



УПАКОВКА В РОССИИ: ТРЕНДЫ И ПРОГНОЗЫ

Аналитический обзор по итогам онлайн-встречи, организованной компаниями СИБУР и «Магнит».

Тренды в отрасли

В отличие от предыдущих кризисов, для которых были характерны универсальные тренды (снижение спроса, падение покупательской способности), текущая ситуация достаточно уникальна. На фоне западных санкций отрасль сталкивается с дефицитом упаковки (в частности, ПЭТ, асептического картона Tetra Pak, алюминиевых крышек, влагостойких бумажных этикеток) и критически важных для ее производства добавок, специальных марок полимеров, красок, клея, компонентов для производства бумаги. Дополнительное давление оказывает регулятор, уделяя повышенное внимание сдерживанию цен не только на полимеры, но и на саму упаковку и продукты.

В ОТЛИЧИЕ ОТ ПРЕДЫДУЩИХ КРИЗИСОВ, ДЛЯ КОТОРЫХ БЫЛИ ХАРАКТЕРНЫ УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ (СНИЖЕНИЕ СПРОСА, ПАДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ), ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ ДОСТАТОЧНО УНИКАЛЬНА

Говоря об основных трендах в отрасли, можно выделить несколько направлений, в которых спрос был волатилен в апреле и, по прогнозам, останется таким в ближайшее время:

- напитки (в частности, крепкие импортные);
- гибкая и жесткая пищевая упаковка;
- бытовая химия.

В марте и апреле в этих сегментах наблюдался ажиотажный спрос, основными факторами которого были дефицит и затарка, традиционные закупки перед майскими праздниками, а также новости об уходе тех или иных игроков с рынка. В II квартале эксперты прогнозируют падение спроса в этих сегментах. Ожидается и снижение потребительской активности. По данным аналитического агентства Romir, средние расходы и средний чек сокращаются относительно средних значений двенадцати месяцев.

Нетипичные цифры

В середине марта наблюдались нетипичные всплески спроса в некоторых категориях продуктов: речь идет о сегменте фармы (рост спроса на 33%), персональной гигиены (+56%) и ухода за домом (+83%). Этот ажиотаж был спровоцирован санкциями и новостями об уходе игроков с рынка. В продуктовом сегменте рос спрос в категориях бакалеи и безалкогольных напитков – это категории-маркеры, по динамике которых можно судить о начинающемся кризисе. По мнению аналитиков, за ажиотажным спросом последует отрицательная динамика, которая сохранится в II квартале 2022 года.



Можно говорить о потенциале роста жесткой упаковки в РФ и Европе благодаря популярности доставки готовых блюд, восстановлению спроса на продукцию ready-to-eat.

ДОЛЯ КОМБИНИРОВАННОЙ УПАКОВКИ В РОССИИ ВЫШЕ, ЧЕМ В ЕВРОПЕ, ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ СВЯЗАНО С БОЛЬШЕЙ ПОПУЛЯРНОСТЬЮ ЗЕЛЕННОЙ ПОВЕСТКИ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ – В ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ ОНА, ВОЗМОЖНО, НЕ ОЧЕНЬ АКТУАЛЬНА, НО СО СЦЕНЫ ТОЧНО НЕ УЙДЕТ

Тонкости структуры

Полимерная упаковка, как гибкая, так и жесткая, занимает значительную долю в структуре рынка в России и европейских странах. Стекло и металл делят между собой равные доли – гораздо более скромные. Эти материалы проигрывают в части веса и сохранения свойств полимерным продуктам, и это станет одной из причин негативного влияния, которое будет оказывать на объемы их потребления в ближайшие три-пять лет электронная коммерция. Что касается полимерной упаковки, этот канал демонстрировал активный рост во время пандемии и далее продолжит расти. Больше половины покупателей

считают его наиболее выгодным с точки зрения цены, по данным аналитического агентства Nielsen. Также можно говорить о потенциале роста жесткой упаковки в РФ и Европе благодаря популярности доставки готовых блюд, восстановлению спроса на продукцию ready-to-eat, частичному замещению гибкой упаковки с меньшим потенциалом вторичной переработки.

Доля комбинированной упаковки в России выше, чем в Европе, что может быть связано с большей популярностью зеленой повестки в европейских странах – в текущей ситуации она, возможно, не очень актуальна, но со сцены точно не уйдет. Требования к перерабатываемости будут стимулировать уход от комбинированной упаковки и переход на мономатериалы в жестких и гибких полимерных решениях.

Упаковка, которая используется в РФ и Европе



	РФ	Упаковка	Европа
	14%	КОМБИНИРОВАННАЯ УПАКОВКА	10%
	5%	БУМАГА	9%
	16%	ЖЕСТКАЯ ПЛАСТИКОВАЯ УПАКОВКА	23%
	47%	ГИБКАЯ ПЛАСТИКОВАЯ УПАКОВКА	41%
	6%	ТЕТРА ПАК	6%
	5%	СТЕКЛО	5%
	4%	МЕТАЛЛИЧЕСКАЯ УПАКОВКА	4%

Сложности и вызовы

Что принес пятый пакет санкций, который на данный момент больше прежних ударил по отрасли? Запрещен ввоз таких важных компонентов, как типографские краски, лак, химические добавки, а также отдельных видов упаковки, оборудования для печати, компонентов для производства бумаги. Запрет коснулся и логистики – как сухопутной, так и морской. В дальнейшем мы столкнемся с дефицитом материалов, сырья, оборудования и запчастей, с изменением и удорожанием логистических цепочек, увеличением длительности операционного цикла, удорожанием материалов. Может сократиться предложение на рынке. Изменится структура импорта – с учетом новых азиатских направлений. Снизится потребительский спрос и доходы населения.

В ДАЛЬНЕЙШЕМ МЫ СТОЛКНЕМСЯ С ДЕФИЦИТОМ МАТЕРИАЛОВ, СЫРЬЯ, ОБОРУДОВАНИЯ И ЗАПЧАСТЕЙ, С ИЗМЕНЕНИЕМ И УДОРОЖАНИЕМ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПОЧЕК, УВЕЛИЧЕНИЕМ ДЛИТЕЛЬНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО ЦИКЛА, УДОРОЖАНИЕМ МАТЕРИАЛОВ

Перед поставщиками, переработчиками и конечными производителями встают новые вызовы. Прежде всего это изменение и

В сегментах гибкой и жесткой полимерной упаковки решением проблемы ограниченности поставок может быть оперативное замещение импорта отдельных видов сырья, полипропиленовых, полиэтиленовых и БОПП-пленок, локализация производства ряда марок импортных полимеров (специфические марки ПЭВП и сополимеров ПП), а также снижение требований к срокам годности, внешнему виду и физико-механическим свойствам упаковки. В сегменте комбинированной упаковки, где сейчас ограничены поставки клеевых компонентов, фольги для ламинирования, выходом может стать увеличение толщины упаковки и ее упрощение, замена дефицитных компонентов в структуре на имеющиеся на рынке аналоги – возможно, полимерные, что приведет к повышению перерабатываемости самой упаковки.



Говоря о сложностях с упаковкой в сегменте напитков, нельзя не отметить дефицит ПЭТ – локальный, в основном связанный с уходом одного из основных игроков с рынка – и дефицит крышек. Одним из решений здесь может быть ускоренная омологация имеющихся на российском рынке крышечных марок и регулирование вторичного рынка ПЭТ для освобождения дополнительных объемов производства. Столкнулась со сложностями и упаковка Tetra Pak. Одним из решений может быть дозагрузка линий ПЭТ- и ПП-бутылки, а также приоритезация объемов Tetra Pak в пользу продуктов социальной значимости, таких как молоко и детское питание.

ДЕФИЦИТ ИМПОРТНОГО СЫРЬЯ И КОМПЛЕКТУЮЩИХ БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА, ПОИСКУ НОВЫХ ЛОКАЛЬНЫХ ПОСТАВЩИКОВ И ПОСТАВЩИКОВ В АЗИИ, ОПЕРАТИВНЫМ ОМОЛОГАЦИЯМ, УПРОЩЕНИЮ СТРУКТУРЫ УПАКОВКИ

В части стеклянной упаковки основные сложности вызваны дефицитом алюминиевых крышек и отсутствием бумажной этикетки. В качестве предложений возможна замена бумажных этикеток на полипропиленовые БОПП-пленки и локализация производства марки для колпачков. В части металлической упаковки проблемы связаны также с уходом одного из игроков с рынка, но и здесь возможны решения, и это снятие ряда ограничений на розлив напитков в ПЭТ с целью высвобождения дополнительного объема для банки.

Проблема vs потенциал

В ближайшие месяцы на ситуацию в отрасли упаковки будут влиять:

- снижение покупательской способности;

- рост себестоимости производства особенно для упаковки с высокой долей валютной составляющей);
- сужение ассортимента вследствие сокращения импорта и ухода с рынка глобальных игроков;
- дефицит сырья;
- дополнительные санкционные ограничения.



Дефицит импортной упаковки может означать потенциал для замещения импорта, оперативной замены на локальные продукты, которая поможет рынку.

Ключевыми последствиями изменения макроэкономической ситуации для российского рынка станет снижение спроса, рост цен и падение покупательской способности. Однако дефицит импортного сырья и комплектующих будет способствовать оптимизации производства, поиску новых локальных поставщиков и поставщиков в Азии, оперативным омологациям, упрощению структуры упаковки. Дефицит импортной упаковки может означать потенциал для замещения импорта, оперативной замены на локальные продукты, которая поможет рынку. Освоению новых ниш может поспособствовать и дефицит продуктов-субститутов (бумаги, фольги, ПЭТ, бумажной этикетки и самоклейки). Текущая ситуация, помимо глобальных вызовов, дает нам и большие возможности, которые мы вместе и оперативно должны использовать.