Italospalackok piaci helyzete

A különféle italok csomagolásának piacát időről időre vizsgálják a nagy nemzetközi piackutató cégek. A kutatások a fogyasztói szokások felmérését is magukban foglalják, aminek alapján az italgyártók kijelölhetik termék- és csomagolásfejlesztéseik irányait.

Tárgyszavak: italcsomagolás; PET; palack; PE-HD; piackutatás; bioműanyag.

A fújt műanyag italcsomagolások *piaca erőteljesen bővül a világon*, köszönhetően a vásárlói szokások átalakulásának és a palackozott vizek iránti keresletnövekedésnek. Míg a szénsavas italok piaca gyengélkedik néhány fejlődő országban és az USA-ban, addig a gyümölcslevek, egészséges italok és a tejtermékek fogyasztása ezt kompenzálja.

A **Canadian** piackutató cég legújabb tanulmányában megállapítja, hogy a sörök és üdítőitalok fogyasztása a világon az elmúlt hat évben 25%-kal nőtt. Ez mind a termékek, mind a csomagolások fejlődésének is köszönhető. A legfontosabb hajtóerő a PET palack, amely az italcsomagolásokból 40%-kal részesedik és lefedi ennek szinte teljes spektrumát. A PET a palackos vizek globális piacából 80%-ot vesz el, ugyanakkor sikere nem tekinthető általános érvényűnek az italszektorban. A piackutató becslése szerint pl. csak minden huszadik liter palackozott sör kerül PET-be, és ezek nagy része is Kelet-Európában.

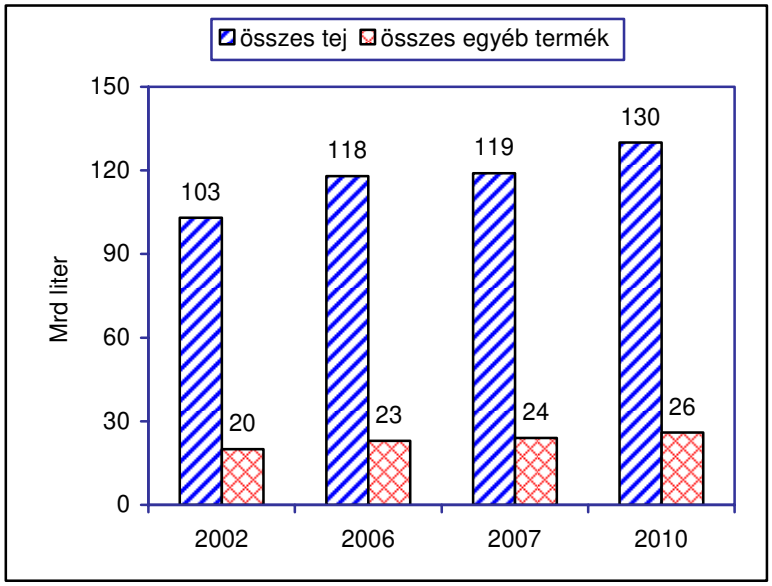
A PE-HD részaránya az üdítőitaloknál az elmúlt hat évben csökkent. Ugyanakkor, kilátásai a tejiparban sokkal jobbak, állapítja meg a **Warrick and Halling Research** új tanulmányában *(1. táblázat). Az optimizmus kulcsa az értékesebb tejtermékek növekvő fogyasztása.* A cég becslése szerint, kb. 140 milliárd liter csomagolt tejterméket (tej, savanyútej-készítmény, ízesített tej, joghurtitalok és sűrített tej) fogyasztottak a világon 2006-ban, ami közel 270 milliárd egyedi csomagolást jelent.

A folyékony tejtermékek teljes fogyasztása 3,1%/év mértékben nőtt 2002 és 2006 között. 2006-2010-ben ez a bővülés várhatóan évi 3,6% lesz. A fogyasztás több mint 80%-a tej, de növekedése lassú, ugyanakkor a hosszan eltartható termékek piaci részesedése nőtt, fogyasztásuk évi több mint 5%-kal emelkedik. Ez az irányzat várhatóan tovább folytatódik, leggyorsabb lesz a bővülés (2006-2010 között 10%/év körüli) a hosszan eltartható joghurtitaloknál és ízesített tejeknél, főként a fejlődő országok piacán *(1. ábra).*

1. táblázat

A tartós, folyékony tejtermékek csomagolására alkalmas
PE-HD iránti kereslet 2006-ban

Régió	**Teljes kereslet**		**%-os részesedés**	
	millió darab	**ezer tonna**	**darabszámból**	**mennyiségből**
Nyugat-Európa	2809	87,7	41,5	53,6
Közép- és Kelet-Európa	165	5,1	2,4	3,1
Észak-Amerika	526	11,1	7,8	6,8
Közép- és Dél-Amerika	117	3,9	1,7	2,4
Ázsia csendes-óceániai rész	105	2,6	1,6	1,6
DK Ázsia, Kína, India	2735	45,6	40,4	27,9
Közel-Kelet, Afrika	305	7,6	4,5	4,7
Összes	6763	163,5	100,0	100,0



1. ábra Folyékony tejtermékek fogyasztása a világon

A mennyiségek tekintetében Ázsia (Kína, India, Dél-Kelet-Ázsia országai) megelőzte Nyugat-Európát és a csomagolt folyékony tejtermékek legnagyobb piacává vált a világon. A növekedés 2002–2006 között az utóbbi területen kb. 11%/év volt, míg Európában és Észak-Amerikában némi csökkenés volt tapasztalható. Ázsia egyre fontosabb a csomagolóanyag-gyártóknak, ahol egyre inkább előnyben részesítik az adagcsomagolásokat.

www.quattroplast.hu

A folyékony tejtermékek piacán három csomagolóanyag dominál, a kartondobozok, a PE-HD palackok és zacskók, melyek együtt a teljes mennyiség több mint 90%-át teszik ki. A Warrick and Halling szerint, ez az iparág kb. 1,7 millió tonna kartondobozt és több mint 1 millió tonna polietilént használ fel. Ez utóbbiak közé tartoznak mind a fújt merev palackok, mind a flexibilis zacskók.

A hosszan eltartható, folyékony termékeknél a papírdobozok vezetnek, főleg környezetvédelmi előnyeik miatt, habár egy ilyen doboz kb. 20 %(m/m) polietilént és 5% m/m alumíniumot tartalmaz, ami nehezíti az újrahasznosításukat.

A zacskók használata a hosszú és rövid eltarthatóságú termékeknél is nő, elsősorban Kínában és Indiában. A versenyképes berendezések és árak kulcsfontosságúak ezen a piacon, és mivel emelkednek a vásárlások, egyre nagyobb hangsúlyt kell fektetni a gyártóknak a termékek minőségére és a hosszabb eltarthatóságra.

A műanyag– PE-HD és kisebb mértékben PET – palackokkal számos országban megtalálják a lehetőséget a karton és más csomagolások helyettesítésére a nem tartós termékeknél. A palack használata kényelmesebb, ugyanakkor a berendezés- és alapanyag-gyártóknak figyelembe kell venni az ár- és tömegcsökkentést, fejleszteni és támogatni kell a reciklálási megoldásokat.

A tejtermékgyártók számos esetben házon belül oldják meg a 150 ml-nél kisebb palackok fúvását. A tartós termékeknél, a nagy mennyiségekben előállított UHT tejeknél a PE-HD kevésbé sikeres, mivel nem versenyképes a papírdobozzal szemben. Ugyanakkor több lehetőség adódik az értéknövelt tejtermékeknél, ahol viszonylag kicsik a mennyiségek.

A Warrick and Halling szerint, a tartós, folyékony tejtermékeknél a PE-HD iránti kereslet 2006-ban 6,8 milliárd darab volt, ami mennyiségileg több mint 160 ezer t polimert jelentett. E csomagolási megoldások legnagyobb piaca Nyugat-Európa (darabszám szerinti részesedése 42%, tömeg szerinti 50%). Ezt követi Délkelet-Ázsia, Kína és India 40%-os darabszám-részesedéssel, melynek elsődleges oka a kisméretű csomagolóanyagok népszerűsége. 2002-ig piaci bővülésük közel 10% volt évente, ez az elkövetkezendő négy évben várhatóan 8%/év lesz. Azonban az egyadagos kiszerelések gyors növekedése azt jelenti, hogy mennyiségileg ez a bővülés várhatóan csak 5,5%/év lesz.

Észak-Amerika vezet a gyártott darabszámokban, ami egyrészt a növelt eltarthatóságú (ESL – extended shelf life) termékeknek, másrészt a PE-HD-ban forgalmazott tejeknél a PE-HD elterjedésének köszönhető az iskolai automatákban. Az iskolatej-akciókban tevékeny részt vállalnak a nagy üdítőital-gyártók, mint pl. a **Coca-Cola**.

Jelentős növekedést jósolnak Közép- és Dél-Amerikában, Délkelet-Ázsiában, Kínában és Indiában, ahol az egyadagos, tartós tejitalok igen kedveltek PE-HD palackokban. A PET palackok, az üdítőitaloknál meglévő sikereik ellenére, csak kis hatással vannak a folyékony tejtermékek piacára. Ugyanakkor a költséghatékony gázzárás növelésével a PET sikeres lehet az értékesebb tejtermékek piacán is.

A komposztálható *bioműanyag palackokban* (150%-os bővülés) forgalmazott italok mennyisége 2006-ban a világon elérte a 10 millió litert, állítja piaci tanulmányában az amerikai **Zenith International,** és mennyiségük 2011-re várhatóan megötszöröződik.

A Coca-Cola Enterprises egy könnyű, 8%-kal kisebb, 26 grammról 24 grammra csökkentett tömegű, 500 ml-es palackkal jelent meg az angol piacon. A kormány által létrehozott **Wrap** szervezettel végzett közös projekt célja a hulladékok csökkentése volt. A másik közreműködő partner, az **Amcor PET Packaging** újratervezte az előformát, a vásárlói tesztek során 4 millió palackot töltöttek meg és hoztak forgalomba. A **CCE** fúvóberendezésen végrehajtott módosítások tervezett költsége 215 ezer euró volt. Az évi 350 millió darab új palack gyártása 700 t PET alapanyag megtakarítását jelenti.

A környezetvédelmi törvények miatt, Finnországban számos gyártó cseréli le újratölthető PET palackjait egyutas típusokra. A legnagyobb finn sörgyártó, a **Sinebrychoff** 26 millió EUR-t fektetett be két egyutas, 36 ezer db/óra teljesítményű **Sidel** PET palack gyártósorba, amelyeken ásványvizet, üdítőitalokat és almaborokat palackoznak. A söröket szintén egyutas, többrétegű palackokban hozzák forgalomba, ahol az oxigén- és szén-dioxidzárást a poliamidréteg biztosítja.

A szintén finn sörgyártó **Olvi** (harmadik a rangsorban) 18 ezer db/óra teljesítményű, **KHS** egyutas PET palack gyártósort helyezett üzembe 0,5-2,0 literes, alkoholmentes italok kiszerelésére. A cég nem hoz sört forgalomba PET-ben, mert nem tartják megfelelőnek erre a célra.

Összeállította: Dr. Lehoczki László

Thirst for growth in beverages. = European Plastics News, 34. k. 9. sz. 2007. p. 21–22.
Bioplastics potential. = European Plastics News, 34. k. 9. sz. 2007. p. 22.
Finland's bottlers turn to single-trip PET. = European Plastics News, 34. k. 9. sz. 2007. p. 26.
Coke slashes bottle weight. = European Plastics News, 34. k. 9. sz. 2007. p. 26.

Röviden…

Palackozott vízfogyasztás Kelet- és Közép-Kelet Európában

Kelet- és Közép-Kelet Európa (15 ország) palackozott vízfogyasztása 2006-ban 11 932 millió liter volt, amelyből Lengyelország 24,7%-kal, Oroszország 20%-kal, Románia 9,9%-kal, Ukrajna 8,9%-kal, Csehország 8%-kal, Magyarország 7,3%-kal, míg a többi országok 21,2%-kal részesedtek. Az egy főre eső fogyasztás 38 l/év volt, ami még messze van a nyugat-európai 110 l/év átlagtól. Ennek megfelelően a fogyasztás dinamikus növekedése várható a jövőben.

Magyarországon 2006-ban 870 millió liter palackozott víz fogyott, ami a kelet-európai régió összfogyasztásának 7,3%-a. Az egy főre eső fogyasztásban Csehországé a vezető szerep, 93 l/év mennyiséggel.

O. S.

European Plastics News, 35. k. 2. sz. 2008. p. 25–26.