнув отметки примерно 300 тыс. т. В числе трендов гибкой упаковки следующие: повышение функциональности, экологичность, рациональная утилизация, минимализм, элегантность, уникальный лентеринг, объемное изображение и сохранение свойств продукта.

Российское производство гибких пленок к 2020 г., возможно, достигнет рекордного показателя и закрепит позиции на уровне 800 тыс. т, начиная с 2018 г. Среди основных драйверов роста: восстановление экономики и переход на гибкую упаковку в большинстве отраслей потребления благодаря росту требований, которые она удовлетворяет наилучшим образом.

Прогноз производства и импорта гибких пленок



Источник:
Росстат, данные импорта, 2006-2016 – факт,
2017-2020 прогноз – аналитические данные компании

Оценочный объем российского рынка пленок и пакетов для упаковывания продуктов из мяса птицы составляет около 23 тыс. т. Лидируют в потреблении традиционные пакеты из ПЭНД и ПЭВД, занимая 27% от общего тоннажа используемых полимерных пленок в упаковке для птицы, на втором месте – пленка стретч (26%), на третьем



– пленка ПВХ-стретч (22%), далее – викет-пакеты (15%). Другие виды современных высокотехнологичных пленок занимают по 3% и менее.

Потребление полимеров для полужесткой упаковки в сегменте птицепереработки РФ составляет от 23 до 28 тыс. т в год, из которых 2 тыс. т приходится на ПП-лотки, 20 тыс. т – на лотки из вспененного полистирола, 1 тыс. т – на лотки из ПЭТФ и от 1 тыс. т до 5 тыс. т, в зависимости от сезона, – на ведра из полипропилена.

По итогам 2017 г. в Россию импортировано 27 тыс. т упаковочных изделий для на сумму \$142 млн. Общий объем импорта пробок, крышек и колпачков в Россию за 2015–2017 гг. составляет 81.4 тыс. т или \$421 млн в финансовом выражении.

Сегмент упаковки для парфюмерии и косметики является своего рода каналом коммуникации с покупателем, где важность ее внешнего вида и качества трудно переоценить. Форма, качество печати, оформление, конструкция – главные составляющие.

В 2017 г. в России было произведено около 2,4 млрд единиц различных видов косметики: 26% в структуре производства занимают средства по уходу за волосами, 14% и 12% – средства для гигиены полости рта и дезодоранты соответственно. Оставшиеся проценты распределились между кремами по уходу за кожей и другой косметической продукцией.

С 2015 г. потребление полимерной упаковки в РФ в сегменте косметических средств снизилось на 7,5% и в 2017 г. оценивается в 35 тыс. т, что составляет приблизительно 1,98 млрд единиц различных флаконов, туб и других видов упаковки. Падение спроса обусловлено в первую очередь снижением производства косметических средств в России в ключевых сегментах потребления: с 2015 по 2017 гг. на 12% снижается выпуск шампуней, за этот же период на 49% – выпуск средств по уходу за лицом и на 17% – выпуск средств по уходу за телом.