

Россия-Азия-Европа.

«Росупак-2003»

Российский рынок упаковки стремительно растет, принимая новых игроков

Елена Гусева
Екатерина Гуркина

В конце июня в Сокольниках прошла 8-я Международная выставка материалов, технологий и оборудования для изготовления упаковки — «Росупак», ежегодно организуемая КВЦ «Сокольники», «Международной выставочной компанией» и Ассоциацией «Союзупак» при поддержке ряда министерств, общественных и коммерческих организаций. В этом году в выставке приняли участие более 500 экспонентов из 30 стран мира. Зарубежные и российские компании были одинаково активны — тех и других участников было примерно поровну. В числе экспонентов и посетителей «Росупака» оказались представители компаний из стран Европы, Азии и Северной Америки. Среди крупнейших отечественных фирм — «Итера», «Геопак», «Термопак», «Има-пресс-принт» и другие.

Одновременно с выставкой «Росупак» проходил специализированный салон элитной упаковки «Люксупак», на котором были представлены образцы российской оригинальной эксклюзивной, подарочной, пищевой, косметической, парфюмерной и ювелирной упаковки. Экспозиции «Росупака» представили все этапы разработки и создания упаковки.

В рамках выставки состоялся традиционный конкурс на лучшую упаковку «Упаковка — Звезда России». Победителями стали ООО «ПУМА», производитель черно-белой модифицированной пленки из Переславля-Залесского, фирма «Конфлекс СПб» (Санкт-Петербург), выпускающая упаковку для рыбных снегов, и пермская компания «Основание-2», производящая коррек для наборов конфет.

Российский рынок упаковки растет. Это становится ясно после общения с экспонентами. Организованные 6-10 лет назад на базе предприятий, НИИ и совместных фирм компании набирают обороты, организуют новые производства. Постепенно поднимаются и известные крупные предприятия, а те, чье основное производство было связано с сырьем и исходными компонентами, начинают осваивать следующие этапы технологической цепочки.

Возрастающим спросом на рынке пользуется и упаковка, и оборудование для ее производства. Но по-прежнему предпочтение российские предприятия отдают зарубежному сырью и продукции, а российское — нередко относят к категории недорогого и не самого высокого качества. Зарубежные технологии стоят дорого, а отечественные не достигли международного уровня или просто не могут быть внедрены из-за нехватки средств. Не отлажена пока правовая система — логистические проблемы возникают не только с дальними зарубежьем, но и со странами СНГ. Словом, всем знакомые экономические и политические проблемы дают о себе знать и в упаковочной индустрии. Об общих проблемах отрасли и о перспективах развития компаний в имеющемся экономическом пространстве рассказывают российские и зарубежные участники выставки.

Клепачевский Игорь Викторович, менеджер по продажам компании «Геопласт»

На российском рынке мы реализуем технику тайваньской компании Queen's. Кроме того, занимаемся производством вспомогательных устройств, сервисом,



ремонтom различного оборудования — экструзионной выдувной техники; продаем восстановленное нами оборудование, поскольку есть клиенты, которые хотят приобрести готовую к пуску, но более дешевую технику.

Queen's не накладывает ограничений на нашу работу, мы могли бы представлять интересы и других компаний. Но поскольку именно нам приходится здесь, в России, закрывать все огрехи производителей, мы сознательно отказались от оборудования других компаний, при работе с которыми нас и наших заказчиков не удовлетворяли либо обслуживание, либо условия поставки запчастей. Фирма помогает нам, предоставляя специалистов. Поставка запчастей осуществляется практически мгновенно, насколько это возможно.

Именно мы осуществляем гарантийный ремонт, и это типично, потому что иностранные производители стараются не заниматься гарантийным ремонтом на территории импортера сами.

Срок жизни оборудования очень сильно зависит от производителя. Даже Тайвань производит и очень достойное оборудование, которое продают в Европе, в США, и такое, которое практически неработоспособно.

Работа с азиатской техникой довольно ►

привычна для России. С таким оборудованием, например, работает «Апостроф» и ряд других фирм. Но нам приходилось восстанавливать и европейскую технику. В последние два года мы стали расширять бизнес за счет более дорогого оборудования, потому что многие фирмы, которые традиционно пользовались дешевой техникой, переросли этот период и стремятся к более качественному и комфортному, пусть даже очень дорогому варианту.

Zbigniew Przybysz, директор компании Kram (Польша)

Компания производит пищевую стрейч-пленку из ПВХ и оборудование для упаковки. Оборудование мы разрабатывали сначала совместно со швейцарцами, а потом самостоятельно.

Пищевая стрейч-пленка обладает большей производительностью, чем обычная, поскольку растягивается. Аналогичного рулона нашей пленки хватает на упаковку значительно большего количества продукции.

Что касается исходного сырья, то пленка из ПВХ обеспечивает газообмен. Продукты же, обернутые полиэтиленовой пленкой, отпотевают, поскольку влага не выходит наружу.

В Центральной и Восточной Европе наш завод — единственный производящий пищевую стрейч-пленку из ПВХ. В России ее тоже пока никто не производит, думаю, потому, что технология очень сложна. Но на российском рынке такую пленку продают и другие производители — южнокорейские, американские, швейцарские и французские.

Наша компания работает на российском рынке с начала 90-х годов. Конечно, есть сложности с транспортировкой и таможенными правилами, но не-



Zbigniew Przybysz, директор компании Kram (Польша)

смотря ни на что мы торгуем успешно.

Наши основные заказчики — это супермаркеты, мясоперерабатывающие заводы, — практически все предприятия пищевой промышленности.

Илюхин Николай Георгиевич, начальник отдела маркетинга и сбыта департамента по производству и переработке ПЭТФ Управления по нефтегазохимической переработке ООО МГК «Итера»

Международная группа компаний (МГК) «Итера» объединяет 60 компаний по всему миру. Основное направление деятельности — добыча и переработка природного газа на территории СНГ, России и в зарубежных странах, включая страны ЕС. ПЭТ-программа объединяет четыре производственных предприятия в России и Белоруссии — ЗАО «Цериус», ООО «Брит», ИП ЧУП «Итера-ПЭТ» и ЗАО «Белпак», которые выпускают однокомпонентные и двухкомпонентные колпачки, преформы и ПЭТ-грануляты.

На рынке преформ МГК «Итера» работает с 1996 года и относится к числу лидеров. Единственного лидера на этом рынке, пожалуй, нет. Разница между компаниями, занимающими наибольшие доли рынка — буквально в один процент.

В августе мы планируем расширить производство ПЭТ-гранулята. На нашем предприятии «Белпак» уже начала работать новая линия, на которой будет производиться до 115 тыс. т ПЭТ-гранулята в год. Во-первых, это позволит нам полностью удовлетворить свои потребности в ПЭТ-грануляте, а во-вторых, снизит зависимость от импорта в данном секторе. Одними из первых в России мы планируем начать многоцветную тампонную печать логотипа на пробке, по своему качеству не уступающей возможностям печати офсетной.

Кроме собственно увеличения объемов выпуска гранулята, ПЭТ-программа «Итера» ставит задачу по расширению ассортимента и сферы применения выпускаемой продукции — от традиционной тары для напитков и растительного масла к молочной, а также для целей бытовой и автохимии.

Кудашов Сергей Николаевич, исполнительный директор ООО «Пластлайн»

ООО «Пластлайн» — российская фирма, хотя ее производственные мощности находятся в Риге. Мы занимаемся производством скоростных, тонкостенных пресс-форм. Такие пресс-формы дают большой тираж. Одна пресс-форма — минимум триста пятьдесят тысяч единиц в месяц. Наши пресс-формы ставят на современные европейские станки. Китайские и корейские станки с такими



Илюхин Николай Георгиевич, начальник отдела маркетинга и сбыта департамента по производству и переработке ПЭТФ Управления по нефтегазохимической переработке ООО МГК «Итера»

пресс-формами работать не могут и вряд ли смогут в ближайшие годы, поскольку европейская технология уверенно ушла вперед.

Компания работает на российском рынке семь лет. Похожие изделия делают в Белоруссии, но по качеству они все же уступают, хотя в Белоруссии хороший парк станков и идей, между прочим неистраченных.

Спрос на пресс-формы последние годы велик, и в этом году рынок стремительно растет. Мы просто не успеваем делать то, что нам заказывают, а мощности уже использованы на все 100%. Чтобы увеличить объем производства, их надо увеличивать. Поэтому сейчас наша фирма ведет переговоры о поставке нового оборудования. Если они завершатся успешно, в октябре мы увеличим выпуск продукции и частично ликвидируем дефицит. Если нет — выбирать придется между белорусскими и другими зарубежными производителями. Многие и сейчас возят пресс-формы из Литвы и Германии, что, однако, обходится в 2–2,5 раза дороже.

Robert Cyran, генеральный директор компании Dekofilm Jerzy Nesterowicz, коммерческий директор Dekofilm (Польша)

Компания выпускает пленку. Сначала из России к нам приезжали небольшие фирмы и покупали маленькие объемы пленки. Когда мы решили продавать большие объемы, мы стали приезжать в Россию на выставки и показывать свою продукцию. В Москве открыли не только свое представительство, но и фабрику, которая производит пленку. Общий обо-