



## 10 ЦВЕТОВ ДЛЯ «СЛОЙКИ»

**Игорь Есин**, генеральный директор компании «ТИКО-Пластик», – о том, чего потребители ждут от гибкой полимерной упаковки и что для этого можно сделать.

**В последние годы рынок гибкой упаковки показывает опережающий рост. Ваша компания – один из участников этого рынка. Какова ситуация на рынке сегодня? По каким товарным направлениям вы работаете сейчас?**

---

ПОМИМО ЗАКУПОК СЫРЬЯ, У НАС РАЗВИВАЕТСЯ ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО: МЫ ТЕСТИРУЕМ ВСЕ НОВЫЕ РАЗРАБОТКИ СИБУРА И ДАЕМ СВОИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ.

---

Наша компания была основана в 1999 году, и с первых дней своего существования мы производили полиэтиленовую пленку и пакеты. У нас есть несколько основных направлений деятельности – это изготовление однослойной и многослойной пленки с печатью, специальной упаковки, производство заказных и серийных пакетов (то есть с логотипом заказчика или типовым дизайном).

Позиции «ТИКО-Пластик» сегодня достаточно сильны, и наше текущее развитие происходит на фоне расширения спроса. Согласно экспертным оценкам, в 2016 году российский рынок гибкой полимерной упаковки вырос на 2–4%, и, если верить прогнозам, по итогам текущего года он прирастет еще на 4–5%. При этом наш сегмент развивается и в качественную сторону. В частности, для него характерно увеличение уровня технологичности материалов и повышение требований к функциональности упаковки.

**Очевидно, что сегодня отечественные производители вполне удовлетворяют внутренний спрос на упаковку. А как обстоят дела с обеспеченностью предприятий отечественным сырьем? Вы делаете свои изделия из российских полимеров?**

Разумеется. Порядка 60% потребляемого нами полиэтилена произведено в России, одним из ключевых наших поставщиков является СИБУР.

МЫ СЧИТАЕМ ОЧЕНЬ ЭФФЕКТИВНЫМИ МЕРОПРИЯТИЯМИ КЛИЕНТСКИЕ ФОРУМЫ СИБУРА, ГДЕ КОМПАНИИ МОГУТ ПОЛУЧИТЬ ВАЖНУЮ ИНФОРМАЦИЮ – ОТ ХАРАКТЕРИСТИК НОВЫХ ПРОДУКТОВ ДО РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ НА РЫНКЕ.

### **Расскажите об опыте вашей работы с СИБУРОм?**

Наше активное взаимодействие началось в 2007 году. В 2010-м мы перешли на формульный договор по закупке полиэтилена. С тех пор объемы поставок СИБУРа в адрес «ТИКО-Пластик» возросли в шесть раз.

Очень важно, что, помимо закупок сырья, у нас развивается техническое сотрудничество: мы тестируем все новые разработки СИБУРа и даем свои заключения. Например, специалисты «ТИКО-Пластик» периодически проводят апробацию полиэтиленов СИБУРа, содержащих новые добавки. Мы довольны уровнем и глубиной взаимодействия и считаем, что у нашего партнерства есть хорошие долгосрочные перспективы.

### **Текущего марочного ассортимента СИБУРа достаточно? Или вы ожидаете появления каких-то новых продуктов?**

Всегда хочется большего: рынку требуются новинки... Однако уже виден выход. Мы ждем, что после пуска «ЗапСибНефтехима» появится больше актуальных решений. Также мы готовы рассматривать новые пленки со специальными свойствами, которые может предложить входящий в СИБУР «БИАКСПЛЕН».



*«БИАКСПЛЕН» готов предлагать Клиентам больше актуальных решений.*

### **Сегодня СИБУР активно развивает клиентоориентированность. Вы ощущаете это на себе? Что-то меняется?**

Подход СИБУРа к клиентам всегда был достойным. Но стоит отметить, что он совершенствуется. Мы считаем очень эффективными мероприятиями клиентские форумы, где компании могут получить важную информацию – от характеристик новых продуктов до рекомендаций по продвижению на рынке. В ходе совместных встреч мы обсуждаем индивидуальную стратегию взаимодействия и технологические аспекты.

**В чем состоят основные приоритеты работы компании «ТИКО-Пластик» в 2017 году? Каких целей вы планируете добиться в будущем?**

---

УЖЕ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ МЫ ИЗГОТАВЛИВАЕМ ПЛЕНКУ С МАТОВЫМ И ГЛЯНЦЕВЫМ ЭФФЕКТОМ. В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ РАСШИРИЛИ ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ, ТЕПЕРЬ МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ БОЛЬШЕ ТАКТИЛЬНЫХ ЭФФЕКТОВ, НАПРИМЕР, ВОПЛОЩАЕМ ТАК НАЗЫВАЕМЫЙ ЭФФЕКТ БУМАГИ.

---

Мы считаем, что для сохранения своих позиций на рынке нужны две вещи: непрерывное совершенствование качества продукции и развитие долгосрочных отношений со своими клиентами. Это связанные друг с другом задачи: без интересных предложений сложно удержать потребителей. Поэтому мы осваиваем новые технологии изготовления полимерных пленок и нанесения на них изображений. Также планируем активно развивать существующую линейку многослойных материалов для улучшения их барьерных свойств.

Если говорить о приоритетных технологиях, то большое внимание мы планируем уделять внедрению решений в области флексопечати, которые позволяют создавать уникальные эффекты дизайна. Это весьма востребовано сегодня рынком. Уже несколько лет мы изготавливаем пленку с матовым и глянцевым эффектом. В последнее время расширили технические возможности, теперь мы используем больше тактильных эффектов, например, воплощаем так называемый эффект бумаги.

**Технологическое развитие любой компании – это прежде всего обновление оборудования. Во что инвестируете сегодня средства?**

Ежегодно мы расширяем и модернизируем наш парк оборудования. В этом году компания занимается установкой нового универсального ламинатора Super Combi 4000 NORDMECCANICA. «ТИКО-Пластик» стала первой российской компанией, у которой есть эта последняя, усовершенствованная модель, отличающаяся высоким уровнем автоматизации. Также в 2017 году на предприятии готовится к запуску новая 10-красочная флексографическая печатная машина FPlus COMEXI, рассматривается проект по установке многослойной экструзии.



*«ТИКО-Пластик» выступил спонсором городского субботника в Дзержинске, а его сотрудники приняли участие в*

## Этот год в России объявлен Годом экологии. Для вашей компании это актуально?

---

«ТИКО-ПЛАСТИК» УДЕЛЯЕТ ВНИМАНИЕ ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ВОПРОСАХ ОХРАНЫ ПРИРОДЫ. В ЧАСТНОСТИ, РУКОВОДЯЩИЙ СОСТАВ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ ПРОХОДИТ КУРС ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОГРАММЕ «ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯМИ И СПЕЦИАЛИСТАМИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ».

---

Разумеется, тема экологии, безопасности для потребителей и окружающей среды для нас является важной. Повышение экологичности производства полимерных изделий достигается такими мерами, как использование современных технологий рециклинга, изготовление экологически дружелюбной упаковки и реализация экологических программ. Именно их наше предприятие и воплощает в своей деятельности.

«ТИКО-Пластик» регулярно спонсирует городские мероприятия, направленные на защиту и охрану окружающей среды, и имеет комплексную систему рециклинга полимеров. Кроме того, на нашем предприятии по индивидуальным заказам производятся биоразлагаемые пакеты, для изготовления которых используется либо материал Mater-Bi (совместный проект с Novamont), либо специальная оксобиоразлагаемая добавка (в 2011 году за данную продукцию компания получили диплом «Новинка» в конкурсе «100 лучших товаров России»).

Наконец, «ТИКО-Пластик» уделяет внимание повышению квалификации персонала в вопросах охраны природы. В частности, руководящий состав предприятия в обязательном порядке проходит курс обучения по программе «Обеспечение экологической безопасности руководителями и специалистами систем управления».

## **В начале года «ТИКО-Пластик» участвовала в международном конкурсе упаковки «ПродЭкстраПак» и получила несколько престижных наград. Какие преимущества вашей продукции позволили компании победить конкурентов?**

Свои продукты мы создаем в сотрудничестве с клиентами и ключевыми партнерами по бизнесу, в том числе с СИБУРОм. Поэтому они и отвечают современным тенденциям рынка упаковки.

Одна из наград была получена нами за ламинированную пленку триплекс (в ее составе – металлизированный ПЭТ, БОПП и полиэтилен), которая используется для расфасовки сублимированного кофе. Уникальность данного продукта в том, что благодаря использованию современных красок и пленки с матовым слоем удалось создать на одной части ее поверхности эффект металлизации, тогда как на другой – эффект матового лака. Таким образом, посредством использования технологий флексопечати мы без дополнительных затрат создали премиальную упаковку, которая адаптирована под опцию reel-эффекта (легкого открытия). Благодаря использованию полиэтилена высокого качества к пакетам из такой пленки хорошо крепится застежка зиплок. В премиальном варианте мы делаем как пищевую, так и непищевую упаковку для самого широкого спектра продуктов.

Вторую награду мы получили за пленку для упаковки влажных салфеток с 10-красочной флексопечатью. В ней применяется материал дуплекс, в составе которого – матовая пленка БОПП и полиэтилен, которые позволяют ей быть оптимальным решением для хранения санитарно-гигиенической продукции. Использование современных полимерных материалов со специальными добавками позволяет придать упаковке уникальный тактильный и визуальный эффект бумаги, а высокое качество флексопечати создает яркое, четкое изображение. Кроме того, наша пленка имеет высокие барьерные свойства.

Третью награду на конкурсе получила ламинированная пленка триплекс, предназначенная для расфасовки гренок, сухарей и другой снековой продукции. Она имеет уникальную рецептуру, в составе которой содержатся матовый БОПП, металлизированный ПЭТ и полиэтилен. Благодаря использованию высокой линиатуры печати нам удается наносить на нее сложные изображения. Специальная рецептура обеспечивает хорошие сварочные свойства, позволяет формировать прочные широкие швы. Данный вид упаковки создает отличный барьер к проникновению жиров, обеспечивает надежную защиту от воздействия кислорода, света, влаги, а также от проникновения посторонних запахов.

## **Какие рынки для вас являются ключевыми и как прогнозируете их развитие?**

---

Мы вполне успешно работаем с предприятиями Беларуси, Армении, Казахстана, Узбекистана, поставляем им гибкую упаковку с печатью и пакеты. Планируем работать на экспорт и дальше – в настоящее время ведем переговоры о сотрудничестве с рядом зарубежных компаний. Хотя, если честно, на ближайшую перспективу наращивание экспортных поставок – это не основной наш приоритет.

Рынок гибкой полимерной упаковки, на котором мы работаем, считается вполне устойчивым – спрос растет небольшими, но стабильными темпами. Обусловлено это макроэкономическими и макросоциальными факторами. Например, урбанизация естественным образом влечет за собой увеличение объема потребления упакованной продукции.

Я считаю, что в ближайшие годы упаковка станет одним из сегментов – локомотивов рынка полимерной продукции. Уже сегодня мы можем видеть, как возрастает потребление упаковки на рынках пищевых продуктов, гигиены. Данную тенденцию подтверждают и исследования немецкого аналитического агентства Seresana, которые показывают, что самым значимым рынком сбыта для экструзионных продуктов является именно упаковка.

Почти 20 лет назад мы связали свой бизнес с рынком полимерной упаковки и можем с уверенностью сказать, что в России его и дальше ждет расширение.



*Летом 2017-го «ТИКО-Пластик» стал победителем конкурса «Лидер конкурентных продаж».*