Глобальный рынок упаковки: перспективы роста и развития

Сегодня упаковочная промышленность выступает одним из стимулов роста и развития глобальной экономики. Так, по данным Smithers Pira, мировой рынок упаковки ежегодно демонстрирует прирост в размере 3,5 %, а к 2020 г. его совокупные обороты достигнут USD 998 млрд (либо EUR 900 млрд соответственно)

Полимерная упаковка: самый популярный упаковочный материал

По данным Euromonitor, в 2015 г. совокупные объемы глобального сбыта превысили 4000 млрд упаковок. При этом самой популярной из них является **полимерная**, ведь около 50 % всех видов упаковки сегодня производятся именно из полимеров. А самую большую долю (на уровне 60 %) составляет гибкая упаковка – и данный показатель продолжает расти. Именно в гибких упаковках всех разновидностей – мешках, емкостях с жестким дном, в пленке и т.п. – сегодня предлагается все больше и больше товаров. При этом основную долю спроса обеспечивает продовольственная отрасль. Ключевую роль в этом играет стремление к удобству, ведь упаковка должна быть легкой, просто открываться и закрываться, а также обеспечивать удобство порционного отбора продукта.

Вертикальная упаковка с жестким дном отличается самым динамичным ростом в сфере гибкой упаковки. Это объясняется желаниями потребителей использовать более удобную упаковку, ведь вертикальная упаковка с жестким дном открывается легко и просто, особенно если она с горлышком.

Благодаря своему легкому весу вертикальная упаковка, с одной стороны, позволяет экономить сырьевые ресурсы, а с другой – минимизировать транспортные расходы. Кроме того, для ее стерилизации необходимы более низкие температуры по сравнению со стерилизацией больших консервных банок, складных коробок или алюминиевой упаковки. Современные технологии фасовки в сочетании со стерилизованными пакетами обеспечивают лучшее качество продукции, а также более высокую скорость фасовки.

Второе место с долей около 40 % занимает **упаковка из жесткого пластика**. Одной из самых крупных отраслей-потребителей данного вида полимерной упаковки является индустрия напитков – на протяжении многих лет ведущие позиции занимают PET-упаковки для напитков. Увеличение глобального спроса на безалкогольные напитки, особенно на воду, несомненно, приведет к росту спроса на PET-

упаковку в ближайшие годы. А основным стимулом роста служит набирающая популярность тенденция к замене стеклянной тары на стабильную пластиковую упаковку.

Ранее основной сферой применения PET-бутылок была упаковка напитков, но сегодня она также широко используется для упаковки пищевых продуктов и товаров бытовой химии. 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.

PET-бутылки со специальным внутренним защитным слоем из сверхтонкого стекла является идеальной упаковкой для таких «чувствительных» продуктов, как пиво, вино и соки. При этом защитный слой на PET-бутылках продлевает срок хранения самого продукта, сохраняя в течение длительного времени неизменные качество, вкус и содержание витаминов в продукте.

В свою очередь, жесткую конкуренцию демонстрирует глобальный рынок **картонной упаковки**. В 2015 г. совокупные объемы сбыта упаковки из бумаги / 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.

При этом ощутимое конкурентное давление со стороны Интернет-торговли испытывает классическая розничная торговля. В данном случае решающую роль играют эффективная организация рабочих процессов на местах, а также оптимальная презентация товаров в точках продаж. Здесь выигрышные позиции занимают готовые упаковки из картона, в частности решения shelf-ready-packaging (SRP). SRP-упаковка способствует оптимизации процессов, а также сокращению издержек в розничной торговле, позволяет оформить презентацию продукции так, чтобы покупатель прекрасно видел товар и мог сразу ознакомиться с ним оптимальным образом.

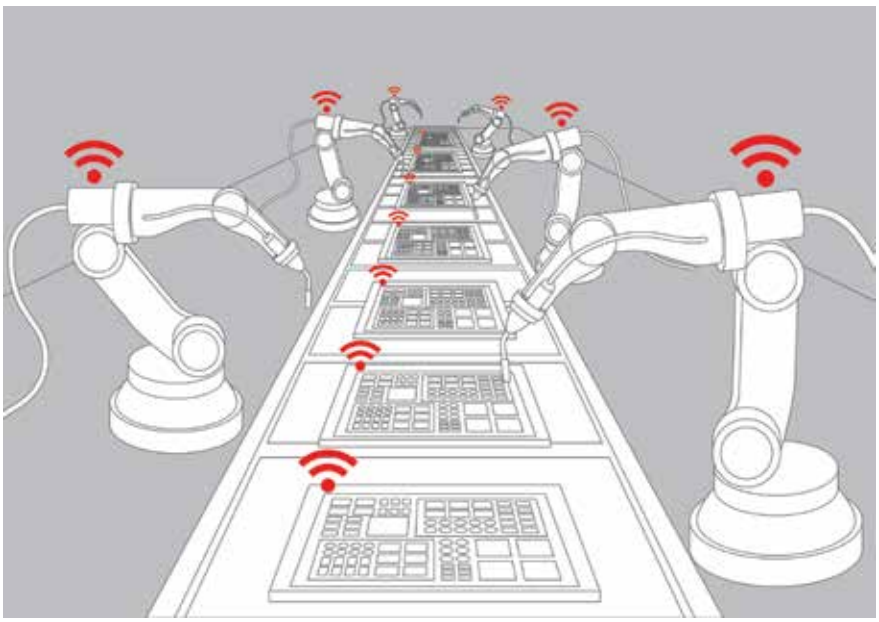
Третьим по величине сегментом стала **металлическая упаковка**, объемы сбыта которой в 2015 г. достигли 420 млн шт. Основной сферой сбыта упаковки из металла стала индустрия напитков, в которой жестяная банка уже стала классикой. Это касается прежде всего таких продуктов, как пиво, энергетические и другие функциональные напитки. Глобальный спрос на вышеупомянутые напитки постоянно растет, что положительно сказывается на объемах сбыта соответствующей упаковки, а на ближайшую перспективу – до 2019 г. – эксперты прогнозируют рост на 12 %.

Однако в индустрии продуктов питания металлическая упаковка получила не такое широкое распространение, как в сфере производства напитков. В то же время 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. Металлическая упаковка обеспечивает высокую скорость переработки и поставки, отвечая всем требованиям эффективного производства и логистики. Однако даже несмотря на то, что упаковка из металла год от года становится все легче, в сфере продуктов питания ее все чаще сменяет пластик.

Стекло – еще один материал, который, отличаясь инертностью и герметичностью, прекрасно защищает продукт. Стеклянные емкости находят применение главным образом в индустрии напитков, особенно для упаковки пива, алкогольной продукции и вина. Многим потребителям упаковка из стекла кажется тяжелой и непрактичной (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 сбыта стеклянной упаковки возрастут на 7 % – до 338 млн шт.

«Умная» упаковка: активные и умные упаковочные решения

Трендом современного рынка стала **«умная» упаковка**. Именно она создана для того, чтобы контролировать и отражать воздействие факторов окружающей среды на продукт. Например, упаковка, оснащенная индикаторами времени и температуры, способна точно показывать степень свежести продукта – даже по истечении срока его годности. Данная технология, помимо



прочего, позволяет получать достоверную информацию о допущенных перебоях в цепочке охлаждения, а также о пригодности продукта к употреблению.

«Активная» упаковка для еще большей безопасности продукта

Упаковка призвана защищать продукты питания от внешних воздействий, распространения микробиологических заражений, повреждений вследствие механических воздействий, проникновения пыли или влаги, однако раньше данная защита была исключительно пассивной. Но производители современных упаковочных материалов пошли дальше – теперь в физико-биолого-химических процессах активно участвуют сами материалы. Они способны регулировать уровень влажности в упаковке, абсорбируя кислород, углекислый газ и этилен, благодаря чему продлевается срок годности и улучшаются качественные характеристики продуктов питания. В первую очередь они отличаются биохимической активностью, подавляя распространение микроорганизмов.

Первый пластиковый экологически безопасный контейнер выпущен компанией Gerresheimer под торговой маркой BioPack. Он является отличной заменой традиционным емкостям из полиэтилена (PE) и полиэтилентерефталата (PET), поскольку обладает теми же свойствами, но, в отличие от них, полностью пригоден для переработки (фото компании Gerresheimer)

Упаковка Biopack компании Gerresheimer производится из сахарного тростника и является возобновляемой альтернативой традиционным PE и PET. Ее используют для упаковки как жидких, так и твердых лекарственных препаратов и косметических средств (фото компании Gerresheimer)

Инновационные материалы

Учитывая все аспекты экологичности, производители фирменных товаров делают ставку, прежде всего, на использование полимерной упаковки, произведенной на основе возобновляемых ресурсов – например, полимеров на базе кукурузного крахмала и сахарного тростника.

Прекрасный тому пример – гибкая полимерная упаковка из прозрачной многослойной пленки с барьерными свойствами из молочного белка, используемая вместо барьерных материалов из полимеров, которые производятся на базе нефтехимических продуктов. Ведь, с одной стороны, пленки на основе молочных протеинов являются биоразлагаемыми, а с другой – природные вещества, содержащиеся в молоке, способны естественным способом продлить срок годности самих продуктов. Производство подобных пленок может быть налажено на привычном классическом оборудовании с учетом минимальных мероприятий по переоснастке. Сегодня исследователи активно работают над применением поверхностных материалов на основе молочных протеинов в целях изготовления таких термоформованных емкостей, как стаканчики или судки.

Источники импульсов роста и развития

Сегодняшний рост упаковочного рынка имеет под собой две основные причины: растущая урбанизация и все большая популярность тенденции «convenience» (англ. «удобство»). Кроме того, необходимо учитывать постоянный рост численности населения городов. Это ставит перед производителями все более сложные с логистической точки зрения задачи – например, ежедневное снабжение безупречными и качественными продуктами питания и товарами повседневного спроса. И в данном случае ключом к успеху является именно упаковка, которая предотвращает порчу продуктов питания и товаров, гарантируя их безупречную доставку до потребителя. Кроме того, дальнейшему росту и развитию рынка упаковки способствуют возрастающие

«Фармацевтическая отрасль», апрель № 2 (61) 2017

объемы потребления вследствие непрерывного увеличения численности населения развивающихся стран и стран с быстрорастущей экономикой, а также усиление конкуренции на развитых рынках.

«Convenience» – это актуальная тенденция, которая, кроме того, является мощным стимулом роста для рынка упаковки. Спрос потребителей на практичную и простую в применении продукцию постоянно растет, прежде всего это касается продуктов питания и напитков, которые можно легко и просто употребить на рабочем месте. Таким образом, к классическим функциям упаковки – защита продукта и удобная транспортировка – предъявляются все новые требования: более удобное дозирование, манипулирование, возможность повторного закрывания, а также контролируемый отбор продукта. Кроме того, современные демографические изменения приводят к постоянному увеличению спроса на малые и индивидуальные упаковки.

Это лишь некоторые темы и примеры инновационных решений для упаковочной промышленности, которые будут освещаться в рамках предстоящей международной выставки технологий производства и упаковки **interpack**, которая пройдет в Выставочном центре Дюссельдорфа с 4 по 10 мая 2017 г. Являясь идеальной площадкой для презентации индивидуальных решений, инновационного дизайна и самых различных упаковочных материалов, она отражает все этапы производственной цепочки. **interpack** – это идеальная бизнес-платформа не только для выработки новых идей, но и для встречи с разработчиками инновационной упаковки, а также для профессионального диалога и обсуждения технических разработок, представленных производителями промышленного оборудования и поставщиками упаковочных материалов. ◘

По материалам организаторов выставки interpack
www.interpack.com

Решения для фармацевтической промышленности

Глобальный спрос на продукцию фармацевтической промышленности неизменно высок, и в будущем прогнозируется дальнейшее его увеличение. По прогнозам маркетологов, до 2020 г. прирост мирового спроса на лекарственные средства составит около 31 %, что соответствует EUR 1,3 млрд и совокупному объему EUR 963 млрд

При этом все больше людей во всем мире получают лучший доступ к качественному медицинскому обслуживанию. Если в 2005 г. доступ к фармацевтической продукции имела лишь треть населения планеты, то до 2020 г. такая возможность будет приблизительно у половины человечества. Здесь ключевыми генераторами роста служат такие факторы, как увеличение численности населения и повышение благосостояния так называемых pharmerging markets (быстрорастущих фармацевтических рынков), в первую очередь Китая, Индии, Бразилии, Индонезии, а также стран Северной Африки и Ближнего Востока.

По данным IMS Health, глобальное потребление медикаментов до 2020 г. увеличится на 4,5 млрд стандартных единиц (стандартные единицы объема фармацевтических средств), что означает прирост на 24 % по сравнению с аналогичным показателем 2015 г. Данное увеличение стимулируется прежде всего спросом на генерики со стороны быстрорастущих рынков, где используется около 88 % генериков и продуктов, отпускаемых без рецепта (Over-the-Counter).

В промышленно развитых странах потребление медикаментов сохраняется на стабильно высоком уровне. При этом основными факторами роста являются целенаправленное терапевтическое воздействие, индивидуальные и инновационные биофармацевтические препараты для лечения редких, хронических и генетических заболеваний. К 2020 г. доля специализированных лекарственных средств достигнет 28 % совокупного потребления медикаментов.