



УДК 061.4:658.788.4

## ROSUPACK — 2019: БИЗНЕС-СОБЫТИЕ В ИНДУСТРИИ УПАКОВКИ

В ветеринарно-санитарных правилах для предприятий (цехов) переработки птицы и производства яйцепродуктов большое внимание отводится необходимости применения качественной, неповрежденной упаковки продукции с четкой маркировкой. Она позволяет существенно продлить срок хранения продукции, особенно когда осуществляется с использованием вакуума или газовой среды.

Существующие стандарты на продукцию отрасли предписывают осуществлять реализацию мяса птицы только в упакованном виде, поэтому в настоящее время почти 90% тушек бройлеров и их частей упаковывают в пластиковые лотки, обтянутые стретч-пленкой.

Красивая, информативная упаковка способствует улучшению сбыта продукции и повышению экономической эффективности производства мяса птицы. В современном мире потребители часто приобретают продукты питания, выбирая их по привычной, запоминающейся упаковке. В свою очередь производители все чаще используют прозрачную пластиковую упаковку, позволяющую в полном объеме продемонстрировать продукцию. Актуальной стала порционная упаковка, обеспечивающая дополнительные удобства в хранении, приготовлении и быстрой смене ассортимента. Коммерческие обороты набирают съедобные упаковки-контейнеры, с помощью которых производители пытаются снизить вредное воздействие на экологию. Все чаще на полках магазинов можно встретить товары в упаковке из биоразлагаемых полимеров, а также в пластиковой таре с вплавляемой (IML) этикеткой. *IML-labeling* — это сравнительно новая технология декорирования пластиковой тары. Нанесение вплавляемой этикетки возможно только в условиях специального производства, что минимизирует возможность фальсификации товара.

Новые тренды в мире упаковки специалисты имели возможность изучить на **XXIV Международной выставке упаковочной индустрии RosUpack**, которая прошла 18–21 июня в МВЦ «Крокус Экспо». Компания *ITE Group Plc (ITE)* — организатор мероприятия — обеспечила высокое качество и результативность проведения форума. Всем зарегистрированным на выставке *RosUpack* посетителям было предложено воспользоваться системой планирования деловых встреч и переговоров *Match-making*. Она позволяет автоматически выбрать компании, представляющие для вас интерес, назначить встречи с их сотрудниками, а также получить информацию о фирмах, которые интересовались вашими разработками.

В этом году участниками выставки стали более 650 компаний из 36 стран. На протяжении четырех дней выставочный центр стал площадкой для презентации новых технологий и возможностей отечественными и зарубежными предприятиями упаковочной индустрии, а также для профессиональных встреч, дискуссий и обмена опытом. Десятки единиц оборудования демонстрировались в действии.



Выставку посетили более 23 000 специалистов из разных сфер деятельности — от производства упаковки до пищевой промышленности и ритейла. В частности, на *RosUpack* прибыли представители 79 регионов России; число иностранных посетителей составило 1 652 человека, которые приехали из 70 стран.

Отметим, что выставка *RosUpack* сертифицирована по международным стандартам и отмечена Знаком Всемирной ассоциации выставочной индустрии, а также Знаком Российского союза выставок и ярмарок.

В 2019 г. *RosUpack* была впервые внесена в список международных выставок, которые поддерживает Российский экспортный центр (РЭЦ). В этой связи для полутора десятков российских компаний-участников РЭЦ выделил значительные субсидии в качестве поддержки их участия в выставке.

Экспозиция этого года была разделена на несколько крупных блоков:

- упаковочное оборудование;
- оборудование для производства упаковки;
- готовая упаковка и этикетка;



- сырье и материалы;
- складские системы.

Помимо экспозиций специалисты смогли посетить комплекс деловых мероприятий — свыше 10 конференций, презентаций, семинаров и дискуссий с участием более 100 спикеров, в том числе зарубежных. Программа включала все основные аспекты упаковочного рынка: технологические инновации в упаковке, рыночные тенденции спроса и предложения, взаимодействие поставщиков и заказчиков, дизайн и брендинг упаковки, ответственное отношение к окружающей среде. В частности, в ходе конференции «Экологичная упаковка и ответственное потребление» были рассмотрены мировые тенденции и потребительские тренды, а также инициативы ведущих игроков рынка по использованию инноваций в упаковке для сохранения окружающей среды.

В деловой программе участвовали спикеры из когорты крупнейших игроков упаковочной отрасли, а также эксперты — представители ведущих производителей промышленных и продовольственных товаров: *Stora Enso*, *Mondi*, *Metsa Board*, *Nestle*, *Unilever*. В числе ключевых спикеров были: президент Европейской ассоциации брендинга и дизайна упаковки (*EPDA*), управляющий партнер брендингового агентства *Factor* Уве Мелихар; вице-президент *WPO* по вопросам устойчивого развития, генеральный директор Финской упаковочной ассоциации Антро Сайла; старший вице-президент по маркетингу и инновациям *Stora Enso* Бьерн Тунстрем; основатель *WINWIN Design*, член жюри *RED DOT Award* Ренне Ангельвуа; директор по упаковке *Metsa Board* в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке Илка Харьо; экс-руководитель департамента дизайна *PepsiCo* в Восточной Европе Сильке Бочат.

Заглавной темой всех выставочных и деловых мероприятий стал глобальный вопрос осознанного потребления и отношения к экологическим проблемам, перехода промышленности к экономике замкнутого цикла. На российском рынке пластиковой тары и упаковки с 2010 г. наблюдается положительная динамика объемов производства; исключение составил 2015 год, когда имел место незначительный спад (–5,3% по отношению к 2014-му). Наибольший прирост объемов производства пришелся на 2016 год и составил 26,4% по отношению к 2015-му. По итогам 2018 г. объем производства пластиковой тары и упаковки на 6,9% превысил показатель 2017 г.

Под влиянием растущей озабоченности общественности по поводу воздействия использованной упаковки на окружающую среду владельцы крупнейших брендов заявили о намерении использовать пригодную для утилизации экологичную упаковку. Европейский союз также инициировал ряд законов и нормативных актов, поддерживающих стремление к более широкому применению вторичных материалов в упаковке.

Серьезные изменения в отношении ответственности за упаковку ожидаются к 2025 г.: бренды *Unilever*, *Pepsico*, *Werner&Mertz*, *Ecover*, *Danone-Evian*, *Coca-Cola* и *McDonalds* планируют перейти на использование упаковки, стопроцентно пригодной для утилизации и повторного использования, в связи с директивой Комиссии ЕС о том, что к 2030 г. вся пластиковая упаковка на европейском рынке должна полностью перерабатываться и вовлекаться во вторичный оборот.

В настоящее время использование эффективных стратегий продаж заставляет производителей индивидуализировать упаковку, создавая уникальные формы, что способствует повышению конкурентоспособности продукции.

Следует отметить, что примеров поставки за рубеж российского упаковочного оборудования становится все больше, однако пока не наблюдается его заметной роли на мировом рынке. Тем не менее, есть надежда, что со временем и мы добьемся своего «места под солнцем».

Как и в прошлом году, был проведен традиционный конкурс на лучшую упаковку *PART Awards*, в котором приняли участие производители и дизайнеры упаковочных решений из 36 компаний, а также студенты семи профильных вузов. Они представили жюри максимальное за 8 лет истории конкурса количество работ — 83. Соревнование проводилось в трех номинациях: «Производитель года», «Студенческий концепт» и «Экологичная упаковка» (новая номинация). Церемония награждения лауреатов состоялась 20 июня. Победителями в номинации «Производитель года» стали: ООО НПЦ НТ «АЗИМУТ», ООО «Полиграф-Защита СПб», ООО «Универсальные пищевые технологии», АО «ГОТЭК», ООО «Эль Пако» и ООО «Титан». В номинации «Экологичная упаковка» лидировали СОЭМЗ, ООО «ИКЕА ТОРГ» и ООО «ЛогоПолимер». Лауреатами в номинации «Студенческий концепт» стали А. Китова и А. Шибаев.

Партнеры *RosUpack* подготовили для участников конкурса несколько специальных призов, в частности сертификат на разработку бренда под ключ и возможность



принять участие в конкурсе *World Star Awards*, организованном Всемирной организацией упаковщиков, приславшей в этом году на выставку свою делегацию.

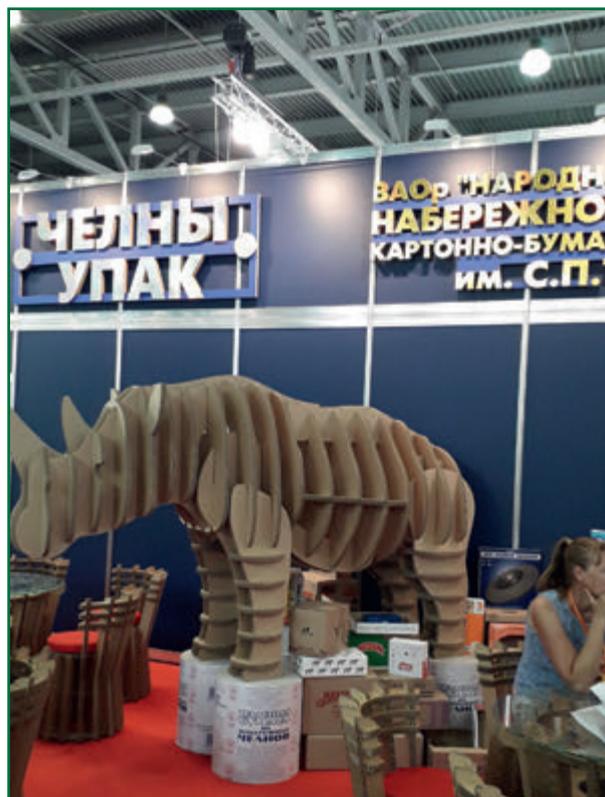
Отдельно хочется отметить, что в июне этого года исполнилось 20 лет portalу *Unipack.ru* — одному из лидеров отраслевого информационного рынка. В преддверии XXIV Международной выставки *RosUpack* портал предоставил компаниям возможность рассказать об оригинальных технологиях и инновациях, которые они планировали показать на выставке. Этот сетевой ресурс уже два десятилетия с успехом выполняет роль маяка для российской упаковочной индустрии, обеспечивая ее полноценной профессиональной информацией.

Как и в прошлые годы, выставка упаковочной индустрии *RosUpack* проходила параллельно с **международной выставкой оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства *Printech***.

Сегодня невозможно представить, чтобы товар продавался без этикетки. Нанесение на упаковку сопроводительной информации — неотъемлемая часть технологического процесса. Этикетки сообщают потребителям необходимые сведения о товаре, производителе, дате выпуска, условиях хранения и пр. Все более популярными становятся наклейки оригинальной конфигурации, а также самоклеящиеся этикетки, преимуществом которых является удобство в использовании.

Тенденции этикеточного рынка в России во многом схожи с общемировыми. Современные условия требуют от производителей сокращения тиражей, что связано с выпуском ограниченных партий товаров, например к праздникам или важным датам. Кроме того, в настоящее время довольно часто меняется размещаемая на этикетке информация о продукции.

Для посетителей — представителей полиграфического бизнеса были проведены крупные тематические мероприятия: бизнес-академия *Printech*, где рассматривались вопросы развития и диверсификации полиграфического бизнеса; школа печатника (серия технических ма-



стер-классов для технологов и инженеров); конференция «Современные технологии производства этикеточной продукции» и др.

В июне следующего года в МВЦ «Крокус Экспо» состоится юбилейная XXV Международная выставка упаковочной индустрии *RosUpack*, которую непременно надо посетить. Это даст возможность понять, как тенденции в мире упаковки отражаются на бизнес-процессах, технологиях ритейла и дизайне этикеток, корпоративной культуре и коммуникациях с потребителями. □

Л.Е. Великоцкая

### Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас оформить подписку на сборник научно-технической информации (НТИ) в помощь руководителю — «Птица и ее переработка: проблемы, опыт, решения». Он выпускается на основе перевода и анализа более 300 источников информации.

В сборнике публикуются актуальные материалы, отражающие российский и зарубежный опыт, касающийся вопросов птицеводческого комплекса.

В каждом номере представлена информация по основным тематическим направлениям: мировое птицеводство; российский опыт; кормление и содержание птицы; технология переработки птицы и яиц; продукты отрасли — мясо птицы, яйцо и яйцопродукты; безопасность продуктов птицеводства; ветеринария и зоогигиена на предприятиях; селекция и генетика, а также многое другое, что позволяет ориентироваться в новейших достижениях отечественной и зарубежной птицеводческой индустрии.

Сборник выходит в двух частях: в I и II полугодиях. По договоренности с заказчиками возможна электронная рассылка издания. Цена годовой подписки — 4000 руб. (в т.ч. НДС 20%).

Для оформления подписки (договора, счета и других бухгалтерских документов) необходимо предоставить реквизиты организации по **e-mail: katerinamart75@mail.ru**.

**Ответим на ваши вопросы по тел.: +7 (495) 944-57-72.**

### ВНИИПП предлагает