

Международная конференция «Полимеры в упаковке-2019»

В Москве состоялась двенадцатая международная конференция «Полимеры в упаковке-2019», организованная компанией CREON Conferences. Мероприятие прошло 17 июня 2019 г. в отеле «Балчуг Кемпински» и было посвящено анализу текущего состояния отрасли, обсуждению ее наиболее острых проблем и задач, которые стоят перед производителями полимерной упаковки: рост производства и разработка новых видов упаковки, проблемы сбора, утилизации и рециклинга полимерной упаковки, роль участников рынка, населения и государства в их решении. Журнал «Полимерные материалы» выступил генеральным информационным спонсором конференции.

Открыла конференцию *Ольга Журавлева*, генеральный директор CREON Conferences (фото 1). В своем приветственном слове она отметила, что на сегодняшний день рынок полимерной упаковки в России – это, безусловно, рынок потребителя. Пищевая промышленность активно развивается, что стимулирует рост спроса на упаковочные материалы, прежде всего полимерные: так называемые FMCG-компании или, иначе, компании, производящие товары широкого потребления (FMCG: Fast Moving Consumer Goods) диктуют условия игры, подстегивая конкуренцию между производителями полимерной упаковки. С другой стороны – рынок полимерной упаковки находится под сильнейшим давлением общества и экологов: все чаще слышатся призывы о запрете пластиковых изделий и упаковки. При этом далеко не все понимают, что корень зла – не в пластике как таковом, а в низком развитии в России культуры сбора

и переработки пластиковых отходов. Какие новые подходы к упаковочным решениям будут востребованы? Когда в стране начнется полноценный рециклинг пластиковых отходов? Что для этого могут сделать FMCG-компании и ритейлеры? Готово ли государство участвовать в налаживании процесса? Эти и другие важные для отрасли темы г-жа *Журавлева* предложила обсудить участникам конференции.

Предложение поддержала *Лучеса Набатова*, генеральный директор АО «Георг Полимер», открывая своим докладом первую сессию конференции (фото 2). Она отметила, что на сегодняшний день рынок полимерной упаковки в России – это, безусловно, рынок, ориентированный в первую очередь на потребителя. Меняются интересы населения, меняются и требования, предъявляемые к упаковочным технологиям и материалам. И если раньше понятие «сохранить продукт» означало «сохранить его количество и питательную ценность», то на сегодняшний день эта задача куда глубже – упаковка призвана обеспечить микробиологическую безопасность продукта. И самым оптимальным решением этой задачи на сегодняшний день является использование полимерной упаковки. Не удивительно, что спрос на нее растет: в настоящее время в сегменте потребительской пищевой упаковки полимерная (гибкая и жесткая) составляет уже почти 80%. И здесь значительное влияние на спрос оказывают тренды российского рынка: укрупнение производителей пищевых продуктов, образование крупных агрохолдингов, что в масштабах страны означает серьезное усложнение логистики, потребность в увеличении срока хранения продукта. Еще один тренд – заметный рост спроса на готовые блюда, особенно в крупных городах. Все это требует от производителей использования более передовых технологий при упаковывании продуктов для более длительного сохранения их потребительских свойств, что, в свою очередь, повышает требования к качеству и технологичности используемой упаковки. Г-жа *Набатова* поделилась опытом компании по работе



Фото 1. Выступает *Ольга Журавлева* (все фото: CREON Conferences)

с потребителями и рассказала, из чего складывается и как осуществляются разработка и внедрение каждого упаковочного решения, как с ним связаны процессы планирования производства и логистики заказов, как происходит согласование с потребителями технических требований и критериев качества упаковки.

Не осталась без внимания в докладе и тема вторичной переработки, более широко развернутая следующими докладчиками. Здесь спикер коснулась лишь некоторых аспектов проблемы. В частности – «традиции» использования двухслойных пленок для упаковывания лотков, состоящих, например, из слоев полипропилена (ПП) и полиэтилена (ПЭ). Пищевики идут тут по самому легкому для себя пути, поскольку им проще найти наружную пленку с красочным слоем, которая хорошо сваривается с ПЭ. А для производителей упаковки это оборачивается усложнением процесса производства, невозможностью переработки отходов, при том что такой выбор никак не улучшает качество упаковки и сохранность продукта.

Тему необходимости плодотворного и взаимовыгодного диалога с конечными потребителями затронул и *Алексей Колмаков*, заместитель директора по инновациям и развитию концерна ПРОТЭК. По его словам, в России сложилась парадоксальная ситуация: очень популярный в этом году европейский экологический тренд – использовать более легкую упаковку – при своей очевидной выгоде не то что не нашел поклонников среди российских производителей продуктов питания, но даже вызывал у них сопротивление. А производители упаковки вынуждены подстраиваться под эти требования. «Что мы хотим от конечных потребителей? Взаимного понимания! Хотим, чтобы они прислушались к нам. Мы ведь тоже изучаем рынок, причем не только в России, но и в мире. И хотим отклика с их стороны», – завершил свое выступление г-н *Колмаков*.

Далее с докладом на тему «ПЭТФ как основа экономики замкнутого цикла для пищевой упаковки» выступил *Михаил Циркулев*, торговый представитель

в России компании NGR, занимающейся производством оборудования для вторичной переработки полимерных материалов. Он подчеркнул, что основа экономики замкнутого цикла – использование в полимерных изделиях и в упаковке монополимеров, что облегчает их отдельный сбор для последующей переработки. На сегодняшний день существуют технологии машинной сортировки пластика по составу еще на этапе первичной сортировки. Имеются, например, системы контроля, которые с помощью ИК-излучения могут отличать ПП от полистирола (ПС). В этом аспекте наиболее перспективна упаковка из полиэтилентерефталата (ПЭТ): ее легко собирать отдельно, ПЭТ имеет отличные потребительские свойства, одна из наиболее важных особенностей ПЭТ – это способность материала к вторичной переработке с восстановлением своих исходных свойств. Далее г-н *Циркулев* рассказал о реакторах, выпускаемых NGR и перспективных для реализации концепции экономики замкнутого цикла ПЭТ. Производственные линии, в которые встроены реакторы, работающие по технологии поликонденсации полимера в жидкой фазе – LSP (Liquid State Polycondensation), могут осуществлять прямое экструзионное формование волокон и нитей, переработку различных ПЭТ-отходов в гранулят, в том числе по схеме «из бутылки в бутылку», с контролируемым повышением характеристической вязкости полимера до требуемого значения. Таким образом, подчеркнул докладчик, реализация экономики замкнутого цикла в случае ПЭТ-упаковки становится вполне реальной. Примером служит акционер NGR – компания ИКЕА, вся продукция которой с 2025 г. должна быть на 100 % перерабатываемой.

Отвечая на вопрос о преимуществах ПЭТ перед альтернативными упаковочными полимерными материалами, г-н *Циркулев* подчеркнул, что тема переработки отходов других полимеров упирается в проблему их отдельного сбора и очистки, а для ПЭТ-упаковки это реализуется проще всего. Это же влияет на сферу применения вторичного ПЭТ – если проблема очистки решена, то ПЭТ-бутылку, в принципе, можно использовать бесконечное число раз. По его мнению, в будущем в полимерной упаковке будут преобладать два материала – ПЭТ и ПП, а остальные в связи с трудностями их переработки уйдут с рынка.

Г-жа *Набатова* поинтересовалась у докладчика, сколько в стране сейчас работает оборудования такого уровня, о котором он рассказал, и сколько потребуются лет, чтобы производители упаковки получили хотя бы 60 тыс. т такого высококачественного вторичного ПЭТ. «Технология LSP была анонсирована в 2013 г., и первый реактор в мире по этой технологии заработал в 2015 г. В настоящее время в мире работает около 1200 реакторов, в России – порядка 14–15 установок, – ответил г-н *Циркулев*. – На начало 2020 г. планируется запуск одного из первых масштабных проектов с полной технологической цепочкой – от стадии подготовки ПЭТ-хлопьев до выпуска готовой продукции очень высокого качества. Ряд компаний ожидает результат уже завтра, а всего на достижение названной вами цифры потребуется 2–3 года».



Фото 2. Выступает *Лучеса Набатова*

Тему поддержали потребители упаковки. Было высказано мнение, что высокая очистка вторичного ПЭТ приведет к некоторому его удорожанию. С другой стороны, появление на рынке большого количества вторичного ПЭТ может привести к падению цен на первичный ПЭТ, что само по себе неплохо для переработчиков. Но тогда его производители наверняка будут вынуждены сдерживать цены на него. Все это может обернуться тем, что инвестиции, вложенные в переработку ПЭТ-отходов, его очистку и тестирование конечными потребителями в итоге не окупятся. Тут как никогда важен баланс.

Представитель компании «Пепсико Холдинг» *Станислав Кузьмин*, продолжая дискуссию, также затронул тему качества вторичного ПЭТ: «Многие FMCG-компании, такие как наша, предъявляют очень высокие требования даже к качеству первичного материала, не говоря уже о вторичном. Поэтому нам необходимо высоко очистить вторичный материал, чтобы мы в дальнейшем могли гарантировать безопасность для наших клиентов. А поскольку крупные FMCG-компании, в том числе и «Пепсико», заявили о том, что в 2025–2030 гг. они собираются увеличить долю вторично использованных пластиков в упаковке, мы ожидаем, что в России заметно увеличится спрос на вторичный ПЭТ. Я хотел бы мотивировать всех переработчиков начать думать об этом уже сейчас. Потому что потребности компаний-потребителей растут довольно быстро, и уже в самые ближайшие годы нам начнет не хватать вторичного сырья».

Столь актуальную тему использования ПЭТ в упаковке продолжил следующий докладчик – *Маурбек Лагкуев*, начальник отдела управления складами и рециклингом ООО «Пивоваренная компания «Балтика». В докладе «ПЭТ для пива: перспективы и возможности» он привел уже конкретные цифры, на основе которых можно представить масштабы оборота ПЭТ-упаковки в нашей стране: по данным ритейл-аудита, проведенного компанией Nielsen, в 2018 г. ПЭТ-упаковка

продолжает лидировать по объемам продаж на рынке пива, и ее доля в объеме продаж пива для городского населения России составила 38 % (до запрета на использование для розлива пива пластиковой упаковки большого объема эта доля составляла 45 %) (рис. 1). Кроме того, ПЭТ-упаковка является одним из лидеров по потенциалу переработки.

Какова же дальнейшая судьба использованной пластиковой упаковки для пива? Как отметил в своем выступлении г-н *Лагкуев*, «Балтика» в соответствии с предписаниями расширенной ответственности производителей (РОП) не только вплотную занимается утилизацией ПЭТ-бутылок, но и развивает собственный проект по сбору и вторичной переработке отходов «Принеси пользу своему городу». Проект, в частности, предполагает использование контейнеров для раздельного сбора, которые уже появились в 46 городах России. Общие инвестиции в проект, по оценке компании, составили более 50 млн руб. Эти средства были направлены преимущественно на закупку оборудования, контейнеров, создание новых приемных пунктов отходов и линий по их сортировке. По итогам 2018 г., объем переданных на переработку отходов в рамках проекта составил 73 тыс. т, в том числе, более 6 тыс. т ПЭТ-упаковки (рис. 2).

Вторую сессию конференции открыл заместитель генерального директора по управлению бизнесом ГК «Новая Ролл» *Алексей Кулков*, выступивший с докладом на тему «Новые адгезивы для упаковочных лент». Он отметил, что хотя на сегодняшний день «Новая Ролл» является одним из лидеров по производству стретч-пленки (ее выпускается 196 тыс. т/год, что составляет 49 % рынка) и упаковочной клейкой ленты (1,0–1,1 млрд м²/год и 46 % соответственно), она тоже сталкивается с проблемой качества продукции, в частности, клейкой ленты для упаковки коробок. Причина, на первый взгляд, неожиданна: использование при производстве гофрокартона бумажных отходов – а в России сейчас выпускается даже не вторичный,

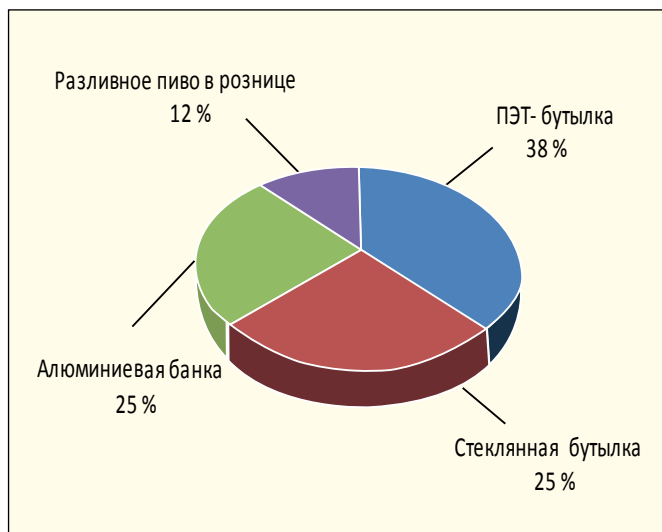


Рис. 1. Структура рынка пива в РФ по видам упаковки в 2018 г. (доля в объеме продаж) (источники: ритейл-аудит Nielsen и доклад М. Лагкуева)

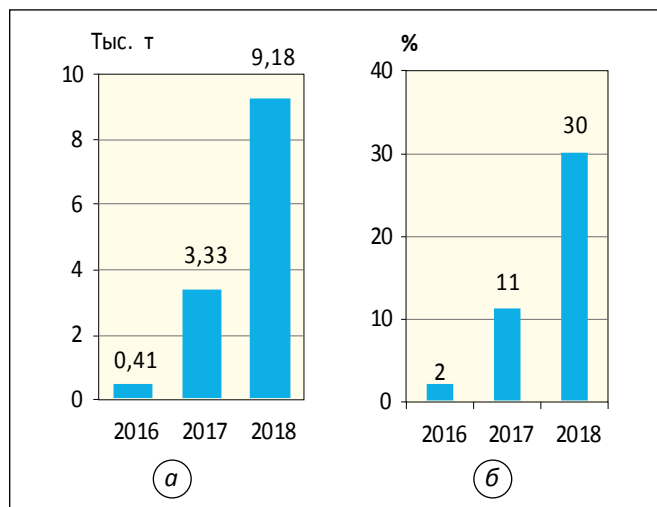


Рис. 2. Динамика раздельного сбора (а) и переработки (б) ПЭТ, проведенных в 2016–2018 гг. компанией «Балтика» в рамках собственного проекта по сбору и вторичной переработке отходов «Принеси пользу своему городу» (источник: доклад М. Лагкуева)

а третичный и четвертичный картон – несколько изменило свойства этого материала, что, в свою очередь, потребовало изменения качества упаковочных липких лент. И это – огромная проблема для всех, как для производителей упаковочных материалов, которые вдруг перестали «наклеиваться» на картон, вследствие чего каждая 7-я картонная коробка приходит к покупателю с открытыми клапанами, так и для потребителей, чей груз повреждается во время транспортировки. Для решения этой проблемы компания в начале 2019 г. открыла свой инновационный центр по разработке акриловых адгезивов для транспортной упаковки. Данные адгезивы также предназначены для производства первой на рынке России упаковочной ленты low noise effect, а также упаковочных лент с улучшенной склеиваемостью. По словам г-на *Кулькова*, компания уже смогла добиться полной локализации по сырью: «Мы построили самый большой в Восточной Европе завод по производству акриловых адгезивов для транспортной упаковки в г. Дзержинске. Это – первое локализованное российское производство, имеющее важное значение и для потребителей, и для рынка. Мы нашли поставщиков по всей России, которые могут производить качественное сырье на уровне известных мировых марок».

В ответ на это последовал комментарий из зала: «Вы сказали, что нашли отечественных поставщиков высококачественного сырья. Это звучит странно на фоне заявлений о том, что химическая промышленность в России потихоньку умерла». В свою очередь г-н *Кульков* пояснил: «Умерла государственная химическая промышленность, зато появилось немало предпринимателей-энтузиастов, особенно в регионах, которые обладают знаниями, имеют желание работать. Они, в отличие от государства, готовы вкладывать «длинные» деньги в свой бизнес (а нефтехимия – это очень «длинные» деньги), они рискуют, но сознательно идут на это, выпуская продукцию». Г-н *Кульков* дополнил свой ответ следующим примером: «Еще 4 года назад «Нова Ролл» не могла найти в России качественное сырье, зато сейчас качество сырья, производимого в стране, на должной высоте».

Участники конференции не могли обойти стороной и тему переработки такого типа упаковочного материала: «Вы в начале доклада назвали цифру производства клейкой ленты в стране – 1 млрд м² в год. Это 25 тыс. т материала, который должен быть потом каким-то образом собран и переработан. Вы знаете, что с этим делать? Обычно те, кто разрабатывает технологии производства, должны отлично знать, как потом этот продукт можно переработать. Вы готовы поделиться такой информацией с теми, кто решит заняться переработкой липкой упаковочной ленты?». Г-н *Кульков* отметил, что компания тоже сталкивается с этой проблемой, поскольку при производстве образуется 3 % отходов и приходится искать пути их переработки. Их дробят, плавят и добавляют к клеям, но поскольку полученная клеевая композиция выходит немного загрязненной и завод не может гарантировать ее качество, был найден выход: поставлять этот материал дорожникам, которые используют его при укладке асфальта, что увеличивает

срок эксплуатации дорожного покрытия на 3–4 года. «А вот то, что уходит на рынок, – отметил г-н *Кульков*, – это неконтролируемо. Потому что чаще всего скотч при сортировке не отделяется от картонной упаковки. И это огромная проблема».

Затем микрофон взяла *Ксения Соколова*, директор по продажам ГК «Нова Ролл», которая пояснила, что компания пока не смотрит в сторону вторичной переработки клейкой ленты, но всегда готова к сотрудничеству с теми, кто решит заняться ее утилизацией.

Следующий докладчик – *Андрей Тимошенко*, менеджер по работе с пластиковыми добавками Milliken Europe, – рассказал о производимых компанией энергосберегающих и высокоэффективных добавках MILLAD для переработки пластмасс. Он отметил, что современные стандарты упаковки требуют от ПП высокой прозрачности, а рынок – энергоэффективного производства таких марок ПП. Эту задачу призваны решать специально разработанные добавки-осветлители. Такие добавки предлагает и компания Milliken. Они лишены недостатков традиционно используемых в отрасли осветлителей (не вызывают помутнение изделия при низких температурах и не требуют высоких температур при производстве ПП). Но опыт продаж показывает, что многие потребители про них или не знают, или не верят, что такое возможно, и как следствие – не используют весь заложенный в материале потенциал по максимуму.

Завершающим аккордом второй сессии стало выступление *Валерия Тележкина*, главного технолога компании «Королевская упаковка». В докладе «Плоскощелевая экструзия полимерных пленок в гибкой упаковке» он детально рассмотрел особенности данного процесса на примере выпуска семислойной ПП-пленки на экструзионной линии канадской компании Masco Engineering & Technology: наглядно описал технологию процесса, обозначил требования, которые производитель должен предъявлять к сырью, подробно рассмотрел проблемные моменты, влияющие как на качество производимой пленки, так и на работу оборудования. И хотя на конференции присутствовали не только технологи полимерных производств, непосредственно связанные с тонкостями процессов экструзии, это выступление было выслушано с большим вниманием всей аудиторией.

Третью сессию открыл *Константин Жигулев*, менеджер по продажам проектов «Роксор Индастри», представивший участникам конференции производимую компанией автоматическую систему упаковывания по технологии «стретч-худ». Ее использование позволяет сократить объем потребления упаковочной пленки, но при этом обеспечиваются высокая стабильность груза на поддоне, 100%-ная защита от влаги и надежная защита упакованного продукта от УФ-излучения. Кроме того, стретч-худ-пленка обладает высокой устойчивостью к перепадам температур и пригодностью к нанесению на нее печати.

Затем с интереснейшим докладом на тему «Расширенная ответственность производителя (РОП) в части полимерной упаковки» выступила *Любовь Меланевская*, исполнительный директор ассоциации



Фото 3. Выступает Любовь Меланевская

«РусПЭК» (фото 3). В начале выступления она рассказала об ассоциации, в которую на сегодняшний день входят 18 крупнейших мировых FMCG-компаний, производителей потребительских товаров и упаковки. Основной задачей «РусПЭК» является внедрение в нашей стране принципов РОП, причем в том виде, в котором они существуют в мире, а именно – прозрачность регулирования, его исполнимость, понятные правила игры, чтобы в результате все говорили на одном языке – и производители, как субъекты регулирования, и те, кто их контролирует.

Далее г-жа Меланевская обратилась к опыту ЕС в вопросах обращения с пластиковыми отходами, перечислила и прокомментировала основные нормативные документы, регулирующие эту деятельность в Европе. В нашей же стране, по ее мнению, пока не все так однозначно и прозрачно. Так, Минприроды России поддерживает ограничения по производству одноразовой пластиковой посуды и приборов, правда с оговоркой, что «в этом направлении надо действовать постепенно».

«В части пластиковой упаковки (это уже вопрос РОП), Минприроды предлагает увеличить ставки экосбора на пластик примерно в 3 раза (с 3804 руб. до 10 342 руб. за тонну), – сказала г-жа Меланевская. – В настоящее время это предложение обсуждается, но не исключено, что в течение 2019 г. оно будет принято. Роспотребнадзор также внес предложение о поэтапном сокращении (вплоть до полного запрета) производства одноразовых пластиковых пакетов. При этом предлагается устанавливать обязательные нормы многократности использования отдельных видов тары и упаковки, стимулировать производство многократно используемых упаковочных материалов». Однако в противовес Директиве ЕС о запрете био-разлагаемого пластика, который, как установлено, распадаясь на микрочастицы, еще больше загрязняет окружающую среду, а кроме того, препятствует вторичной переработке обычного пластика, в РФ

планируется стимулировать производство таких полимерных материалов. При этом многие сомневаются в эффективности таких мер. Как пример, г-жа Меланевская процитировала спецпредставителя Президента РФ по экологии *Сергея Иванова*, который заявил: «Мы еще не «дожили» до запрета на пластиковую посуду». При этом в вопросе пластиковой посуды, по его мнению, «нужно просто предлагать обществу разумную адекватную альтернативу».

«Не является ли отдельный сбор тех самых «вредных» пластиковых материалов (отходов упаковки и других пластиковых изделий) такой разумной альтернативой, которая сейчас предлагается в рамках механизмов реализации РОП, обозначенных в нормах Федерального закона от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» – обратилась к аудитории г-жа Меланевская. Отвечая на свой же вопрос, она подробно разъяснила аудитории нормы этого закона, касающиеся РОП, а также озвучила условия, которые должны быть соблюдены в России, чтобы РОП развивалась и двигалась именно в том направлении, в котором она изначально задумывалась, а именно – способствовала увеличению объемов использованной полимерной упаковки, идущей на переработку, а не отправленной на свалку.

«То, что происходит сейчас в стране с отходами – дело всех участников рынка: и бизнеса, и государства, и населения, – отметила г-жа Меланевская. – Нельзя сказать: пусть бизнес заплатит экосбор побольше, и все будет хорошо. Государство, даже если весь бизнес соберет и уплатит 100 % экологического сбора, сейчас не в состоянии обеспечить сбор этой упаковки и ее переработку». Одним из перспективных решений является, по мнению докладчика, объединение усилий компаний, самостоятельно исполняющих РОП, чтобы от индивидуальной ответственности перейти к коллективной. Для этого некоторые члены «РусПЭК» в октябре 2018 г. создали отдельную ассоциацию и назвали ее «РусПРО».

И выступление, и затронутые спикером темы вызвали шквал вопросов и комментариев из зала. Они касались как тонкостей исполнения Федерального закона 89-ФЗ, так и правовых коллизий по этой теме, многие из которых до сих пор не разрешены, и одна из них – «уравниловка» в отношении представителей крупного и малого бизнеса. В связи с этим прозвучал вопрос: «Для компаний – членов «РусПЭК» даже пивоваренная компания «Балтика» будет средним бизнесом. Справедливо ли, что крупные и мелкие игроки оказались уравнены в вопросах РОП? Ведь для маленькой компании проблема – собрать упаковку, поскольку это для нее непрофильная деятельность».

«К сожалению, у нас в стране нет изъятия из законодательного поля субъектов малого и среднего бизнеса, – ответила г-жа Меланевская. – Даже если бы лично я открыла пельменную или булочную и упаковывала свою продукцию, то с точки зрения этого закона я являюсь субъектом регулирования и должна отвечать по нормативам утилизации. Тогда как в мире существуют пороги объемов производимой компанией упаковки, и если она не превышает этот порог, то за нее эту упаковку

собирают другие, более крупные игроки. У нас в стране нет такого порога, и до сих пор нет понимания, сколько же тех, кто должен исполнять нормативы РОП.

Были высказаны и скептические мнения: «Не слишком ли мы торопимся? Невозможно реализовать РОП и даже просто сбор и переработку упаковки в странах, не достигших определенного уровня промышленного развития». Ответ со стороны г-жи *Меланевской* в очередной раз был подробным и развернутым: «Я хочу напомнить, что в 2015 г., когда в России только принимался этот закон, законодатели хотели установить норматив утилизации на уровне 80 %. Возможно, эти люди искренне верили, что, чем выше норматив утилизации, тем весомее будет вклад в защиту природы. Но это не так, и мы уже тогда понимали, что это нереально. Если установить норматив утилизации в 100 %, никакая самостоятельно исполняемая расширенная ответственность не сможет его достичь. Это или утопия, или популизм, или некорректный способ пополнения бюджета».

В процессе дискуссии высказывались мнения относительно запрета Минприроды на одноразовую посуду. Многие присутствующие уверены, что авторы таких запретов не думают о культуре обращения с упаковкой, об удобстве потребителей. И непонятно, чем вызваны такие необдуманные запреты именно в отношении пластика. Ведь его, в отличие от одноразовой посуды из картона, можно переработать. Свое мнение высказала и г-жа *Меланевская*: «Запрещают потому, что это проще, чем внимательно изучить. Изучало ли наше государство предпосылки таких запретов в Европе? Наверное, нет, ведь проще выдернуть что-то из контекста, представить обществу, при этом обвинить кого-то, а затем создать проект или программу для того, чтобы получить финансирование из бюджета. И все под знаменем защиты экологии».

И вновь участники вернулись к теме облегчения пластиковой упаковки. Вернее, к обсуждению, почему после введения РОП не последовало запроса со стороны потребителей на снижение массы упаковки. Были высказаны мнения о том, что многие просто не знают про РОП и необходимость ее исполнения начиная с 2016 г. Тем более что для производителей – членов «РусПЭК» переход на более легкую упаковку – это один из основных пунктов стратегии. Оказалось, что многие производители молочной продукции также считают путь снижения массы упаковки очень важным и даже частично реализовали это.

Другая точка зрения была высказана производителями пленки: чем тоньше упаковка, тем сложнее и технологичнее ее производство, тем выше требования к прочности материала. Если делать такую пленочную упаковку тонкой, придется использовать барьерные пленки, а их уже невозможно перерабатывать в принципе. Но даже сейчас пленочная упаковка для хлеба в России намного тоньше, чем в Европе.

«Важно создавать в компании команды, куда входили бы маркетологи, экологи, технологи производства, чтобы они договорились: если мы эту красивую упаковку к 2025 г. не сделаем полностью перерабатываемой, то мы не сможем отчитаться по исполнению РОП

и понесем убытки», – резюмировала г-жа *Меланевская*. «Может быть, имеет смысл и клиентам предоставлять такой расчет: если вы уменьшите массу упаковки, то и величина вашего экологического сбора уменьшится вот на такую-то конкретную величину», – предложила она.

Тема взаимодействия с клиентами еще раз поднималась после выступления *Юлии Ларюхиной*, заместителя коммерческого директора по маркетингу компании «ТИКО-Пластик». Она затронула очень актуальный на сегодня вопрос – эко-подход в производстве гибкой упаковки и пакетов. Спикер подробно рассказала о преимуществах и недостатках каждого из четырех основных существующих в мире направлений перехода к экологичной упаковке. В их числе:

1. «Биоразлагаемая» упаковка, содержащая добавку, ускоряющую окисление и распад материала под воздействием ультрафиолета и (или) тепла и кислорода.
2. Полностью биоразлагаемая упаковка на основе кукурузного или картофельного крахмала, сои и др. (Mater-Bi, BioBatch, EcoVio);
3. Упаковка из монополимеров, легко поддающаяся вторичной переработке.
4. Упаковка с добавлением переработанных вторичных полимерных материалов.

И главная проблема, как отметила г-жа *Ларюхина*, в том, что в России на данный момент отсутствует четко сформулированная единая позиция в отношении выбора экологичной упаковки. Вместе с тем, сравнение преимуществ и ограничений имеющихся вариантов, а также изучение европейской практики позволяют сделать вывод: оптимальными являются пути использования 100%-но перерабатываемых материалов или материалов с добавлением вторичного сырья. При этом необходимо решать вопросы сбора и сортировки элементов упаковки с разной степенью утилизации. Однако производители вынуждены в первую очередь выполнять запросы потребителей, которые часто под влиянием популистских настроений выбирают не самые экологичные варианты упаковки. Г-жа *Ларюхина* привела такой пример: часто выясняется, что клиенты, которые заказывают в «ТИКО-Пластик» биоразлагаемую упаковку, хотят принести пользу природе, но при этом не в курсе, какой реальный вред экологии наносит такая упаковка.

Тему экологичного подхода к упаковке продолжила *Наталья Селезнева*, президент НП «АРПЭТ», которая рассказала об особенностях рынка ПЭТ в России и в мире, а также о последних тенденциях в системе использования вторичного ПЭТ. Среди них: прием у населения ПЭТ-бутылок, переориентация рынка на использование «циркулярного» ПЭТ. Докладчик отметила, что важным мировым трендом, который постепенно приживается и у нас, становятся отказ производителей упаковки от сложного дизайна ПЭТ-бутылок, если он в дальнейшем может препятствовать их вторичной переработке, и переход к сокращению цветности выпускаемого ПЭТ, отказ от использования сложных этикеток, которые плохо перерабатываются и загрязняют вторичный ПЭТ, и переход к использованию монополимеров и др.



Фото 4. Тема полимерной упаковки – одна из самых актуальных в настоящее время в российской индустрии пластмасс. Именно поэтому участники конференции «Полимеры в упаковке-2019» были столь внимательны к сделанным на ней докладам, активно участвовали в дискуссиях и продолжали обсуждение поднятых проблем в кулуарах мероприятия и после его завершения

Своеобразным подведением итогов конференции стал доклад *Ксении Максимец*, руководителя направления «Полимерные материалы» Российского союза химиков, на тему: «Жизненный цикл полимерной упаковки в РФ и в мире». Но начала она свое выступление неожиданно: «Я сегодня пришла в платье, которое когда-то было пластиковой упаковкой. Это полиэфир, который на 100 % состоит из переработанного материала». Докладчик еще раз обозначила те свойства современной полимерной упаковки, которые делают ее привлекательной: безопасность, наилучшее сохранение продукта на пути к потребителю и пригодность к 100%-ной переработке, для того чтобы превратиться в новый, полезный и, что особенно важно для производителя, продаваемый за деньги продукт. Уровень вторичной переработки напрямую зависит от уровня развития государства и от эффективности взаимодействия четырех участников процесса переработки – рециклера, производителя, потребителя и регулятора.

Далее г-жа *Максимец* рассказала, как решаются проблемы утилизации пластиковой упаковки в разных странах, подробно остановившись на мерах государственной поддержки и стимулирования населения и производителей, а также привела некоторые интересные примеры зарубежного опыта в этом направлении:

- в США обучение грамотному обращению с отходами начинается с детского сада, где забавный персонаж «Кенгуренок Рисайкляру» учит детей собирать мусор;
- в Японии за 20 лет действия государственных программ с 40 до 85 % увеличилась доля пластика, который используется в производстве вторично;
- полимерные отходы в Швеции могут подвергаться рециклингу до семи раз, прежде чем стать топливом для электростанций;
- Франция вводит ранжированную систему стоимости полимерной упаковки – товары в упаковке, непригодной для переработки, стоят дороже;

- в Нидерландах распространена система плавающих парков, улавливающих пластиковые отходы в реках и портах, которые затем отправляются на рециклинг;

- в Китае в специальном автомате можно использовать бутылками оплатить проезд или мобильный телефон. Например, билет в пекинском метро стоит 20 бутылок.

Завершился доклад примерами использования изделий из переработанного пластика в мире и в нашей стране, а сделанные выводы вполне можно отнести к итогам всей конференции:

- вторичная переработка полимерной упаковки – стратегическое направление нашей жизнедеятельности, так как именно она обеспечивает безопасность нашей планеты;
- жизненный цикл полимерной упаковки может быть бесконечным. Она может стать ресурсом, полным самых широких возможностей, и мы обязаны использовать для этого весь ее потенциал;
- отдельный сбор мусора набирает популярность и в России. Отделяя пластиковую упаковку от прочего мусора, мы помогаем компаниям по переработке получать вторсырье, а компаниям-производителям выпускать новые полезные вещи.

Обсуждение сделанных на конференции докладов и поднятых на ней острых вопросов продолжалось и после ее завершения (фото 4). ■

Подготовила **М. И. Степанова**
с использованием пресс-материалов
компании CREON Conferences

International Conference «Plastics in Packaging-2019»

The 12th international conference «Plastics in Packaging-2019», organized by CREON Conferences, was held in Moscow at the Baltshug Kempinski Hotel on June 17, 2019. A brief overview of the presentations made at this event is provided.