

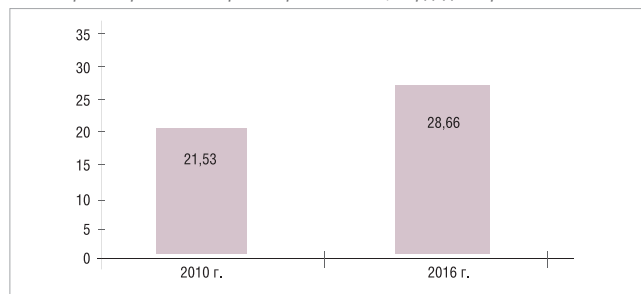
Развитие и тенденции рынка клеев

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Основной фактор положительной динамики рынка клеев – стабильность спроса со стороны сегментов рынка потребления. Упаковочная отрасль – один из самых емких сегментов рынка потребления клеев. Для ряда производственных отраслей технология этикетирования с применением клеев остается предпочтительной. Важнейшим условием увеличения потребления клеев в промышленном масштабе являются инновации

**Мировой рынок клеев для бумажно-картонной и упаковочной промышленности в 2018 г. должен достичь емкости \$16,9 млрд.**

Рис. 1 Прогноз развития мирового рынка клеев, млрд. долларов США



Источник: Markets and Markets

### Развитие в мире и в Европе

Мировой рынок клеев для промышленного потребления продолжает эволюционировать в сторону повышения универсальности и качества адгезивов. Индустрия клеев постоянно росла в течение последних двух десятилетий, поддерживая динамику тех мировых рынков, куда клеи входят в качестве сегмента. Емкость мирового рынка клеев, по оценкам специалистов компании Markets and Markets (Индия), в 2010 г. составила \$21,53 млрд. По прогнозам, рынок клеев должен достичь к 2016 г. \$28,66 млрд., сохраняя совокупные среднегодовые темпы роста на уровне 5% за период 2011-2016 гг. (рис. 2). Одновременно с ростом рынка, происходила постепенная консолидация. Крупные игроки становились участниками рынка слияний и поглощений. Особенно активно эти процессы происходили в странах азиатского региона, как самого динамично растущего сегмента мирового рынка потребления клеев. Также многие европейские лидеры рынка активно инвестируют в развитие американских клеевых компаний, что способствует консолидации рынка на мировом уровне. В результате на 2010 г. 55% рынка контролировала двадцатка лидеров.

Европейский рынок промышленного потребления клеев

### Как избежать ошибок?

При выборе клеев и клеевых систем нередко допускаются ошибки, которые приводят к браку продукции, остановке линий и потере ценного рабочего времени. Чтобы их избежать, Владимир Сапронов рекомендует следующее: «Для того, чтобы максимально эффективно подобрать нужное оборудование и клеевые материалы, в первую очередь, необходимо правильно составить техническое задание, в котором будут учтены:

1. Параметры оборудования: марка этикетировочной машины, производительность линии, узел нанесения клея (форсунка, ролик, щелевая головка).
2. Характеристики склеиваемых субстратов (материалов).
3. Характеристики конечного изделия: морозоустойчивость, жаропрочность, многоразовая тара и т.п.

При выборе клеев для этикетирования необходимо также учитывать характеристики этикетки (металлизация, лакирование), конфигурацию бутылки и ее материал, производительность линии. Для склеивания картонных коробок следует учесть особенности материала (мелованный или немелованный картон), наличие продольной механической нагрузки, требуемую скорость схватывания, открытое время и т.п. Как правило, диалог с поставщиками клеев и клеевых систем, позволяет решить большинство проблем перед началом работы, а процесс производства сделать эффективным».

**Инновации – фактор, стимулирующий рост спроса на клеи со стороны упаковочных предприятий**

характеризуется неоднородностью, поскольку европейские страны имеют свою собственную специфику потребления клеев. В целом же совокупная доля сегментов упаковки, автомобилестроения и строительства обеспечивают порядка двух третей европейского рынка потребления клеев. Как и во всем мире, в Европе рост рынка клеев будет иметь повышенную тенденцию. Германская компания Ceresana прогнозирует рост потребления клеев на европейском рынке



[www.lux-x.com](http://www.lux-x.com)

**ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛЕЕВ**  
для этикетировки, упаковки, деревообработки,  
полиграфии и других областей применения

**BEARDOW/ADAMS™**  
Unique In Hot Melt Adhesives



НПП Люкс-Х, ООО Украина, г. Харьков, ул. Вишневая, 31, тел.: +38 (057) 766 06 36, email: office@lux-x.com



## МНЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ

**Елена Скотаренко, маркетолог НПП «Люкс-Х»**

Выбор метода аппликации этикетки всегда зависит от требований к внешнему виду продукта. Для правильного подбора этикеточного адгезива нашей компанией разработана специальная методика, основанная на многолетнем опыте работы компании. Правильность методики подтверждает постоянный мониторинг удовлетворенности заказчиков. В большинстве случаев специалисты компании стараются использовать стандартные решения по подбору типа и марки клея, проверенные временем и заслужившим высокую оценку клиентов. Однако, учитывая широкий ассортимент используемых материалов при этикетировании и разнообразии клеевого оборудования, наша компания подходит к каждому заказчику индивидуально, имея возможность разработки марки клея непосредственно под требования заказчика.

**Владимир Сапронов, коммерческий директор ООО «Бевебли-Фудс» (официальный дилер компании H.B.Fuller)**

Основные вопросы, которые стоят перед производителями напитков – это удешевление процесса производства и этикетирования без потери качества. Для этого производители клеевого оборудования предлагают перейти на форсуночное нанесение горячего клея при этикетировании ПЭТ-бутылки полипропиленовой этикеткой. Использование этого метода позволит экономить до 40-50% клея. Для этих целей потребуются низковязкий клей с повышенной липкостью. Компания H.B.Fuller предлагает несколько марок хотмелта серий Clarity и Swifterm. Среди них марки Clarity PHL 4164 и Swifterm 3090. Их применение, уже само по себе, позволяет достигнуть экономии до 30%. Кроме того, компанией разработаны новые марки дисперсионных клеев. Традиционно сильные позиции компании H.B.Fuller в производстве клеев для смываемой и несмываемой этикетки, акционных марок, которые необходимо нанести на различные сложные поверхности: алюминиевую фольгу, гофроаппарату, мелованный и немелованный картон.

**Мирослав Остапец, менеджер по продажам «Хенкель Украина»**

Наряду с развитием марок клеев, которые хорошо зарекомендовали себя в мире и на рынке Украины, компания Henkel ведет разработки в новых областях. В качестве основы используются компоненты, цены на которые мало подвержены кризисным влияниям. Благодаря этому наши клиенты могут быть уверены в бесперебойности поставок и стабильности цен, что очень важно на современном рынке. Основные области научных разработок – безказеиновые клеи и клеи-расплавы нового поколения.

Например, не так давно компания Henkel вывела на рынок линейку жидких синтетических клеев под маркой Aquence® XP (ранее Opta® XP). Он предназначен для этикетирования стеклянной тары бумажными этикетками. Эти клеи имеют характеристики, присущие казеиновым: хорошую смываемость этикетки в бутылкомоечной машине, отсутствие пенообразования, легкость нанесения и фиксации этикетки в начальный момент на влажной бутылке. Экономия при использовании клеев этой марки может составлять от 20 до 50% и зависит от технического состояния машины, качества бутылки и самой этикетки. Кроме того, компания Henkel вывела на рынок еще одну марку, которая переназначена для надежной фиксации этикетки на влажной бутылке, и, при этом, имеет хорошую устойчивость к ледяной воде, а также хорошо смывается.

Вторая новинка – это очередная марка в линейке полиолефиновых клеев с большим содержанием полимера Supra 1000. Это клей-расплав нового поколения, который предназначен для производства упаковки. Он хорошо работает с гофрокартоном, картонными треями и коробками (в т.ч. с различным покрытием: лакировка, ламинирование и т.п.), а также упаковкой из листовых полимерных материалов.

Хочу обратить внимание на то, что мы начали глобальное сотрудничество с компаниями Nordson и Tetra Pak, известными производителями оборудования. В рамках сотрудничества с компанией Nordson была разработана система точечного нанесения клеев e-dot и специальная линейка клеев – Technomelt®. Специально для рынка упаковки выведена на рынок новая клеенаносящая система и клеи для нее. Система, получившая название Freedom®, построена по принципу "melt on demand" – в системе плавится именно столько клея, сколько необходимо в данный момент.

Новые разработки могут показаться дорогими. Однако, их высокая эффективность, экономичность и качество работы, делает их приобретение очень выгодным для производителей.

до 3,5 млн. т в 2020 г. Крупнейшим потребителем клеев среди регионов европейского рынка остается Германия. Динамичностью потребления, в среднем на уровне 4,2% годовых, будут отличаться рынки стран Восточной Европы. В частности, увеличение потребления клеев на внутренних рынках особенно заметно в России, Польше, Турции.

**Упаковка и этикетка – лидеры потребления**

Сектору упаковки принадлежит наибольшая доля мирового рынка клеев. По оценкам компании Lucintel (США) мировой рынок клеев для бумажно-картонной и упаковочной промышленности в 2018 г. должен достичь емкости \$16,9 млрд. Движущими силами роста потребления клеев упаковочной отраслью выступают:

- расширение распределения упакованных продуктов;
- улучшение дистрибуции с позиций количества и качества упакованных товаров;
- ужесточения норм защиты прав потребителей.

Таким образом, развитие рынка товаров широкого потребления стимулирует спрос на промышленные клеи для упаковочной отрасли.

Также емким сегментом рынка потребления промышленных клеев является этикетка, поскольку для ряда производственных отраслей технология этикетирования с применением клеев остается предпочтительной. В частности, индустрия напитков – крупнейший промышленный потребитель этикетировочных клеев. По данным AWA Alexander Watson Associates (США) на сегодня 38% от общих объемов мирового рынка этикетки приходится на этикетки, наносимые с применением клея. И по прогнозам такая технология будет предпочтительной для многих региональных рынков в среднесрочной перспективе. Крупнейшим сегментом рынка потребления этикетировочных клеев является индустрия напитков. Доля сектора напитков составляет 70% от общих объемов мирового рынка этикетки, наносимой с помощью клея.

**Инновация – движущая сила**

В значительной мере рост потребления клеев объясняется постоянными технологическими разработками, позволяющими расширить сферу применения клеев с одновременным повышением их потребительских свойств. Инновации в клеевой промышленности выступают одним из факторов, стимулирующих рост спроса на клеи со стороны коммерческих потребителей. Производители клеев постоянно разрабатывают новинки, которые позволяют их клиентам повысить эффективность производственных операций. Например, Елена Скотаренко, маркетолог НПП «Люкс-Х» рассказала о новых клеях для этикетирования продук-

ции рынка напитков: «Важную роль при покупке товара играет не только качество покупаемого продукта, но и его внешний вид. Украинские производители, имея широкую линейку брендовых позиций, используют колпачки, которые изготовлены из разных материалов и имеют широкий спектр покрытий. Важным требованием при подборе клея для приклеивания акцизной марки на такие колпачки является подбор такой марки клея, у которой должна быть хорошая адгезия при работе с различными поверхностями. Наша компания разработала и успешно внедрила новую универсальную марку клея для автоматического наклеивания акцизных марок, которая обладает отличной адгезией, в том числе к сложным полимерным поверхностям.

В последние годы мы наблюдаем тенденции установки технологически передовых высокоскоростных линий розлива у наших клиентов. Для высокоскоростных линий, используемых в пивобезалкогольной промышленности, компанией «Люкс-Х» были специально разработаны марки клеев с высокой скоростью схватывания, предназначенные для наклеивания этикеток на мокрую ПЭТ тару.

#### Склейка без ошибок

Производители клеев стремятся разработать инновационные продукты под уникальные требования клиентов. Широкий ассортиментный ряд клеев, обеспечивает выбор такой марки, которая будет оптимальной для решения задач конкретного производства. Однако, «часто возникают проблемы применения той или иной марки клея, без консультации со специалистами, – отмечает Елена Скотарен-

**Цель инноваций – повышение экономической эффективности операций промышленных потребителей клеев**

ко, – например, при использовании возвратной тары клей не должен препятствовать удалению этикеток при мойке бутылок. Применяемые клеи должны служить не только средством соединения этикетки и емкости, но и обладать широким спектром свойств, обеспечивая устойчивость этикетки к внешним факторам.

НПП «Люкс-Х», клиентоориентированная компания, постоянно находящаяся в технологической цепочке своих заказчиков, решает проблемы клиента путем согласованного принятия решения о подборе необходимого адгезива. Сертифицированные лаборатории НПП «Люкс-Х» проводят тестирование образцов заказчиков и на основании проведенных тестов предоставляют клеевые продукты, удовлетворяющий всем требованиям потребителей.

Мы рекомендуем всегда связываться со службой технологической поддержки нашей компании при изменении условий применения клея, изменении материалов и конфигурации этикетки, колпачка, тары и т.д. Это позволяет заказчику быть уверенным, что продукция с качественно приклеенной этикеткой или акцизной маркой сохранит свой товарный вид при транспортировке, на полках торговых сетей и на столе у потребителя».

Ольга Бут

