

# БУМАГА ПРОТИВ ПЛАСТИКА

## РЫНОК БУМАГИ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ ПРИНЯТО ДЕЛИТЬ НА ДВА СЕКТОРА — БУМАГА ДЛЯ УПАКОВКИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И ДЛЯ ПЕЧАТИ ДЛЯ НИХ ЭТИКЕТОК. В БОРЬБЕ ЗА ПЕРВЫЙ СЕКТОР РОССИЙСКИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ БУМАГИ ПРИДЕТСЯ СТОЛКНУТЬСЯ НЕ ТОЛЬКО С ЗАПАДНЫМИ КОНКУРЕНТАМИ, НО И С ПОСТАВЩИКАМИ ПОЛИМЕРНОЙ УПАКОВКИ, ВЫТЕСНЯЮЩИМИ ИХ С РЫНКА. В БОРЬБЕ ЗА СЕКТОР ЭТИКЕТОЧНОЙ БУМАГИ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ЗАВОДЫ УЖЕ ПОТЕРПЕЛИ ПОРАЖЕНИЕ.

ДМИТРИЙ МОЛЧАЛИН

Пищевая промышленность — крупнейший потребитель упаковочной бумаги. Вся бумага, производимая для этой отрасли, делится на ту, которая непосредственно контактирует с пищевыми продуктами, и бумагу для печати этикеток. Ситуация в этих сегментах рынка сложилась прямо противоположная. В производстве пищевой бумаги лидируют отечественные производители. По данным Северо-западной лесопромышленной компании (СЗЛК), лидерами являются подконтрольный СЗЛК Неманский ЦБК, входящая в «Континенталь менеджмент» Троицкая бумфабрика, а также фабрика «Коммунар» (Ленинградская область).

Что касается бумаги для выпуска этикеток, то, по данным ассоциации «Бумпром», более 60% этого сегмента рынка приходится на импорт. В «Континенталь менеджменте» уточняют, что крупнейшими импортерами этикеточной бумаги в Россию являются производители Финляндии, Швеции, Германии, Франции и Италии. Крупнейшим российским производителем этикеточной бумаги является Архангельский ЦБК (30% российского производства), вторым по величине — Краснокамская бумажная фабрика Гознака.

Таким образом, перед российскими производителями стоит задача как минимум не потерять тот сегмент рынка, в котором они пока сильны, — производство бумаги для пищевой промышленности. Как говорят в «Бумпроме», во всем мире самая обсуждаемая тема в этом сегменте — экологичность выпускаемой бумаги. Упаковка соприкасается с пищевыми продуктами, поэтому не должна содержать никаких вредных веществ. «Сегодня эта составляющая, во многом имиджевая, имеет первостепенное значение при выборе упаковочной бумаги», — констатируют в «Бумпроме».

**МЕСТО БУМАГИ** Борьба за рынок именно пищевой упаковки разворачивается не случайно. На пищевую промышленность приходится около 60% потребления всей упаковочной бумаги в России. Например, на фармацевтическую отрасль, второго по размеру потребителя упаковки в России, приходится не более 20% упаковочной бумаги. В пищевой промышленности наиболее активно покупают бумагу мясные (23,2%) и молочные (21,6%) комбинаты, а также пекарни (13,4%).

При этом производителям бумажной упаковки приходится конкурировать не только друг с другом, но и с производителями не менее традиционных видов упаковочного материала — пластика, полиэтилена и пищевой фольги. Они занимают около половины рынка всей упаковки: по данным компании Abercade Consulting, на долю бумажной упаковки приходится 54% продаж, на остальные — 46%.

Вдобавок к этому, говорят в «Континенталь менеджменте», производство отдельных видов упаковочной бумаги является затратным. В компании отмечают, что для производства так называемой водонепроницаемой упаковочной бумаги требуется стопроцентно белая целлюлоза. Сама бумага должна в конечном счете обладать высокой степенью гладкости, белизны, эластичности и одновременно прочности.

**ПЕРЕД РОССИЙСКИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ СТОИТ ЗАДАЧА КАК МИНИМУМ НЕ ПОТЕРЯТЬ ТОТ СЕКТОР РЫНКА, В КОТОРОМ ОНИ ПОКА СИЛЬНЫ, — ПРОИЗВОДСТВО БУМАГИ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Все это делает рынок упаковки чрезвычайно конкурентным. В «Континенталь менеджменте» осторожно говорят даже о возможном будущем «перенасыщении рынка, которое в конечном счете приведет к падению цен на нем и частичному сокращению производства отдельными производителями» (более подробных прогнозов на эту тему не дается). Чтобы избежать этого сокращения, производителям бумажной упаковки необходимо в первую очередь вытеснить с рынка производителей полиэтилена и пластика.

Тема экологически чистых упаковок подходит для этого как нельзя лучше. Директор по продажам подразделения «Упаковочные бумаги-СНГ» компании UPM Алексей Миролюбов уверяет, что «продавать муку в полиэтиленовых пакетах недопустимо, потому что продукту нужен воздух». Исходя из этого, считает Алексей Миролюбов, государству следует обратить внимание на проблему нехватки в России экологически чистых упаковок. Ситуацию можно спасти «усилиями законодателей в области налогообложения». Если все будет сделано на должном уровне, бумажная упаковка в пищевой промышленности в течение двух-трех лет вытеснит пластиковую и полиэтиленовую.

Несмотря на такие заявления производителей бумаги, в Abercade Consulting считают, в ближайшие годы вряд ли стоит ожидать вытеснения с рынка производителей полимерной упаковки. Более того, эксперты Abercade Consulting не исключают, что она может занять до 60–65% рынка гибкой упаковки и значительную часть рынка твердой тары. Это связано с тем, что полимерная упаковка «дешевле бумажной, ее легче хранить и перерабатывать». Кроме того, говорят аналитики, «можно использовать ее вторично».

Таким образом, конкуренция на рынке бумажной упаковки будет только обостряться, что не обещает российским производителям ничего хорошего. Как уточняют в СЗЛК, большую часть бумажной пищевой упаковки российского производства можно назвать экологичной с большой натяжкой. В компании говорят, что пищевая бумага в России отбеливается с помощью хлора при большой температуре, в результате чего в бумаге остаются вредные вещества хлордиоксины. «Конечно, их немного, но они все равно попадают в организм человека, накапливаются, а затем приводят к тяже-

лым заболеваниям, например раку», — говорят в СЗЛК, добавляя, что в США, например, эти вещества запрещены.

Российские производители пытаются модернизировать мощности, однако делают это с опозданием. Подконтрольный СЗЛК Неманский ЦБК закрыл хлорный цех только в 2007 году (комбинат работает с 2000 года после капитальной реконструкции мощностей). Теперь это единственный в России комбинат, получивший право на экспорт упаковочной бумаги в Европу, подчеркивают в СЗЛК. В «Континенталь менеджменте» говорят, что принадлежащая компании Троицкая фабрика решила сделать ставку на выпуск силиконизированного пергамента, который сделан на основе растительного пергамента и «в силу моды на экологичность становится все более востребованным». В компании утверждают, что раньше фабрика была «практически монополистом» в производстве пергамента с потенциальным объемом выпуска до 25 тыс. тонн в год.

Насколько российские заводы будут конкурентоспособны в будущем, пока не понятно. В Abercade Consulting не исключают, что растущее предложение на рынке упаковки приведет «к снижению цен и сокращению денежного потока, а также росту кредиторской задолженности» российских заводов. В итоге количество игроков сократится за счет слияния компаний или ухода с рынка некоторых из них.

**ЛИЦО УПАКОВКИ** Рынок этикеток, который в России уже отдан иностранным компаниям, растет медленно, но стабильно — по данным «Бумпрома», на 4–6% в год. Помимо пищевой промышленности крупнейшими потребителями этикеток являются парфюмерная и фармацевтическая отрасли.

На рынок этикеток, как и рынок бумаги для пищевой промышленности, серьезно влияет конкуренция между российскими продуктовыми сетями. Алексей Миролюбов отмечает, что упаковка и этикетка уже давно стали одним из элементов маркетинга. «Если на магазинной полке мы видим товар в красивой упаковке, а рядом стоит аналогичный в серой бумаге, то последний, конечно же, проиграет», — говорит он.

В пищевой промышленности больше всего этикеток покупают производители напитков — на них приходится до 60–70% закупок. В связи с этим, добавляют в Abercade Con-

sulting, одной из особенностей рынка этикеточной бумаги является ярко выраженная сезонность. Некоторые западные поставщики этикеток в апреле—сентябре обеспечивают себе 70–80% продаж, отмечают аналитики.

При этом, добавляют в компании, около 70% закупок этикеток для прохладительных напитков — это пивные этикетки. Поэтому в России повышенным спросом пользуется так называемая металлизированная бумага, которая используется для печати пивных этикеток чаще всего. Спрос на нее не падает даже несмотря на то, что она примерно втрое дороже стандартной этикеточной.

Впрочем, российские производители, которые вытеснены иностранными с собственного рынка, слабо ощущают на себе все эти тенденции. Причина в том, что мощности российских заводов по производству этикеточной бумаги, как говорят в «Бумпроме», «оставляют желать лучшего». В «Континенталь менеджменте» уточняют, что в России способны выпускать этикеточную влагопрочную бумагу только для консервов, шоколада и «мягких сигаретных пачек».

Впрочем, и эта бумага проигрывает импортной по качеству. Российские типографии, опрошенные Abercade Consulting, говорят, что «этикетку европейского уровня можно делать только на иностранном оборудовании», используя качественную «иностранную бумагу и краску». Если хотя бы одна из трех составляющих не будет соответствовать европейским стандартам, качество этикеток резко упадет.

В «Бумпроме» и Abercade Consulting поясняют, что в пользу импортеров этикеточной бумаги в Россию играет дающий доллар. До 70% конечной стоимости этикетки составляет стоимость бумаги, и поэтому в условиях слабого доллара «отпечатанная за рубежом этикетка иногда бывает даже дешевле российской». Не всегда спасает даже низкая (по сравнению с западной) стоимость рабочей силы.

Российские производители пытаются работать на экспорт. Однако и это у них не получается: в СЗЛК говорят, что объемы экспорта «незначительны» и он ограничен странами СНГ. Из всего вышеизложенного эксперты Abercade Consulting делают вывод, что «перспективы возникновения производства этикеточной бумаги отечественного производства достаточно малы, так как требуют значительных финансовых вложений».

### НОВЫЙ ЗАВОД ГОТЭК

В апреле 2008 года во Всеволожске (Ленинградская область) группа ГОТЭК запустила завод по производству гофрокартонной упаковки. Объем инвестиций в проект составил €55 млн, планируемое время окупаемости — шесть-семь лет.

Главным конкурентом ГОТЭК станет группа «Илим», которая планирует летом этого года запустить свой завод по производству гофротары, строительство которого обошлось компании в €27 млн. По словам начальника отдела по связям с общественностью и рекламе группы ГОТЭК Татьяны Шуклиной, открытие нового производства под Санкт-Петербургом обусловлено расположением здесь предприятий крупных заказчиков. Это компании, с которыми ГОТЭК уже имеет опыт сотрудничества, — ОАО «Балтика», ООО «Пивоварня „Хайнекен“», ОАО «САН Инбев», ЗАО «Мултон».

Около 75% продукции завода по планам производителей пойдет на упаковку продовольственных товаров.

В компании рассчитывают, что ввод в эксплуатацию нового производства позволит увеличить общий объем выпускаемой группой гофропродукции почти на 40% — до 600 млн кв. м в год. ЗАО ГОТЭК (Железногорск, Курская область) производит многослойный гофрокартонный лист и гофропродукцию. Предприятие является дочерним обществом ЗАО «ГОТЭК-Инвест» — управляющей компании группы.

В группу предприятий ГОТЭК входят пять производственных компаний — ЗАО ГОТЭК, ООО «ГОТЭК-Центр» (Новосмоковск, Тульская область), ЗАО «Полипак», ЗАО «ГОТЭК-Принт», ЗАО «ГОТЭК-Литар».

PAKOGRAFF.RU

МЕЛКООПТОВЫЕ ЦЕНЫ НА ОБЕРТОЧНУЮ БУМАГУ И КАРТОН ПРОИЗВОДСТВА СНГ				
ТИП БУМАГИ	ПРОИЗВОДИТЕЛЬ	МАССА 1 КВ. М (Г)	ФОРМАТ (ММ)	ЦЕНА (РУБ./Т)
КРАФТ-БУМАГА МАРКИ «БК»	СОЛОМБАЛЬСКИЙ ЦБК	80	1020,106	20300
КРАФТ-БУМАГА МАРКИ «БК»	АО «КОММУНАР»	78	1020,106	21000
КРАФТ-БУМАГА МАРКИ «БК»	КАМЕНСКАЯ БФ	79-78	8400-1060	19700
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «Е»	АО «КОНДОПОГА»	80-100	620-840	12850
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «Е»	ВЕЛЬГИЙСКАЯ БФ	80	620-840	14650
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «Е»	ЦБК «КАМА»	90	840	12900
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «Д»	ВЕЛЬГИЙСКАЯ БФ	80	840	15050
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «Ф»	АРХАНГЕЛЬСКИЙ ЦБК	65-70	620-840	24200
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «ОГ»	АРХАНГЕЛЬСКИЙ ЦБК	60-80	840	25500
БУМАГА МЕШОЧНАЯ	КОТЛАСКИЙ ЦБК	70,78	1020,106	23100
БУМАГА ОБЕРТОЧНАЯ МАРКИ «А»	ООО «БУМАГА»	70-120		33200
БУМАГА МЕШОЧНАЯ	ООО «БУМАГА»	78	1060	19500
БУМАГА МЕШОЧНАЯ	МАРИЙСКИЙ ЦБК	78	1060	20200
ПЕРГАМЕНТ УПАКОВОЧНЫЙ ПИЩЕВОЙ	ООО «БУМАГА»	40	1060	34650
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «П» БЕЛЕНЫЙ	СОКОЛЬСКИЙ ЦБК	52	775,84	41200
«УНИ ПЕРГА» («ЖВ» БЕЛЕНЫЙ)	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	50	840	57600
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «ПЖ-А»	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	50	840	73500
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «ПЖ-А»	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	50	420X600	48500
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «П» БЕЛЕНЫЙ	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	45	775,84	46500
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «П» БЕЛЕНЫЙ	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	45	420X600	48500
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «ЖВ» БЕЛЕНЫЙ	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	84	45,55	55800
ПОДПЕРГАМЕНТ МАРКИ «ПЖ» БЕЛЕНЫЙ	НЕМАНСКИЙ ЦБЗ	50	840	48500

по данным «ЦБК экспресс».



## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА