

Сейчас спрос падает практически на все группы формованной упаковки – одноразовую посуду, тортницы, микроконтейнеры, молочную упаковку, блистеры. Исключение составляет, разве что, стаканчики из вспененного полистирола для продуктов быстрого приготовления. Но это тоже, скорее всего, только пока.

Прогноз спроса

В 2009 году спрос на формованную упаковку упадет. Наверное, по всей группе изделий, падение составит 20-30%. Наиболее значимое падение ожидает одноразовую посуду, тортницы, блистерную упаковку. Здесь снижение будет на уровне 25-30%. Что касается микроконтейнеров, то они будут вытесняться полиэтиленовыми пакетиками. Менее восприимчивые сегменты – молочная упаковка. Здесь падение будет на уровне 15%. В молочной промышленности термоформованная упаковка будет удерживаться от обвального падения за счет отказа от более дорогой картонной упаковки. На рынках развитых стран мы пока не наблюдаем такого падения спроса на одноразовую посуду. В Америке спрос на одноразовую посуду держится за счет перехода населения на питание в фаст-фудах из ресторанов и кафе. В России другой уровень жизни, поэтому у нас этот фактор не работает.

Технические изменения

Во-первых, ПС будет отвоевывать позиции у ПП в производстве одноразовой посуды и молочной упаковки. К концу 2009 году на долю ПС будет приходиться около 40% общего объема производства данной продукции.

Во многих странах применение ПС в производстве одноразовой посуды запрещено. В России за последние четыре года данный полимер стремительно вытеснялся. Однако теперь, скорее всего, нас ждет ренессанс ПС в термоформовании. Точно также ПВХ будет обратно отвоевывать свои позиции у ПЭТ в производстве тортниц и коррексов. Одним из способов удешевления производства является использование различных наполнителей. Конечно, дешевые наполнители будут все чаще и чаще использоваться. В общем, чтобы выжить, производителям нужно сокращать издержки. В условиях кризиса для этого есть один путь – применение более дешевого сырья. На потребителе это отразится в том, что он будет использовать вредную для здоровья посуду и упаковку. Но, мы же совсем недавно так жили.

Сейчас у всех одна задача – выжить. Как только ситуация начнет выправляться, - начнется глобальный передел рынка. Все-таки рынок формованной упаковки в России еще не оформленный, слабоконсолидированный. Масса мелких компаний. Маржа достаточно большая. Кризис невольно является катализатором процессов укрупнения отрасли. И эти процессы уже пошли. Кто кого будет покупать? Кто выживет. Не факт, что крупным компаниям будет легче выжить.

В Америке как раз легче пришлось мелким региональным производителям, а крупные национальные операторы вынуждены закрываться. У мелкого переработчика выше доля переменных издержек в себестоимости продукта. Ему гораздо безболезненней

сократить объемы производства.