

Продукты информационного агентства "INFOLine" были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство "INFOLine" было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания.



Крупнейшая информационная база данных мира включает продукты продуктов агентства "INFOLine". Компания "Lexis-Nexis" с 1973 года интегрирует информацию от 9000 СМИ всего мира, в рамках работы по мониторингу данных о России и странах СНГ сбор информации осуществляет с помощью продуктов агентства "INFOLine".



Информационное агентство "INFOLine" имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации ИА № ФС 77 – 37500.

База событий

Упаковка и тара РФ

2011-2014

Демонстрационная версия





Содержание выпуска

Общие новости рынка упаковки и тары	5
<i>Международная организация по стандартизации публикует новые стандарты упаковки.....</i>	<i>5</i>
<i>В Австралии производители напитков против введения залоговой стоимости тары.....</i>	<i>5</i>
<i>Сенат Нью-Мексико рассматривает новый законопроект обязательной маркировки ГМ-еды и кормов.....</i>	<i>6</i>
<i>Не сегодня, но к 2025 году. "Ураковано.ru". 15 января 2013</i>	<i>6</i>
<i>Главные проблемы упаковщиков. "Ураковано.ru". 16 января 2013</i>	<i>6</i>
<i>Терминология по существу. О проекте нового терминологического стандарта по упаковке. "Упаковк.ру". 21 января 2013.....</i>	<i>6</i>
Отраслевые мероприятия	7
<i>В рамках VII Всероссийского торгового форума пройдет конкурс "Инновационный продукт "Продэкспо-2013".....</i>	<i>7</i>
<i>XI Международная конференция "Рынок Полимеров" в текущем году состоится 29-31 мая.....</i>	<i>7</i>
<i>Выставка "Молочная и Мясная индустрия 2013" открывает новые перспективы бизнеса.....</i>	<i>7</i>
<i>С 27 по 29 ноября 2013 года в Национальном выставочном комплексе ОАО НВК "Узэкспоцентр", в центральном павильоне состоится 9-я Международная Выставка Сельского Хозяйства и Пищевой Промышленности "UzAgroExpo-2013".....</i>	<i>8</i>
Нормативные документы	9
<i>Проект постановления Правительства Российской Федерации Д17вн-30 "О проведении публичного технологического и ценового аудита крупных инвестиционных проектов с государственным участием и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации".....</i>	<i>9</i>
Новые технологии.....	11
<i>Новый биоразлагаемый пластик из свеклы для пищевой упаковки предлагают учёные.....</i>	<i>11</i>
<i>Hoffeld разрабатывает антимикробную упаковку из отходов апельсина.....</i>	<i>11</i>
<i>Испанские ученые разработали и уже протестировали "умную" упаковку для продуктов, которая позволяет дольше сохранять пищу свежей даже после распаковки.....</i>	<i>11</i>
<i>Новая упаковка продлевает срок годности мяса. "ИА Казах Зерно". 20 января 2013</i>	<i>11</i>
Упаковка из бумаги и картона.....	12
<i>Немецкий "Кнауф" модернизирует свой картонный комбинат в Ленобласти.....</i>	<i>12</i>
<i>ГК "Объединённые бумажные фабрики" приняла участие в 17-ой Конференции Адама Смита.....</i>	<i>12</i>
<i>ЗАОр «НП НЧ ББК им.С.П.Титова» подвел итоги работы за 2012 г.....</i>	<i>13</i>
<i>В 2012 г. Киевский ББК увеличил выпуск гофротары на 18,4% до 228,7 млн. кв. м.....</i>	<i>13</i>
<i>В колонии строгого режима использовать в Великобритании 100% картона, сертифицированного PEFC.....</i>	<i>13</i>
<i>SFT Group завершила модернизацию гофропроизводства.....</i>	<i>14</i>
<i>"Etiketka" разработала дизайн этикеток для вина "Gustillo".....</i>	<i>14</i>
<i>Aragan начала выпускать пробиотик в слайдере Burgorak.....</i>	<i>14</i>
<i>Huhtamaki начинает использовать в Великобритании 100% картона, сертифицированного PEFC.....</i>	<i>15</i>
<i>Starbucks хочет отказаться от культовых бумажных стаканчиков.....</i>	<i>16</i>
<i>UPM Raflatac выпустила новые сорта бумаги для винных этикеток.....</i>	<i>16</i>
<i>Wewow изготовила экологичные упаковки CD для Universal Music.....</i>	<i>16</i>
<i>Спрос на экоэтикетки в 2013 году будет расти — прогноз Organic Monitor.....</i>	<i>17</i>
<i>Студентка из США Кейт Микитовски (Kate Mikutowski) представила один из своих проектов.....</i>	<i>17</i>
<i>Сыр в упаковке, напоминающей березу, появится на полках магазинов Финляндии.....</i>	<i>18</i>
<i>Южнокорейская дизайнерская фирма TOBL DESIGN под руководством Вонкука Ли (Wonkook Lee) представила собственный концепт переноски для стаканов, который может использоваться заведениями общественного питания для упаковки напитков на вынос.....</i>	<i>18</i>
<i>McDonald's добавит на упаковку QR коды.....</i>	<i>19</i>
Полимерная упаковка.....	22
<i>Импорт полиэтилена в Россию вырос на 28% в 2012г.....</i>	<i>22</i>
<i>Российские производители ПВХ сократили зависимость внутреннего рынка от импорта.....</i>	<i>22</i>
<i>Российские производители ПЭТ поднимают цены вслед за изменениями на внешних рынках.....</i>	<i>23</i>
<i>Мексиканский производитель ПВХ объявил форс-мажор.....</i>	<i>23</i>
<i>Немецкая ассоциация производителей пластиковой упаковки IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen (Бад-Хомбург) весьма позитивно оценивает начало нового 2013 года для отрасли.....</i>	<i>23</i>
<i>Акционеры Нижнекамскнефтехима одобрили присоединение "Полимер-НКНХ".....</i>	<i>23</i>
<i>Прошедший год выдался нелегким для индустрии пластиковой упаковки в Индии.....</i>	<i>24</i>
<i>Нефтегазохимический комплекс Татарстана увеличил производство.....</i>	<i>24</i>
<i>Акционеры "Тюменского завода пластмасс" приняли решение о ликвидации АО.....</i>	<i>24</i>
<i>"НПП ПОЛИПЛАСТИК" расширяет мощности по производству композитов.....</i>	<i>24</i>
<i>"ПОЛИПЛАСТИК" открывает учебный центр в Казахстане.....</i>	<i>25</i>
<i>В 2012 году в Алтайском крае вырос объем господдержки предприятий реального сектора экономики.....</i>	<i>25</i>
<i>"Интерпластика-2013" : Staubli представит продукцию для производителей пресс-форм.....</i>	<i>26</i>
<i>Dow отложила строительство завода по выпуску пластика из сахарного тростника.....</i>	<i>26</i>
<i>Engel провел семинар по технологии MiCell.....</i>	<i>26</i>



Компания Джокей Пластик Могилев получила декларацию соответствия Таможенного союза ЕАС на продукцию собственного производства тару пластиковую.....	27
Мистерия: Новинка ассортимента пластиковая одноразовая тарелка инновационного дизайна - глубокий квадрат 180*180мм.....	27
Внедренческая фирма "Купол" предлагает новую пневмоупаковку, запатентованную в виде полезной модели.....	28
Краснодарское агентство "Report" разработало логотип для торговой марки "Торес".....	28
С января 2013 LINPAC Allibert и Schoeller Arca Systems объединили свои силы под единым именем Schoeller Allibert, укрепляя тем самым позиции мирового лидера в области производства многооборотной пластиковой тары.....	28
Aloof разработал дизайн упаковки для косметики Swell.....	29
"Серебро" завоевала компания Sidel на конкурсе Pentawards 2012, представив свой концепт DailyDose.....	29
Quadpack начала наступление на новые рынки.....	30
Sunrise помогла TI Cosmetics создать бренд мужских средств по уходу за кожей.....	30
Tenza Technologies Ltd предлагает своим клиентам инновационные устойчивые пакеты.....	30
Unipetrol RPA выпустила смолу, которая заметно улучшает эстетические и технологические свойства термоформованных жестких упаковочных материалов, таких как крышки для напитков, а также стаканчики и бутылки для йогуртов.....	31
Waldemar Behn представил шесть коктейлей в новом формате упаковки ShakerPouch.....	31
Австралийский бренд Squooshi появился в результате стремления его создателей выпустить экологичный продукт многоразового действия, полезный и приятный детям и их родителям.....	32
Вид упаковки воды для беременных должен придать бренду образ лекарства.....	32
Колпачки, которые могут становиться деталями конструктора, предлагает Gualarack.....	33
Контейнер для теней для век 382 от Chu Yeuan открывается сбоку.....	33
Компания Soul Limitada выпустила лимонад Love Lemon, который стал новым продуктом для рынка Чили.....	34
Разрабатывая дизайн упаковки бутылок для воды, специалисты индийского агентства Q-Studio принимали во внимание безопасность и внешнюю привлекательность продукта.....	34
Разработан высокоточный метод обнаружения следов ВРА в еде и воде.....	34
Руководство филиппинского города Макати начало посылать инспекторов для проверки выполнения предприятиями торговли общественно питания предписания о поэтапном сокращении количества пластиковых и пенопластовых контейнеров на складах.....	35
Торговая марка Nask была представлена испанским дизайнером Марой Родригез (Mara Rodriguez).....	35

Стеклотара.....36

Проект, посвященный охоте, представила группа российских дизайнеров.....	36
"Кит-Маркетинг" разработал упаковку для дивина "Аист".....	36
Instie Design закончило работу над этикеткой для продукции семейной винодельни.....	36
Греческое агентство Noon Design оформило упаковку для вина Theodosia.....	36
Дизайн бутылки для американского ликера Tiaca Cinnaster.....	36
Лимитированная серия упаковок для японского оливкового масла первого отжима OEVOO.....	36
Нечто общее между тывкой и пивом попытались найти испанские дизайнеры.....	37
Студент-дизайнер из Малайзии Айк Чин Тео (Aik Chin Teoh), который проходит обучение в австралийском университете RMIT, представил свой проект, посвященный бельгийскому пиву.....	37
Упаковка для пива, созданного специально для страдающих глютеновой болезнью.....	38
Упаковка. Взгляд профессионалов: шотландский виски Double Tower. "Unipack.ru". 18 января 2013.....	38

Металлическая упаковка.....39

Albea объявила о завершении приобретения подразделения косметической упаковки Rexat.....	39
Carlsberg Kazakhstan объявляет о запуске производства баночного пива.....	39
Coster разработала интегрированное решение в области аэрозольной упаковки.....	39
FFP Packaging Solutions поставляет в рыбные отделы сети Morrisons новые термогерметичные пакеты Esterpeel Cook, в которых рыбу можно приготовить в духовом шкафу целиком или кусочками с ароматизированным маслом.....	40
Производитель офисной мебели получил награду за новую транспортную упаковку.....	40

Обновление упаковки предприятиями.....42

Nivea сменил лого на упаковках.....	42
Научно-производственная фирма "Геникс" начала производство жидкого мыла Ника-Свежесть в новом флаконе.....	44
R&W разработал новый дизайн для супов Tesco.....	44
Компания Ansell Ltd. провела редизайн упаковки гелей-лубрикантов, производимых ей под марками Lifestyles, Manix и Unimil.....	45
У лакричных конфет Panda меняется упаковка.....	45
Чипсы от PepsiCo Frito-Lay получают новое оформление упаковки.....	45

Пищевые и фасовочные производства.....47

"Русская Трапеза" приглашает на выставку "Упаковка/УпакИталия - 2013".....	47
Бронко: Отгружен в Москву тигельный пресс ML 750.....	47
Бронко: Подготовлена к отгрузке в Тверь кашировальная машина TMB-1300F.....	47
Бронко: Проверка партии оборудования EQL-50 - обрезчик углов.....	47
Бронко: Тестирование полученной партии станков для тампонной печати TP-150A.....	47
На склад компании Бронко поступила листорезка скоростная QD-350.....	47
В 2012 году Группой ТЕРРА ПРИНТ поставлено более 20-ти комплексов БПО FoldMaster- Robatech.....	47
ГК ТЕРРА ПРИНТ представляет простое решение для качественного изготовления фотокниг: Horizon HCB-2.....	48
Тигельный пресс VEGA ML-750 от ТЕРРА ПРИНТ в компании "Верже-Ра".....	49
"Интерпластика-2013": Noble Trading представит двухшнековый экструдер ТЕК-58 МНС.....	49
В конце 2012 года компания ЗИКО посетил Президент и владелец "Зиглох - Группе" почетный профессор г-н Гельмут Зиглох.....	49
Компания "ЯМ Интернешнл" получила эксклюзивные права на поставку оборудования для производства картонной упаковки Brausse в Россию и СНГ.....	49



Компания Multivac намерена продемонстрировать термоформовочную машину E-концепции.	50
Horizon примет активное участие в Hunkeler Innovationdays 2013.	50
Notis завершил тестирование новой линии фасовки муки в бумажные пакеты.	51
Rokk Processing представляет новую роботизированную производственную линию.	51
Итальянская ассоциация производителей автоматического упаковочного оборудования Usima (Италия, Модена) сообщила о рекордном обороте в 2012 г.	51
Производитель листовых печатных машин Manroland Sheetfed (Германия, Оффенбах) сообщил об отгрузке сотой офсетной печатной машины Roland с момента возобновления производства 9 февраля 2012 г.	51
Японский производитель печатных машин Komori объявил о своем отказе от участия в авторитетной международной полиграфической выставке Irex 2014.	51
Мультисенсорный и мультинадежный. "Мясные технологии". № 1 2013.	52
Использование рентгеновского контроля получает одобрение производителя экологически чистых продуктов. "Upipack.ru". 16 января 2013 ..	52
Упаковочное оборудование — необходимость для любого производства. "Upipack.ru". 18 января 2013.	52



Общие новости рынка упаковки и тары

Международная организация по стандартизации публикует новые стандарты упаковки.

Международная организация по стандартизации (ISO) одобрила свод новых мировых стандартов для рынка упаковки, которые официально были обнародованы в конце 2012 года. В первую очередь эти изменения заинтересуют участников упаковочного рынка, в частности, станут предметом дискуссий на заседаниях Института профессионалов в области упаковки (IoPP), точнее, технического комитета, чья работа — быть связующим звеном между членами IoPP и всем остальным упаковочным сообществом.

Работа над этими стандартами началась еще в 2009 году, когда в ISO был образован отдельный подкомитет, занимавшийся вопросами упаковки и экологии. Его задачей было разработать ряд стандартов для упаковочного рынка, которые помогли бы минимизировать то вредное воздействие, которое данный сектор оказывает на природу. Новые стандарты, которые носят рекомендательный характер, предлагаются к рассмотрению производителям упаковки, владельцам брендов и ритейлерам, которые могут следовать им пока на добровольной основе, пишет Upravano.ru.

Всего Подкомитет по вопросам упаковки и экологии совместно с представителями упаковочного рынка из 26 стран разработал шесть новых стандартов, направленных на "озеленение" упаковочного сектора:

Общий стандарт, разъясняющий необходимость использования стандартов ISO;

Оптимизация работы упаковочного сектора — сокращение использования тяжелых металлов и опасных/ядовитых веществ;

Повторное использование упаковки;

Рециклинг упаковочных материалов;

Восполнение энергии;

Восполнение органических веществ.

Эти стандарты, принятые Международной организацией по стандартизации, во многом повторяют европейские стандарты Европейского комитета по стандартизации (CEN).

Несмотря на то, что новые стандарты ISO рассчитаны на добровольное исполнение, организация все же настоятельно рекомендует участникам упаковочного рынка по мере возможностей следовать им. То есть данные стандарты имеют добровольно-принудительный характер. Если какая-то компания решит соблюдать один из вышеперечисленных стандартов, она должна будет выполнить все требования, которые выдвигает вместе с этим стандартом ISO. Представители организации советуют упаковщикам детально продумывать каждое упаковочное решение еще до его запуска на рынок, в частности, "примеривать" каждый из стандартов к будущей упаковке — каков будет ее "путь" до непосредственного использования, и какой — после.

В ISO подчеркивают, что упаковочная отрасль давно нуждалась в появлении простых, понятных и унифицированных стандартов, которые мог бы интегрировать в свой бизнес любой упаковщик.

В самой Международной организации по стандартизации наиболее важными из этих шести считают два стандарта — стандарт ISO 18602 (Оптимизация работы упаковочного сектора) и стандарт ISO 18604 (Рециклинг упаковочных материалов).

ISO 18602: Оптимизация работы упаковочного сектора

В стандарте ISO 18602 за основу взят похожий стандарт, разработанный Европейским комитетом по стандартизации. Он подразумевает действия, которые должна предпринимать любая компания, решившая сделать свой бизнес экологичнее, к примеру, сократить объем потребляемого сырья. Благодаря этому стандарту компания сможет вычислить оптимальное количество сырья, необходимого для производства упаковки без потери ее качества. При этом в стандарте говорится, что лучше использовать избыточное количество материалов, которые бы хорошо защищали продукт во время его хранения и транспортировки, чем использовать недостаточно сырья и потом просто выбрасывать испорченные продукты. То есть компаниям предлагается работать над упаковкой, которая хорошо защищала бы продукт и при этом не сильно загрязняла окружающую среду.

ISO 18604: Рециклинг упаковочных материалов

Что касается стандарта 18604, в котором речь идет о рециклинге упаковки, в нем предлагается в едином стиле маркировать упаковку, которая подлежит вторичной переработке. Здесь же перечисляются упаковочные материалы и компаунды, которые препятствуют рециклингу использованной упаковки — они либо затрудняют сортировку такой упаковки, либо вовсе не позволяют ее перерабатывать. В Канаде и Франции, к примеру, производителей неперерабатываемой упаковки уже штрафуют.

В ISO надеются, что с помощью введения новых стандартов упаковочный бизнес со временем станет безопаснее как для человека, так и для окружающей среды. (Upravano.ru 18.01.13)

В Австралии производители напитков против введения залоговой стоимости тары.



Австралийская индустрия напитков выступила с протестами против предложенной общенациональной схемы по введению залоговой стоимости тары (CDS), заявив, что такая мера приведет к существенному росту цен. Предложенная в октябре Сенатом схема CDS призвана предлагать возврат наличных средств за собранные контейнеры из-под напитков

В зависимости от системы залоговой стоимости, контейнеры могут либо возвращаться производителям через розничные каналы, центры сбора, оборотные торговые автоматы, либо восстанавливаться в рамках существующей системы сбора и переработки отходов. Такая программа уже действует в Южной Австралии и на Северной Территории, сообщает Upravovano.ru. Тем не менее, производители напитков, такие как Coca-Cola Amatil (CCA), Lion, а также Австралийский пищевой и продовольственный совет (AFGC) представили совместные ходатайства по предложенной схеме, заявляя, что CDS приведет к значительному росту цен.

К примеру, в компании Lion рассказали, что с момента введения CDS на Северной Территории в январе 2012 года, цены на напитки повысились. Владелец бренда предупредил, что в случае принятия общенациональной CDS, Lion будет добиваться возмещения своих расходов. В Южной Австралии, по информации CCA, разливные компании заставили платить за этикетки. Некоторые другие владельцы брендов добавляют, что существуют менее дорогостоящие варианты вторичной переработки. (Акциз (Украина) 15.01.13)

Сенат Нью-Мексико рассматривает новый законопроект обязательной маркировки ГМ-еды и кормов.

Сенат штата Нью-Мексико приступил к предварительному рассмотрению законопроекта, требующего введения обязательной маркировки продуктов питания и кормов для животных, содержащих ГМО

По данным Food Safety News, Сенат штата Нью-Мексико приступил к предварительному рассмотрению законопроекта, требующего введения обязательной маркировки продуктов питания и кормов для животных, содержащих генетически модифицированные компоненты. При поддержке сенатора Петера Вирта (Peter Wirth) "Senate Bill 18" вносит поправки в Закон о продуктах питания Нью-Мексико, которые будут распространяться на все продукты питания, напитки и жевательную резинку как для людей, так и для животных. Согласно новому закону, любой продукт содержащий более 1% генетически модифицированных компонентов должен рассматриваться как подлежащий обязательной маркировке "непосредственно на контейнере" или обёртке. Также закон требует, чтобы нанесённая отметка была легко заметной.

16-страничный документ из Нью-Мексико определяет генетически модифицированные материалы как вещества, которые были произведены, улучшены или иным образом изменены "с помощью технологии рекомбинации дезоксирибонуклеиновой кислоты путём генной инженерии или биотехнологии". (Foodcontrol.ru 17.01.13)

Не сегодня, но к 2025 году. "Upravovano.ru". 15 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Главные проблемы упаковщиков. "Upravovano.ru". 16 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Терминология по существу. О проекте нового терминологического стандарта по упаковке. "Unipack.ru". 21 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).



Отраслевые мероприятия

В рамках VII Всероссийского торгового форума пройдет конкурс "Инновационный продукт "Продэкспо-2013".

Конкурс "Инновационный продукт "Продэкспо 2013" проводится в целях выявления и продвижения на потребительском рынке России продуктов питания с новыми или усовершенствованными потребительскими качествами. Продукты - победители Конкурса награждаются Золотыми и Серебряными медалями и почетными дипломами.

Конкурс пропагандирует инновационные технологии, дающие качественные изменения продукта, выявляет и рекламирует продукты-лидеры, способствует продвижению качественной продукции на российском рынке.

Компании-победители Конкурса получают:

право размещать изображение медали на упаковке продукта

рекламу среди более 50 000 деловых посетителей выставки "Продэкспо" в качестве участника престижного конкурса

рекламу на церемонии награждения Конкурса (более 20 печатных профильных изданий).

рекламу в специальном разделе интернет-каталога продуктов GoodsMatrix.

Номинации конкурса:

Инновации в технологии

Инновации в составе продукта

Инновации в упаковке

Инновации в удобстве потребления

Информация об участниках конкурса публикуется в газете, издаваемой ЗАО "Экспоцентр" и распространяемой среди экспонентов и посетителей выставки "Продэкспо".

Организаторы конкурса: Конгрессно Выставочная Компания "Империя", ЗАО "Экспоцентр", интернет-каталог продуктов питания Goods Matrix, Официальный информационный партнер - журнал "Продвижение Продовольствия. Prod&Prod".

Конкурс "Выбор сетей "Продэкспо-2013"

Конкурс-дегустация "Выбор сетей", который пройдет в рамках выставки "Продэкспо" уже в 8 раз, поддерживается Ассоциацией компаний розничной торговли, Федеральным Закупочным Союзом "ЗАО "Система ТЗС", действующей в интересах Союза Независимых Сетей России, и ЗАО "Экспоцентр".

Победителей выберут представители розничных сетей, которые, ознакомившись с представленными продуктами, зададут вопросы поставщикам и анонимно отметят в анкетах конкурса, какие из продуктов, по их мнению, имели бы хорошие продажи в их сетях.

Победители конкурса получат дипломы, которые послужат весомым аргументом в переговорах о поставках с закупщиками сетей, особенно с теми, кто был экспертом конкурса.

КВК "Империя" приглашает производителей продуктов питания принять участие в конкурсе "Выбор сетей", который состоится на выставке "Продэкспо-2013". (INFOline, ИА (по материалам компании) 16.01.13)

XI Международная конференция "Рынок Полимеров" в текущем году состоится 29-31 мая.

Организаторы конференции обещают интересную и насыщенную программу. Ключевые вопросы конференции: перспективы развития рынка базовых полимеров России и СНГ; стратегии работы нефтехимических предприятий; баланс спроса и предложения на рынке полимеров СНГ; перерабатывающие сектора: проблемы, потребности и спрос.

В этом году организаторы намерены представить несколько новинок. Среди них – специализированный семинар "Рынок полимерных пленок", а также специальную тему "Применения полистирола как ключевой фактор развития энергосберегающих технологий" и др. (Мир упаковки (Украина) 15.01.13)

Выставка "Молочная и Мясная индустрия 2013" открывает новые перспективы бизнеса.

Международная выставка "Молочная и Мясная индустрия" является местом деловых встреч и коммуникаций специалистов молочной, мясной отраслей пищевой промышленности, животноводческих хозяйств и комплексов, компаний, работающих с указанными отраслями в тесном взаимодействии.

В 2013 году на выставке особое внимание уделяется нескольким аспектам – новым технологиям и оборудованию, дополнительным услугам, которые появились на российском рынке за 2012 год.

С особой тщательностью готовится новый тематический раздел, посвященный развитию молочного и мясного животноводства "Выращивание и содержание животных". Частично экспозиция этого раздела всегда была представлена на выставке ведущими международными компаниями DeLaval, GEA, Трансфэр, французской ассоциацией ADEPTA, Перинокс, российскими компаниями Тагрис, Агротехника, Агроком М и другими. С 2013



года уже имеющаяся экспозиция технологических предложений для животноводства усиливается предложениями по содержанию и выращиванию сельскохозяйственных животных и птицы.

В рамках раздела "Молочное производство" будет представлено новое направление – оборудование для производства мороженого. В 2012 году на выставке была представлена экспозиция компании UNILEVER, которая заинтересовала посетителей и участников. Компания UNILEVER подтвердила свое участие и в 2013 году.

О динамичном развитии выставки "Молочная и Мясная индустрия" говорит и ежегодно увеличивающееся число посетителей выставки. Так в прошлом году выставку посетили 6600 специалистов из 64 регионов России и 27 стран мира. По статистическим данным около 70% участников выставки "Молочная и Мясная индустрия" являются постоянными экспонентами, участвующими в выставке более 3-х лет. Среди постоянных участников такие ведущие игроки рынка: Тетра Пак, Таурас-Феникс, Matimex, Элопак, Alpma, I.C.F. & Welko, Роспак, Эколин, Эко Ком, Трерко, BMJ Processing и многие другие компании. На настоящий момент свое участие в выставке подтвердили более 180 компаний. Среди них дебютанты составляют порядка 17 процентов участников.

Участие в выставке для игроков рынка молочной и мясной индустрии также важно, как имеет значение быть в курсе всех изменений, происходящих в бизнесе данных отраслей и пищевой промышленности в целом, как важно иметь возможность прямого разговора с ведущими экспертами, иметь возможность задать наиболее важные вопросы и получить рекомендации, как важно иметь возможность прямого общения с руководством Министерства сельского хозяйства, с представителями региональной власти большинства регионов России.

Выставки "Молочная и Мясная индустрия" проводится параллельно с выставкой Ingredients Russia. Оба мероприятия представляют технологические решения для пищевой промышленности.

11-я Международная выставка "Молочная и Мясная индустрия" пройдет с 12 по 15 марта 2013 года в Москве во Всероссийском выставочном центре (ВВЦ), в павильоне 75. Организатор выставки – Группа компаний ITE, занимающая лидирующие позиции на рынке выставочных услуг в России. (Unipack.ru 16.01.13)

С 27 по 29 ноября 2013 года в Национальном выставочном комплексе ОАО НВК "Узэкспоцентр", в центральном павильоне состоится 9-я Международная Выставка Сельского Хозяйства и Пищевой Промышленности "UzAgroExpo-2013".

Выставка является важным событием в экономической жизни Узбекистана, ежегодно собирая, на главной выставочной площадке страны, специалистов отраслей сельского хозяйства и пищевой промышленности.

На выставке, как правило, представлены сельскохозяйственная техника, запасные части, оборудование для животноводства и птицеводства, ветеринарные препараты, удобрения, корма и добавки, оборудование для пищевой и перерабатывающей промышленности, продукты питания, упаковка, торговое холодильное оборудование, напитки и многое другое.

В 2012 году в выставке приняли участие иностранные компании из Польши, Нидерландов, Италии, Франции, Германии, Китая. А так же компании из России, Украины, Беларуси и Казахстана.

Ежегодно выставка организуется при официальной поддержке: Министерства Сельского и водного хозяйства Республики Узбекистан, Ассоциации производителей животноводческой продукции Республики Узбекистан, Ассоциация предприятий пищевой промышленности Республики Узбекистан, Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан.

Организаторы – Выставочная компания IEG Uzbekistan.

Менеджер проекта:

Александра Кутузова

IEG Uzbekistan

Тел.: + 998 71 238 59 82

Моб.: +(998-90) 948-54-29

Факс: + 998 71 238 91 82

E-mail: sales5@ieg.uz (Институт конъюнктуры аграрного рынка 16.01.13)



Нормативные документы

Проект постановления Правительства Российской Федерации Д17вн-30 "О проведении публичного технологического и ценового аудита крупных инвестиционных проектов с государственным участием и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации"

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 596 "О долгосрочной государственной экономической политике" Правительство Российской Федерации **п о с т а н о в л я е т** :

1. Утвердить прилагаемое Положение о проведении публичного технологического и ценового аудита крупных инвестиционных проектов с государственным участием.

2. Установить, что настоящее постановление, не применяется в отношении инвестиционных проектов, включенных в федеральную адресную инвестиционную программу, государственный оборонный заказ на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 39 Положения, утвержденного настоящим постановлением.

3. Федеральному агентству по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству:

а) утвердить в месячный срок:

форму заключения о проведении публичного технологического и ценового аудита инвестиционных проектов;

форму сводного заключения о проведении публичного технологического аудита инвестиционных проектов;

б) утвердить в 2-месячный срок порядок формирования перечня экспертных организаций и физических лиц, которые могут привлекаться к проведению публичного технологического аудита инвестиционных проектов, включая критерии их отбора;

в) утвердить в 2-месячный срок со дня принятия указанного в подпункте "б" настоящего пункта порядка перечень экспертных организаций и физических лиц, которые могут привлекаться к проведению публичного технологического аудита инвестиционных проектов;

г) обеспечить ежегодный пересмотр нормативных технических документов, нормативов цены конструктивных решений и сметных нормативов, включенных в федеральный реестр сметных нормативов, подлежащих применению при определении сметной стоимости объектов капитального строительства, строительство которых финансируется с привлечением средств федерального бюджета, с учетом внедрения новых отечественных и мировых технологий строительства, технологических и конструктивных решений, современных строительных материалов, конструкций и оборудования, применяемых в строительстве.

4. Министерству образования и науки Российской Федерации:

а) утвердить состав научно-экспертного совета по проведению публичного технологического аудита инвестиционных проектов, предусматривающих создание новых или модернизацию существующих технологий производства гражданского назначения, претендующих на государственную поддержку, с выделением при необходимости в его составе независимых экспертных комиссий соответствующей направленности либо отраслевых групп;

б) утвердить в 2-месячный срок:

порядок и методику проведения экспертной оценки соответствия технологий производства гражданского назначения мировому уровню развития науки и техники, а также форму экспертного заключения о проведении публичного технологического аудита инвестиционных проектов;

положение о классификации технологий производства гражданского назначения, подлежащих учету в порядке, установленном Правительством Российской Федерации для учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения, в том числе в целях их параметрического сопоставления с зарубежными аналогами.

5. Военно-промышленной комиссии при Правительстве Российской Федерации обеспечить:

а) проведение публичного технологического аудита инвестиционных проектов, предусматривающих создание новых или модернизацию существующих технологий производства двойного назначения, претендующих на государственную поддержку;

б) организацию учета технологий производства двойного назначения, разработанных с использованием средств федерального бюджета, в порядке, установленном Правительством Российской Федерации для учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения, разработанных с использованием средств федерального бюджета, с соблюдением требований, обеспечивающих защиту сведений, составляющих государственную тайну;

в) предоставление по запросам федеральных органов исполнительной власти информации о наличии в системе учета технологий производства двойного назначения, которые могут быть использованы для реализации инвестиционных проектов соответствующей отраслевой направленности.





6. Министерству регионального развития Российской Федерации, Федеральному агентству по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству в 2-месячный срок представить в Правительство Российской Федерации предложения по определению размера платы за оказание услуг экспертных организаций и физических лиц, привлекаемых к проведению публичного технологического аудита инвестиционных проектов.

7. Абзац тринадцатый пункта 31 Положения о составе разделов проектной документации и требованиях к их содержанию, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2008 г. № 87 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 8, ст. 744; 2012, № 27, ст. 3738), изложить в следующей редакции:

"публичный технологический и ценовой аудит, проектные и изыскательские работы (глава 12)."

8. В Правилах проведения проверки инвестиционных проектов на предмет эффективности использования средств федерального бюджета, направляемых на капитальные вложения, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 12 августа 2008 г. № 590 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 34, ст. 3916; 2009, № 2, ст. 247):

а) пункт 11 дополнить подпунктом "з1" следующего содержания:

"з1) копия положительного заключения о проведении первого этапа публичного технологического и ценового аудита инвестиционного проекта в случае, если в отношении инвестиционного проекта должен проводиться публичный технологический и ценовой аудит в соответствии с законодательством Российской Федерации;"

б) подпункт "в" пункта 13 дополнить словами ", а также обоснование выбора на вариантной основе основных технико-экономических характеристик объекта капитального строительства, определенных с учетом планируемых к применению технологий строительства, производственных технологий и эксплуатационных расходов на реализацию инвестиционного проекта в процессе жизненного цикла".

Председатель Правительства

Российской Федерации Д.Медведев

Для получения рисунков и таблиц (архив zip) нажмите [здесь](#) (INFOLine, ИА (по материалам Министерства экономического развития) 16.01.13)



НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Новый биоразлагаемый пластик из свеклы для пищевой упаковки предлагают учёные.

Ученые и сотрудники университета при департаменте сельского хозяйства США (USDA) разработали биоразлагаемый пластик, который можно использовать в одноразовых контейнерах для продуктов питания. Термопластик становится мягким при сильном нагревании.

Для изготовления такого пластика, ученые Службы сельскохозяйственных исследований (ARS) включили в полимер биоразлагаемый жом сахарной свеклы, который является остаточным продуктом обессахаривания. В результате получаются термопластиковые композитные материалы, которые имеют механические свойства, схожие с полистиролом и полипропиленом — соединениями, из которых производятся пористые пищевые упаковки.

У производителей пищевых продуктов ежегодно образуются тонны жома сахарной свеклы

Ежегодно у производителей пищевых продуктов образуются тонны жома сахарной свеклы. Поиск оптимального использования этого субпродукта является актуальным вопросом для экономики сельского хозяйства США, пишет Upravano.ru.

Новый биоразлагаемый пластик можно использовать в одноразовых контейнерах для продуктов питания

Теперь химик ЛинШу Лью (LinShu Liu) и физиолог растений Арланд Хотчкисс (Arland Hotchkiss) с коллегами нашли вариант использования жома сахарной свеклы. Вместе с профессором Джинвеном Жангом (Jinwen Zhang) из Государственного университета Вашингтона они разработали эту термопластмассу. Исследователи продемонстрировали, что до 50% свекольного жома с полимером молочной кислоты может быть использовано для производства термопластичных композитных материалов, похожих на нефтехимические соединения, из которых изготавливаются пористые одноразовые упаковки. (Upravano.ru 18.01.13)

Holfeld разрабатывает антимикробную упаковку из отходов апельсина.

Ирландский производитель жестких пластиков Holfeld Plastics, совместно с исследовательской компанией Citrox Bio-Sciences, занялся разработкой антимикробной упаковки из отходов апельсина.

Проект носит название Ecoreat и финансируется Европейской комиссией. Он рассчитан на два года, полгода из которых компании уже работают над созданием упаковки.

В основе проекта – биофлавоноиды, которые добываются из пористой белой мякоти с внутренней стороны апельсиновой шкурки. В исследованиях используются испанские горькие апельсины, которые обычно идут на изготовление пищевых красителей и ароматизаторов. Однако белая мякоть от шкурок обычно не используется и отправляется в отходы. Цель исследования – разработать растительный экстракт на основе биофлавоноидов с антимикробными, антиоксидантными свойствами.

Разработчики пояснили, что экстракт пригодится в упаковке мяса птицы, так как его активные компоненты эффективно справляются с бактериями, образующимися при хранении. В ходе испытаний на подложки для куриного мяса наносилось покрытие с экстрактом Citrox. Тест показал, что количество таких бактерий как кишечная палочка, сальмонелла и кампилобактер уменьшилось в пять раз. Исследователи сообщили, что активное вещество можно будет добавлять в пластиковые лотки, а также в абсорбирующие подложки.

В Holfeld Plastics заявили, что экстракт скорее всего также будет увеличивать срок годности продукции. (Unipack.ru 15.01.13)

Испанские ученые разработали и уже протестировали "умную" упаковку для продуктов, которая позволяет дольше сохранять пищу свежей даже после распаковки.

Доказали действенность творения на различных сырах и печенье.

По словам ученых, их изобретение, в состав которого входят натуральные компоненты пектин и хитозан, позволит отказаться от добавления в пищу опасных консервантов и продлит жизнь пищи. В частности, в одном варианте активные вещества добавляют к упаковочному материалу - пластик или бумагу. В таком случаи предусмотрен отдельный слой, который можно накладывать прямо на продовольствие. Испанские исследователи уверены, что их изобретение позволит побороть еще одну мировую проблему - уменьшить количество пищевых отходов. (vchaspik.ua) (19.01.13)

Новая упаковка продлевает срок годности мяса. "ИА Казах Зерно". 20 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"[Тематические новости](#)" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).



Упаковка из бумаги и картона

Немецкий "Кнауф" модернизирует свой картонный комбинат в Ленобласти.

Немецкая компания КНАУФ планирует реализацию инвестиционной программы по модернизации производственного комплекса ОАО "Санкт-Петербургский картонно-полиграфический комбинат" в городе Коммунар.

О новом инвестиционном проекте представители компании заявили сегодня в ходе встречи с губернатором Ленинградской области Александром Дрозденко.

Управляющий компаньон международной группы компаний КНАУФ Манфред Грундке рассказал, что объем инвестиций в проект составит около 300 млн. долларов США. Модернизация картонно-полиграфического комбината предусматривает установку новой картоноделательной машины, что позволит увеличить в 1,5 раза мощности по производству картона и бумаги, а также -- строительство новых очистных сооружений и реконструкцию котельной. "При реализации этого проекта картонно-полиграфический комбинат в Коммунаре будет работать по стандартам западных производств. Модернизация позволит увеличить количество и качество продукции", - заявил Грундке.

Губернатор Ленинградской области поддержал инициативу немецких инвесторов: "Комбинат является градообразующим для Коммунара, предприятие социально ответственное и активно помогает городу", - сказал Александр Дрозденко.

О принятии "упрощенного" областного закона о мерах господдержки в виде налоговых льгот рассказал вице-губернатор - председатель комитета экономического развития и инвестиционной деятельности Ленинградской области Дмитрий Ялов. "Крупные инвестиционные проекты могут получить льготы по налогу на прибыль до 13,5% и до нуля по налогу на имущество сроком на 6 лет. Это привлекательные условия в сравнении с другими регионами и странами. Кроме того, в Ленинградской области реализуется ряд крупных логистических проектов - развивается порт в Усть-Луге, сеть железных дорог, что расширит возможности для транспортировки вашей продукции", - сказал Дмитрий Ялов.

В ходе встречи также был затронут вопрос о продаже в собственность "Санкт-Петербургскому картонно-полиграфическому комбинату" земельного участка, на котором расположено производство. Губернатор Ленинградской области заверил руководство компании КНАУФ, что со стороны властей будет оказана помощь в оперативном решении этого вопроса.

Международная группа компаний КНАУФ является одним из крупнейших производителей стройматериалов в мире и лидером в производстве продукции на основе гипса. КНАУФ - крупнейший немецкий инвестор в строительной отрасли, который в течение 80-ти лет активно работает в 60 странах мира, в том числе, в России, Украине, Казахстане, Узбекистане, Азербайджане и Грузии, и производит современные стройматериалы на 220 заводах.

В Ленинградской области КНАУФ является собственником ОАО "Санкт-Петербургский картонно-полиграфический комбинат" - крупнейшего в России предприятия по производству картона из макулатуры. Основной продукцией комбината является картон облицовочный, который используется при производстве гипсокартонных листов как на предприятиях группы КНАУФ СНГ, так и на заводах гипсовой отрасли. В качестве сырья комбинат использует макулатуру, объем перерабатываемой макулатуры составляет до 750 тонн в сутки. Производственная мощность ОАО "СПб КПК" - 240 тыс. тонн картона и 43,5 тыс. тонн полиграфической продукции в год.

Для справки: Название компании: КНАУФ Сервис, ООО (Knauf, Центральное управление группы КНАУФ СНГ)
 Адрес: 143400, Россия, Московская область, Красногорск, ул. Центральная, 139 Вид деятельности: Производство отделочных материалов
 Телефоны: (495)5040821 (495)5040829 Факсы: (495)5040827 (495)9809849 E-Mail: info@knauf.ru; Loss.Leonid@knauf.ru Web: <http://www.knauf.ru> Руководитель: Герд Ленга, генеральный управляющий группы КНАУФ СНГ

Для справки: Название компании: Санкт-Петербургский Картонно-полиграфический комбинат, ОАО Адрес: 188320, Россия, Ленинградская обл., Гатчинский р-н, пгт.Коммунар, ул.Павловская, 9 Вид деятельности: Производство упаковки и тары
 Телефоны: (812)4602278 (812)4601696 Руководитель: Кузнецов Сергей Сергеевич, генеральный директор (Правительство Ленинградской области 18.01.13)

ГК "Объединённые бумажные фабрики" приняла участие в 17-ой Конференции Адама Смита.

ГК "Объединённые бумажные фабрики" приняла участие в 17-ой Конференции Адама Смита, которая прошла с 4 по 6 декабря 2012 года. Группа компаний была представлена первым заместителем генерального директора Инной



Белоусовой, заместителем генерального директора Александром Синчуком и генеральным директором ООО "Лайнерторг" Жаном Кудайбергеновым.

Все мероприятия конференции были разбиты на 9 сессий, каждая из которых отличалась не только тематикой, но и методом обмена информацией. Например, первые последствия вступления России в ВТО обсуждалась посредством мозгового штурма, в котором приняли участие и делегаты ГК "ОБФ".

В процессе дебатов специалисты отрасли пришли к единому мнению, что ближайшие три года не ожидается серьезной конкуренции со стороны импортной продукции. Сработают заградительные таможенные пошлины. И не стоит забывать о высоких транспортных расходах из центра Европы.

Также на конференции прошли дискуссии на тему развития рынка сан.гигиены, тематические секции по сектору упаковки и сырья для ЦБП, затрагивались вопросы стратегии развития ЦБП.

Александр Синчук выступил с докладом "Рынок тарного картона в Европе и в России", в котором отмечалось, что в долгосрочной перспективе на динамику потребления гофропродукции окажет влияние демографический, экономический и технологический факторы. В последние годы, как в Европе, так и в России наблюдается естественный прирост численности населения и увеличение средней продолжительности жизни, так же растут и реальные доходы населения. В совокупности эти факторы позволяют прогнозировать увеличение объемов потребления гофротары. Служит этому доказательством явно выраженная взаимосвязь динамики оборота розничной торговли и объемов потребления гофропродукции. Экологические требования, устанавливаемые государством, также повлияют на изменение спроса в интересах производителей бумажной упаковки. В связи с увеличением потребления гофротары ожидается повышение спроса на тарный картон. Поэтому планируемый на российских предприятиях рост мощностей по производству тарного картона не вызовет на рынке избытка данной продукции. Особо стоит подчеркнуть, что будет расти спрос именно на тарный картон, произведенный из вторичного сырья. Полностью отказаться от производства тарного картона с использованием первичных полуфабрикатов будет невозможно, но, как показывает Европейский опыт, соотношение сырья для производства гофрокартона смещается в пользу макулатурных видов. (Интернет-портал лесной отрасли WOOD.RU 16.01.13)

ЗАОр «НП НЧ КБК им.С.П.Титова» подвел итоги работы за 2012 г.

Слаженная работа всех подразделений комбината позволила завершить 2012 г. ростом отгрузки по всем трём видам продукции: - гофропродукция +5,0%; - туалетная бумага + 1,2%; - картонная потребительская упаковка + 16,8%. Благодаря непрерывной работе, направленной на улучшение качества продукции в 2012 г. был заключен ряд крупных контрактов на поставку картонной потребительской упаковки и гофропродукции, которые в свою очередь позволят максимально использовать производственные мощности комбината. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 10.01.13)

В 2012 г. Киевский КБК увеличил выпуск гофротары на 18,4% до 228,7 млн. кв. м.

В 2012 г. ПАО "Киевский картонно-бумажный комбинат" (ККБК, г. Обухов, Киевская обл.) увеличило выпуск товарной продукции по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 6%, реализацию продукции - на 6,6%.

Картонным производством выпущено 119,7 тыс. тонн товарного картона и 92,4 тыс. тонн картона для собственных нужд, в том числе картона для гофропроизводства – 88,6 тыс. тонн.

В январе – декабре 2012 г. Киевский КБК увеличил производство бумаги-основы по сравнению с АППГ на 5,6% до 77,7 тыс. тонн, рулончиков туалетной бумаги (бренды "Диво", "Обухов 65", "MyLova", "Soffione") - на 16,2% до 395,2 млн. шт.

В том числе, на линии Gambini объем выпуска увеличился в 1,5 раз по сравнению с 2011 годом.

На участке изготовления салфеток (цех переработки бумаги) произведено 930 млн. шт. салфеток (+ 11% по отношению к 2011 г.).

По итогам 2012 г. компания увеличила производство гофротары по сравнению с 2011 г. на 18,4% до 228,7 млн. кв. м.

Справка

Строительство Киевского КБК начато 1977 г., в 1982 г. выпущена первая продукция (картон).

Является одним из крупнейших предприятий Европы по выпуску картонно-бумажной продукции. Основным сырьем для производства служит макулатура. Мощность по переработке вторичного сырья - свыше 850 т в сутки.

В общем выпуске целлюлозно-бумажной продукции в Украине доля комбината составляет около 30%, по гофропродукции – 23%.

Комбинат состоит из трех основных производств: картонное, бумажное и гофропроизводство.

95% акций принадлежит Pulp Mill Holding GmbH (Австрия) (INFOLine, ИА (по материалам компании) 11.01.13)

В колонии строгого режима открыт цех по производству гофротары.

Торжественное открытие нового производства прошло в исправительной колонии №1 Управления Федеральной службы исполнения наказаний России по Архангельской области (п. Пирсы).



Согласно подписанному договору между ведомством и федеральным государственным унитарным предприятием "Архангельское" ФСИН России теперь осужденные ИК-1 будут трудиться на выпуске гофротары, предназначенной для упаковки товаров, сообщает УФСИН России по Архангельской области.

Чсть перерезать красную ленточку досталась начальнику регионального УФСИН генерал-майору внутренней службы Анатолию Киранову и директору ФГУП "Архангельское" Юрию Кухаренко.

"Изготовление гофрокоробов является новым видом продукции для производственного сектора УФСИН России по Архангельской области. Мы намерены и впредь развивать собственные мощности для создания новых рабочих мест", - прокомментировал Анатолий Дмитриевич. К оплачиваемому труду в учреждении будет привлечено 10 отбывающих наказание – они станут делать картонную упаковку для продуктов. Планируемый объем - 400 коробок в час. Как отмечают представители ФГУП, такой скорости вполне достаточно для обеспечения нужд рыболовного производства: согласно договору отбывающие наказание ИК-1 приготовят 100 тысяч гофрокоробов.

Открытие нового цеха – значимый процесс не только для УФСИН, но и для самих осужденных. Те, кто на свободу хочет выйти готовым к жизни в социуме, сами стремятся трудоустроиться.

"Гораздо легче отбывать наказание, когда человек занят. Мы не только занимаем время работой, но и учимся чему-то новому", – поделился осужденный ИК-1 регионального УФСИН Михаил Кочарин.

(paperandlife.com) (11.01.13)

SFT Group завершила модернизацию гофропроизводства.

На предприятии SFT Group ЗАО "Картонтара" (г. Майкоп) завершена модернизация гофроагрегата №2. Установлено современное оборудование фирмы BHS: рилеочно-резательный автомат для продольной резки, узел разделения полотен, поперечно-резательное устройство и станок вырубки.

Проведенная модернизация значительно увеличит производительность гофроагрегата, так как смена форматов гофрозаготовок при переходе с одного заказа на другой будет происходить в автоматическом режиме на рабочей скорости. Кроме этого новое оборудование позволит существенно снизить расход сырья и повысит точность учёта выпущенной продукции.



Для справки: Название компании: *SFT Group* Регион: *Москва* Адрес: *Россия, Москва, Трубниковский переулок, д.13, стр.1* Вид деятельности: *Целлюлозно-бумажная промышленность* Телефоны: (495)9257656 Факсы: (495)9257650 E-Mail: secretar@sftgroup.ru; Stepan.Khomyakov@sftgroup.ru Web: <http://www.sftgroup.ru/> Руководитель: *Хомяков Степан Анатольевич, генеральный директор* (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.01.13)

"Etiketka" разработала дизайн этикеток для вина "Gustillo"

По заказу компании Satir Club молдавское агентство "Etiketka" разработало дизайн этикеток для испанских вин самого знаменитого винодельческого региона Испании - Риоха (Rioja).

Дизайн серии этикеток "Gustillo" выдержан в строгом стиле. Специалистами агентства было разработано оформление двух линеек вин самого знаменитого винодельческого региона Испании. Для сухих вин использована технология слепого конгрева. При печати же этикеток полусладких вин применялось тиснение различными видами фольги, а так же тактильный лак. (Unipack.ru 16.01.13)

Aragan начала выпускать пробиотик в слайдере Burgorak.



В октябре 2012 года французская компания Agagan, специализирующаяся на производстве натуральных БАДов, изготовленных из натуральных ингредиентов, начала выпускать свой пробиотик Restaure в новом формате упаковки производства Burgorak Healthcare & Technology. Отмечается, что добавка Restaure, которая распространяется во Франции через аптечную сеть, помогает сохранять и/или восстанавливать баланс кишечной микрофлоры.

Если раньше Restaure выпускалась в блистерной упаковке без картонной коробочки, то теперь добавки продаются в слайдере — картонной коробочке с выдвигающейся внутренней частью. В компании отмечают, что пользоваться такой упаковкой значительно удобнее, чем блистером. А раз упаковка удобнее, то и спрос на такой продукт будет выше.

Чтобы открыть слайдер, нужно потянуть за специальный ярлычок — по обе стороны коробочки выдвинутся две ее внутренние "вкладки": одна представляет собой блистер с таблетками, а на второй напечатана инструкция препарата. Размер новой упаковки составляет 66x102x11мм. Толщина картона, из которого состоит основная часть коробки, составляет 378 микрон/ 25 грамм/кв.м. Информация на упаковку наносится офсетной печатью с использованием основных цветов СМУК.

Сегодня слайдер, разработанный компанией Burgorak, доступен в разных размерах и с разной "начинкой" — без блистера, с одним или двумя блистерами. В такой упаковке можно выпускать широкий ассортимент фармацевтических средств — капсул, таблеток, гелеобразных препаратов.

Отмечается, что фасовкой добавок фирмы Agagan на специальном оборудовании занимаются аутсорсинговые предприятия — партнеры компании Burgorak. Что касается производства самого блистера, то он изготавливается на обычном оборудовании по производству блистерной упаковки. В компании Agagan отмечают, что Burgorak осуществила этот проект на три недели раньше запланированного срока.

Главными преимуществами выдвигной упаковки от Burgorak является то, что блистер, инструкция и коробка с названием препарата всегда находятся в одном месте, то есть в любой момент можно уточнить способ приема и добавку, да и название препарата всегда будет под рукой, чего не скажешь о блистере, на котором со временем прочитать название препарата бывает просто невозможно. При этом данная упаковка очень компактная, ее удобно брать с собой в дорогу, да и на аптечных полках и при транспортировке места она занимает не много. Кроме того, такая упаковка надежно защищает блистер, а значит, случайно таблетки из такой упаковки никогда не выпадут. В компании надеются, что потребитель по достоинству оценит практичность и функциональность такой упаковки.

Ко всему прочему, такая упаковка отлично подходит для брендинга — на картонной коробочке достаточно места для любой информации, которую производитель хочет донести до потребителя. (Upravovano.ru 18.01.13)

Huhtamäki начинает использовать в Великобритании 100% картона, сертифицированного PEFC.

Финская упаковочная группа Huhtamäki начинает 100% использование в Великобритании бумажного картона, сертифицированного Европейским советом по лесной сертификации (PEFC), еще до вступления в силу новых постановлений Евросоюза о лесоматериалах. По информации Upravovano.ru, эти постановления начнут действовать в марте 2013 года. Они запрещают использование на рынке Евросоюза незаконно полученных лесоматериалов и продуктов, полученных из таких материалов. От компаний Евросоюза, которые ввозят лесоматериалы на рынок



Евросоюза впервые, потребуют проведения комплексной экспертизы. Говоря о новой инициативе Huhtamaki, директор продаж и маркетинга в Huhtamaki UK Foodservice Джон Янг (John Young) рассказал: "Компания Huhtamaki направляет свои усилия на производство одноразовой продукции для сектора общественного питания, в которой бы использовался картон, полученный от поставщиков, практикующих справедливую лесохозяйственную деятельность".

"Мы с гордостью демонстрируем нашу поддержку высокоэкологичных, социальных и этических стандартов, которые требуются в случае экологически рационального ведения лесного хозяйства, — добавил он. — И еще до вступления в силу постановлений Евросоюза о лесоматериалах 2013 года мы добились того, чтобы на нашем британском заводе использовался только картон из источников, сертифицированных PEFC".

Компания Huhtamaki является мировым лидером в производстве упаковки и одноразовой посуды. За свою 90-летнюю историю компания Huhtamaki прошла путь от маленькой кондитерской фабрики до многопрофильной компании. Сегодня Huhtamaki — это 54 производственных предприятий и торговых представительств компании, в которых работает более 13 000 сотрудников в 33 странах мира. Центральный офис компании Huhtamaki расположен в Финляндии, городе Эспоо, к востоку от Хельсинки. (Urapkovo.ru 18.01.13)

Starbucks хочет отказаться от культовых бумажных стаканчиков.

Хотя сеть кофеен Starbucks знаменита своими фирменными бумажными стаканчиками, не так давно она перешла на пластик с целью поддержать свою деятельность, направленную на устойчивое развитие.

Джим Ханна (Jim Hanna), директор отдела охраны окружающей среды в Starbucks, рассказал, что долларовые многоразовые пластиковые стаканы кофейного гиганта, которые напоминают бумажные стаканчики компании, были представлены в качестве способа уменьшить воздействие компании на окружающую среду. "Весь мир десятилетиями борется за сокращение количества одноразовой упаковки, это не новая проблема, — добавил он. — У компании Starbucks есть возможность испытать инновационные концепты, а также провести прямое исследование поведения потребителей. Переход на многоразовые стаканы — это всего лишь одна часть масштабной стратегии".

Существует масса препятствий в принятии потребителями любой многоразовой упаковки. По словам Ханны, внешний вид, тактильные ощущения и цена являются основными из них. Предлагая стаканы по низкой цене (всего 1 доллар), а также скидку в 10 центов за каждое использование такого стакана в кофейне, компания гарантирует, что стакан окупит себя уже через 10 использований. Starbucks работала с несколькими поставщиками, чтобы сделать эти стаканы практичным вариантом для потребителей, пишет Urapkovo.ru. Компания провела анализ жизненного цикла нескольких полимеров и обнаружила, что полипропилен является наилучшим решением. Новые многоразовые стаканы и их крышка получаются с помощью термоформования из первичного полипропилена.

Starbucks — это международная кофейная компания и сеть кофеен, головной офис которой расположен в Сиэтле, штат Вашингтон. Это самая крупная сеть кофеен в мире. Ей принадлежит 20 000 точек в 60 странах, включая около 13 000 — в США, 1 200 — в Канаде, 971 — в Японии, 790 — в Великобритании, 657 — в Китае, 453 — в Южной Корее и др. История Starbucks началась в 1971 году, когда открылась первая кофейня Starbucks в Сиэтле. (Urapkovo.ru 18.01.13)

UPM Raflatac выпустила новые сорта бумаги для винных этикеток.

Компания UPM Raflatac представляет три сорта тисненной бумаги для этикетирования вин и прочих напитков премиального качества.

Velmart Ivoire WSA отличается глубиной текстуры и оттенка, которые придают этикетке нотку элегантности и традиционности. Два других сорта бумаги с серебряным покрытием подчеркивают контрастность цветов, делая этикетку роскошной и модной: Silver Orion WSA с штриховым рисунком и перламутровым эффектом и Groovy Silver с ребристой поверхностью.

В сочетании с перманентным клеем RP 30 эти материалы могут применяться для этикетирования шампанского и игристых, белых, красных и розовых вин, а также других алкогольных напитков. Клей RP 30 обеспечивает высокую начальную липкость и адгезию к влажным и холодным поверхностям, отличается превосходной устойчивостью к отслаиванию краев и сохраняет все свои свойства даже в ведре со льдом.

Все три сорта бумаги для этикетирования выделяются отличным качеством печати — как традиционной, так и горячего тиснения фольгой. Стандартные комбинации доступны с глянцевой подложкой, а также с подложкой PET30 для быстрого нанесения в сложных условиях. (Unipack.ru 17.01.13)

Wewow изготовила экологичные упаковки CD для Universal Music.

Фирма-упаковщик CD- и DVD-дисков Wewow изготовила новые упаковки для мирового музыкального гиганта Universal Music. Новые упаковки для компактных дисков называются WowWallets и производятся целиком из переработанного картона, сообщает Urapkovo.ru. В фирме Wewow рассказали, что для компании Universal было изготовлено около 1 000 подобных упаковок. Представитель фирмы отметил, что CD WowWallet более экологична по сравнению с традиционными пластиковыми упаковками, а также имеет меньший углеродный след.



Он добавил: "Упаковка позволяет избежать выделения 240 кг углекислого газа по сравнению с пластиковой упаковкой". Менеджер по каталогизации в компании Universal Music Эдриан Мак-Кинни (Adrian McKinney) рассказал: "Мы обожаем уникальные CD-конверты Wewow. Это идеальное решение для нашего проекта. Также приятно сознавать, что конверт позволяет избежать выделения значительной части парниковых газов. Кроме того, они выглядят просто фантастически".

Компания Wewow была основана в 2004 году. Ее создатели увидели прекрасную возможность развить бизнес по обеспечению клиентов высококачественными упаковочными решениями для носителей информации. С тех пор компания превратилась в успешное предприятие, которое предлагает услуги печати на CD и DVD-дисках, а также их копирование и тиражирование. (Упаковано.ru 17.01.13)

Спрос на экоэтикетки в 2013 году будет расти — прогноз Organic Monitor.

Спрос на экоэтикетки в 2013 году будет расти — такой прогноз развития отрасли дает в своем новом исследовании Organic Monitor.

Основными потребителями экологических этикеток сегодня являются производители органических пищевых продуктов. Их доля на рынке "зеленых" этикеток составляет 75 млрд долларов — здесь учитывается как пищевая отрасль, так и рынок напитков.

Наибольшим спросом такие этикетки пользуются на рынке стран Европы и Северной Америки, где сегодня наблюдается бум потребления органических продуктов. Причем там хождение зеленых этикеток уже регулируется законом.

Постепенно потребление экоэтикеток растет и в Азии, Латинской Америки и других странах. Правда, никаких официальных стандартов, регламентирующих этот рынок, в данных регионах пока нет, в связи с чем он выглядит несколько фрагментированным.

Выход Fair Trade США из головной ассоциации Fairtrade International (FLO) только усугубил положение дел, и теперь участники рынка действуют "кто во что горазд" — каждый печатает свои этикетки по своим собственным стандартам, так как единого регламента нет.

Главным катализатором развития рынка экопродуктов (органических продуктов в "зеленой" упаковке) в США сегодня выступает нежелание потребителей покупать генномодифицированные продукты. Все большее число американцев сегодня озабочены сохранением собственного здоровья и здоровья своих близких и стараются покупать продукты, которые не нанесут вреда их организму.

Спрос на продукты с ГМО, соответственно, падает.

В ходе саммита Sustainable Foods Summit приводились статистические данные, согласно которым, в 2011 году потребление экоэтикеток на пищевом рынке США составило 2,4 млрд долларов.

Помимо этикеток, которые изготовлены из экологических материалов, сегодня большое распространение получают и этикетки, "рассказывающие" о том, как сказались их производство на природе. В частности, на полках магазинов все чаще можно встретить этикетки, на которых указана величина углеродного следа от их производства или объем воды, потребленный предприятием для изготовления органического продукта или упаковки. Такие этикетки использует, например, компания Raisio Group. (Упаковано.ru 17.01.13)

Студентка из США Кейт Микutowски (Kate Mikutowski) представила один из своих проектов.



В его рамках ей нужно было разработать упаковку и фирменную символику для сухих завтраков. Она решила взять за основу торговую марку Cream of Wheat, под которой с 1893 года выпускается продукт для завтрака, напоминающий кашу. Она является одним из любимых блюд американских детей. Созданный начинающим дизайнером бренд Creamwheat призван придать этому продукту более современное ощущение, сделав фирменное оформление проще, элегантнее и современнее. По информации Upravovano.ru, Кейт Микутовски учится на последнем курсе Университета Висконсин-Стаут по специальности "графический дизайн". (Upravovano.ru 16.01.13)

Сыр в упаковке, напоминающей березу, появится на полках магазинов Финляндии.

Дизайнерская компания Packlab представила новую упаковку и систему идентификации бренда для финского голубого сыра премиум-класса Peltolan, которые увеличили ценность продукта. Раньше продукт заворачивался в усадочную пленку, на которую наклеивался стикер со штрих-кодом. Новая же упаковка призвана рассказать о финских корнях этого сорта сыра, предлагая возможность его необычного представления на полке магазина. Слоган, который можно перевести как "Ломтик финской природы", был воспринят буквально и воплощен в упаковке, способной штабелироваться в конструкцию, напоминающую березу. Лицевая сторона коробок создает образ обработанного натурального дерева. В рисунке деревянной фактуры спрятаны едва различимые детали, такие как коровы, фермер и трактор. В финской компании Packlab работают специалисты в области упаковочного дизайна (Upravovano.ru 16.01.13)

Южнокорейская дизайнерская фирма TOBL DESIGN под руководством Вонкука Ли (Wonkook Lee) представила собственный концепт переноски для стаканов, который может использоваться заведениями общественного питания для упаковки напитков на вынос.



Держатель Quarter bag был разработан для того, чтобы сократить использование бумаги. Традиционно многие корейцы используют одноразовые переноски для стаканов. По информации Upravovano.ru, число кофеен, в которых продают кофе на вынос, в Корее превышает 10 тыс., и оно продолжает расти.

Конечно, лучшим способом защиты окружающей среды, в данном случае, становится отказ от использования одноразовых упаковок. Однако если все равно приходится использовать переноску для стаканов, необходимо минимизировать количество затраченных на ее производство материалов.

Концепт Quarter bag позволяет сократить потребление бумаги на 72,4%, по сравнению с изготовлением традиционного держателя для стаканов. Конструкция Quarter bag не требует использования клея, при этом переноска полностью производится из переработанного макулатурного картона. Сборка Quarter bag осуществляется тем способом, который необходим потребителю в каждом конкретном случае. Его можно использовать как для переноски одного стакана, так и нескольких. Небольшой объем таких переносок в сложенном виде позволяет сократить расходы на распространение и хранение упаковки. Уникальная форма этого держателя делает любой бренд более заметным. Конструкция разработки уже была запатентована фирмой. (Upravovano.ru 16.01.13)

McDonald's добавит на упаковку QR коды.

Следуя своей программе устойчивого развития, McDonald's сделал новый дизайн пакетов на вынос и стаканов для напитков. Теперь на упаковке присутствует QR код, который посетители могут сканировать с помощью смартфона, чтобы получить дополнительную информацию о еде и напитках.



Упаковка уже обновлена на рынке США и в течение 2013 года станет доступной по всему миру на 18 языках. McDonald's уже не первый год озабочен предоставлением информации о составе продукции своим посетителям. Впервые McDonald's начал использовать упаковку для сообщения информации о блюдах в 2006 году во время зимней Олимпиады в Турине. Компания создавала "послания" на упаковке, начиная с 1955 года, а первый серьезный редизайн упаковки был начат в 2008 году. Применение QR кодов позволит сделать этот процесс современным—посетители легко смогут получить доступ к историям о бренде и разным интересным фактам, касающимся питания.

Прежде чем разработать упаковку, McDonald's обратился за советом к своему Глобальному Консультационному Совету, группе независимых экспертов в области питания, здравоохранения и фитнеса. Эксперты подтвердили важность такой подачи информации. К слову, 80% упаковки сети ресторанов быстрого питания по всему миру делается из бумаги, которая подлежит переработке.



"Новый дизайн упаковки разработан для того, чтобы увлечь посетителя и сделать акцент на имидже нашего бренда",—сказал Кевин Ньюел (Kevin Newell), главный директор по брендингу McDonald's. "Покупатели сообщают нам, что хотят знать больше о пище, которую они едят и мы делаем такую информацию легкодоступной".

В Австралии McDonald's не только заботится о том, чтобы предоставить клиентам информацию о еде, но и предлагает "отследить" бургер. Компания выпустила приложение для iPhone под названием TrackMyMassa's, которое предоставляет подробную информацию о продуктах, из которых сделана еда в McDonald's.

Для просмотра видеоролика (архив zip) нажмите [здесь](#) (Popsop.ru 18.01.13)



Полимерная упаковка

Импорт полиэтилена в Россию вырос на 28% в 2012г.

Объем импортных поставок полиэтилена в Россию в 2012 году вырос на 28% по сравнению с 2011 годом и составил почти 762 тыс. тонн, сообщают аналитики "Маркет Репорт".

В декабре импортные поставки полиэтилена и его сополимеров составили около 70 тыс. тонн.

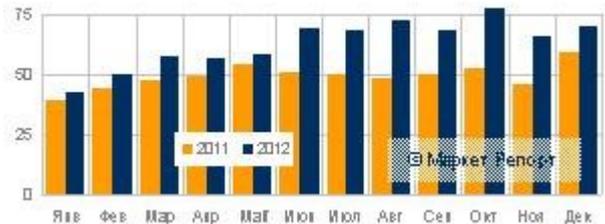
Аналитическая компания отмечает, что несмотря на ввод новых производств суммарной мощностью 320 тыс. тонн в год за последние пять лет российский рынок полиэтилена по-прежнему является чистым нетто-импортером. Среди основных причин роста зависимости от импорта "Маркет Репорт" выделяет длительный простой "Ставролена" из-за аварии и динамично растущий спрос на полиэтиленовые стретч-пленки.

Из-за аварии на газораспределительной установке в цехе пиролиза 15-го декабря 2011 года "Ставролен" вынужден был приостановить производство полиэтилена низкого давления (ПЭНД) на несколько месяцев. Работа цеха по производству ПЭНД была возобновлена лишь в начале октября. Как следствие, импорт ПЭНД вырос на 3% и составил около 408 тыс. тонн.

Простой "Ставролена" повлиял и на график работы "Нижнекамскнефтехима". В прошлом году татарское предприятие вынуждено было сфокусироваться на производстве ПЭНД, тогда как выпуск линейного полиэтилена (ЛПЭНП) осуществлялся всего лишь два месяца: в мае и ноябре. Выпуск ЛПЭНП за последние два года сократился до 55 тыс. тонн в 2011 году и до 29 тыс. тонн в 2012 году.

По предварительным данным, спрос на ЛПЭНП в России по итогам 2012 года составил более 200 тыс. тонн, тогда как годом ранее этот показатель составил около 147 тыс. тонн. Наибольший прирост объемов потребления показывают производители полиэтиленовых стретч-пленок. (RUPEC.RU 16.01.13)

Импорт полиэтилена в Россию, тыс. тонн



Российские производители ПВХ сократили зависимость внутреннего рынка от импорта.

Рост объемов внутреннего производства и большие переходящие складские запасы с 2011 года позволили сократить импорт смолы на российский рынок на 9% - до 417,6 тыс. тонн по итогам 2012 года, сообщают аналитики "Маркет Репорт".

Около 70% от общего объема импорта ПВХ пришлось на производителей из США и Китая, доля этих стран в общем объеме импорта составила 46% и 23% соответственно.

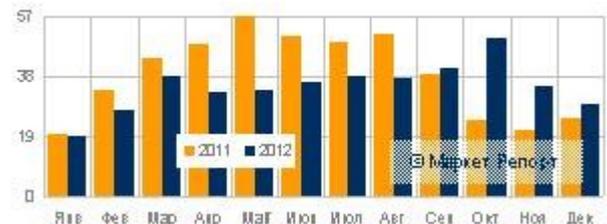
Снижению зависимости от внешних поставок частично способствовали "Саянскхимпласт" и "Каустик" (Стерлитамак), увеличившие свои мощности по ПВХ на 50 тыс. тонн. Также большую роль в прошлом году сыграли холодные февраль - март и большие переходящие запасы (более 50 тыс. тонн) с 2011 года у российских производителей и у торговых компаний.

"Саянскхимпласт" в 2012 году в ходе плановой реконструкции увеличил мощности по производству суспензионного ПВХ до 270 тыс. тонн. За одиннадцать месяцев прошлого года предприятие выпустило около 247 тыс. тонн смолы, тогда как в 2011 году суммарный объем производства составил около 259 тыс. тонн.

"Каустик" в 2012 году увеличил годовые мощности до 220 тыс. тонн. В 2011 году, несмотря на конфликт относительно поставок этилена с "Газпром нефтехим Салаватом", башкирское предприятие наработало 174,4 тыс. тонн смолы, за одиннадцать месяцев 2012 года этот показатель вырос до 181 тыс. тонн. С февраля этого года "Каустик" планирует начать поставки дополнительных объемов этилена с "Нижнекамскнефтехима", что позволит предприятию увеличить уровень загрузки мощностей.

2011 год был достаточно необычным для российских переработчиков. Серьезный рост экспортных цен на ПВХ в США заставил российских переработчиков значительно нарастить объемы закупок в первой половине года, в то время как рост спроса на готовые изделия из ПВХ был менее динамичным. Это привело в августе к серьезному профициту на рынке, а на начало 2012 года суммарный объем переходящих складских запасов как у российских производителей, так и торговых компаний превысил уровень 50 тыс. тонн.

Импорт суспензионного ПВХ в Россию, тыс. тонн





Начало 2012 года из-за сильных морозов было плохим с точки зрения продаж готовых изделий из ПВХ. Если в январе был зафиксирован рост спроса, то уже в феврале - марте из-за холодов объемы продаж упали до 30%, что также притормозило рост спроса на суспензионный ПВХ на российском рынке. (RUPEC.RU 15.01.13)

Российские производители ПЭТ поднимают цены вслед за изменениями на внешних рынках.

Рост закупочных цен корейского и китайского ПЭТ позволил российским производителям увеличить ценовое предложение на внутреннем рынке России на 1,000-2,000 руб/т, сообщают аналитики компании Маркет Репорт согласно Ценовому обзору ICIS-MRC.

Планомерный рост котировок на азиатских рынках, начавшийся в первой половине декабря, продолжился в январе. По итогам минувшей недели цена импортного азиатского ПЭТ, с доставкой в Россию, увеличилась до USD1,640-1,660/т, DAP Москва, без учета НДС. На фоне роста цен импортного сырья, а также отсутствия значительных складских остатков, российские производители ПЭТ-гранулята подняли цены на 1,000-2,000 руб/т, относительно уровней последней недели декабря.

В январе ценовое предложение бутылочного ПЭТ для внутреннего рынка России может продолжить повышательный тренд. Важную роль будет играть курс национальной валюты. Укрепление рубля относительно доллара в декабре и первой половине января позволило в какой-то мере нивелировать повышение котировок ПЭТ в Азии. Если курс российского рубля ослабнет, а цена материала в Корее и Китае не снизится, то это неизбежно приведет к дальнейшему росту цен внутри страны.

Отметим, что по итогам декабря цена российского ПЭТ для внутреннего рынка страны выросла на 1,500 руб/т. В последний месяц года покупательская активность на споте была высокой, что позволило заводам закончить год без существенных остатков на своих складах (противоположная ситуация наблюдалась в конце 2011 года). Отсутствие переходящих остатков в 2013 году будет также оказывать положительный эффект на повышение цен в России. ([Маркет Репорт](#) 16.01.13)

Мексиканский производитель ПВХ объявил форс-мажор.

Мексиканская компания Mexichem – крупный латиноамериканский производитель ПВХ, объявила форс-мажор, что явилось реакцией на сбой поставок мономера винилхлорида (ВХМ) ведущего поставщика сырья из США

Компания PPG Industries объявила форс-мажор относительно поставок жидкой каустической соды и мономера винилхлорида, которые производятся на ее заводе Лейк-Чарльз, штат Луизиана, 27 декабря 2012 года после пожара на химическом комплексе, который начался за три дня до этого.

График поставок уже и без того был плотно расписан для рынка ПВХ в Латинской Америке, как следствие увеличения спроса, в частности на окна ПВХ, на внутреннем рынке жилья США, соответственно оставляя малую долю для экспорта.

Попытки найти выход из сложившейся ситуации, равно как и поиск нового поставщика необходимого объема сырья на период сбоя поставок, успехом не увенчались. Как и ожидали участники рынка, компания Mexichem вынуждена объявить форс-мажор в ответ на нарушение поставок сырья PPG Industries.

Предполагается, что Mexichem придется уменьшить объемы производства ПВХ, но в настоящее время не озвучивается, на каких из заводов будет снижена загрузка мощностей. Прогнозируется, что данные проблемы будут решены компанией Mexichem к началу февраля 2013 года. Ситуация, тем не менее, может сказаться на ценах на ПВХ в регионе, равно как и на продуктах на его основе. ([Oknamedia.ru](#) 11.01.13)

Немецкая ассоциация производителей пластиковой упаковки IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen (Бад-Хомбург) весьма позитивно оценивает начало нового 2013 года для отрасли.

В рамках опроса, посвященного тенденциям рынка, 90% опрошенных предприятий оценивают экономическое положение в Германии как хорошее или удовлетворительное.

Относительно собственных оборотов в первом квартале 2013 г. ожидания производителей также повышаются. Соответственно, оценка положения в сфере экспорта также выглядит более оптимистичной. Несмотря на позитивные сдвиги, большая часть членов ассоциации IK обеспокоена напряженной ситуацией с ценами на сырье. Усиливается впечатление, что волатильность цен на сырье оказывает значительное воздействие на заключение договоров и отношения между поставщиками пластиковой упаковки и заказчиками.

В связи с этим директор ассоциации IK Ульф Кельтерборн (Ulf Kelterborn) жалуется на участвовавшееся применение оговорок о скользящих ценах. Здесь стабильность стоимости сырья могла бы минимизировать риски, связанные с ценами на сырье, для производителей и клиентов. (Unipack.ru 15.01.13)

Акционеры Нижнекамскнефтехима одобрили присоединение "Полимер-НКНХ".

Акционеры ОАО "Нижнекамскнефтехим" на внеочередном собрании 10 января одобрили реорганизацию общества в форме присоединения к нему ОАО "Полимер-НКНХ"



Акционеры утвердили договор о присоединении и устав "Нижнекамскнефтехима" в новой редакции. "Нижнекамскнефтехим" стал правопреемником по всем правам и обязанностям ОАО "Полимер-НКНХ". За реорганизацию проголосовало 99,97% акционеров "Нижнекамскнефтехима", принявших участие в собрании. Ранее совет директоров "Нижнекамскнефтехима" определил цену выкупа бумаг у акционеров, не согласных с реорганизацией, в размере 22,87 рубля за обыкновенную акцию и 16,79 рубля за привилегированную акцию. "Полимер-НКНХ", дочернее предприятие "Нижнекамскнефтехима", занимается выпуском полиэтиленовой пленки и резинотехнических изделий. (Пластик on line 14.01.13)

Прошедший год выдался нелегким для индустрии пластиковой упаковки в Индии.

И связано это во многом с расширением запрета на продажу любимой жвачки индийцев – гуткхи. Гуткха (gutkha) – особый вид жевательной смеси, состоящей из табака, орехов бетеля, гашеной извести, освежителей рта и других ингредиентов. Этот продукт продается, как правило, в гибкой упаковке. Вместе с этой жвачкой запрещена продажа и производство другого вида подобной жевательной смеси – пан-масалы. Индийское правительство не намерено больше позволять своим гражданам в буквальном смысле плевать на свое здоровье. В результате жевания у людей возникает обильное выделение слюны ярко-красного цвета. Говорят, что некоторые школьники даже соревнуются в фигурном плеваньи на стены и заборы.

Мало того, что такая жвачка вызывает привыкание из-за никотина, она еще и вредна для здоровья. С поголовным жеванием этой смеси связаны многие серьезные заболевания полости рта. Индийцы часто жуют гуткху и пан-масалу, заменяя этим процессом чистку зубов. Еще очень многим в стране обычная зубная паста не по карману, а жвачка стоит несравненно меньше.

В декабре прошедшего года к четырнадцати штатам Индии, запретившим эти жевательные смеси, прибавилось еще два. Таким образом, число штатов, поддерживавших запрет, увеличилось до 16. О масштабах рынка традиционной жвачки говорит тревожный вопрос журналиста www.packagingsouthasia.com, обращенный к Прадипу Тиле (Pradeep Tyle), генеральному директору Uflex Film Business, входящей в группу Uflex: "Как запрет на продажу гуткхи скажется на состоянии индустрии по выпуску гибкой упаковки?".

Руководитель компании ответил: "Главным следствием запрета гуткхи в 16 штатах станет сокращение потребления гибких упаковочных материалов". По мнению Прадипа Тиле, здесь требуются не запреты, а воспитание и просвещение потребителей, которые сами должны решать, что употреблять в пищу, а что нет. Компанию Uflex запрет на выпуск жвачки непосредственно не заденет, поскольку фирма не обслуживает индустрию гуткхи. Однако производство пластиковых пленок испытало в прошлом году, по словам директора компании, замедление роста, связанное с запретом правительства на продажу гуткхи и пан-масалы в пластиковой пленке. (Unipack.ru 16.01.13)

Нефтегазохимический комплекс Татарстана увеличил производство.

Предприятия нефтяной и нефтехимической промышленности Татарстана в 2012 году отгрузили продукции на 860 млрд руб., увеличив объем производства на 7,2%. Они получили более 60 млрд руб. добавленной стоимости и перечислили 198,5 млрд руб. налогов, их которых 60 млрд руб. — в консолидированный бюджет Татарстана. Об этом сообщил на заседании совета директоров ОАО "Татнефтехиминвест-холдинг" генеральный директор предприятия Рафинат Яруллин. Он отметил, что Татарстан укрепил свои позиции на российском рынке, однако сказал, что республика отстает в три-пять раз по коэффициенту производительности в химическом производстве от европейских стран, в том числе Германии. (Коммерсантъ в Казани 15.01.13)

Акционеры "Тюменского завода пластмасс" приняли решение о ликвидации АО.

Акционеры ОАО "Тюменский завод пластмасс" на внеочередном собрании в минувшую пятницу приняли решение о ликвидации предприятия, говорится в материалах АО.

Сообщение о решении акционеров опубликовано в понедельник. Ликвидатором АО назначен гендиректор предприятия Сергей Хилиманюк. Срок ликвидации предприятия - до 31 декабря 2013 года.

В понедельник эмитент направил заявление о внесении записи в ЕГРЮЛ о ликвидации АО на основании решения собрания акционеров. (Интерфакс - Россия 14.01.13)

"НПП ПОЛИПЛАСТИК" расширяет мощности по производству композитов.

ООО "НПП ПОЛИПЛАСТИК" — российский лидер в разработке и производстве инженерных пластмасс принял решение расширить в 2013 г. свои производственные и сбытовые возможности за счет приобретения имущественного комплекса одного из крупных предприятий по выпуску полимерных композиционных материалов в России — ООО "ФАРМ-ПЛАСТ", расположенного в городе Тольятти, в непосредственной близости от ОАО "АВТОВАЗ" и его поставщиков — важнейших потребителей полимерных материалов в Поволжском Федеральном округе.





ООО "ФАРМ-ПЛАСТ" - предприятие, выпускающее широкий ассортимент композиционных полимерных материалов на основе полипропилена, полиэтилена, полиамидаб, АБС-пластика и поликарбоната. ФАРМ-ПЛАСТ оснащён несколькими промышленными линиями компаундирования от ведущих мировых производителей, а также современным лабораторным и научным оборудованием и высоко квалифицированным персоналом. Технологические возможности предприятия позволяют в настоящее время производить до 10 000 тонн полимерных композиций ежегодно под торговыми марками Топлен, Топласт, Топамид, АПЛен.

С приобретением данного актива, ООО "НПП ПОЛИПЛАСТИК" входящий в Группу "Полипластик", крупнейшего на постсоветском пространстве переработчика пластмасс, разработчика и производителя полимеров, труб и фитингов для газо- и водораспределительных сетей, существенно увеличит долю своего присутствия на рынке композиционных материалов инженерно-технического назначения. Предприятие уже имеет два крупных производства в г. Москве и г. Энгельсе Саратовской области, обладающих в совокупности производственной мощностью до 75 000 тон в год.

Настоящий инвестиционный проект реализован в рамках комплексной программы стратегического развития ООО НПП "ПОЛИПЛАСТИК" до 2020 г. Он нацелен на удовлетворение возрастающих потребностей российских предприятий в полимерных композиционных материалах, а также на расширение их поставок в рамках процесса локализации производства автокомпонентов для отечественного автомобилестроения.

Для справки: Название компании: *АвтоВАЗ, ОАО* Адрес: *445024, Россия, Самарская область, Тольятти, Южное шоссе, 36* Вид деятельности: *Автомобильная промышленность* Телефоны: *(800)2005232 (8482)739295* Факсы: *(8482)737125* E-Mail: press@vaz.ru Web: <http://www.lada-auto.ru> Руководитель: *Чемезов Сергей Викторович, Председатель совета директоров; Комаров Игорь Анатольевич, Президент*

Для справки: Название компании: *ФАРМ-ПЛАСТ, ООО* Адрес: *445051, Россия, Самарская область, Тольятти, улица Маршала Жукова, 35* Вид деятельности: *Химическая промышленность* Телефоны: *(8482)758885* Факсы: *(8482)758885* E-Mail: pharm-plast@mail.ru Web: <http://www.pharm-plast.ru> (Plastinfo.ru 16.01.13)

"ПОЛИПЛАСТИК" откроет учебный центр в Казахстане.

В феврале 2013 года начинает функционировать Учебный центр "ПОЛИПЛАСТИК Казахстан" в г. Астане, об этом сообщает пресс-служба компании. Основное направление работы Учебного центра — профессиональная подготовка специалистов для работ по проектированию, монтажу, эксплуатации, ремонту и реконструкции трубопроводов из полимерных материалов, а так же специальная подготовка к аттестации и аттестация сварщиков и специалистов в соответствии с Требованиями промышленной безопасности МЧС РК.

Профессиональная подготовка будет включать сварку труб малых, средних и больших диаметров по следующим способам сварки: сварка нагретым инструментом встык (НИ); сварка с помощью муфт с закладными нагревателями (ЗН).

Учебный центр "ПОЛИПЛАСТИК Казахстан" планирует проводить выездные семинары в организации на всей территории РК. Преподавание будет осуществляться лучшими аттестованными специалистами в данной области, имеющими многолетний опыт практической работы.

Все специалисты будут обеспечиваться специальной литературой, самой полной технической информацией на электронных носителях, всеми материалами для практических занятий (трубами, соединительными деталями, канцелярскими принадлежностями). Большая часть занятий будет посвящена практическому блоку.

Группа ПОЛИПЛАСТИК является крупнейшим в России производителем полимерных (или, как часто их называют, пластиковых, полиэтиленовых, пластмассовых, ПЭ, ПНД) трубопроводных систем для наружных сетей водоснабжения и водоотведения. В состав Группы входят 12 ведущих предприятий трубной полимерной отрасли, расположенных в России, Украине, Беларуси и Казахстане, общей мощностью около 300 000 тонн продукции в год, 15 торговых домов и два научно-технических центра. (Plastinfo.ru 21.01.13)

В 2012 году в Алтайском крае вырос объем господдержки предприятий реального сектора экономики.

Как сообщил заместитель Губернатора, начальник Главного управления экономики и инвестиций Михаил Щетинин, в 2012 году на заседаниях краевой инвестиционной комиссии приняты положительные решения о поддержке 12 и пролонгации поддержки 6 инвестиционных проектов.



В числе значимых проектов, реализуемых на условиях государственной поддержки, следует отметить: "План развития и модернизации ОАО "Алтайвагон". "Создание высокоэффективного вагоноборочного производства (IV и V пролеты ПТК)" (ОАО "Алтайвагон", г. Новоалтайск); "Создание лесопильно-деревообрабатывающего комбината в г. Рубцовске Алтайского края" (ООО "Рубцовский ЛДК", г. Рубцовск); "Создание и развитие золотодобывающего предприятия на территории Алтайского края" (ООО "Золото Курьи", Курьинский район); "Производство молока и молочных продуктов в ПЭТ бутылке" (ООО "Алтайская Бурёнка", Зональный район);



"Строительство завода по переработке и сушке сыворотки на основе современных технологий" (ООО "Троицкий маслосыророл", Троицкий район).

В целом за 2012 год предприятиями получены средства государственной поддержки на сумму 132,4 млн рублей, что составляет 130,6% к уровню 2011 года. Из этих средств субсидирование части банковской процентной ставки составляет 58,9 млн рублей (181,8% к уровню 2011 года), субсидирование налога на имущество – 73,5 млн рублей (106,7% к уровню 2011 года).

Для справки: Название компании: Алтайвагон, ОАО (входит в ХК СДС-Маши) Адрес: 658087, Россия, Алтайский край, г. Новоалтайск, ул. 22-го Партсъезда, д.16 Вид деятельности: *Железнодорожное машиностроение* Телефоны: (38532)36034 (38532)36022 (38532)47433 Факсы: (38532)47433 E-Mail: altvagon@altvagon.ru; marketing@altvagon.ru; sdsmash@altvagon.ru Web: <http://www.altvagon.ru> Руководитель: *Медведев Дмитрий Евгеньевич, генеральный директор; Лутцев Анатолий Андреевич, заместитель генерального директора по производству* (Официальный сайт Алтайского края 16.01.13)

"Интерпластика-2013" : Staubli представит продукцию для производителей пресс-форм.

Компания Staubli примет участие в выставке "Интерпластика-2013", которая пройдет с 29 января по 1 февраля 2013 года в "Экспоцентре" (Москва). Staubli представит продукцию для полимерной индустрии на стенде FB32 в павильоне Форум.

Staubli Connectors представит специальную продукцию для производителей пресс-форм и переработчиков полимеров. На стенде будут представлены комплексные решения по быстрой переналадке пресс-форм: магнитные плиты, быстроразъемные соединения для систем охлаждения, гидравлики и пневматики, мультисоединения, широкий ассортимент шлангов и дополнительных аксессуаров.

Группа Staubli разрабатывает и производит механотронные изделия в области текстильных машин, быстроразъемных систем и робототехники. Staubli насчитывает более 4000 сотрудников и ведет свою историю с 1892 года, когда недалеко от швейцарского города Цюриха было создано небольшое производство. В настоящий момент международная промышленная группа Staubli представлена филиалами в 25 странах мира и сетью дистрибьюторов в 50 странах мира. (Plastinfo.ru 21.01.13)

Dow отложила строительство завода по выпуску пластика из сахарного тростника.

Dow Chemical и японская торговая компания Mitsui планируют отложить строительство бразильского завода по производству пластика из сахарного тростника на неопределенный срок

Перенос сроков связан с ростом затрат на проектирование и строительство предприятия, а также из-за проблем, возникших у компании с земельным законодательством Бразилии. Приблизительная стоимость проекта оценивается в \$1,5 млрд.

Dow впервые заговорила об организации производства пластика из сахарного тростника в 2007 году. В июле 2011 года компания создала совместное предприятие (СП) с японской Mitsui.

Первая фаза проекта включает создание плантации сахарного тростника, а также строительство завода по выпуску этанола, способного перерабатывать порядка 2,7 млн тонн тростника. По сообщению Dow, реализация данного этапа идет согласно графику. Компания уже засеяла 50 тыс. акров земли. Первый урожай появится в 2014 году. А вот вторую фазу - организацию производства биополимеров - пришлось отложить.

Ранее компания рассчитывала ввести весь комплекс в эксплуатацию уже в этом году. (Пластик on line 17.01.13)

Engel провел семинар по технологии MuCell.

В конце ноября 2012 года 130 представителей компаний, занимающихся переработкой пластмасс, посетили технологический центр компании ENGEL AUSTRIA, расположенный в Швертберге (Schwertberg, Австрия), в котором проходила демонстрация возможностей технологии литья под давлением вспененных изделий MuCell. Семинар, который был организован компаниями ENGEL и Trexel, привлек большой интерес специалистов.

"Тот факт, что процесс физического вспенивания в современной промышленности приобретает все большее значение, подтверждается тем, что с каждым годом все большее количество специалистов посещает семинары, посвященные технологии MuCell", – отметил Михаэль Фишер (Michael Fischer), коммерческий директор (отдела технологий) компании ENGEL AUSTRIA. Два фактора обеспечивают подобное стремительное развитие этой сферы: Тенденция к увеличению спроса на легкие конструкции, а также возможность получения менее деформированных изделий с использованием технологии MuCell. Кроме того, с каждым годом для переработчиков внедрение подобной перспективной технологии становится все проще. Компания ENGEL предлагает своим клиентам целый комплекс интегрированного оборудования для технологии MuCell, которое может непосредственно использоваться без необходимости доукомплектования. Компания импортирует системы MuCell фирмы Trexel, производит интегрирование их с литьевыми машинами, что позволяет повысить безопасность и регулируемость технологического процесса, а также предлагает своим клиентам другие услуги, в частности консультирует их по вопросам, связанным с применением технологии в конкретных специфических областях.



На мероприятии основное внимание было уделено производству при помощи этого метода изделий (детали внутренней отделки автомобилей) с хорошо отполированной, гладкой поверхностью, моделированию вспененных конструктивных компонентов (на примере приборной панели автомобиля), а также экономически эффективным принципам осуществления технологии MuCell.

На семинаре специалисты подчеркивали, что с помощью технологии MuCell можно получать изделия как с большой, так и небольшой толщиной стенки, без каких-либо поверхностных дефектов (раковин), с высокой стойкостью размеров. Кроме того, метод позволяет улучшать реологические свойства перерабатываемых материалов. Представленная на мероприятии информация говорит о том, что технология MuCell позволяет минимизировать недостатки обычного метода литья под давлением и открывает перед технологами и конструкторами новые перспективные горизонты. Помимо этого, технология MuCell дает возможность получать сложные изделия, которые содержат участки с тонким и толстым поперечным сечением, в то время как процесс получения изделий с толщиной стенки, отличной от 1 мм, обычным методом литья под давлением в некоторой степени затрудняется. Кроме того, на дисплеях были продемонстрированы примеры изделий, полученных методом MuCell, в результате чего можно было сделать вывод о том, что метод может использоваться для снижения массы формуемых изделий в некоторых случаях на 20%, а следовательно, и уменьшить экологические последствия производственной деятельности и уменьшить объем выбросов парниковых газов в атмосферу.

В мероприятии приняли участие представители компаний из Германии, Австрии, Италии, Польши, Чехии, скандинавских стран, Франции и Португалии, при этом указанные компании представляли не только сферу автомобилестроения. "Сфера автомобилестроения по-прежнему остается основной отраслью, в которой применяется эта технология, – заявил Михаэль Фишер. – Однако в последнее время наметилась тенденция к расширению сферы применения технологии MuCell, все большее количество компаний по достоинству оценивают эту перспективную технологию и на практике реализуют все ее преимущества. Так, например, предполагается, что в 2013 году эта технология будет применена при производстве некоторых новых изделий медицинского назначения". (Plastinfo.ru 15.01.13)

Компания Джокей Пластик Могилев получила декларацию соответствия Таможенного союза ЕАС на продукцию собственного производства тару пластиковую.

Декларация соответствия таможенного союза - документ, подтверждающий соответствие продукции требованиям Таможенного союза (ЕТС, Единый Таможенный союз), обязательный с 01.01.2013 года для продажи пластиковой упаковки в пределах Таможенного союза. (Unipack.ru 16.01.13)

Мистерия: Новинка ассортимента пластиковая одноразовая тарелка инновационного дизайна - глубокий квадрат 180*180мм

Для своих постоянных клиентов, которыми мы дорожим, и для покупателей, которые только рассматривают возможность сотрудничества с нашей компанией, мы предлагаем очередную новинку – пластиковую одноразовую тарелку инновационного дизайна - глубокий квадрат 180*180мм.

Продукт не имеет аналогов на российском рынке.

Эргономичность формы и выбор материала – полипропилен - продиктованы прежде всего потребностью рынка в качественном, функциональном и безопасном, в т.ч. при разогреве в микроволновой печи, изделии. Вес, толщина стенок и геометрия тарелки уникальны. Заполненные горячей водой тарелки не деформируются, не изменяют размеров; при переносе тарелки с горячей пищей за отогнутые края отсутствует опасность ожога пальцев.

Тарелка является прекрасным дополнением к нашей линейке суповых и салатных мисок, существенно увеличивая вариативность и эффективность использования в вашем бизнесе.

1. В декабре 2012 года ЗАО "Диапазон" освоило производство двух новых видов тарелок одноразового применения из полипропилена.

2. Габариты изделий 180x180x37 мм, вместимость 600 мл, предназначены для холодных и горячих пищевых продуктов; тарелки подобного дизайна и назначения из полипропилена в России до этого не производились.

3. В качестве исходного полимера целенаправленно был выбран именно полипропилен, российского производства, материал весьма распространенный и вполне доступный. Изделия, предназначенные для контакта с горячими пищевыми продуктами, изготовленные из полипропилена, имеют ряд неоспоримых преимуществ перед полистирольными:

более высокая температура плавления и термостойкость;

возможность использования в микроволновых печах в режиме разогрева;

меньше подвержены механическому излому, не такие хрупкие как из полистирола.

4. Заполненные горячей водой тарелки не деформируются, не изменяют размеров; при переносе тарелки с горячей пищей за отогнутые края отсутствует опасность ожога пальцев.

5. Предполагается два формата упаковки:

массовая (оптовая), по 50 штук в пакете, ориентированная на предприятия общественного питания;

мелко-штучная – по 12 штук в пакеты flow-pack для индивидуального потребления.



Под конкретного заказчика возможно маркировать упаковки с изделиями этикетками-стикерами с фирменными логотипами. (INFOline, ИА (по материалам компании) 21.01.13)

Внедренческая фирма "Купол" предлагает новую пневмоупаковку, запатентованную в виде полезной модели.

Речь идет о разновидности дой-пака, которая обладает устойчивостью при любом количестве продукта.

Не секрет, что дой-паки выглядят красавцами, стоящими ровными рядами, только на полке в магазине. Но стоит израсходовать часть продукта, как бравый пакет никнет, сгибается и валится на бок. Извлечение остатков продукта сопряжено со смятием и скручиванием пакета, что не совсем удобно за обеденным столом. Хранение продуктов продолжительного использования в пакетах "дой-пак" во многом теряет свой изначальный смысл.

Устойчивость пакету придает воздух, накачиваемый в пространство между внешней ("рекламной") и внутренней оболочкой с содержащимся в ней продуктом. Пока продукта в пакете много и он самостоятельно сохраняет устойчивость, надобности в накачивании нет. По мере использования продукта и утраты надлежащей вертикальной устойчивости, потребитель попросту надувает пакет силой своих легких через специальное входное отверстие. Пакет вновь становится объемным, приобретает вертикальную устойчивость. Дальнейшая подкачка производится по мере необходимости. Конструкция упаковки совершенно не мешает тем потребителям, у кого нет желания хранить упаковку в вертикальном положении. Использование продукта в таком случае не будет отличаться от использования в обычной упаковке "дой-пак".

По данным компании "Купол", всем заинтересованным производителям упаковочных пакетов "дой-пак" в лице пневмоупаковки предлагается инновационное решение, которое без сомнения сможет оживить интерес к их продукции и увеличить объемы продаж, а потребителям облегчит процесс употребления любимых продуктов. (Unipack.ru 17.01.13)

Краснодарское агентство "Ruport" разработало логотип для торговой марки "Торес".

"Торес" — это не только мясная продукция, но и сеть розничной торговли, где продают колбасу и сопутствующие к ней товары.

Главным персонажем логотипа стал бык. Быка украсили его сочным экологически чистым яблоком, и подали на блюде, чтобы выглядело поаппетитней. И цвета подобрали соответствующие: бордовый, как парная вырезка, зеленый, как символ чистоты и свежести, и коричневый, как сургуч, на котором мастер поставит свое клеймо после упаковки.

"Слоган "Мясо в лучшем виде" как бы намекает, что эти колбасы сделаны из мяса. Да что там намекает, он явно дает это понять! Вот если бы слоган был "Соя и жиры в лучшем виде", тогда да, тогда есть над чем подумать", - комментируют в агентстве. (Unipack.ru 17.01.13)

С января 2013 LINPAC Allibert и Schoeller Arca Systems объединили свои силы под единым именем Schoeller Allibert, укрепляя тем самым позиции мирового лидера в области производства многооборотной пластиковой тары.

Напомним, что 9 месяцев назад, в марте 2012 года, LA-Holding B.V., компания, контролируемая One Equity Partners (OEP), завершила приобретение 100% акций Linpac Allibert.

Schoeller Allibert предоставит нашим клиентам еще более широкий ассортимент тары от единого производителя, используя при этом совместный опыт и систему полного спектра услуг 360° - от анализа логистических затрат, индивидуального дизайна, производства, пулинга и до утилизации отходов.

Эрик де Бокс, генеральный директор компании Schoeller Allibert, комментирует: "С марта 2012 LINPAC Allibert и Schoeller Arca Systems работали как дочерние компании OEP. Они так хорошо дополняли друг друга, что их объединение коснулось не только мощностей, опыта и ассортимента, но и названия - для создания сильнейшего игрока на рынке пластиковой тары. К услугам наших клиентов теперь более широкая продуктовая линейка и четкая система производства.

"В мире, зависимом от логистики и транспортировки продукции в упаковке, необходимо уменьшить экологический ущерб от упаковочных отходов. Таким образом, использование пластиковой возвратной тары быстро растет, призывая опыт Schoeller Allibert помочь нашим клиентам по всему миру оптимизировать свой бизнес. При поддержке наших акционеров, OEP и Schoeller Industries, мы сможем не только расширить ассортимент, но и выйти на новые рынки с нашими инновационными упаковочными решениями.

"Мы не обычные производители тары. С нашей системой 360° Schoeller Allibert позаботится о каждом этапе производства, помогая нашим клиентам сократить логистические затраты, улучшить цепочку поставок, а также снизить вредные выбросы".

На сегодняшний день Schoeller Allibert является крупнейшим в мире производителем многооборотной пластиковой тары. Головной офис находится в Нидерландах, имеет более 40 производственных и торговых подразделений практически во всех европейских странах, в Америке и Азии. Ассортимент продукции включает в себя крупногабаритные и маленькие складные контейнеры, пластиковые паллеты, контейнеры для жидких и сыпучих



грузов, штабелируемые и вкладываемые ящики, тележки и крышки. Среди наших решений также ящик Maxinest, Махiрас для сыпучих грузов и Magnum Optimum. Кроме того, Schoeller Allibert разрабатывает индивидуальные решения под заказ.

Эрик де Бокс добавляет: "Инновации лежат в основе нашего бизнеса, и Schoeller Allibert теперь владеет самым большим центром исследований и разработок в данной отрасли. Благодаря новаторским решениям наши клиенты могут уверенно смотреть в будущее. При сегодняшней конкуренции, преимущества "умной" тары способствуют повышению производительности и снижению затрат в цепи поставок. Многие из основных нововведений в мире пластиковой тары были разработаны Schoeller Allibert."

Бренд Schoeller Allibert несет в себе 60-летний опыт в области упаковки и логистики - 60 лет работы LINPAC Allibert и Schoeller Arca Systems в ряде различных отраслей промышленности: в автоиндустрии, химии и фармацевтике, в индустрии напитков, в пищевой промышленности и сельском хозяйстве, розничной торговле, утилизации отходов. (Unipack.ru 15.01.13)

Aloof разработал дизайн упаковки для косметики Swell.

Специалистами британского агентства Aloof разработан упаковочный дизайн для косметического бренда Swell. Под этой торговой маркой представлены натуральные косметические средства по уходу за волосами.

Swell представляет инновационную пошаговую систему с питательным комплексом Root Nutrient Complex, благодаря которому тонкие, ломкие и ослабленные волосы приобретают объем от корней до кончиков, сообщил производитель. Система включает три компонента, которые наносятся на волосы по очереди: шампунь, кондиционер и питательный комплекс. Комплекс выпускается в двух упаковочных вариантах, отличающихся объемом.

Дизайн упаковки разрабатывался с целью подчеркнуть эффективность продукта. Негативное пространство между двумя буквами 'l' в названии бренда, напоминающее волосяной фолликул, создает узнаваемый символ.

Мнение эксперта Unipack.Ru:

Минималистичный дизайн как всегда хорошо подходит для профессиональных серий. Вообще, такая работа типична для данного агентства, в том плане, что оно создает лаконичные и достаточно изысканные дизайны и часто использует прием совмещения серебра и одного или двух сложных цветов.

В данном проекте натуральность продукта передана посредством цветовой гаммы и текстуры этикеток, профессионализм – с помощью логотипа, форм флаконов и графических элементов. Радует внимание к мелочам и идея подчиненности всех элементов форме, заложенной в логотипе. Хотя мне не хватает контраста между содержимым флаконов и этикеткой или какого-нибудь другого акцента, чтобы этот графический прием читался более четко. Жаль, что не показана верстка обратной стороны этикеток, ведь, судя по едва видимому кусочку изображения, там нас ждут симпатичные иконки.

Елена Павлова, креативный директор, соучредитель брендингового агентства Pavlov's design (Unipack.ru 15.01.13)

"Серебро" завоевала компания Sidel на конкурсе Pentawards 2012, представив свой концепт DailyDose.





Формат упаковки DailyDose предлагает новый очень необычный способ подачи порционных фруктовых напитков на регулярной основе. DailyDose - это групповая упаковка, состоящая из шести бутылок, напоминающих дольки цитрусовых.

Поскольку бутылки имеют небольшой размер, они прекрасно помещаются даже в самые маленькие сумочки. Каждая порция соответствует четверти фрукта. И хотя концепт ежедневных порций уже представлен в других секторах, он является новаторским для рынка фруктовых напитков. (Upravkano.ru 21.01.13)

Quadpack начала наступление на новые рынки.

Группа компаний Quadpack начала амбициозное наступление на рынки лекарств безрецептурного отпуска и лечебнокосметических средств. Глобальная кампания первоначально будет сфокусирована на Испании, где предварительную оценку ситуации будет проводить недавно назначенный Роберто Альба (Roberto Alba). "В Испании представлен большой процент фармацевтических компаний и лабораторий, деятельность которых посвящена и разработке собственных брендов и подрядному производству, поэтому имело смысл начать реализацию кампании именно здесь, — объяснил Альба. — Мы укрепим свои лидерские позиции на косметическом рынке, продемонстрировав способность предоставлять решения, которые отвечают сложным требованиям лекарств безрецептурного отпуска".

"У нас есть технические знания и эксклюзивные соглашения о распространении, которые позволяют разрабатывать упаковки, защищающие и дозирующие средства эргономично, точно и гигиенично, — добавил он. — Более того, мы занимаем уникальное положение, которое позволяет предварительно оценить возникающие тенденции в области фармацевтической упаковки".

Среди первых решений, которые будут продвигаться на рынок Испании, станут вакуумные упаковки Yonwoo. Вакуумная технология особенно хорошо подходит для фармацевтических формул, поскольку помогает сохранить их целостность, предотвращая внешнее загрязнение. Вспениватели и масляные помпы Apollo будут ориентированы на детские лекарства безрецептурного отпуска.

Quadpack Group — это международный поставщик усовершенствованных упаковочных решений на рынок косметической продукции и средств по уходу за кожей. Компания производит стандартные и выполненные на заказ упаковки для рынков разного уровня. Это зарекомендовавший себя поставщик упаковки лидирующим косметическим компаниям. Основанная в 2002 году, компания Quadpack является частным бизнесом с годовым оборотом 30 млн евро. У группы есть 11 офисов по всему миру. Они находятся в Барселоне, Кельне, Стамбуле, Лондоне, Милане, Париже, Варшаве, Нью-Йорке, Мельбурне, Сеуле, Гонконге и Шанхае. (Upravkano.ru 15.01.13)

Sunrise помогла T1 Cosmetics создать бренд мужских средств по уходу за кожей.

Ведущий тайваньский бренд средств по уходу за кожей T1 Cosmetics выпустил на рынок новую коллекцию мужских косметических средств в цилиндрических полипропиленовых вакуумных флаконах от компании Sunrise.

Команда специалистов Sunrise помогла марке T1 Cosmetics создать собственный бренд мужских средств по уходу за кожей, сообщает Upravkano.ru. Упаковка разрабатывалась с использованием черного мужского знака, нанесенного шелкографской печатью, который подчеркивает особенность продукции. В одну коллекцию T1 входит комплекс средств. Гель от морщин для области вокруг глаз (15 мл) и сыворотки от морщин (30 мл) разливаются по вакуумным флаконам с дозатором 0,2 мл.

Увлажняющий гель (50 мл) и гель для тела (150 мл) выпускаются в вакуумных флаконах с дозатором 1,5 мл. Основными ингредиентами косметических средств T1 являются органические растения. Вакуумные флаконы Sunrise играют важную роль в защите этих ценных ингредиентов. Они позволяют сократить использование консервантов и других искусственных добавок, продлевающих срок годности продукта. Помимо этого, конструкция с внешней металлической пружиной гарантирует отсутствие контакта с продуктом, сохраняя его незагрязненным.

Компания Sunrise Pumps, также известная как Chun Jing Enterprise Co., была основана в Тайване в 1979 году. Благодаря более чем 30-летнему опыту работы в индустрии, она является ведущим производителем разнообразных дозаторов и вакуумной упаковки для средств личной гигиены и бытовой химии. Она специализируется на инъекционном формовании, а также сборке и декорировании целых упаковочных решений для средств по уходу за кожей. Продукция компании используется такими известными мировыми брендами, как Shiseido и L'Oreal. (Upravkano.ru 16.01.13)

Tenza Technologies Ltd предлагает своим клиентам инновационные устойчивые пакеты.

Компания Tenza Technologies Ltd, британский производитель и поставщик специализированных упаковочных продуктов, теперь предлагает своим клиентам инновационные, заранее сформованные устойчивые пакеты. Растущая популярность и постоянный спрос на устойчивые пакеты доказывается их присутствием почти в каждой секции супермаркета, начиная от прилавков чая и кофе и заканчивая секцией кормов для животных, пишет Upravkano.ru.



Обладая более чем 13-летним опытом производства гибкой упаковки, команда специалистов компании Tenza предлагает полный комплекс услуг — от первоначального концепта до доставки готового продукта. На паучи Stand Up от фирмы Tenza наносится печать, в которой может использоваться до 10 цветов. Доступно также нанесение лака, что дает большие возможности оформления и создания премиум-образа. Форма устойчивого пакета ценится потребителями во всех рыночных секторах, благодаря его удобству, современному внешнему виду и гибкости. Готовые паучи обладают серьезными преимуществами в плане формы и области печати, а также большим выбором систем открытия и закрытия.

Компания Tenza Technologies Ltd расположена в городе Саксмендхэм (графство Суффолк). Она является ведущим британским производителем и поставщиком самоклеящихся и других упаковочных продуктов в секторе пищевой упаковки, офисной продукции, канцелярских принадлежностей и этикеток. (Upravovano.ru 18.01.13)

Unipetrol RPA выпустила смолу, которая заметно улучшает эстетические и технологические свойства термоформованных жестких упаковочных материалов, таких как крышки для напитков, а также стаканчики и бутылки для йогуртов.

Mosten FT005 является бимодальной полипропиленовой гомополимерной смолой, сочетающей в себе инновационные нуклеирующие свойства Hyperform HPN-600ei от Milliken с добавкой, снижающей статические заряды. По заявлениям разработчиков, новинка повышает прозрачность и обеспечивает блестящую поверхность конечного продукта, а технологические свойства облегчают процесс производства деталей.

Greiner Packaging провела испытания смолы Mosten FT005 в серийном производстве упаковки для йогуртов и подтвердила улучшенные показатели прозрачности по сравнению с аналогами. Hyperform HPN-600ei повышает прозрачность полипропилена благодаря улучшенному процессу кристаллизации, обеспечивая особый внешний вид изделий.

По словам представителей фирм, повышенная скорость кристаллизации благодаря HPN-600ei и бимодальной природе Unipetrol PP открывает перспективы возможного сокращения производственного цикла, повышения производительности и снижения затрат.

Используемая в смоле антистатическая добавка облегчает выемку готовых деталей из формы. Таким образом, упаковочные материалы, созданные с использованием новой технологии, характеризуются стабильностью, сниженной способностью к деформации и гарантируют потребителям удобство в обращении с продуктами питания. (dairyreporter.com.) (21.01.13)

Waldemar Behn представил шесть коктейлей в новом формате упаковки ShakerPouch.



Упаковка напитка Todd's Push & Chill в считанные секунды превратит даже неопытного хозяина вечеринки в великолепного бармена. Необходимо лишь сжать "подушку", хорошо встряхнуть и подать свежий коктейль со льдом.

Производитель спиртных напитков Waldemar Behn представил в своей линейке шесть популярных коктейлей, начиная с "секса на пляже" и заканчивая "пиной коладой". Все они выпускаются в новом формате упаковки ShakerPouch, который был разработан специалистом в области упаковки из пленки Bischof + Klein.



Цилиндрический пакет внутри устойчивого пакета отделяет спиртное содержимое упаковки от фруктовой эссенции с мякотью вплоть до момента приготовления напитка. Они вступают во взаимодействие и раскрывают свои вкусы только перед употреблением продукта, пишет Upravano.ru. "Изюминкой" упаковки стало окошко, которое позволяет наблюдать за "взрывом" фруктовой мякоти и последующим смешиванием ее с алкоголем.

Форма упаковок напоминает шейкер для коктейлей. Устойчивый пакет состоит из многослойного ламината. Он оформляется высококачественной глубокой печатью. Благодаря лазерному перфорированию и рифленому тиснению, упаковка ShakerPouch легко открывается. Внутренний пакет имеет незапечатанное алюминиевое покрытие, которое защищает фруктовую мякоть от света и сохраняет ее вкус. Новый формат упаковки весит всего 9 граммов (как половинка ломтика лимона в коктейльном бокале). И это неудивительно, ведь толщина пленки, используемой в ShakerPouch, составляет около одной двенадцатой миллиметра. Это создает преимущества как при транспортировке, так и в смысле экологичности упаковки. Все материалы подлежат вторичной переработке.

Waldemar Behn, или просто ВЕНН — это семейная компания-производитель алкогольных напитков, расположенная в городе Экернфёрде (Германия). Она была основана в 1892 году. Сейчас компанией управляет четвертое поколение семьи. Спиртные напитки под собственным брендом ВЕНН начали появляться в 1950 году. Сегодня ВЕНН является одним из крупнейших поставщиков ликероводочных магазинов и ресторанов в северной части Германии. (Upravano.ru 15.01.13)

Австралийский бренд Squooshi появился в результате стремления его создателей выпустить экологичный продукт многоразового действия, полезный и приятный детям и их родителям.

Squooshi – это многоразовые устойчивые пакеты, предназначенные для домашнего использования. Производитель предполагает, что родители самостоятельно будут смешивать фруктовые и овощные смеси, помещать их в пакеты и предлагать своему ребенку. Упаковку можно мыть и использовать многократно.

Дизайн пакетов и название бренда разрабатывались в австралийском агентстве Block. В задачу входила разработка дизайна, внешне привлекательного для детской аудитории и одновременно желанного для родителей, которые стремятся обеспечить своего ребенка здоровой пищей.

Мнение эксперта Unipack.Ru:

Хороший нишевый бренд и удобное решение во всех отношениях. Легко хранить и брать с собой: просто чудесно. Причем, я так понимаю, их можно использовать не только для детей, если изменить дизайн. Понравилось все: отличная форма пакета, несколько видов размеров и удобная крышка-соска (на картинках этого не видно, но можно найти в интернете).

Единственное замечание: для меня так и остались загадкой вопросы по эксплуатации пакетов. В интернете я нашла информацию, что они наполняются и моются снизу. В связи с этим возникает вопрос: не откроется ли пакет снизу в процессе использования?

Что касается иллюстраций, то они, как сейчас принято говорить, очень "мимишные". Мой любимец из этой коллекции конечно Морж, ведь только у него есть ярко выраженная индивидуальность, другие персонажи однотипны и бесхарактерны.

Елена Павлова, креативный директор, соучредитель брендингового агентства Pavlov`s design (Unipack.ru 18.01.13)

Вид упаковки воды для беременных должен придать бренду образ лекарства.



Система идентификации бренда для нового продукта WaterBaby была разработана британским агентством Make во главе с Бенджамином Риджвеем (Benjamin Ridgway). Новинка ориентирована на будущих мам.

Вода WaterBaby дает женщине необходимые питательные вещества, включая ежедневные кислоты и поддерживающие организм витаминные комплексы. Сам бренд был создан агентством Make, которое специализируется на разработках продуктов и превращении бизнес-идей в полностью функционирующие бренды, сообщает Upravovano.ru.

После создания фирменной символики для торговой марки WaterBaby, дизайнеры приступили к разработке упаковки. Ее внешний вид призван придать продукту образ медикамента, который бы отражал высокое качество и питательную ценность напитков для беременных. (Upravovano.ru 18.01.13)

Колпачки, которые могут становиться деталями конструктора, предлагает Gualarack.

Компания Gualarack, производитель заранее формованной гибкой упаковки с укупоркой, расширила ассортимент своей продукции с помощью нового BrickCap, пишет Upravovano.ru.

Колпачок BrickCap обладает тремя характеристиками, которые ранее редко можно было встретить вместе: безопасность, выраженная индивидуальность и экологичность.

Особенным это укупорочное средство делает то, что оно может стать игрушкой. После использования колпачок BrickCap превращается в конструктор. С его помощью дети могут сооружать трехмерные объекты. Причем начинать можно всего с нескольких "кирпичиков" BrickCaps, а заканчивать сотнями. Единственным ограничением будет воображение ребенка.

Более того, BrickCap — это продукт, который можно собирать и использовать снова и снова. Таким образом концепт второй жизни продукта становится реальностью. BrickCap совершенствует линейку продуктов Gualarack, удовлетворяя разнообразным требованиям, предъявляемым к консервации. Он может использоваться с различными продуктами: напитками, фруктовыми пюре, соусами и заправками для салатов, детским питанием, энергетическими напитками и т.п.

Компания Gualarack производит готовые гибкие упаковочные решения с патрубками и крышками. Она была основана в 1986 году в городе Алессандрия (Италия). В 1989 году Gualarack начала производство инновационного вида гибкой упаковки — Cheerpack. Сегодня компании принадлежит два промышленных объекта: головной офис в Италии, и завод в Румынии, открытый в мае 2011 года. (Upravovano.ru 15.01.13)

Контейнер для теней для век 382 от Chu Yeuan открывается сбоку.

На сегодняшнем рынке потребители предпочитают продукты типа "все-в-одном", которые удовлетворяют самые разнообразные потребности, благодаря своей многофункциональности. Этот тренд охватил и индустрию декоративной косметики. Женщины мечтают пользоваться тенями для век, подходящими к их косметичке. Ассортиментное наименование 382 от компании Chu Yeuan было выпущено на рынок именно для удовлетворения этих требований.



Эта открывающаяся сбоку палитра выпускается как с глянцевой, так и с матовой отделкой. Производитель также предлагает металлизированный вариант или с отделкой кристаллами, по запросу клиента. Для снижения стоимости продукта, внутренний слой палитры изготовлен из этиленвинилацетата, пишет Upravkano.ru.

Клиенты компании могут варьировать внутреннюю конструкцию упаковки, не беспокоясь о высокой стоимости или пресс-формах открытого типа. Декоративное оформление осуществляется с помощью шелкографской печати, металлизации, горячего штампования и т.д.

Компания Chu Yeuan Industrial Co., основанная в 1977 году, является известным на Тайване производителем пресс-форм для литья под давлением и контейнеров для декоративной косметики. В число услуг компании входит технология двойного впрыскивания, собственные разработки, а также создание пресс-форм. (Upravkano.ru 15.01.13)

Компания Soul Limitada выпустила лимонад Love Lemon, который стал новым продуктом для рынка

Чили.

Дизайн бутылки разработали специалисты местной студии Grupo Oxígeno. Лимонад – обычный продукт для рынка США, но в Чили лимоны слишком дорогие и, поэтому возникают трудности при производстве такого напитка. Идея бренда – это "Ностальгическая свежесть". Воображаемая машина для производства лимонада вдохновила на создание иллюстраций.

"Love Lemon не слишком сладкий и не слишком кислый. Love Lemon - это правильное сочетание вкусов", - говорит производитель.

Мнение эксперта Unipack.Ru:

С трудом разглядел заявленную машину для изготовления лимонада - идея хороша, но не считается как генеральная. Хороший паттерн с "защитами" механизмами, который интересно разглядывать. Бренда мало, но типографика спасает. Я бы попробовал!

Александр Журбенко, Управляющий партнер BRAND BROTHERS RUSSIA (Unipack.ru 21.01.13)

Разрабатывая дизайн упаковки бутылок для воды, специалисты индийского агентства Q-Studio принимали во внимание безопасность и внешнюю привлекательность продукта.



Дизайнеры стремились выдвинуть на передний план привлекательный дизайн самих бутылок, которые напоминают пингвина на отдыхе. Поэтому в качестве упаковки использовалась коробка, позволяющая видеть содержимое.

Потенциальные покупатели также могут потрогать товар, взявшись за ручки, выглядывающие из коробки.

Упаковка выполняет несколько функций: защищает товар и обеспечивает ему устойчивость на магазинной полке. (Unipack.ru 17.01.13)

Разработан высокоточный метод обнаружения следов ВРА в еде и воде.

Учёные разработали высокочувствительный метод выявления следов компонента пластмасс бисфенола-А (ВРА) в продуктах питания и воде.



Технология, основанная на использовании синтетического химиката poly-L-lysine (PLL)-hapten, была представлена в свежем номере "Analytical Methods".

Предел эффективности нового метода составляет 0,5 нанограмм на миллилитр, а эффективность теста ELISA подтверждена с использованием высокоточной жидкостной хроматографии.

— Результаты исследования подтвердили возможность использования ELISA для выявления следов ВРА в еде и напитках, — заключают учёные.

ВРА используется в составе пищевой упаковки и в качестве защитного покрытия алюминиевых банок. Результаты некоторых исследований представляют его как фактор риска развития самых разных заболеваний от ожирения до рака.

Материалы по теме (Foodcontrol.ru 18.01.13)

Руководство филиппинского города Макати начало посылать инспекторов для проверки выполнения предприятиями торговли общественного питания предписания о поэтапном сокращении количества пластиковых и пенопластовых контейнеров на складах.

В июне 2013 г. в городе планируется ввести полный запрет на упаковку и тару из пластика и пенопласта.

По сообщению www.philstar.com, представитель городских властей Макати Джои Сальгадо (Joey Salgado) официально объявил о начале проверок запасов пластиковой упаковки в городе. В начале прошлого года городские власти издали распоряжение, предписывающее бизнесменам в течение года ликвидировать запасы пластиковой и пенополистирольной тары и упаковки и перейти на упаковку, подлежащую рециклингу.

Директивы поощряет использование пластиковых пакетов, изготовленных из биоразлагаемых или пригодных для полной вторичной переработки материалов. Кроме того, торговые компании могут предлагать бесплатно или за плату экологически чистые пакеты и сумки из джута, ткани, бумаги, корзинки и сумки, плетеные из пандана, волокон кокосовой пальмы, листьев бури и т.п.

Также запрещается раздача, продажа и использование изделий из полистирола вспененного и других материалов с подобными не подлежащими биологическому разложению компонентами, предназначенных для пищевых продуктов и напитков. Вводится запрет на пластиковую посуду во всех ресторанах, кафе и других заведениях общественного питания.

По словам мэра Макати Джеомара Эрвина Биная (Jejomar Erwin Binay), отходы пластиковой и пенопластовой упаковки особенно вредят дренажной и водоотводной системе города, что способствует возникновению наводнений в некоторых частях города.

Законодательные директивы касаются всех супермаркетов, рынков, универмагов и торговых центров, бакалейных магазинов, ресторанов, сетей организаций быстрого питания, столовых и других подобных учреждений города. (Unipack.ru 15.01.13)

Торговая марка NACK была представлена испанским дизайнером Марой Родригез (Mara Rodriguez).

Название бренда образовано от двух слов: nam ("вкусный") и snack ("снэк"). Под этой торговой маркой выпускаются батончики мюсли, которые состоят из злаков, фруктов и шоколада или йогуртового сиропа. Дизайнеру хотелось создать нечто приятное для глаза. Поэтому главным элементом оформления упаковки стали фотографии. Интересным штрихом является присутствие фотографий только тех ингредиентов, которыми продукт отличается от предложений других брендов. Ведь обычно на упаковках используется только изображение самого батончика мюсли.

Белый фон позволяет продемонстрировать, что это простой продукт, который является всего лишь батончиком мюсли. Он натурален и полезен для здоровья. В конце дизайнер добавила цвета, которые помогают еще сильнее дифференцировать разнообразные вкусы продукта. Здесь каждый цвет олицетворяет определенный фрукт, оживляя и придавая молодости полноценной продуктовой линейке.

Мара Родригез управляет творческой студией Ologamaga, специализирующейся на брендинге и упаковочном дизайне. Она предлагает свои услуги как в национальном, так и в международном масштабе, помогая создавать образы брендов для новых или существующих продуктов (Upakovano.ru 16.01.13)



Стеклотара

Проект, посвящённый охоте, представила группа российских дизайнеров.

"Отследи свою жертву и получи трофей", — кидают клич дизайнеры.

Группа дизайнеров из России представила свой проект, посвященный пиву. Галима Ахметзянова и Павла Чуйкина назвали его Trophy Beer ("Трофейное пиво"), пишет Upravkovo.ru.

Как нетрудно догадаться, проект посвящен охоте. Это один из древнейших человеческих инстинктов. И своей работой дизайнеры как бы призывают раскрепоститься и разжечь страсть к охоте, почувствовать выброс адреналина. "Отследи свою жертву и получи трофей", — кидают клич они.

Над трехмерной визуализацией проекта работал Павел Губин. (Upravkovo.ru 15.01.13)

"Кит-Маркетинг" разработал упаковку для дивина "Аист"

Специалистам киевской компании "Кит-Маркетинг" разработан дизайн упаковки для ассортиментной линейки дивина (классического молдавского коньяка) "Аист": "Аист Silver" (3 звезды), "Аист Gold" (4 звезды), "Аист Platinum" (5 звезд).

Непривычное слово "дивин" является знаковым понятием для самой Молдовы. Это синоним коньяка с точки зрения технологии и классических законов изготовления этого напитка. В переводе "дивин" означает "божественный".

В основе дизайнерской концепции тубуса — три разных пейзажа с аистом, выполненные вручную художником агентства, в смешанной стилистике: гуашью и карандашом. Каждый пейзаж отражает определенное время суток: утро, день, вечер. Такой подход эмоционально указывает на ту или иную степень зрелости дивина. Трехзвездочный ("Аист Silver") — "утро". Четырехзвездочный ("Аист Gold") — "день". Пятизвездочный ("Аист Platinum") — "вечер". Юность. Молодость. Зрелость. (Unipack.ru 16.01.13)

Insite Design закончило работу над этикеткой для продукции семейной винодельни.

Канадское агентство Insite Design закончило работу над этикеткой для компании Dillon's Small Batch Distillers, которой руководит команда, состоящая из отца, сына и тестя. Они выпускают небольшие партии водки и нефильтованного джина, который получается на основе местного винограда, дистиллированного с помощью натуральных трав. Их продукт 100% Canadian White Rye производится из местной ржи через медный перегонный куб перед розливом по бутылкам. Напиток не выдерживается в деревянных бочках.

По информации Upravkovo.ru, целью дизайнеров было передать историю бренда, связанного с натуральными местными ингредиентами, оставив его доступным и несложным, подходящим разным категориям потребителей. С технической точки зрения, цель дизайнеров состояла в создании этикетки, которая не требовала бы высоких затрат, в том числе, трудовых. Это позволило бы компании создавать часто меняющиеся, небольшие серии сезонных или эксклюзивных продуктов, которые удовлетворяли бы спрос рынка крафт-алкоголя.

Канадское агентство Insite Design предоставляет полный комплекс услуг в области дизайна, брендинга и коммуникаций. (Upravkovo.ru 18.01.13)

Греческое агентство Noon Design оформило упаковку для вина Theodosia.

Дизайнер Стелиос Псевтогас (Stelios Pseftogas) из греческого агентства Noon Design разработал оформление для упаковки вина Theodosia. Феодосия — греческое женское имя, означающее "дар божий". Использование этого имени в качестве названия бренда вина намекает на то, что такой напиток является подарком, сделанным человечеству богом вина Бахусом.

Кроме того, это имя молодой женщины, владелицы компании-производителя вина, которая ставит свою подпись на всей продукции. На этикетке за буквой тетой можно увидеть древнюю греческую фреску на черном фоне, пишет Upravkovo.ru. Все эти детали олицетворяют славное прошлое, а также качество старинного вина, изготовленного из местного сорта красного винограда, который называется "ксиномавро". (Upravkovo.ru 17.01.13)

Дизайн бутылки для американского ликёра Tuaca Cinnaster.

В ликере Tuaca Cinnaster сочетаются смелый вкус корицы и исключительно мягкий ванильно-цитрусовый вкус ликера Tuaca.

Tuaca Cinnaster — это первое пополнение линейки ликеров. Он создает новые впечатления от бренда, а также предлагает напиток для тех, кто любит приключения.

По информации Upravkovo.ru, дизайн бутылки разрабатывался агентством Cue, офис которого находится в Миннеаполисе (США). (Upravkovo.ru 18.01.13)

Лимитированная серия упаковок для японского оливкового масла первого отжима OEVOO.



Лимитированную серию упаковок для органического оливкового масла первого отжима OEVOO разработала греческая студия Corn Studio, которая представит этот проект для участия в конкурсе Specialty Products Redesign в рамках токийской выставки Roooots Setouchi Triennale 2013 в марте 2013 года. Организатором конкурса является портал Loftwork.com. Это международный фестиваль искусств, призванный возродить регион с помощью современного искусства. Последний фестиваль, проведенный в 2010 году, привлек более 900 тыс. посетителей со всего мира, пишет Upravkano.ru. Вместе с этим фестивалем и общей целью вдохнуть жизнь в местные отрасли промышленности, конкурс Roooots Setouchi Specialty Products Redesign потребовал от специалистов Corn Studio провести редизайн одной из упаковок и продуктов специализированных продуктов Seto, которые будут продаваться в галереях и сувенирных лавках региона.

Этот проект является совместной инициативой, призванной продемонстрировать региональные специализированные товары и творческие таланты со всего мира, а также стимулировать устойчивое развитие на региональном уровне. Основным фокусом работы стало создание узнаваемого логотипа и ограниченной серии упаковок бутылки. Дизайнеры назвали продукт OEVOO. На его фирменном знаке капля масла объединена с солнцем (символом Японии), что создает такое впечатление, как будто масло капает с небесного светила. Так они хотели показать, что редчайшее и лучшее оливковое масло получается прямо из Японии. Все ингредиенты выращены исключительно здесь. Оливковые деревья подрезаются, что позволяет им получать максимальное количество солнечного света. Оливки собираются вручную, а масло выжимается в течение 48 часов после снятия с дерева. Поскольку объем производства ограничен, ежегодно выпускается лишь 600 кг оливкового масла OEVOO. (Upravkano.ru 14.01.13)

Нечто общее между тыквой и пивом попытались найти испанские дизайнеры.

Дизайнерская фирма Estudio mLlongo из Испании представила пиво Calaveza. Это особое пиво, название которого образовано от двух испанских слов: calabaza ("тыква") и cerveza ("пиво"). Для оформления упаковки дизайнерами было разработано несколько изображений, сообщает Upravkano.ru. Они выглядят так, как будто это фотографии из семейного альбома. Между тем, они имеют одну особенность: вместо голов у людей нарисованы тыквы. Это создает зрительную игру, которая связывает систему идентификации бренда пива с его основным ингредиентом. При оформлении упаковки было использовано несколько этикеток, которые различаются цветом, материалом и текстурой.

Пиво Calaveza разливается по бутылкам объемом 0,75 л, что позволяет поместить его в один ряд с вином.

Estudio mLlongo — это многопрофильная студия, основанная в Валенсии в 2003 году Марисой Ллонго (Marisa Llongo). Деятельность студии направлена на разработку продуктов и графический дизайн. Здесь создается упаковка, корпоративный дизайн, веб-сайты, разрабатываются маркетинговые кампании и т.п. (Upravkano.ru 14.01.13)

Студент-дизайнер из Малайзии Аик Чин Тео (Aik Chin Teoh), который проходит обучение в австралийском университете RMIT, представил свой проект, посвященный бельгийскому пиву.



Начинающему дизайнеру предстояло придумать новое бельгийское пиво и упаковку, которая позволила бы выделить его среди таких конкурентов, как Leffe, Hoegaarden и Duvel.

Использованное студентом название Bozward на голландском языке означает "черный и злой", пишет Upravovano.ru. Оно намекает на один инцидент: Вахид Джукдин вместе с семьей был вынужден покинуть родной дом за то, что совершил ужасный мусульманский грех — занимался производством алкогольных напитков. Между тем, его страсть к пиву привела к обнаружению трех особых сортов хмеля, которые произрастают в деревушке Вату (Бельгия). При их сочетании получается великолепное пиво, которое мир еще никогда не пробовал.

Благодаря своему названию пиво Bozward получило достаточно мужественную с виду упаковку и фирменную символику темных цветов. Золотистые лучи, расходящиеся от логотипа, олицетворяют хмель, а также служат визуальными инструментами для упоминания истории этого темного бельгийского пива. (Upravovano.ru 14.01.13)

Упаковка для пива, созданного специально для страдающих глютенной болезнью.

Глютенной болезнью сегодня страдает как минимум каждый сотый американец. Из-за этого многие страдающие ей любители пива вынуждены отказываться от этого напитка. Чтобы решить данную проблему, компания Craft Brew Alliance обратилась в дизайнерскую фирму Hornall Anderson, которая помогла ей запустить на рынок Omission — первое в США крафт-пиво с традиционными пивными ингредиентами, включая осоложенный ячмень, разработанный специально для устранения глютена.

Творческая команда Hornall Anderson придумала слоган "Дело не в том, что мы убрали, дело в том, что мы оставили", обыгрывающий цель создания Omission, пишет Upravovano.ru. После этого она сделала стилизованные иллюстрации, которые отражают процесс "удаления глютена", позволяющий сохранить вкус продукта. Это демонстрируется необычным образом — с помощью разнообразных средств передвижения, таких как НЛО, птица, вертолет, воздушный шар, магнит и волшебная палочка.

В результате, "ареал" распространения пива уже расширился с Западного побережья США на всю страну. (Upravovano.ru 17.01.13)

Упаковка. Взгляд профессионалов: шотландский виски Double Tower. "Unipack.ru". 18 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге "**Тематические новости**" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).



Металлическая упаковка

Albea объявила о завершении приобретения подразделения косметической упаковки Rexam.

Благодаря новому приобретению, компания Albea укрепит свои позиции международного лидера, рассказал Франсуа Люскан.

Компания Albea, филиал Sun European Partners LLP, объявила о завершении приобретения подразделения косметической упаковки компании Rexam Personal Care — ведущего производителя дозировочных систем и упаковки для декоративной косметики. Подразделение управляет 11 заводами в Европе, Центральной и Южной Америке, а также в Азии.

Напомним, что 3 июля 2012 года компания Rexam объявила о продаже своего бизнеса по производству упаковки для средств личной гигиены.

Благодаря новому приобретению, компания Albea укрепит свои позиции международного лидера в области упаковки для косметики и средств личной гигиены, расширив ассортимент своей продукции на дозировочные системы, и увеличив свои возможности по части предложения в области туб и жесткой косметической упаковки. Приобретение также укрепляет позицию компании Albea на развивающихся рынках, позволяя ей представлять свою продукцию в разных рыночных сегментах.

"Это приобретение соответствует стратегии Albea по строительству сильной, устойчивой и прибыльной платформы для роста, которая предлагает упаковочные решения косметическому рынку и сектору средств личной гигиены, — рассказал Франсуа Люскан (Francois Luscan), президент и главный исполнительный директор Albea. — Мы уверены, что эта сделка позволит нам улучшить обслуживание клиентов по всему миру, а также сконцентрировать внимание на продуктовых инновациях".

Благодаря интеграции подразделения Rexam Personal Care, в состав компании Albea теперь входит 46 заводов в 16 странах по всему миру, которые производят широчайший ассортимент упаковочных решений для рынков декоративной косметики, средств личной гигиены и ухода за кожей, парфюмерной продукции и средств по уходу за полостью рта.

Rexam — британская компания, один из крупнейших в мире производителей упаковки для потребительских товаров. Штаб-квартира — в Лондоне. В России Rexam принадлежат заводы по производству алюминиевых банок в городе Наро-Фоминске Московской области. (Upakovano.ru 15.01.13)

Carlsberg Kazakhstan объявляет о запуске производства баночного пива.

Пивоваренная компания Carlsberg Kazakhstan возобновляет производство баночного пива на своем заводе в Алматы.

Локальный розлив пива в банки - это ряд преимуществ в первую очередь для потребителя. Теперь баночное пиво от Carlsberg Kazakhstan будет доступно как в Алматы, так и во всех регионах Казахстана с наиболее ранними сроками даты изготовления. Снижение времени на транспортировку продукции значительно повлияет и на вкусовые качества пива в банке. 15 января стартовал первый розлив банки локального бренда "Алма-Ата Ячменное". Далее в январе планируется розлив и других брендов, в том числе международных.

Еще одной приятной новостью станет производство пива "Балтика" с обновленным дизайном упаковки в поддержку КХЛ (Континентальной Хоккейной Лиги).

Напомним, что бренд "Балтика" является официальным пивом КХЛ в 2013 – 2014 годах. Казахстанский хоккейный клуб "Барыс" также примет участие в этих соревнованиях. Таким образом, баночное пиво "Балтика" с символикой КХЛ локального розлива будет оценено по достоинству фанатами этого захватывающего мужского вида спорта.

"В связи с запуском баночной линии объемы производства пива на заводе Carlsberg Kazakhstan вырастут на 20%. Это дополнительные рабочие места и положительная динамика поступления акциза в местный бюджет, что обеспечит дальнейшее развитие компании как одного из главных акциз образующих предприятий пивной отрасли Казахстана", - сообщил Давид Овселян, директор по производству Carlsberg Kazakhstan. (Unipack.ru 16.01.13)

Coster разработала интегрированное решение в области аэрозольной упаковки.

Лишь несколько компаний по всему миру знакомы с этой технологией.

Фармацевтические препараты долгое время выпускались главным образом в форме таблеток, кремов, мазей, сиропов, порошков и растворов для инъекций. Аэрозольная форма доказала свою практичность и эффективность в смысле дозировки активных веществ. Сегодня на рынке можно найти как ингаляторы отмеренных доз для лечения астмы, так и средства для местного нанесения в аэрозоле, пишет Upakovano.ru.

Тем не менее, лишь несколько компаний по всему миру знакомы с этой технологией. Сложность технологии аэрозольного наполнения вместе с нормативными изменениями, запрещающими использование хлорфторуглеродов в качестве газов-вытеснителей, могли послужить фактором, мешающим многим компаниям использовать аэрозольную упаковку в качестве альтернативы традиционным формам, а также способа расширения своего продуктового ассортимента.



Итальянская компания Coster разработала интегрированное решение для клиентов, которые желают расширить ассортимент своей продукции с помощью аэрозольной упаковки. Оно состоит из четырех основных составляющих: технология аэрозольного наполнения, экспериментальный аэрозольный завод, поддержка при разработке формул продуктов, а также содействие в решении нормативно-правовых вопросов. (Upakovano.ru 15.01.13)

FFP Packaging Solutions поставляет в рыбные отделы сети Morrisons новые термогерметичные пакеты Esterpeel Cook, в которых рыбу можно приготовить в духовом шкафу целиком или кусочками с ароматизированным маслом.

Эти пакеты можно запаивать прямо в магазине, получая в результате удобную упаковку, пригодную не только для хранения, но и для приготовления рыбы. Во время запекания масло покрывает рыбу, а полиэфирная упаковка становится посудой, в которой рыба постоянно остается увлажненной.

Пакеты производятся из термозапаиваемого полиэфира, имеют двухцветную маркировку с брендом Morrisons, а также содержат инструкцию по приготовлению. Поставляемые FFP Packaging Solutions пакеты полностью собраны и готовы к применению. А в рыбных отделах сети Morrisons в пакеты просто помещают рыбу со сливочным маслом и запаивают их при помощи специального устройства. (foodmanufacture.co.uk.) (21.01.13)

Производитель офисной мебели получил награду за новую транспортную упаковку.

Компания Herman Miller, которая специализируется на производстве офисной мебели, славится тем, что выпускает максимально экологичные продукты. Девиз Herman Miller звучит так: "Мы делаем мир лучше". Причем это касается не только самой мебели, но и упаковки для ее транспортировки, пишет Upakovano.ru.

Недавно голландское представительство компании разработало новое упаковочное решение для транспортировки одной из деталей офисного кресла от производителя до места сборки. Главным преимуществом упаковки является то, что ее можно использовать повторно. Такая упаковка не только экологична, но и экономична — с ее использованием компания Herman Miller тратит меньше на 46 тыс. долларов в год.

По словам инженера Синди Домэн (Cindy Doman) из Herman Miller, компания традиционно уделяет большое внимание вопросам экологии и всячески старается сократить количество мусора. Кроме того, компания выпускает свои продукты в такой упаковке, которую бы не пришлось долго распаковывать и переупаковывать, то есть не привлекать дополнительную рабочую силу. "Благодаря тому, что теперь мы используем возвратную упаковку, — рассказывает Домэн, — количество "контактов" товара с руками рабочих сведено к минимуму".

Для разработки такой упаковки в Нидерландах была создана целая группа специалистов, в которую вошли поставщики упаковочных материалов и инженеры. Общими усилиями они создали упаковку для Y-образной детали (spine) от офисного кресла Sayl, которое выпускает Herman Miller. Эта деталь производится из стеклонейлона (прочный материал на основе сплетенных нитей нейлона и стеклополимеров, который не царапается и имеет долгий срок службы).

Новая упаковка представляет собой стеллаж из оцинкованной стали, который можно перемещать при помощи обычной роклы, перевозящей паллеты

Сообщается, что ранее Y-образную деталь упаковывали в коробку из гофрокартона и оборачивали дополнительным, защитным, слоем пленки. Именно в гофротаре нужная деталь поставлялась компанией Dahti Seating на голландский завод Herman Miller. Картонные коробки использовались несколько раз, после чего шли на вторичную переработку. Чтобы управляться с такой упаковкой, требовалось много рабочих рук.

С помощью новой многоуровневой упаковки Herman Miller хотела решить следующие задачи:

упростить работу поставщикам;

оптимизировать транспортировку;

сократить потребность в рабочей силе и время "обслуживания" упаковки;

сделать упаковку более экологичной (сократить объем отходов);

сохранить качество упаковки.

В течение последних 20 лет одним из главных приоритетов компании Herman Miller было (и остается) использование многоуровневой упаковки. По словам Домэн, сегодня детали каждой упаковки прорабатываются еще до появления самого продукта. Выбор, как правило, делается в пользу возвратной упаковки — просчитывается удаленность от поставщика, объем и качество. "Мы давно использовали возвратную упаковку для Y-образной части офисного кресла Sayl, — говорит Домэн, — но только теперь нам удалось сделать упаковку именно такой, как нужно — это вовсе не так легко как кажется на первый взгляд — необходимо просчитать массу нюансов".

Новая упаковка представляет собой стеллаж из оцинкованной стали, который можно перемещать при помощи обычной роклы, перевозящей паллеты. На один такой стеллаж помещается 180 деталей от кресла, объединенных в группы по десять в каждой. Сообщается, что производством стеллажей занимается компания Cannon Equipment. Каждая Y-образная деталь удерживается на своем месте при помощи специального стопора, изготовленного из полиэтиленового пеноматериала. Эти стопоры, разработанные и произведенные Kenwood Packaging Corp., являются возвратной упаковкой.



Теперь, когда детали поступают на завод Herman Miller, их не нужно долго распаковывать, а можно использовать в производстве прямо с колес. Раньше процедура поставки необходимых для производства офисной мебели деталей на заводе Herman Miller выглядела следующим образом: они разгружались на складе, там же распаковывались и готовились к сборке. Теперь детали по десять штук идут на конвейер в сборочном цехе прямо со стеллажа. Две полки у стеллажа выдвигаются, что значительно облегчает работу оператора. Далее сборщику остается просто собрать кресло — ничего распаковывать больше не нужно. Все использованные стопоры возвращают обратно на стеллаж — для повторного использования.

Благодаря использованию новой упаковки, компании Herman Miller удалось:

- сократить рабочее время по "обслуживанию" деталей будущих кресел на 63 минуты в день (266 часов в год);
- сократить использование картонных коробок на 4300 штук (экономия 24645 фунтов картона в год);
- сократить расходы на материалы и рабочую силу на 46 тыс. долларов в год;
- избежать необходимости "держать" два склада;
- исключить перемещение тяжелых ящиков и необходимость открывания этих самых ящиков при помощи ножа;
- избавить поставщиков от необходимости "возиться" с картонными коробками.

За свои достижения компания Herman Miller получила награду от Reusable Packaging Association (RPA) — the 2012 Excellence in Reusable Packaging Award (Upakovano.ru 21.01.13)



Обновление упаковки предприятиями

Nivea сменит лого на упаковках.

Дизайн-студия fuseproject разработала единую айдентику для всех продуктов бренда

Один из самых известных косметических брендов мира Nivea в новом году начнет выпуск продукции в унифицированной упаковке с единым лого. Для реализации проекта компания Beiersdorf привлекла шведского дизайнера Ива Беара и его американскую дизайн-студию fuseproject. Новая визуальная концепция будет внедряться поэтапно.

В начале 20 века Nivea была представлена на рынке в виде одного-единственного продукта – знаменитого белого крема. К 2010 году на полках магазинов 170 стран мира можно было встретить уже 1600 различных товаров под брендом Nivea. Однако, логотип и дизайн упаковки разных продуктов мог значительно отличаться.

В 2012 году совет директоров компании принял решение привести упаковку всех линеек продуктов к единому знаменателю. К масштабному проекту был привлечен шведский дизайнер Ив Беар и его дизайн-студия fuseproject. Кроме того, в проекте участвовали дизайнеры компании Beiersdorf, которой принадлежит бренд Nivea. Одной из целей редизайна было "упростить" многообразие форм упаковки, привести многообразие графики к единому стилю.

Отныне на всех продуктах бренда будет располагаться логотип в виде традиционного начертания Nivea на фоне синего круга. Эта форма была взята с классической круглой баночки, известной еще с прошлого века, чтобы сохранить преемственность дизайна, а также подчеркнуть вековые традиции марки. Претерпела изменения и форма упаковки.

Как отмечает член исполнительного совета отдела брендинга Bwiwrsdorf Ральф Гуско, новый дизайн позволит покупателям легче находить продукцию марки на полке.

Креативный директор агентства IKON BC Евгений Куприенко считает, что студия с поставленной задачей справилась.

"Излишнее многообразие в одном и том же продуктовом портфеле лишь запутывает потребителя, - комментирует Евгений Куприенко. - В Fuseproject попытались отсечь лишнее и ненужное, упростить визуальный язык. Определенно, это поможет линейке создать единое пятно на полке, сохранив при этом историческое наследие бренда - шрифтовые начертания, цветовые решения. Кроме того, коллеги связали форму крышки с формой знака, что также должно облегчить визуальное восприятие и запоминание бренда. Логотип нашел свое место в самой форме упаковки".

Алексей Царегородцев, генеральный директор брендинговой компании REALPRO, отмечает, что в данном проекте прослеживается следование двум основным европейским трендам в брендинге и упаковке: упрощению и экологичности в широком понимании.

"Приятно видеть пример того, как рейстайлинг проводится не как самоцель, а в соответствии с задачами продвижения продукта, являющегося при этом подлинным мировым брендом: внимание к сегодняшнему дню сочетается с сохранением лучшего из имеющейся традиции, - говорит Алексей Царегородцев. - Новая упаковка, отвечающая сегодняшним технологиям и потребностям потребителя, сохраняет товарный знак и основные константы знаменитого фирменного стиля Nivea, разработанных в 1924-м году в духе БАУХАУЗа: логотип в стилистике арт-деко, белый и синий цвета, синий круг, символизирующий знаменитую металлическую синюю баночку крема Nivea. Ультрамодный почти 90 лет назад логотип и стиль сохраняют свежесть и актуальность до сих пор, подтверждая то, что многие из идей творцов "ревуших 20-х" актуальны и сегодня. То, что "баночки" должны были умереть - это понятно, но Nivea держались за них, как за стильный (по-своему) узнаваемый атрибут, неизменный целый век. Новая упаковка - блестящий, на мой взгляд, баланс дорогого "северного" аскетизма и необходимой в наше время инновационности. Сплав нового и традиционного. Безошибочно узнаваемый продукт, демократичный и безукоризненный".

Для просмотра видеоролика (архив zip) нажмите [здесь](#)







(Sostav.ru 18.01.13)

Научно-производственная фирма "Геникс" начала производство жидкого мыла Ника-Свежесть в новом флаконе.

Ника-Свежесть в новом флаконе!

Мыло жидкое "Ника - Свежесть" теперь в новом устойчивом флаконе, объем 0,5 л. Объем 0,38 л. снят с производства.



Для справки: Название компании: *НПФ Геликс, ООО* Адрес: 424006, Россия, Республика Марий Эл, Йошкар-Ола, ул. Крылова 26 Вид деятельности: *Косметическая промышленность* Телефоны: (8362)736263 E-Mail: sbit@geniks.ru Web: <http://www.geniks.ru> Руководитель: Морозова Юлия Александровна, Коммерческий директор (INFOline, ИА (по материалам компании) 28.12.12)

P&W разработал новый дизайн для супов Tesco

В международном агентстве P&W разработан новый дизайн для линейки супов готовых к употреблению собственной торговой марки магазинов Tesco. Линейка включает 15 наименований.

Заказчик пришел к выводу, что внешний вид существующей линейки устарел и ему необходим редизайн в соответствии с современными трендами. Яркие цвета свежих, выращенных в своем огороде овощей воодушевили дизайнеров. Детальные акварельные иллюстрации художника Мэри Вудин (Mary Woodin) отражают концепт "с фермы на стол". Рукописный штифт добавляет ощущение дружелюбия и доступности.





"Дизайн особенно эффективен, потому что позиции легко дифференцировать благодаря иллюстрациям с разными ингредиентами. Упаковка выделяется на полке и эффективно сообщает о свежести продукта", - рассказали в P&W.

Мнение эксперта Unipack.Ru:

Tesco - один из самых ярких примеров правильного развития собственных брендов среди ритейлеров по всему миру. Ощущение, что команда маркетологов Tesco работает под девизом "Мы делаем все вовремя и даже раньше". Упаковка супов до изменения выглядит достойно даже сегодня. Правильно расставленные акценты, крупное, качественное изображение, понятная схема данных о продукте для потребителя, словом - качественный СТМ.

Однако Tesco уверенно и с удовольствием плывет по маркетинговым волнам, отлично чувствует своего потребителя и изменяется до того, когда это действительно станет необходимым, до того как у изжившего себя бренда начнутся проблемы в отношениях с потребителем.

Обновленная линейка супов Tesco выглядит настолько свежо, натурально и аппетитно, что кажется, все самое полезное и качественное было выращено на залитых солнцем огородах, бережно собрано и преподнесено любимому покупателю. Если еще и внутреннее содержание соответствует прекрасным иллюстрациям, то любовь с первого взгляда бренда с потребителем обеспечена.

Кристина Журбенко, руководитель проектов BRAND BROTHERS RUSSIA (Unipack.ru 21.01.13)

Компания Ansell Ltd. провела редизайн упаковок гелей-лубрикантов, производимых ей под марками Lifestyles, Manix и Unimil.

Новая упаковка и графика помогают выделить продукт среди подобных товаров, возбудить интерес и внушить потребителю доверие к бренду. Ansell – разработчик и производитель продукции для защиты рук в промышленности и медицине, а также презервативов – отмечает возросшую за последние годы роль упаковки. И новый дизайн упаковки гелей-лубрикантов Ansell не остался незамеченным. Упаковка, разработанная компанией Reverse Innovation, недавно была удостоена награды за хороший дизайн (Good Design Award) Чикагского музея архитектуры и дизайна Athenaeum (Chicago Athenaeum Museum), а также гран-при Brand Identity Grand Prix компании TVN Media Group (в категории фармацевтической и медицинской продукции) и награды Mediastars от компании Media Star Editore.

Как сообщает www.packworld.com, сама упаковка продукта настолько оригинальна, что для ее защиты подана патентная заявка. "Стабильность и чувственность" воплощены в изысканной форме продукта. Механизм подачи геля эргономичен, он обеспечивает надежный и мгновенный контроль расхода геля. Кольцо сверху придает продукту самобытность и выполняет функции игровой ручки. Гель выпускается в флаконах ёмкостью 50 и 100 мл. (Unipack.ru 21.01.13)

У лакричных конфет Panda меняется упаковка.

Изменение упаковки для лакричных конфет Panda было проведено датским дизайнером Джонатаном Фаустом (Jonathan Faust). Panda — это известный во всем мире бренд лакричных конфет, упаковка и оформление которого до этого момента были не так известны. Эти конфеты предназначены как для детей, так и для взрослых, поэтому обновленный дизайн должен был понравиться обеим возрастным категориям. Дизайнер попытался сделать это с помощью изображения панды и минимализма. Панда — для детей, а минимализм — для взрослых. Оформление упаковки для конфет позволяет детям собирать коробки, ставить их друг на друга и получать изображение маленькой панды. По информации Upravovano.ru, Джонатан оформил два самых популярных варианта конфет: сладкие и соленые.

Джонатан Фауст — дизайнер-иллюстратор, работающий в Копенгагене, Дания. В 2007 году он окончил трехлетнее обучение на художника по вывескам со специализацией в трафаретной печати, покраске коньков крыши и декорировании. В настоящее время он работает старшим дизайнером в фирме Bessermachen. (Upravovano.ru 14.01.13)

Чипсы от PepsiCo Frito-Lay получают новое оформление упаковок.

Tostitos — ведущий бренд подразделения PepsiCo Frito-Lay — сотрудничал с дизайнерской фирмой Hornall Anderson с целью запуска на рынок новой линейки Tostitos Cantina, которая призвана стать инновационной. Новая продукция "доставит" впечатления от мексиканских ресторанов прямо на дом потребителю. Помимо новой линейки Cantina, дизайнеры поработали над обновлением системы идентификации бренда и всей серии чипсов, которая поможет бренду Tostitos укрепить репутацию "продукта для вечеринок".

По словам Марка Попича (Mark Popich), вице-президента дизайнерского отдела в Hornall Anderson, новые упаковки Tostitos Cantina вызывают в памяти звуки и образы мексиканских ресторанов. Весь дизайн продукции динамичен, он создает ощущение, будто кто-то, танцует, задел ваш столик. В рамках своих исследований команда специалистов Hornall Anderson посещала настоящие вечеринки потребителей Tostitos, проходившие в их собственных домах, а также следила за работой фокус-групп. Так они выяснили, что нравится потребителям, основываясь на визуальных источниках влияния в привычной им окружающей среде. В результате получилась модернизированная фирменная символика, которая напоминает силуэты двух людей, обмакивающих свои чипсы в соус, пишет Upravovano.ru.



Прозрачное окошко на лицевой стороне упаковки выполнено в форме чипсов, содержащихся в каждом пакете, что помогает дифференцировать одно ассортиментное наименование от другого. Важным элементом новой упаковки стали изображения соусов для макания, подчеркивая, что чипсы прекрасно сочетаются с ними.

Frito-Lay North America является подразделением компании PepsiCo, которое производит и продает кукурузные и картофельные чипсы и другие снеки. Флагманскими брендами Frito-Lay являются кукурузные чипсы Fritos, сырные снеки Cheetos, кукурузные чипсы Doritos и Tostitos, картофельные чипсы Lay's и т.д. Каждая из этих марок в 2009 году продемонстрировала объем продаж, превысивший 1 млрд долларов США. (Upravkano.ru 17.01.13)



Пищевые и фасовочные производства

"Русская Трапеза" приглашает на выставку "Упаковка/УпаkИталия - 2013".

С 29 января по 1 февраля в "Экспоцентре" на Красной Пресне в Москве состоится ежегодная выставка для специалистов в сфере упаковочного оборудования и технологий "Упаковка/Упаk Италия - 2013".

На протяжении многих лет выставка собирает ведущих специалистов упаковочной отрасли России и зарубежных стран. Экспозиция выставки охватывает отрасли упаковочных машин и технологий, различных упаковочных и расходных материалов, тары и логистики.

В этом году, компания "Русская Трапеза" представит посетителям выставки роботизированную фасовочно-упаковочную, состоящую из горизонтальной упаковочной машины РТ-УМ-ГШ-Серво, вертикального автомата серии Sbi 260-Business, а также робота-манипулятора.

Комплексная линия по фасовке и упаковке продукта с роботом позволяет создать на производстве полностью автоматизированную систему работы с продуктом от производственной стадии до стадии транспортировки к местам хранения или продажи.

Фасовочно-упаковочный автомат РТ-УМ-ГШ-Серво предназначен для упаковки широкого ассортимента продуктов в пакеты типа "двойное плоское дно" и "Flow Pack". Аппарат оснащен датчиком "нет продукта – нет пакета", благодаря которому исключается возможность выпуска пустых пакетов. Основным преимуществом автомата является наличие 4-х независимых электромеханических приводов обеспечивающих быструю переналадку на любой размер продукта.

Также для упаковки различных пищевых и непищевых продуктов посетителям выставки будет продемонстрирована упаковочная машина вертикального типа Sbi 260-Business с мультиголовочным дозатором. Для упаковки на такой машине подходят мелкоштучные продукты. Конструкция машины предусматривает возможность установки такого дополнительного оборудования как брикетер, газоанализатор, клипсатор и т.д.

Посетите стенд нашей компании на выставке "Упаковка/УпаkИталия – 2013" в Москве, ЦВК "Экспоцентр" на Красной Пресне, павильон 2, зал 3, стенд № 23C08. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 21.01.13)

Бронко: Отгружен в Москву тигельный пресс ML 750.

Тигельный пресс ML 750 - промышленный тигельный пресс (тигель). Предназначен для проведения больших объемов работ по вырубке, биговке и перфорации на материалах любой сложности различных форматов до 750x500 мм. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 15.01.13)

Бронко: Подготовлена к отгрузке в Тверь кашировальная машина ТМВ-1300F.

Кашировальная машина ТМВ-1300F - полуавтоматическая машина с ручным накладом верхнего листа (лайнера). Станок предназначен для ламинирования (каширования) гофрированного картона и бумаги. Оснащен нижним автоматическим и верхним подающим механизмами и эластичным выравнивателем, обеспечивающим качественное каширование. Производимая оборудованием продукция полностью соответствует высокому качеству, предъявляемому высоконкурентным рынком для упаковки пищевых, минеро-водочных изделий, бытовой и электронной техники, подарочной и представительской продукции. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 16.01.13)

Бронко: Проверка партии оборудования EQJ-50 - обрезчик углов.

Мощный электрический обрезчик углов EQJ-50 (для скругления угла), работающий со стопой и имеющий сменные насадки под разные радиусы скругления. Имеет прижимную планку для четкой фиксации материала. Управление осуществляется при помощи ножной педали. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 17.01.13)

Бронко: Тестирование полученной партии станков для тампонной печати TP-150A.

Станок тампопечатный полуавтоматический TP-150A предназначен для нанесения изображения на сувенирную продукцию (ручки, зажигалки, брелки итд), маркировки промышленной продукции и товаров народного потребления.

Позволяет работать в четырехкрасочном режиме. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 21.01.13)

На склад компании Бронко поступила листорезка скоростная QD-350.

Листорезка скоростная QD-350 предназначена для резки материала с роля в лист. Станок характеризуется прочной конструкцией, устойчивостью, высокой эффективностью, простотой в эксплуатации и стабильностью в работе. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 18.01.13)

В 2012 году Группой ТЕРРА ПРИНТ поставлено более 20-ти комплексов БПО FoldMaster- Robatech.



В последние годы на российском рынке становится все более популярной технология бесконвертных почтовых отправок, имеющая ряд преимуществ по сравнению с традиционными письмами в конвертах или отправлениями, сделанными на дорогостоящих спецбумагах, с нанесенным на них слоем клея. Стоимость изготовления и почтовой доставки такой продукции почти вдвое ниже, что имеет существенное значение при осуществлении массовых почтовых рассылок. Кроме того, именно оборудование БПО используется для подготовки счетов, выписок и других документов, содержащих персональные данные.

Комментирует Татьяна Шупейко, руководитель отдела оборудования для оперативной полиграфии ГК ТЕРРА ПРИНТ: "Оборудование БПО – это самый быстрый и малозатратный способ для обработки данных, содержащих конфиденциальную информацию. Наша компания является эксклюзивным дистрибьютором швейцарской компании Multigraf AG (торговая марка FoldMaster) и предлагает пользователям профессиональные фальцевальные машины FoldMaster с готовыми встроенными клеевыми системами Robatech для нанесения клея. Сектор поставок этого вида оборудования демонстрирует активный рост: только за 2012 год российские пользователи приобрели у нас более 20-ти комплексов этой популярной марки. Важно отметить и рост повторных продаж: многие компании после первого приобретения дооснащались, и теперь парк FoldMaster- Robatech в некоторых из них составляет до 8 единиц этой техники. На сегодняшний день линии FoldMaster- Robatech - это самое недорогое и эффективное решение для организации выпуска бесконвертных рассылок".

Счастливыми обладателями производительных и по-швейцарски надежных машин FoldMaster- Robatech от ТЕРРА ПРИНТ стали пользователи в Москве, Иваново, Магнитогорске, Казани и многих других городах. (INFOline, ИА (по материалам компании) 18.01.13)

ГК ТЕРРА ПРИНТ представляет простое решение для качественного изготовления фотокниг: Horizon НСВ-2.

Стремительно набирающие популярность на нашем рынке фотокниги выдвигают перед полиграфистами особые требования к формированию производственного парка оборудования. И, если, с печатным процессом всё, более или менее понятно: большинство цифровых машин с успехом справляется с этими операциями, то, сборка и окончательное формирование издания требуют особых технологических приёмов. Ведь, очевидно, что традиционные технологии "твёрдого" переплёта не в состоянии справиться с экономическими аспектами тиражей фотокниг. Прежде всего, речь идёт о предельной (в подавляющем большинстве случаев "от одного" экземпляра) малотиражностью. Кроме того, традиционные виды изданий с жёсткой переплётной крышкой, оказываются слишком дороги и не могут с успехом конкурировать на этом рынке. А, если, вспомнить о сроках изготовления (как правило, от одного часа), то производство такого тиража традиционными методами превращается в фикцию.

Развитие современных переплётных технологий предлагает немало вариантов решения подобных проблем с помощью вновь разработанных, технологичных видов "твёрдого" переплёта. В большинстве случаев, такие переплёты имеют минимум "составных" частей, что, в свою очередь ведёт к минимизации и упрощению технологических циклов. На практике это означает применение большого числа ручных сборочных операций. И вот тут, огромную роль начинает играть совершенство техники, "помогающее" оператору снизить негативный в любом производстве, "человеческий фактор".

Группа Компаний ТЕРРА ПРИНТ и её генеральный партнёр Horizon International, представляют компактное и высокотехнологичное решение для рентабельного производства качественных фотокниг: полуавтоматический кейсмейкер Horizon НСВ-2.

Машина идеально отвечает большинству требований, предъявляемых для малотиражных и штучных производств. Компактный дизайн, представляющий единый технологический модуль, позволяет говорить о минимальной занимаемой площади и высоких эргономических характеристиках. Машина, в базовой версии, располагает всеми необходимыми системами для изготовления переплётной крышки, вставки и приклейки к форзацам внутреннего блока и окончательной опрессовки и штрховки корешка. Высокая автоматизация процессов наладки на конкретный тираж (или конкретную книгу), позволяет комфортно работать, даже, непрофессионалу. А применение традиционной, для продукции Horizon, технологии интеграции в рабочий цифровой поток типографии делает эту машину идеальной для сквозного контроля всех операций в условиях цифрового производства.

Но, одним из самых главных достоинств машины, всё же, является её высокая экономическая эффективность. При полном цикле сборки и придания окончательного товарного вида изданию её применение при изготовлении фотокниг становится максимально рентабельным. Простота применяемых технологий и низкая стоимость расходных материалов позволяют уверенно "держат" цены на производимую продукцию. Автоматизация, так же, добавит финансовую привлекательность при приобретении Horizon НСВ-2: изготовление некондиционной продукции просто исключается при правильных режимах работы. Ну, и, конечно, стоит сказать о скоростных характеристиках машины. Комплексное решение технологических задач позволяет устранить "непроизводительные" простои и увеличить среднюю производительность до 80-100 готовых книг в час. И, это при условии, что в рамках этого часа будет выпущен не один, отличающийся друг от друга тираж. (INFOline, ИА (по материалам компании) 15.01.13)

**Тигельный пресс VEGA ML-750 от ТЕРРА ПРИНТ в компании "Верже-Ра".**

Очередной тигельный пресс VEGA ML 750 установлен в Москве, в компании "Верже-Ра". Новая техника позволит типографии усилить мощности отделочного участка и повысить качество продукции, а экономичная цена нового оборудования – быстро окупить вложения.

"Оборудование VEGA с успехом работает в сотнях российских типографий, которые уже выбрали для себя надежность, экономичность и качество", - говорит руководитель отдела решений для производства картонной упаковки ГК ТЕРРА ПРИНТ Макушкин Андрей. "Все оборудование VEGA проектируется таким образом, что его конструкция способствует снижению затрат на производство и увеличивает добавочную стоимость конечного продукта. Мы искренне рады предлагать надежность по исключительно привлекательной цене".

Тигельные прессы VEGA - это одна из самых популярных марок на рынке прессов. Их отличает наилучшее соотношение цены и качества в своем классе. Прессы стабильно работают на самых различных материалах, позволяя пользователям существенно расширить возможности по видовому ассортименту выпускаемой продукции. В работе – это тяжелая мощная машина, с цельнолитой станиной, которая на долгие годы станет надежным помощником в самой разнообразной вырубке. (INFOline, ИА (по материалам компании) 17.01.13)

"Интерпластика-2013" : Noble Trading представит двухшнековый экструдер ТЕК-58 MHS.

plastinfo.ru 17.01.2013

Компания Noble Trading примет участие в 16-й международной специализированной выставке пластмасс и каучуков "Интерпластика-2013". На стенде 1D39 в павильоне 1 впервые в России будет представлен высокоскоростной сонаправленный двухшнековый экструдер ТЕК-58 MHS.

Двухшнековый экструдер ТЕК 58 MHS производства компании SM Platek – это высокоскоростное и точное оборудование предназначенное для производства различных красителей, мастербатчей и суперконцентратов. Также, ТЕК 58 MHS применяется для производства компаундов, переработки полимеров, пластиков и вторичных материалов.

По заказу клиента экструдер может быть оснащен любым из 4-х двигателей переменного тока, также можно выбрать из 3-х вариантов двигателей постоянного тока. Вся электронная начинка, изготовлена лучшими японскими и корейскими производителями. Важная составляющая всего оборудования - подшипники, поставляются из Швейцарии.

По требованию заказчика также возможны различные варианты исполнения пары "шнек-цилиндр", Наборные шнековые элементы и секционный материальный цилиндр, дают возможность комплектовать экструдер в соответствии с производственными требованиями.

На сегодняшний момент продано более 140 экструдеров ТЕК 58 MHS. Покупателями этого оборудования являются такие известные компании как "Clariant", "PolyOne", "GE", "LG", "Sumitoma", "JSR", "SIK", "SK", и несколько компаний в России.

NOBLE TRADING является эксклюзивным поставщиком на территории РФ и стран СНГ южно-корейского оборудования для переработки пластмасс компании SM Platek, производящую лабораторные и промышленные двухшнековые экструдеры для переработки пластмасс, производства суперконцентратов (мастербатчей) и компаундов. (17.01.13)

В конце 2012 года компанию ЗИКО посетил Президент и владелец "Зиглох - Группе" почетный профессор г-н Гельмут Зиглох.

Г-на Зиглоха связывают с Руководством фирмы ЗИКО давние деловые и личные отношения. В ходе трехдневного визита стороны обсудили самые разные вопросы, касающиеся современной полиграфической отрасли, провели переговоры с ведущими российскими издательствами и типографиями.

На сегодняшний день фирма "Зиглох" является одним из крупнейших центров по рассылке книг и другой продукции на Юге Германии. В группу компаний также входит издательство, известное своими высококачественными и эксклюзивными книгами, а также винодельческие предприятия.

Г-н Гельмут Зиглох внес неоценимый вклад в развитие отечественной полиграфии, его опыт, знания и талант оставили огромный след в российском книгоиздании.

Руководство компании ЗИКО в лице И. Ржешевского и Ю. Дурнева сердечно поблагодарили г-на Зиглоха за визит в Москву и наметили серьезные планы по дальнейшей совместной работе. (Unipack.ru 17.01.13)

Компания "ЯМ Интернешнл" получила эксклюзивные права на поставку оборудования для производства картонной упаковки Brausse в Россию и СНГ.

Машины и технологические линии Brausse выпускает компания Shanghai Eternal Machinery (Eternal), входящая в международную группу Bobst Group.

В линейку Brausse входит оборудование для штанцевания, тиснения фольгой и склейки коробок. Использование уникального опыта предприятий Bobst Group при низких по европейским меркам производственных издержках обеспечивает прекрасное соотношение цены и качества машин Brausse. Неслучайно более 60 % выпускаемых



предприятием штанцевальных прессов и около 50 % фальцевально-склеивающих линий поставляются в развитые страны Европы и Северной Америки. В настоящее время в европейских типографиях успешно эксплуатируются более 60 машин Brausse.

"Одним из ключевых принципов работы "ЯМ Интернешнл" является сотрудничество только с ответственными производителями оборудования, которые поставляют надежные и эффективные решения, – отметил директор по маркетингу "ЯМ Интернешнл" Стефан Валуйский. – Компания Eternal и оборудование Brausse в полной мере отвечают перечисленным требованиям. Теперь мы можем предложить упаковочным типографиям комплексные решения, включающие CP Screen, листовые офсетные машины Komori, послепечатное оборудование Brausse, а также лучшие на рынке расходные материалы". (Unipack.ru 17.01.13)

Компания Multivac намерена продемонстрировать термоформовочную машину E-концепции.

На очередной выставке IFFA 2013 во Франкфурте компания Multivac намерена продемонстрировать термоформовочную машину E-концепции – модель R 095. Машина этой модели ориентирована на малые и средние предприятия и разработана с учетом максимальной экономии энергии.

Необходимость в подобном оборудовании возникла в связи с потребностью небольших компаний-производителей мяса, а также мясных маркетов, которые в Европе считаются одними из самых энергоемких.

Как сообщают специалисты компании Multivac, данная модель способна сэкономить 20% электроэнергии в сравнении с машинами подобного класса других производителей. Подъемный механизм и механизм высечки имеют электрический привод. В сочетании с последними инновациями механизма формования и сварки исключается потребность в использовании сжатого воздуха и охлаждающей воды. В связи с этим данная модель не имеет жесткой привязки к коммуникациям, что представляет собой еще одно важное преимущество. Как результат – низкие эксплуатационные расходы и расходы на ввод оборудования в эксплуатацию.

Машина имеет специальный интерфейс для комплектации слайсером. Как машина, так и слайсер выполнены в гигиеническом дизайне, а значит легко поддаются мойке.

Новая концепция увидела свет в 2010 году и была внедрена в массовое производство уже в конце 2011 года. (Мир упаковки (Украина) 14.01.13)

Horizon примет активное участие в Hunkeler Innovationdays 2013.

Во второй декаде февраля, в швейцарском Люцерне, уже в десятый раз, пройдет Hunkeler Innovationdays. За годы существования эта выставка стала одной из самых значимых европейских площадок для демонстрации последних инновационных разработок в области цифровой печати и отделочных операций. В выставочных павильонах городского центра Messe Lucerne будут представлены технологии и решения более 70-ти экспонентов, которые представят своё видение современных тенденций развития отрасли, новые программные продукты и наиболее "продвинутые" бизнес-модели предприятий. Для специалистов и руководителей полиграфических предприятий со всего мира представляется уникальная возможность напрямую встретиться с многочисленными экспертами и разработчиками, познакомиться с широким спектром практических решений, получить представление о технических и экономических аспектах развития различных сегментов современной полиграфии.

Концерн Horizon традиционно присутствует на Hunkeler Innovationdays и представляет свои последние разработки в области послепечатных технологий. В этом году компания покажет новые идеи и концепции, связанные с развитием идеологии профессионального постпресса для инлайновых решений в цифровой печати. Ожидается демонстрация новейших финишных модулей, работающих с ролевыми цифровыми оттисками и адаптированными к рентабельному выпуску тиражей on-demand. Кроме того, будут представлены программные продукты, обеспечивающие максимальную интеграцию оборудования фирмы в рабочий цифровой поток типографии. Посетители выставки смогут получить самую свежую информацию от специалистов Horizon и задать любые вопросы по интересующим их аспектам технологии и бизнеса.

Одним из самых интересных событий, ожидаемых на Hunkeler Innovationdays 2013, станет премьера новейшей однокареточной КБС Horizon BQ-280PUR. Эта машина позиционируется как автономная система для рентабельного выполнения коротких и сверхкоротких тиражей с уникальными требованиями к качеству, доступному лишь PUR-технологиям. По словам разработчиков, машина оснащена обновлённой системой управления с улучшенным интерфейсом и новыми возможностями автоматических настроек тиражных параметров. Очевидно, что прообразом новинки является легендарная 270-я машина, но по заверениям специалистов Horizon, идеальная концепция предшественника была сильно доработана и поднята на новый качественный уровень. Например, до 385 мм увеличена максимальная длина обрабатываемого корешка, в конструкции учтены все "узкие" моменты технологических систем, выявившиеся за долгие годы эксплуатации предыдущей модели. И, конечно, новая конструкция содержит множество инновационных решений для простой и комфортной работы с полиуретановыми компонентами системы. Конструкторы уверяют, что всё продумано до мелочей и машина максимально адаптирована к особенностям PUR-технологии. Без сомнения, такой подход должен привести к высочайшим экономическим показателям работы нового флагмана клеевой линейки Horizon. (INFOLine, ИА (по материалам компании) 18.01.13)



Notis завершил тестирование новой линии фасовки муки в бумажные пакеты

Завершилось успешное тестирование последнего поколения линии фасовки муки в бумажные пакеты, сообщает компания Notis. Скорость линии составила 30 упаковок в минуту, для пакетов 1 кг, и 25 — для 2 кг. Погрешность дозирования — 6 грамм.

На данный момент оборудование уже в пути на предприятие производителя муки в Волгограде.

В новой конструкции наряду с достигнутыми ранее возможностями, реализованы следующие решения: принципиально новая конструкция конвейера перемещения пакетов, загрузка пустых пакетов в единый магазин, подача муки в единый бункер совмещенного объемно-веса дозатора.

Данные решения позволят существенно упростить и удешевить для заказчика систему подачи исходных продуктов, повысить удобство эксплуатации и повысить надежность оборудования. (Unipack.ru 17.01.13)

Rokk Processing представляет новую роботизированную производственную линию.

Британский поставщик оборудования для производства мороженого Rokk Processing представил новую роботизированную производственную линию RO600, которая поможет наладить крупносерийный выпуск продукции производителям мороженого и тортов.

В компании отмечают, что линия RO600 может наполнять до 600 пятилитровых, либо 800 литровых или двухлитровых контейнеров с мороженым в час. Она также одновременно создает сложные украшения на 360 прямоугольных тортах или 300 круглых тортах. Линия оснащена полуавтоматической роботизированной рукой. Ее легко чистить благодаря конструкции из нержавеющей стали. Оборудование также может воссоздавать узоры ручной работы на тортах из мороженого или бисквитных тортах, сообщает Upravkano.ru.

Более того, линия RO600 обладает встроенной контрольной панелью, которая способна сохранять рецепты украшений, а также позволяет удаленно контролировать выпуск продукции с помощью сети или WiFi-соединения. Линия RO600 может поставляться с насадками для волнистых узоров, а также удаленным пневматическим клапаном для наполнения сиропом.

РОКК является титулованным производителем высококлассного оборудования для производства мороженого. Компания быстро зарекомендовала себя в качестве одной из самых популярных и амбициозных в данном секторе. (Upravkano.ru 17.01.13)

Итальянская ассоциация производителей автоматического упаковочного оборудования Usima (Италия, Модена) сообщила о рекордном обороте в 2012 г.

Согласно предварительной статистике, итальянские производители упаковочного оборудования ожидают, что оборот отрасли за 2012 г. составит 4,4 млрд евро. Это соответствует росту на 1,6% по сравнению с предыдущим годом. Однако ввиду замедления мирового экономического развития прогнозы на 2013 г. менее позитивны.

Значительный вклад в результаты прошлого года внес экспорт: доля экспортных операций в общем обороте составила около 90%. Экспорт принес итальянским производителям, по предварительным данным, примерно 4 млрд евро, что на 2,7% больше, чем в 2011 г. Внутренний оборот несколько снизился и составил 415 млн евро, что на 7,8% меньше, чем в 2011 г.

Предварительные данные за 2012 г. демонстрируют 13-процентное сокращение итальянского экспорта в Азию. Зато успешными оказались экспортные операции в Северной Америке (рост 21,3%), а также в Центральной и Южной Америке (рост 17,6%). Европа остается ведущим рынком для итальянского упаковочного оборудования, доля которого в общем объеме экспорта составляет 35,4%. Здесь зафиксирован рост на 9,6%. (Unipack.ru 21.01.13)

Производитель листовых печатных машин Manroland Sheetfed (Германия, Оффенбах) сообщил об отгрузке сотой офсетной печатной машины Roland с момента возобновления производства 9 февраля 2012 г.

Доктор Петер Конради (Peter Conrady), руководитель отдела сбыта компании, отметил: "Мы рады тому, что достигли этого первого рубежа, и это соответствует поставленной на 2012 г. цели при новой организации.

После реструктуризации предприятия, проводившейся в начале 2012 г., компания смогла выйти на уровень небольшой прибыли, несмотря на тот факт, что производственные мощности завода загружены только на треть. Исходя из текущего положения, я ожидаю увеличения производства в 2013 г.". (Unipack.ru 15.01.13)

Японский производитель печатных машин Komori объявил о своем отказе от участия в авторитетной международной полиграфической выставке Irex 2014.

Решение об отказе продиктовано сложившейся ситуацией и тенденциями в мировой полиграфии и было принято после внутренних совещаний и переговоров с клиентами, а также изучения положения на рынках региона ЕМЕА (Европа, Ближний Восток, Африка).

Компания в своем пресс-релизе отмечает, что клиенты стали более избирательно подходить к посещению полиграфических выставок. В виду сложившейся экономической ситуации подписание контракта на выставке больше не является обычным делом. Компания Komori все в большей степени создает долгосрочное партнерство с



заказчиками, анализируя их потребности и создавая индивидуальные для каждого клиента решения, удовлетворяющие потребности конкретного полиграфического предприятия.

Потребности заказчиков в настоящее время изменились: они стали более индивидуальными и более сложными. Это требует долгого изучения и большего времени для выработки предложений по поставке, установке и обслуживанию оборудования Komori. Корпорация Komori продолжит демонстрировать инновации в области рулонного, листового и цифрового печатного оборудования для полиграфии. В Европе компания продолжит проведение успешных презентаций (Demo Days) и дней открытых дверей (Open House Events), а также поддержку европейских дистрибьюторов, путем участия в местных полиграфических выставках.

В ходе международной выставки drupa2012 Komori представила три новые цифровые печатные машины и объявила о новых разработках в этой области. (Unipack.ru 18.01.13)

Мультисенсорный и мультинадежный. "Мясные технологии". № 1 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"**Тематические новости**" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Использование рентгеновского контроля получает одобрение производителя экологически чистых продуктов. "Unipack.ru ". 16 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"**Тематические новости**" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).

Упаковочное оборудование — необходимость для любого производства. "Unipack.ru ". 18 января 2013

Дайджест статей в демонстрационном выпуске не представлен. Для наших клиентов информация предоставляется в полном объеме, в том числе графические и табличные данные. Более подробная информация об услуге

"**Тематические новости**" на нашем сайте www.ADVIS.ru, для перехода нажмите [здесь](#).