

## Рынок ПЭТ: фокус на более дешевое сырье и низкомаржинальные продукты

Рост спроса на полимерную упаковку в марте и апреле на 15-20% вызвал оживление на рынке полиэтилентерефталата (ПЭТ), и уже в мае российские производители сырья повысили цены. После этого многие компании-переработчики переключились на более доступное китайское сырье, а российский рынок ПЭТ-гранул оказался перенасыщенным.

*Мария Дыменко, Алина Ильичева*

В структуре потребления российского рынка бутылочный ПЭТ составляет порядка 94% объема первичного ПЭТ, на волоконный, листовой и пленочный ПЭТ совокупно приходятся оставшиеся 6%. Суммарная мощность по выпуску ПЭТ в России в настоящее время составляют 635 000 тонн. В 2019 году было произведено 602 000 тонн первичного ПЭТ. Это чуть ниже, чем в 2018 году, что связано с остановкой завода «Полиэф».

Опрошенные специалистами группы CREON участники рынка отметили, что из-за вынужденной самоизоляции и дождливого мая продажи прохладительных напитков в ПЭТ-таре сократились более чем на 25% по сравнению с аналогичными показателями прошлого года.

Одновременно российские производители сырья, почувствовавшие рост потребления в марте и апреле, подняли спотовые цены. После этого переработчики в мае увеличили закупки более дешевого первичного ПЭТ из Китая, который по окончании карантина нарастил объемы выпуска. Сложившаяся ситуация привела к затариванию складов и профициту на российском рынке.

«Российские производители сырья завысили цены, и переработчики начали закупать сырье в Китае, поэтому за первые пять месяцев доля импорта в сегменте ПЭТ огромна. К концу мая российские производители цены опустили, так что постепенно будет заметен возврат к российскому ПЭТ. Ситуация была не очень приятная, ведь так теряются клиенты, и бизнес вел себя не стратегически, а в расчете на краткосрочную выгоду», — говорит источник в отрасли. Действительно, спотовые котировки российских заводов за первую неделю июня снизились с 80 000 руб. за тонну и приблизились к контрактным ценам, составив 72–74 000 руб. за тонну.

### Спад на рынке напитков, рост в сегменте упаковки

Заметнее всего потребление просело в сегменте газированных напитков, в первую очередь премиальных. «Люди начали экономить и ситуация отразилась на премиальной группе напитков. Грубо говоря, дети может и получают свою сладкую воду, но это будет уже более дешевый сегмент», — поделился источник в отрасли.

Также рынок ПЭТ-тары отметил изменение спроса в пользу крупной тары: если ранее большей популярностью пользовалась бутылка объемом 0,33 л, то сейчас тренд смещается в сторону бутылей объемом от 1 до 5 л. Но невзирая на существенное сокращение спроса на бутылочный ПЭТ в мае, переработчики ожидают восстановления уровня потребления к лету – при условии жаркой погоды. «Мы ждем оживления с приходом жаркого сезона, — говорит эксперт. — Если оценивать рынок по месяцам, то рынок падает, но если брать в сумме период с января по май, то 2020 год показывает прирост порядка 10%».

Опрошенные CREON эксперты также отметили рост спроса на ПЭТ-упаковку: «Мы замечаем возврат к пластику, который снова становится другом каждого», — говорит производитель оборудования для ПЭТ-упаковки. Так, в марте-апреле резко вырос спрос на пластиковую тару для упаковки продуктов питания. Однако уже в мае, после того как уличная торговля была приостановлена, а рестораны – закрыты, этот сегмент просел на 75%.

«В целом, потребление сильно изменилось: тот же eat-to-go ушел как класс, хотя развивался бурными темпами, рестораны закрыты, люди сидят дома. Подсолнечное масло в начале поднялось, потом упало. 2020-й и 2019-й нет никакого смысла сравнивать друг с другом, они принципиально разные», - отмечает крупный производитель.

### Куда движется рынок

Участники рынка довольно осторожны в долгосрочных прогнозах. Однако в отрасли намечаются новые проекты в сфере производства, оборудования и рециклинга, появляются новые игроки. «Скорее всего этот год будет не столь масштабным по инвестициям, но идет тенденция по вложению средств в промышленность, производство и переработку. И это реальные деньги», - говорит источник в отрасли.

По настоящий момент наиболее востребованными сегментами остаются фармацевтика и пищевая пленка, с марта показывающие рост порядка 20% ввиду взрывного спроса на средства индивидуальной защиты и онлайн-доставку.

Также российские производители в период пандемии увеличили выпуск ПЭТ-листов, которые сейчас используются в магазинах, банках, на автозаправочных станциях, других организациях, где требуется предотвращать физические контакты между людьми. Так, компания «Экопэт» увеличила ежедневный выпуск продукции на 4,5% и, по словам генерального директора Александра Аникеева, загрузка мощностей предприятия в настоящий момент составляет 109%.

В целом, эксперты сходятся во мнении, что рынок упаковки будет и дальше расти, но его фокус будет смещаться в сторону более дешевой и низкомаржинальной упаковки.

«Мы продолжаем считать, что мощности для ПЭТ-гранул и продукции в России надо наращивать, так как спрос восстановится, а рвение законодательно ограничивать полимерную упаковку притихло. Из-за глобального профицита сырья импортная альтернатива всегда доступна, но для развития рынка по-прежнему востребованы и российские гранулы, и преформы, и тем более продукция переработки. Более того, надеюсь, что и вторичная переработка ПЭТ увеличится в объеме и найдет спрос», - прокомментировал **Николай Асатиани**, генеральный директор Creon Energy Asia.

*Рынок ПЭТ будет детально обсуждаться на конференции «Полимеры России 2020» в Москве, 24 ноября ([Программа и регистрация](#)).*