



КАК ОБЪЕДИНИТЬСЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ И ПОТРЕБИТЕЛЯМ ПОЛИМЕРОВ?

Ответы искали участники встречи в «СИБУР ПолиЛабе».

Проблема №1. Снижение потребления

Конец февраля – начало марта ознаменовались уходом многих торговых марок с рынка РФ. Как следствие, значительно сократились заказы на упаковку от транснациональных компаний и крупных локальных производителей. Так, в полтора раза уменьшилось количество заказов от Mondelez, в два – от Danone. Из-за недостатка сырья в три раза снизилась потребность в упаковке у PepsiCo и Froneri, в четыре – у Moscart. Многие заказчики, например «Белая Дача», в целях оптимизации переходят на более дешевые материалы.

ОФИЦИАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ С НАЧАЛА ГОДА СОСТАВИЛ 9,95%. КАК СЛЕДСТВИЕ, УЖЕ В II КВАРТАЛЕ ОЖИДАЕТСЯ СОКРАЩЕНИЕ СПРОСА НА УПАКОВКУ НА 5–7%, А ПО ОТДЕЛЬНЫМ ЕЕ ВИДАМ – ДО 40%

Падение покупательной способности населения также отрицательно повлияло на рынок. Ажиотажный спрос на продукты первой необходимости в марте – апреле ожидаемо сменился резким сокращением потребительской корзины. Покупательские предпочтения заметно сместились к продуктам эконом-сегмента с простыми упаковочными решениями. Официальный уровень инфляции с начала года составил 9,95%. Как следствие, уже в II квартале ожидается сокращение спроса на упаковку на 5–7%, а по отдельным ее видам – до 40%.



У большинства производителей красок осталось лишь на полтора месяца использования. Как один из вариантов решения проблемы рассматривается переход с глубокой печати на флексографию.

ИНДУСТРИЯ ИСПЫТЫВАЕТ ДЕФИЦИТ ОПРЕДЕЛЕННЫХ МАРОК ПОЛИМЕРОВ, КЛЕЯ, КОМПОНЕНТОВ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА БУМАГИ. УЖЕ СЕЙЧАС МНОГИЕ КОМПАНИИ АКТИВНО ПЕРЕКЛЮЧАЮТСЯ НА ЗАКУПКУ ЭТИХ МАТЕРИАЛОВ У КИТАЙСКИХ ПАРТНЕРОВ

Проблема №2. Дефицит сырья

Перед отраслью встала серьезная проблема дефицита сырья. Пятый пакет санкций ЕС вынудил уйти с рынка РФ крупного поставщика – компанию Siegwark. В результате цены на краски поднялись в два раза. Ситуацию усугубляет политика отечественных регуляторов. В России запрещены растворители на спирте, которые используются во всем мире. До санкций в нашу страну ввозили краски и растворители на основе n-пропанола – теперь прекращены и эти поставки. У большинства производителей красок осталось лишь на полтора месяца использования. Поскольку в России нет собственного производства подобных компонентов, а запуск требуемых мощностей не планируется, сложившаяся ситуация грозит полной остановкой рынка гибкой упаковки. Как один из вариантов решения проблемы рассматривается переход с глубокой печати на флексографию.

Также индустрия испытывает дефицит определенных марок полимеров, клея, компонентов для производства бумаги. Уже сейчас многие компании активно переключаются на закупку этих материалов у китайских партнеров.

Эксперты отметили, что наибольшие проблемы в отрасли отмечаются в сегменте Tetra Pak. Из-за ухода из страны компании Елорак, которая занимала 15% нашего рынка, производители столкнулись с дефицитом картонной основы. В качестве решения рассматривается приоритизация объемов Tetra Pak в пользу социально значимых товаров (молока, детского питания), остальные объемы линий – доразливать в ПЭТФ- и ПЭВП-бутылки или в ПЭ-пакеты.



Несмотря на рост мировых цен на БОПП и увеличение процента затратных составляющих, «БИАКСПЛЕНУ» удалось удержать повышение цен в пределах 12%.

90% ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПЕЧАТНИКОВ ЗАДЕЙСТВОВАЛИ ВСЕ СВОИ ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА. В СКОРОМ ВРЕМЕНИ ЧАСТЬ КОМПАНИЙ МОЖЕТ НЕ ВЫДЕРЖАТЬ ТАКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДАВЛЕНИЯ И УЙТИ С РЫНКА

Проблема №3. Сокращение маржинальности

Высокая волатильность рубля, подорожание материалов и инструментов снизили маржинальность печатников с 25% на 1 кв. м до 9–17%. Сегодня упаковочная отрасль оказалась зажата между двумя кардинально противоположными курсами смежных отраслей. Нефтехимия и продовольственная отрасль повысили цены и снизили проценты по отсрочкам, в то время как рынок FMCG продолжает сдерживать рост цен и сохраняет отсрочки 120 календарных дней.

Дополнительное давление на упаковочную отрасль продолжают оказывать регуляторы, требуя сдерживания роста цен на полимеры и упаковку и отказывая в смещении сроков на внедрение обязательной маркировки. 90% отечественных печатников задействовали все свои оборотные средства. В скором времени часть компаний может не выдержать такого экономического давления и уйти с рынка.

Отдельного внимания заслуживает изменение структуры импорта БОПП-пленки. С начала года цена на материал в Европе поднялась на 25%, рост логистических тарифов по ряду направлений вырос в три-пять раз. Как следствие, импорт материала с января по март сократился с 2300 т/мес. до 1700 т/мес. Однако, несмотря на рост мировых цен на БОПП и увеличение процента затратных составляющих, «БИАКСПЛЕНУ» удалось удержать повышение цен в пределах 12%.



Для СИБУРа рынок РФ всегда был и остается приоритетным. Обеспечение внутреннего спроса – неотъемлемая задача каждого подразделения компании.

ПОДДЕРЖКА РЫНКА УПАКОВКИ В КРИТИЧЕСКИЙ ПЕРИОД – ОБЩАЯ ЗАДАЧА ДЛЯ ВСЕХ ЕГО ИГРОКОВ. НЕОБХОДИМО УЧАСТИЕ КАК ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕГУЛЯТОРОВ, ТАК И КАЖДОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ОТРАСЛИ

Что дальше

Поддержка рынка упаковки в критический период – общая задача для всех его игроков. Необходимо участие как государственных регуляторов, так и каждого представителя отрасли. На встрече был разработан комплекс мер для преодоления кризиса.

Помимо консолидации потребностей нужно внедрять новые банковские инструменты и схемы финансирования. Требуется увеличить горизонт прогнозирования цен до трех месяцев. Для этого необходим прозрачный подход по всей цепочке продукта, который позволит переключать повышение равномерно. В текущей ситуации конвертеры не успевают этого делать.

Упаковочная индустрия нуждается в упрощенном таможенном оформлении импорта из Турции и Азии на материалы, необходимые для замещения продуктов ушедших с рынка западных компаний. При этом важно повысить пошлины на ввоз из этих стран готовой гибкой упаковки. Мощности Китая и Турции в этом сегменте значительно превосходят российские, поэтому отечественные производители могут столкнуться с реверсом своего сырья в виде готовой продукции, что станет дополнительным ударом по и без того ослабленному рынку.

Для СИБУРа рынок РФ всегда был и остается приоритетным. Обеспечение внутреннего спроса – неотъемлемая задача каждого подразделения компании. СИБУР организовал сбор потребностей всех участников отрасли и по возможности подбирает альтернативы из числа локальных марок или запускает разработку новых материалов на мощностях «СИБУР ПолиЛаба». Уже сейчас спрос на импортозамещающие марки со стороны переработчиков составляет более 140 тыс. тонн полимеров в год.



СИБУР оказывает поддержку в обеспечении рынка необходимыми для производства импортными ингредиентами: добавками, красителями, растворителями, комплектующими.

Также СИБУР оказывает поддержку в обеспечении рынка необходимыми для производства импортными ингредиентами (добавками, красителями, растворителями, комплектующими), прорабатывает механизмы поставок из Турции и стран Азии, проводит обучение тех конвертеров, которые еще не имели подобного опыта. На данный момент потребность отечественного рынка в добавках оценивается более чем в 5 тыс. тонн.

СЕЙЧАС У ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАПОЛНИТЬ НИШИ, ОБРАЗОВАВШИЕСЯ НА РЫНКЕ. НО ДЛЯ ЭТОГО НЕОБХОДИМО ВВОДИТЬ НОВЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЛИНИИ

Сейчас у отечественных производителей есть возможность заполнить ниши, образовавшиеся на рынке. Но для этого необходимо вводить новые производственные линии по краске, клею, бумаге. СИБУР готов рассматривать различные варианты внедрения производственных линий. Например, в виде инвестиционного форсажа, когда компания вкладывается в запуск нового производства, а конвертеры-печатники берут на себя обязательства по объемам использования готового продукта.

Влад Яценко,
генеральный директор «Конфлекс»:

«Мероприятие, безусловно, оказалось полезным. Во-первых, встречи лидеров отрасли сами по себе всегда идут во благо, так как способствуют внутриотраслевым коммуникациям между компаниями на разных уровнях. Во-вторых, выработан целый ряд идей и предложений «наверх», которые могут способствовать преодолению кризиса. Пусть сработают не все, а только часть из них, но без такой встречи, без мозгового штурма не было бы и их. В-третьих, было полезно услышать позицию «БИАКСПЛЕНА» и СИБУРа. Это добавило понимания ситуации.»

Вывод: встречаться надо регулярно! Если раньше встречались раз в год, то теперь раз в квартал. Ну или переводить общение в телеграм-канал. А лучше, и то и другое. На мой взгляд, стоило уделить меньше времени дискуссии о горизонте ценообразования. Этот вопрос важен, но в текущей ситуации, при наличии новых вызовов и рисков, в торостепенен. Лучше было подробнее детализировать антикризисные предложения».

Андрей Петров,

директор по экономике и управлению эффективностью «БИАКСПЛЕНА»:

«Текущая ситуация на рынке упаковки требует консолидации усилий всех участников производственной цепочки – от производителей полимеров до FMCG-компаний. Совместно с партнерами СИБУР разрабатывает комплекс мер с привлечением профильных ассоциаций и регуляторов, направленных на повышение устойчивости сегмента упаковки. Благодаря ранее сформированной производственной базе и имеющемуся опыту в части R&D СИБУР сможет обеспечить российских производителей упаковки аналогами импортных полимеров и БОПП-пленок и поддержать устойчивость бизнеса клиентов».

СИБУР © ПАО «СИБУР Холдинг», 2024

e-mail: dearcustomer@sibur.ru

Журнал выпускается при участии ЛюдиPEOPLE www.vashagazeta.com

При использовании материалов сайта активная ссылка обязательна

Аудитория: +16