



World of Packaging

СВІТ УПАКОВКИ



Успіх там, де ми!

Упаковка для вашого бренду



ІТАК

Виробник упаковки





Краще рішення для упаковки з 1998 р.

Інтерагропак™

УПАКОВКА МОЖЕ БУТИ ВІДПОВІДАЛЬНОЮ

Створюємо сучасну
пластикову упаковку,
поєднуючи якість,
безпечність та турботу



Сучасне
виробництво



Вторинна
переробка



Індивідуальні
рішення



СТВОРЕНО ДЛЯ ПРОДУКТУ
ПРОДУМАНО ДЛЯ МАЙБУТНЬОГО

Україна , 03045, Київ
вул. Новопирогівська, 66
тел.: +380 44 259 34 82
office@interagropack.com

КОМПАНІЇ

- 6 ІТАК – провідний український виробник гнучкого пакування
Сучасні пакувальні рішення, яким довіряють бренди в Україні та за її межами

УПАКОВКА

- 10 Колекція етикеток «prêt-à-porter» і «haute couture»
Етикетки Avery Dennison для вин і напоїв: баланс функції, дизайну та сталості
- 14 Інновації, європейські стандарти й екологічне лідерство на ринку полімерної упаковки
«Фірма Еліпс» і «Пакгруп»: інновації, що формують ринок упаковки

СТРАТЕГІЇ

- 16 Перемагають ті, хто будує системи
«INDEX-6 Україна» та нові виклики пакувальної індустрії

ОБЛАДНАННЯ

- 18 Цифрова синергія у виробництві упаковки й етикетки
Від економічної ефективності до преміальної цінності
- 20 Interpack 2026: глобальні тренди пакувальної індустрії та нові рішення від BASIS
Компанія BASIS на Interpack 2026
- 22 Resilix і PET Technologies: співпраця над лабораторною видувною машиною у Швейцарії
Інноваційне партнерство, що відкриває нові можливості
- 24 Інжиніринг, що формує майбутнє пластикової упаковки
Комплексні рішення «під ключ» для ефективного виробництва від «МІ-ПРОМ»

РИНОК

- 26 Полімерна індустрія в Європі: між регуляторним тиском і ринковою реальністю
Трансформація європейського ринку ПЕТ

ЯКІСТЬ І БЕЗПЕЧНІСТЬ

- 30 Нові правила гри
Регламент 2026: як косметичним брендам втриматися на полицях?

ПОДІЯ

- 32 interpack 2026 стала глобальним сигналом для галузі
Світова пакувальна індустрія прискорює трансформацію
- 36 «Напої України. Снеки 2026»: практичні рішення для ринку, що змінюється
За результатами конференції
- 40 BEST WINE & BEVERAGE LABEL 2026
Стартує Перший Міжнародний конкурс етикетки для напоїв



Стор. 6. ІТАК – провідний український виробник гнучкого пакування



Стор. 10. Етикетки Avery Dennison для вин і напоїв: баланс функції, дизайну та сталості



Стор. 18. Цифрова синергія у виробництві упаковки й етикетки

Адреса редакції:
вул. Генерала Алмазова, 18/7, офіс 602, Київ Україна 01133
тел.: 095 091 41 27, 093 189 14 14, 044 286 13 45 (бухгалтерія)
e-mail: kokin@mirupak.kiev.ua
www.packaging.com.ua
За достовірність рекламних оголошень відповідальність несе рекламодавець. Думка редакції може не збігатися з позицією авторів публікацій. Редакція залишає за собою право редагувати матеріали. Передрук лише з дозволу редакції.
Київ, РІА «Марко Пак»
Свідоцтво про реєстрацію №18932-7722 ПР від 23.05.2012 р.
Номер підписано до друку 25.05.2025. Формат 60x84/8. Папір 115 г/м².
Ум.-друк. арк. 9,63. Обл.-вид. арк. 1,29. Зам. №386/Б
Друк: ТОВ «Софія-А», вул. Обсерваторна, 126, Київ 04053, тел.: (044) 537-64-07

Засновник і видавець: РІА «Марко Пак»
Директор: Геннадій Кокін, kokin@mirupak.kiev.ua
Редактор відділу аналітики: Лілія Кравченко, lilia.k.0207@gmail.com
Рекламно-інформаційний відділ:
Танзіля Скрипачова, manager@mirupak.kiev.ua
Яна Лазуренко, yana.lazurenko@mirupak.kiev.ua
Розповсюдження: Олена Деркач, pressa@mirupak.kiev.ua
Дизайн, верстка: Євген Лінник



packaging.com.ua

Melodea презентує водорозчинні бар'єрні покриття, сумісні з вимогами PPWR

Компанія Melodea представила водорозчинні бар'єрні покриття MelOx-NGen і VBseal, покликани допомогти брендам сектору Consumer Packaged Goods (CPG) відповідати вимогам PPWR і забезпечити гнучкість виробничих процесів для пакувальної галузі без необхідності капітальних інвестицій.

MelOx-NGen – високобар'єрна мономатеріальна альтернатива EVOH, AIOx, SiOx і алюмінієвим ламінатам. Підходить як для паперових, так і для гнучких плівкових матеріалів і, за заявою компанії, забезпечує «провідні» показники бар'єру щодо проникнення кисню та водяної пари. Це робить його придатним для пакування харчових продуктів, зокрема молочної продукції, делікатесних м'ясних виробів, хлібобулочних виробів і тортіль.

VBseal – це водорозчинне бар'єрне покриття проти жирів, олій та ароматичних речовин для паперового й плівкового пакування. Воно дозволяє створювати повністю придатне до переробки мономатеріальне паперове пакування для контакту з харчовими продуктами, зокрема обгортковий папір, лотки та пакети, без використання фторованих сполук (PFAS-free) і матеріалів, що не підлягають переробці.

Ці рішення дозволяють виробникам пакування для харчової продукції, косметики та товарів повсякденного попиту пропонувати повністю перероблюване паперове та плівкове пакування, яке відповідатиме вимогам європейського регламенту PPWR, що набуває чинності у серпні 2026 р., без необ-



хідності змінювати чинні виробничі лінії. Регламент вимагає, щоб усе пакування, включно з гнучкими плівками, паперовими форматами та пакуванням для молочної, м'ясної, хлібобулочної продукції й засобів особистої гігієни, було придатним до переробки.

Обидва рішення без проблем інтегруються в існуючі виробничі лінії та не потребують капітальних витрат, змін у запасах матеріалів чи нової інфраструктури.

KHS виводить захист напоїв, чутливих до кисню, на новий рівень



Група KHS виводить захист напоїв, чутливих до кисню, на новий рівень за допомогою KHS SUPREME. Інноваційна система поєднує переваги скла зі зручністю обробки ПЕТФ завдяки застосуванню бар'єрної технології Plasmax.

KHS представляє результат масштабного дослідження: з ПЕТФ-пляшкою KHS SUPREME дортмундський постачальник готових продуктів зосереджується на захисті чутливих до кисню напоїв, таких як чай. Тут KHS використовує свою перевірену часом бар'єрну технологію Plasmax – тонкий, прозорий шар оксиду кремнію, який покриває внутрішню стінку ПЕТФ-пляшок, подібно до скла. Маючи товщину до 100

нанометрів, він надійно захищає чутливий вміст пляшки від окиснення, зберігаючи його смак, колір та якість протягом тривалого часу. Це допомагає подовжити термін придатності продукту майже в 10 разів.

Технологія Plasmax, яку KHS успішно використовує вже понад 20 років, постійно вдосконалюється. Ця бар'єрна система ідеально підходить для преміальних продуктів, як от зелений чай, який надзвичайно чутливий до якості та має відповідати найвищим вимогам на таких ринках, як, наприклад, Азія. Чай легко окиснюється, що призводить до небажаних змін кольору та смаку. Бар'єр зі скла запобігає цьому, забезпечуючи тривалий термін зберігання, свіжість і безпеку.

Ця технологія спочатку була розроблена для фармацевтичної скляної тари та базується на багаторічних дослідженнях та оптимізації процесів. Перші системи Plasmax були випробувані в харчовому секторі ще на початку 2000-х рр. Відтоді KHS продовжила вдосконалювати свій бар'єр Plasmax і цього року збільшила продуктивність його виробництва до 60 тис. пляшок на годину – без будь-якої шкоди для захисних властивостей.

Однією з головних переваг технології Plasmax є повна переробність: скляне покриття видаляється за допомогою лугів під час переробки, не впливаючи на якість матеріалу. На відміну від технологій хімічного поглинання, які ускладнюють переробку, тут зберігається чистота відокремленого ПЕТФ. Покриття також повністю сумісне з переробленим ПЕТФ, а тому його можна переробляти та використовувати для упаковки із вторинного ПЕТФ.



Від етикетки до готового рішення для бізнесу



(063) 327-64-44
info@ribbon.ua



Легка багаторазова ПЕТФ-пляшка для негазованої води від Sidel

Sidel представляє Returnable PET – Still Water, свою нову багаторазову ПЕТФ-пляшку, розроблену спеціально для негазованої води. Оскільки виробники напоїв і роздрібні торговці активно шукають інноваційні рішення для зменшення відходів та сприяння циркулярності в цій категорії з великим обсягом виробництва, виробництво багаторазових ПЕТФ-пляшок відкриває значні можливості.

«Під впливом зростання очікувань споживачів щодо повторного використання та зміни регуляторного середовища, особливо в Європі, Sidel зробила важливий крок у дизайні пляшок, пропонуючи виробникам негазованої води унікальні та оптимізовані багаторазові рішення», – сказав Жером Неве, менеджер з упаковки та прес-форм у Sidel.

Цей новий дизайн знаменує собою важливу еволюцію в багаторазовій упаковці, надаючи виробникам напоїв нові можливості. Вперше в галузі виробники напоїв можуть отримати доступ до багаторазового рішення з ПЕТФ, розробленого з урахуванням потреб саме негазованої води, а не газованої, що усуває всі структурні обмеження, пов'язані з газуванням води.

«Представивши нову Returnable PET – Still Water, Sidel представила пляшку, яка дійсно розроблена для негазованої води, одного з найбільших ринків напоїв у пляшках. Виробники напоїв більше не обмежуються пляшками, розробленими для газованої води. Натомість ми пропонуємо першу багаторазову пляшку з ПЕТФ, розроблену спеціально для негазованої води, що забезпечує значні можливості для полегшення, довговічну естетику та можливість налаштування дизайну», – продовжив Неве.

Нова багаторазова ПЕТФ-пляшка для негазованої води Returnable PET – Still Water від Sidel на 10% легша за найлегші 1-літрові багаторазові пляшки для газованої води, які зараз використовуються для негазованої. Пляшка витримує до 25 циклів миття, забезпечуючи стабільну довговічність і продуктивність від початку до кінця.



Вона також повністю сумісна з наявними потоками переробки ПЕТФ, що дозволяє переходити до циклічної переробки від пляшки до пляшки після закінчення терміну служби. Новий дизайн сумісний з усією лінійкою видувних виробів EvoBLOW від Sidel.

Нова пляшка Sidel може бути циліндричної та оригінальної квадратної форми, місткістю від 0,5 до 2 л. Пляшку Returnable PET – Still Water легко створити з налаштованим і унікальним дизайном, що повторює форму одноразових пляшок певного бренду, використовуючи формат багаторазової упаковки.

Можливість створювати текстуровані поверхні зберігає преміальний вигляд пляшки протягом кількох циклів повторного використання, покращуючи її тактильну та візуальну привабливість. Ця схожа на скляну ПЕТФ-пляшка відповідає потребам роздрібною торгівлі, готелів, ресторанів і громадського харчування (HORECA), де естетика є важливою.

Hubergroup зміцнює свої позиції на ринку УФ-друку



hubergroup Print Solutions продовжує розширювати свою присутність на європейському ринку УФ-друку завдяки міцним партнерським відносинам, технічній експертизі та зосередженню на стабільній якості. Нещодавні історії успіху з Франції та Італії підкреслюють, як поєднання інновацій, наполегливості та близькості до клієнтів сприяє сталому зростанню в цьому динамічному сегменті.

Портфоліо УФ-друку hubergroup, включно з лініями продуктів NewV set та NewV pack, продовжує приваблювати друкарів, які шукають ефективні та стійкі рішення. Зі зростанням присутності в Європі та за її межами стратегічний фокус компанії залишається чітким: зміцнення партнерських відносин, розширення технічного обслуговування та впровадження інновацій в УФ-друку.

«Наше зростання в сегменті УФ-друку є прямим результатом прислухання до клієнтів і підтвердження наших можливостей на друкарській машині. Наша серія NewV відповідає високим технічним вимогам, а наші команди залишаються поруч із клієнтами з першого тестового запуску. Цей підхід, заснований на партнерстві, відрізняє hubergroup від інших», – говорить Патрік Хюбель, директор з управління продуктами та технічного маркетингу в hubergroup.



НВП «ЛЮКС-Х» (ТОВ)

ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ АДГЕЗИВІВ
ДЛЯ ЕТИКЕТУВАННЯ, ПАКУВАННЯ, ПОЛІГРАФІЇ
ТА ІНШИХ ГАЛУЗЕЙ ЗАСТОСУВАННЯ



КЛЕЙ НА ВОДНІЙ ОСНОВІ
ВИГОТОВЛЕНИЙ НА НАЙБІЛЬШИХ В УКРАЇНІ
ВИРОБНИЧИХ ПОТУЖНОСТЯХ
НВП «ЛЮКС-Х» (ТОВ)



КЛЕЙ-РОЗПЛАВ

ВИРОБНИЦТВА СВІТОВОГО ЛІДЕРА
BEARDOW ADAMS ADHESIVES
(ВЕЛИКОБРИТАНІЯ)

BEARDOW ADAMS™

> Unique In Hot Melt Adhesives

Україна, м. Харків, вул. Вишнева, 31
Тел.: +38 (057) 766 06 36, +38 (057) 719 06 36
Моб.: +38 (068) 766 06 36, +38 (050) 324 06 36
www.lux-x.com, office@lux-x.com



ІТАК – ПРОВІДНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ВИРОБНИК ГНУЧКОГО ПАКОВАННЯ

Сучасні пакувальні рішення, яким довіряють бренди в Україні та за її межами

У сучасному продуктовому ритейлі важливе не лише наповнення, а й спосіб його подачі. Саме упаковка часто стає першим контактом між брендом і покупцем. Вона повинна не лише захищати продукт і забезпечувати зручну логістику, а й передавати цінності бренду та привертати увагу на полиці. Компанія ІТАК, один із провідних виробників гнучкого пакування в Україні, вже понад 34 роки допомагає виробникам вирішувати ці завдання комплексно – від ідеї до готового пакувального рішення

Пакування як інструмент комунікації бренду

Сьогодні ІТАК – це сучасний виробничий комплекс, що має:

- 14 тис. м² виробничих площ;
- понад 30 виробничих машин і технологічних ліній;
- власну сучасну лабораторію контролю якості;
- команду з 300+ фахівців;
- контракти з понад 250 компаніями-замовниками в Україні та за кордоном.

ІТАК створює пакування, яке допомагає брендам ефективно комунікувати зі споживачем і виділятися серед конкурентів.

Широкий портфель пакувальних рішень

Компанія пропонує широкий спектр гнучкого пакування як для харчових, так і для нехарчових продуктів, зокрема:

- flow-pack;
- doy-pack;
- різні типи пакетів, включно з retort-пакетами;
- sleeve-етикетки;
- етикетки для PET та PE тари;
- саше;
- stick-pack;
- інші індивідуальні пакувальні рішення.

Більшість пакувальних матеріалів мають бар'єрні структури, що забезпечують тривале збереження якості продукту. Частина таких структур виготовляється на власному екструзійному обладнанні компанії.

Усі ключові виробничі процеси – друк, ламінування, порізка та виготовлення готових пакетів – виконуються на одному



виробничому майданчику, що гарантує контроль якості на кожному етапі.

Детальніше ознайомитися з асортиментом видів пакування, обрати потрібний варіант і оформити замовлення можна на сайті itak.ua.

Інновації і технологічний розвиток

ІТАК постійно модернізує виробництво та інвестує в сучасні технології. Останні оновлення виробничої бази включають:

- флексографічну друкарську машину нового покоління від провідного європейського виробника;
- обладнання для високоточної порізки матеріалів;
- сучасні машини для виготовлення пакетів;
- технологічні лінії для виробництва sleeve-етикеток;
- п'ятишаровий екструдер для виробництва ПЕ плівки.

Завдяки новому обладнанню компанія здатна забезпечувати преміальну якість пакувальних матеріалів, стабільність у великих тиражах і точне дотримання термінів виробництва.

Усі ключові виробничі процеси – друк, ламінування, порізка та виготовлення готових пакетів – виконуються на одному виробничому майданчику, що гарантує контроль якості на кожному етапі

Крім того, у виробництві використовуються інтелектуальні системи управління, які забезпечують контроль параметрів і стабільність результату в кожній партії продукції. Це дозволяє також зменшувати кількість виробничих відходів, що є важливою частиною сталого розвитку.

Міжнародні стандарти якості

ІТАК працює відповідно до міжнародних стандартів і має сертифікацію, що підтверджує надійність виробничих процесів і продукції:

- ISO 9001 – система управління якістю;
- ISO 14001 – екологічний менеджмент;
- FSSC 22000 – безпечність пакування для харчової продукції;
- HALAL – підтвердження відповідності продукції, сировини та виробничих процесів вимогам халяль, що відкриває доступ до міжнародних ринків та відповідних споживчих сегментів.

Для компанії сертифікація – це не формальність, а щоденна практика, що гарантує партнерам стабільну якість, прозорість процесів і передбачуваний результат.





Команда професіоналів

Важливим фактором успіху ІТАК є команда. Понад 300 спеціалістів із великим досвідом працюють над тим, щоб кожне пакувальне рішення відповідало найвищим стандартам якості. Саме поєднання технологій, експертизи та великого досвіду співробітників забезпечує стабільний розвиток компанії та її конкурентоспроможність на ринку.

Рух уперед

Попри складну ситуацію в країні, компанія активно розвивається. У 2026 р. ІТАК планує суттєво збільшити об'єми виробництва готової продукції. Це стане результатом:

- системної модернізації виробництва;
- оптимізації внутрішніх процесів;
- розширення співпраці з українськими та міжнародними брендами.

Погляд у майбутнє

Довгострокова стратегія ІТАК базується на трьох ключових принципах: інноваційність, прозорість і відповідальність.

Завдяки професійній команді, технологічному розвитку та фокусу на потребах ринку ІТАК не лише відповідає

Важливим фактором успіху ІТАК є команда. Понад 300 спеціалістів із великим досвідом працюють над тим, щоб кожне пакувальне рішення відповідало найвищим стандартам якості

очікуванням замовників, а й сприяє розвитку галузі гнучкого пакування та української економіки загалом.

Сьогодні ІТАК – це приклад того, як український виробник може зростати навіть у складних умовах, поєднуючи інновації, гнучкість і глибоке розуміння потреб сучасного ринку.

У світі, де упаковка дедалі більше впливає на вибір споживача, ІТАК стає не просто постачальником, а надійним партнером для розвитку брендів.

*Анна Якубенко,
менеджер з маркетингу компанії ІТАК*



+38 (067) 745 45 47

itak@itak.ua

www.itak.ua

02 092, м. Київ,
вул. Алматинська, 12



КОНДИТЕРСЬКИЙ БІЗНЕС 2026

КОНФЕРЕНЦІЯ

{ 2 вересня 2026
Київ, Україна
Конференц-хол «ДЕПО»



Організатор **MarkoPack**

Інформаційні
партнери

**World
of Food**
СВІТ ПРОДУКТІВ

packaging.com.ua



КОЛЕКЦІЯ ЕТИКЕТОК «PRÊT-À-PORTER» І «HAUTE COUTURE»

Етикетки Avery Dennison для вин і напоїв: баланс функції, дизайну та сталості

Ринок напоїв змінюється швидко – і разом із ним трансформується роль етикетки. Сьогодні її дизайн визначають не лише естетика, а й економічні, маркетингові й екологічні чинники. Саме тому портфель етикеткових рішень Avery Dennison для вин і напоїв структуровано за двома напрямками: готові до нанесення рішення для масового сегмента та спеціалізовані матеріали для індивідуальних проєктів

Більше, ніж маркування

Сучасна етикетка давно вийшла за межі своєї базової функції. Для виробників напоїв це багатофункціональний інструмент, який має одночасно:

- забезпечувати технологічність і економічність;
- зберігати бездоганний зовнішній вигляд упродовж усього життєвого циклу;
- виділяти продукт на полиці;
- формувати впізнаваність бренду;
- відповідати вимогам сталого розвитку;
- захищати бренд від підробок;
- гарантувати ідентифікацію та простежуваність товару;

- активно комунікувати зі споживачем.

«Будучи новатором у сфері етикеткових матеріалів, Avery Dennison постійно розширює портфель пропозицій, збалансованих за функціональністю і дизайном. Наші рішення ефективно працюють на всіх етапах життєвого циклу етикетки – від друку до переробки пакувальних відходів, – зазначає Валерія Юрлова, регіональна представниця компанії Avery Dennison в Україні та країнах Балтії. – Компанія охоче береться за розробку рішень будь-якої складності для різних застосувань у сегментах FMCG і преміальних товарів.

Окрім того, розуміючи складність такого явища, як етикетка, ми завжди готові допомогти порадами, технічними експертизами й тренінгами не лише друкарням, що працюють із нашими матеріалами, а й виробникам – власникам торговельних марок – для вибудови коректної комунікації під час формування технічного завдання на створення етикетки з урахуванням усіх можливих чинників. Адже хто може допомогти краще, ніж фахівці компанії, засновник якої, власне, і створив самоклеючу етикетку?»

Особливо високі вимоги до функціональності етикеток формує винний сегмент. Водночас саме тут народжуються



Валерія Юрлова, регіональна представниця Avery Dennison в Україні та країнах Балтії:

«Будучи новатором у сфері етикеткових матеріалів, Avery Dennison постійно поповнює портфель пропозицій, збалансованих за функціональністю і дизайном»

рішення, які згодом активно застосовуються і в інших категоріях напоїв.

У моді – натуральність і екологічність

Сучасний споживач дедалі більше цінує сталість. Відповіддю на цей запит є колекція матеріалів Avery Dennison на основі біосировини та перероблених волокон, яка відкриває для виноробів нові можливості для просування продукції з акцентом на екологічності матеріалів. Серед таких рішень:

- rCrush Grape – містить 15% натуральних відходів виноробства та 40% перероблених волокон;

- Apple Touch – із вмістом 5% яблучної сировини;
- Fleury – 25-65% вторинної сировини;
- етикеткові папери з волокон цукрової тростини. Вони містять щонайменше 90% таких волокон, але мають таку саму білизну, як і звичайні етикеткові папери;
- MarbleBase – плівки, що на 80% складаються з карбонату кальцію, отриманого з відходів мармуру, та до 20% переробленого ПЕВП.

Такі матеріали дозволяють брендам не просто декларувати екологічність, а інтегрувати її у продукт. «Ми відкриваємо виробникам доступ до нових типів матеріалів, що відповідають сучасним екологічним вимогам. Вони вже активно застосовуються у вині, міцному алкоголі, крафтовому пиві, і не лише...», – підкреслює Валерія Юрлова.

Відчутна натуральність бавовни

Окремий напрям – матеріали на основі бавовни, які формують додану цінність,

створюючи широкий спектр візуальних і тактильних відчуттів від етикетки.

М'якість, ніжність, тепло – ці відчуття можна підкреслювати, добираючи матеріали з різною часткою бавовни в структурі – від 5% до 100%. Кожен із варіантів викликає відчуття натуральності та природності, що переноситься на сприйняття продукту загалом. Колірна палітра бавовняних матеріалів включає білий, екстрабілий і насичений чорний без світлих країв. Такі «бавовняні» папери чудово підходять для різних технологій друку та оздоблення, включно з гарячим тисненням фольгою та дебосингом.

У результаті етикетка стає не лише носієм інформації, а й елементом емоційного контакту з брендом. Етикетки з колекції «бавовняних» паперів Avery Dennison ідеально підходять для вин та інших напоїв, а також товарів класу люкс і преміумсегмента.

Чорний як преміум-код

Чорна етикетка – класичний маркер преміумсегмента. Але тільки за умови бездоганного виконання.



Колекція етикеткових матеріалів на основі біосировини та перероблених волокон – практичний інструмент для екологічного пакування



Матеріали Sensorial – мультисенсорні рішення для створення емоційного контакту з брендом

Avery Dennison пропонує колекцію чорних етикеткових матеріалів, яку можна охарактеризувати як «чорний без компромісів»: рівномірне насичення кольору до самого краю, без світликів навіть на текстурних матеріалах. При цьому відпадає потреба у повторному друці для досягнення глибини кольору.

Колекція включає гладкі та високоструктурні матеріали різної товщини й відтінків чорного. У поєднанні з різними техніками декорування такі етикетки ефективно працюють на полиці, підсилюючи позиціонування продукту.

Мультисенсорний досвід

Візуальне сприйняття – найсильніше з відчуттів. Але його можна ще більше підсилити, залучивши тактильні, слухові та нюхові відчуття. Завдяки мультисенсорному підходу формується комплекс вражень, що закріплює позитивні емоції від взаємодії з брендом.

Колекція Sensorial від Avery Dennison – це набір інструментів із широкими можливостями для дизайнерів. Різні поверхні етикеток створюються з використанням soft touch покриття, текстурних матеріалів і дизайнерських паперів. Наприклад, матеріали з натурального дерев'яного шпону і такі, що імітують деревину, шкіру чи рослини волокна, доповнюються характерною текстурою й ароматом, створюючи відчуття природності. Така етикетка спершу привертає увагу, а потім спонукає взяти продукт до рук. Приємні тактильні відчуття і легкий аромат формують очікування смаку. «Щоб досягти такого ефекту, важливо правильно обрати матеріали

та поєднати їхні характеристики з технологіями друку й оздоблення, – наголошує Валерія Юрлова. – Наші фахівці готові супроводжувати клієнтів на всіх етапах створення мультисенсорної етикетки».

Стійкість у складних умовах

Для винного сегмента критично важлива поведінка етикетки у вологому середовищі. Зовнішній вигляд етикетки є важливою частиною сприйняття бренду, тому безпосередньо впливає на вибір продукту. Багато видів паперу не витримують вологи: зминаються, втрачають колір, деформуються та відклеюються.

Завдяки технології Avery Dennison винні етикетки витримують «тест відреця з льодом». Спеціальний прошарок запобігає утворенню бульбашок і складок, а широкий спектр крейдованих і некрейдованих паперів забезпечує преміальний вигляд навіть для етикеток складної форми.

Етикетка для багаторазового циклу

Відповідаючи на тренди ресурсозбереження та зниження впливу на довкілля, компанія Avery Dennison розробила колекцію MultiCycle™ – етикеткове рішення для ринку багаторазових пляшок. Постійне маркування оборотної тари є економічно невиправданим, тому альтернативою стали самоклеїні матеріали для довготривалого використання. Такі етикетки витримують понад 30 циклів використання тари, зберігаючи привабливий вигляд навіть після високотемпературної санітарної обробки

агресивними лужними розчинами. Багатошарова структура із захисною ламінацією забезпечує довговічність і стабільний зовнішній вигляд.

«З економічної точки зору MultiCycle™ також вигідніші за традиційні Cut&Stack-рішення, які потребують повного циклу заміни на кожному етапі. Загальна вартість володіння такими етикетками нижча, адже їх не потрібно щоразу виготовляти, наносити, видаляти й утилізувати. Крім того, вони повністю сумісні з технологією прямого друку, забезпечуючи більшу гнучкість кольорів і не потребуючи використання важких металів у фарбах», – акцентує Валерія Юрлова.

Нові інструменти конкуренції

Представлені рішення – лише частина можливостей компанії Avery Dennison. Поєднання матеріалів, цифрових технологій друку, захисту від підробок і RFID-маркування відкриває для брендів нові інструменти конкуренції.

Сьогодні етикетка – це вже не елемент пакування. Це повноцінний носій цінності бренду, який працює на полиці, у руках споживача і протягом усього життєвого циклу продукту. Окрім того, етикеткові матеріали постійно вдосконалюються, щоб відповідати вимогам Європейського екологічного законодавства, допомагаючи виробникам використовувати «правильне» пакування з точки зору економіки замкненого циклу й бути в тренді стратегії сталого розвитку.

Лілія Кравченко



М'ясний бізнес & Соуси та приправи

8 жовтня 2026
Київ, Україна
Конференц-хол «ДЕПО»

Організатор **MarkoPack**

Медіа
партнер

**World
of Food**
СВІТ ПРОДУКТІВ



ІННОВАЦІЇ, ЄВРОПЕЙСЬКІ СТАНДАРТИ Й ЕКОЛОГІЧНЕ ЛІДЕРСТВО НА РИНКУ ПОЛІМЕРНОЇ УПАКОВКИ

«Фірма Еліпс» і «Пакгруп»: інновації, що формують ринок упаковки

Сучасний ринок промислової упаковки України перебуває на етапі глобальної трансформації. Виробники медичних препаратів, косметичних засобів і харчових продуктів висувають безпрецедентні вимоги до безпечності, екологічності та функціональності тари. У цих умовах компанії «Фірма Еліпс» і «Пакгруп» упевнено утримують позиції флагманів галузі. Вони демонструють приклад того, як синергія високих технологій, жорсткого контролю якості й екологічної відповідальності дає змогу створювати національний продукт світового рівня

Філософія безкомпромісної якості

Головна місія компаній «Фірма Еліпс» і «Пакгруп» – забезпечення вітчизняних і закордонних підприємств першокласними пакувальними рішеннями, які підвищують конкурентоспроможність кінцевого продукту. Репутація надійного партнера, яку компанії вибудовували роками, базується на впровадженні передових світових практик і відповідальному ставленні до довкілля.

Виробничий комплекс підприємств спроектований за останнім словом інженерної думки. Випуск тари здійснюється у спеціалізованих чистих приміщеннях класів С і D, що повністю відповідають суворим міжнародним стандартам чистоти для фармацевтичної та медичної індустрій. Усі технологічні процеси сертифіковані відповідно до вимог системи менеджменту якості ISO 9001:2009. Використання виключно сертифікованої первинної сировини, схваленої для контакту з



Випуск тари здійснюється у спеціалізованих чистих приміщеннях класів С і D, що повністю відповідають суворим міжнародним стандартам чистоти для фармацевтичної та медичної індустрії

медичними та харчовими речовинами, гарантує абсолютну хімічну нейтральність і безпечність тари.

rPET і Bio-PET: еволюційні кроки

Окрім технологічної бездоганності, компанії активно реагують на світові екологічні тренди й запити ринку щодо сталого розвитку. Понад п'ять років підприємства успішно працюють із rPET (переробленим поліетилентерефталатом), доводячи на практиці життєздатність і ефективність економіки замкненого циклу. За цей час було детально вивчено специфіку поведінки вторинних полімерів і оптимізовано обладнання для збереження високих експлуатаційних характеристик готових виробів.

Сьогодні «Фірма Еліпс» і «Пакгруп» роблять наступний еволюційний крок – впроваджують у виробничі процеси Bio-PET. Застосування інноваційного матеріалу, створеного на основі відновлюваних рослинних компонентів і вторинних екологічних матеріалів, дає змогу суттєво знизити вуглецевий слід, зберігаючи водночас бездоганні фізико-механічні властивості класичного полімеру.

Комплексний асортимент

Сьогодні «Фірма Еліпс» і «Пакгруп» пропонують диверсифікований портфель продукції, що охоплює стратегічні сектори економіки:

- фармацевтичний сектор: високоточні ПЕТ-флакони та банки (об'ємом від 5 до 250 мл) для сиропів, крапель і біологічно активних добавок. Вони комплектуються герметичними полімерними кришками, пробками-крапельницями найпопулярніших європейських стандартів різьблення (18, 20, 24, 28 мм), а також контейнерами для мазей і таблеток;
- парфумерно-косметична індустрія та побутова хімія: преміальні та масові лінійки ПЕТ-флаконів об'ємом від 10 до 500 мл. Тара розроблена під косметичні горловини стандартів 18/415, 20/410, 24/410 та 28/410. Вона ідеально сумісна із сучасними системами дозування – спреями, фліп-топами, диск-топами, тригерами та піноутворювачами;
- харчова промисловість: естетичні та міцні ПЕТ-банки для пастоподібних і сипких продуктів (кави, чаю, кондитерських паст), включно зі спеціалізованою лінійкою для спецій об'ємом від 70 до 500 мл із різнокаліберними дозуючими ситами (2, 3 та 6,5 мм).

Глобальна інтеграція та інжиніринговий сервіс

Статус лідера зобов'язує пропонувати клієнтам більше, ніж просто стандартний асортимент. Одним із ключових драйверів зростання компанії є потужна зовнішньоекономічна діяльність. «Пакгруп» напряму імпортує ексклюзивну тару та інноваційні аксесуари від провідних світових виробників із Європи та Азії. Це дає змогу задовольняти потреби як брендів сегмента mass market, так і преміального сектору, пропонуючи унікальні пакувальні концепції, які ще не представлені широко на ринку.

Компанії пропонують унікальний формат співпраці – повний комплекс послуг з інжинірингу та створення упаковки:

- концепт і дизайн: спільна розробка унікальної геометрії та візуального стилю майбутньої тари;
- проєктування: створення точних інженерних моделей з урахуванням фізико-хімічних властивостей пакованого продукту;
- виготовлення прес-форм: професійне виготовлення інструментального оснащення на власних потужностях для подальшого серійного випуску.

Надійність, перевірена часом

Співпраця з провідними українськими виробниками лікарських засобів і косметики є найкращим підтвердженням високого статусу компанії. Наявність усіх необхідних сертифікатів відповідності, гнучка цінова політика, індивідуальний підхід до складних кастомізованих замовлень і безперебійна логістика по всій Україні роблять «Фірму Еліпс» і «Пакгруп» незамінними бізнес-партнерами.

Це не просто про створення упаковки – це формування надійної, безпечної та екологічної матеріальної основи для успіху бренду.





ПЕРЕМАГАЮТЬ ТІ, ХТО БУДУЄ СИСТЕМИ

«INDEX-6 Україна» та нові виклики пакувальної індустрії

Світова пакувальна індустрія входить у період глибокої трансформації. Зміни у споживанні, посилення екологічних вимог, цифровізація виробництва та зростання вартості ресурсів змушують виробників переглядати саму логіку розвитку бізнесу. Якщо раніше конкурентною перевагою була наявність сучасного обладнання, то сьогодні визначальним фактором стає здатність компанії створити ефективну, гнучку й адаптивну виробничу систему. Саме в цьому напрямку працює «INDEX-6 Україна» – ексклюзивний представник європейського виробника ліній розливу харчових і нехарчових продуктів. Компанія спеціалізується на комплексному проектуванні виробничих рішень, де упаковка стає частиною загальної інженерії бізнесу. Про те, як змінюється ринок і які технології формуватимуть майбутнє галузі, ми поговорили з директором компанії Ігорем Селівончиком

Від машин – до виробничих систем

Сьогодні ринок дедалі менше цікавить окреме обладнання як таке. Виробники прагнуть отримати комплексне рішення, здатне забезпечити стабільність виробництва, економію ресурсів і швидко адаптацію до змін ринку.

«INDEX-6 Україна» працює саме у цій логіці – компанія проектує не окремі машини, а повні технологічні контури: від підготовки упаковки до розливу, закупорювання, пакування та цифрового управління виробничими процесами. Конкуренція більше не відбувається між окремими машинами. Бізнес купує не обладнання – бізнес купує ефективність, стабільність і можливість масштабування виробництва», – зазначає Ігор Селівончик.

Саме тому на перший план виходять інтегровані виробничі платформи, які дозволяють підприємствам оперативнo реагувати на зміни споживчого попиту та нові вимоги ринку.

Технології, які формують новий попит

Сучасний попит у пакувальній індустрії визначають не стільки самі технології, скільки економічні та регуляторні вимоги. Виробникам необхідні рішення, які одночасно знижують

собівартість продукції, підвищують стабільність виробництва та забезпечують гнучкість виробничих процесів.

Саме тому активно зростає інтерес до UltraClean технологій, інтегрованих Blow-Fill-Cap систем, високоточного вагового дозування та автоматизованих конфігурацій, що дозволяють швидко переходити між різними форматами продукції. Особливо важливою стає здатність обладнання працювати з новими типами упаковки та матеріалів, які дедалі активніше використовуються у зв'язку з екологічними вимогами європейського ринку.

«Сьогодні виробнику потрібна не просто лінія, а система, яка залишатиметься ефективною навіть у разі зміни упаковки, сировини чи регуляторних вимог», – підкреслює Ігор Селівончик.

Тож фактично ринок переходить від поняття «обладнання» до поняття «виробнича платформа».

PPWR змінює не упаковку, а бізнес-модель

Одним із ключових факторів трансформації галузі став європейський регламент PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation), який змінює підходи до виробництва упаковки у



країнах Європейського Союзу та серед компаній, орієнтованих на експорт.

Йдеться вже не лише про екологічність у традиційному розумінні. Нові правила формують нову економіку упаковки: виробники переходять на придатні до переробки матеріали, зменшують вагу упаковки, збільшують частку вторинної сировини та впроваджують цифрову відстежуваність продукції.

У результаті змінюються і вимоги до виробничих технологій. Обладнання має стабільно працювати з легшими, тоншими та більш варіативними матеріалами без втрати продуктивності чи якості.

Український ринок також поступово рухається у цьому напрямку, хоча робить це доволі прагматично. Найактивніше sustainable-рішення впроваджують великі виробники й експортери, для яких відповідність європейським стандартам уже стала частиною конкурентної стратегії. Але для більшості бізнесу ключовим залишається економічний ефект.

«Сталий розвиток працює лише тоді, коли він економічно виправданий. Бізнес інвестує в ті рішення, які одночасно покращують ефективність виробництва та відкривають доступ до нових ринків», – говорить Ігор Селівончик.

Модернізація як стратегічний проєкт

Сучасна модернізація виробництва – це не проста заміна обладнання. Підприємства змушені одночасно знижувати витрати, адаптуватися до нових вимог ринку, підвищувати якість продукції та впроваджувати нові типи упаковки – і все це без зупинки виробничих процесів. Тому модернізація перетворюється не на закупівлю обладнання, а на інженерний та бізнес-проєкт.

Показовим прикладом може бути реалізація «INDEX-6 Україна» проєкту модернізації молочного виробництва з розливу УНТ-молока в ПЕТ-пляшки. Перед компанією стояло

комплексне завдання: подовжити термін зберігання продукції, знизити витрати виробництва, перейти на легшу упаковку та підвищити продуктивність лінії.

Рішенням стала інтегрована Blow-Fill-Cap система з UltraClean технологією та цифровим управлінням процесами. У результаті підприємство отримало стабільнішу якість продукції, нижчу собівартість і ефективніше використання виробничих ресурсів.

Такі кейси демонструють головну тенденцію сучасного ринку: конкурентну перевагу формує не окрема машина, а здатність компанії створювати комплексні виробничі системи.

Майбутнє галузі – за системним підходом

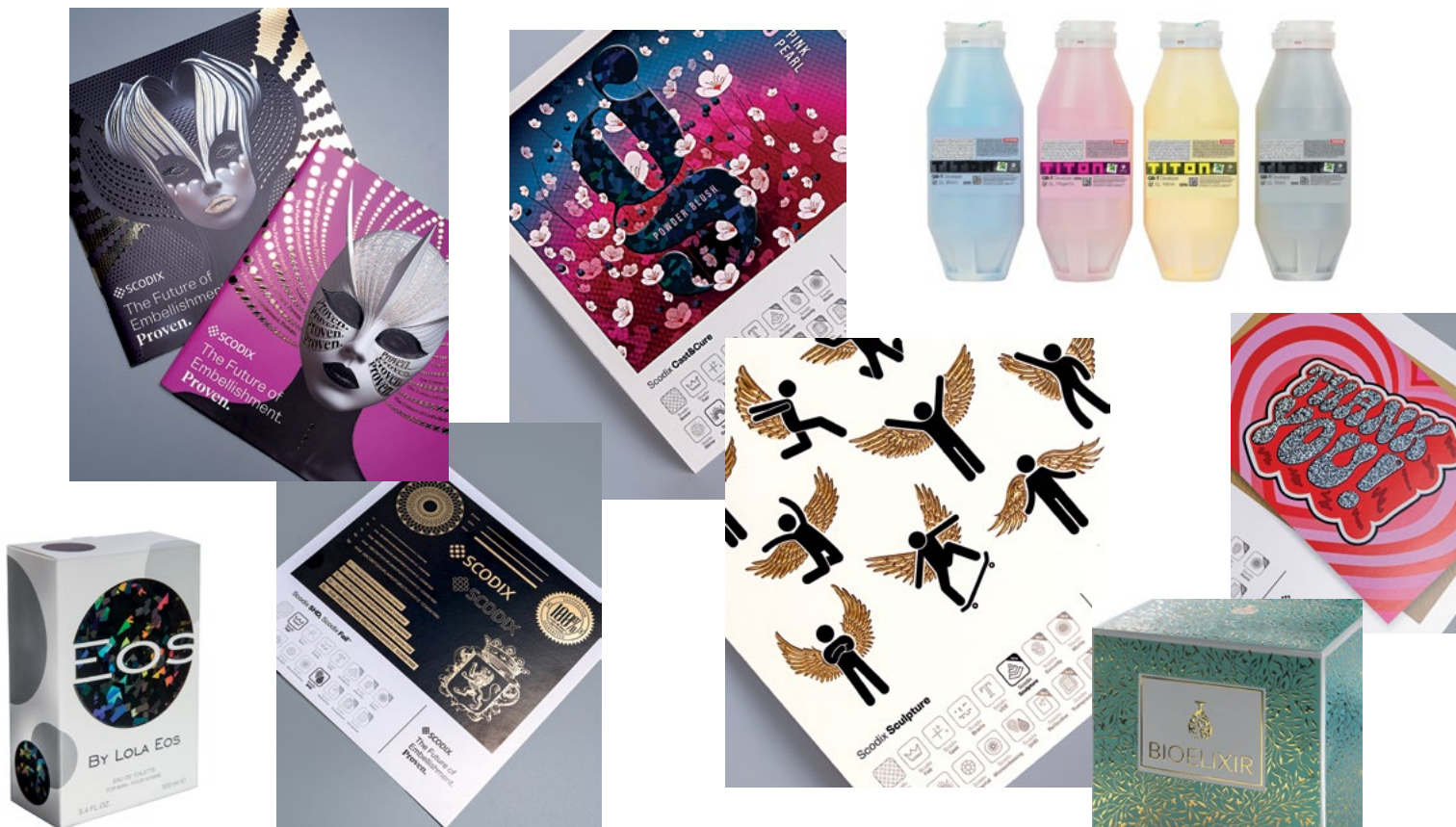
Пакувальна індустрія дедалі швидше переходить до моделі, де головною цінністю стає не техніка сама по собі, а ефективність усього виробничого ланцюга. UltraClean технології, ESL-рішення, цифровізація, інтегровані виробничі рішення та гнучкість процесів формуватимуть розвиток галузі найближчими роками.

У цих умовах перемагають компанії, які здатні мислити системно – проєктувати виробництво не під сьогоденні потреби, а під майбутні зміни ринку, регуляторів і споживчих трендів.

Саме таку модель розвитку сьогодні реалізує «INDEX-6 Україна», перетворюючи упаковку з окремого елемента виробництва на стратегічний інструмент розвитку бізнесу.

Лілія Кравченко

INDEX[®] 6
always in motion ...



ЦИФРОВА СИНЕРГІЯ У ВИРОБНИЦТВІ УПАКОВКИ Й ЕТИКЕТКИ

Від економічної ефективності до преміальної цінності

Ринок пакування змінює не лише технології, а й саму логіку виробництва. Те, що раніше визначало ефективність і прибутковість – обсяги, стандартизовані виробничі процеси та повторювані тиражі, стає фундаментальним обмеженням. Традиційна флексографія на коротких і середніх накладках є економічно збитковою через високу вартість приладки й інертність процесів. Паралельно посилюються регуляторні вимоги щодо контролю міграції речовин у харчові продукти. За цих умов прибутковість друкарні визначається можливістю створювати продукт із високою маржинальністю на коротких і середніх накладках

Компанія «Мегатрейд» фокусується на поєднанні двох стратегічних напрямів: цифрового друку **Heikon** і цифрового оздоблення **Scodix**. Така синергія дозволяє побудувати гнучкий виробничий ланцюжок, де друк забезпечує швидкість і безпечність, а оздоблення підвищує цінність кінцевого продукту.

Heikon TITON: новий стандарт стійкості без ламінації

Heikon TX500 – перша на ринку модель, що працює на інноваційному тонері **TITON**. Ця технологія розроблена спеціально для паперових субстратів і картону, усуваючи головний бар'єр цифрового друку – вразливість відбитка до високих температур і механічного впливу під час подальших виробничих процесів.

Ключові переваги **TITON**:

- екстремальна термостійкість (220°C): унікальний показник для сухого тонера. Зображення витримує прямий

контакт із вузлами термоварювання при пакуванні (паучі, саше) або проходження крізь тунелі термоусадки для етикетки. Відбиток не «пливе» і не потребує захисної ламінації;

- економіка й екологія: відмова від ламінування чи лакування не лише знижує собівартість операцій, а й робить упаковку повністю придатною для вторинної переробки. Це ідеальне рішення для заміни пластику паперовими альтернативами;
- харчова безпечність (Закон №2718-IX): тонер не містить фотоініціаторів і розчинників, що гарантує відсутність запаху та міграції. Технологія відповідає вимогам FDA, Nestlé та безумовно виконує норми Закону України «Про матеріали і предмети, що призначені для контакту з харчовими продуктами». Пройдені тести на міграцію речовин, наявний документ SoC (Statement of Composition). Це «вхідний квиток» для експорту продукції на ринки Європейського Союзу.



Heikon TX500

Сфери застосування Heikon TX500

Завдяки роздільній здатності **1200 dpi** та швидкості до **30 м/хв** система ідеально підходить для:

- самоклеючих етикеток (преміальна етикетка для вина, косметики та побутової хімії);
- NoReCa сегменту (паперові стакани, пакування для фуд-кортів і кав'ярень);
- фармацевтичного сектору (захищена упаковка та брендові лінійки з високими вимогами до безпечності);
- гнучкої упаковки (паперові пакети, дой-паки та паучі);
- декоративних рішень (настінний декор і нестандартні пакувальні рішення).

Scodix – мистецтво доданої вартості

Компанія «Мегатрейд», яка має експертизу у впровадженні цифрового друку Heikon в Україні, розширила портфель, ставши ексклюзивним дистриб'ютором легендарного виробника цифрового оздоблення **Scodix**.

Scodix спеціалізується на обладнанні для цифрового фольгування, вибіркового лакування та створення тактильних і багаторівневих 3D-ефектів без використання кліше та складних налаштувань. Платформа підтримує 17 декоративних і функціональних видів оздоблення, що дозволяють створювати пакування та поліграфічну продукцію з високою доданою вартістю і допомагають продукції помітно виділятися серед конкурентів.

Ключова зміна полягає в тому, що оздоблення перестало бути додатковим етапом і стає частиною бізнес-моделі. Декоративні ефекти та персоналізація дозволяють друкарням пропонувати брендам унікальні рішення та виходити за межі цінової конкуренції.

За даними Keypoint Intelligence, сегмент цифрового декоративного оздоблення демонструє стабільне зростання із середньорічним темпом близько 14%. Водночас продукція з такими ефектами може забезпечувати маржинальність на рівні 50-400%, порівняно зі стандартним друком.

Такі технології цифрового оздоблення як вибіркового лаку, цифрове фольгування і тактильні ефекти активно застосовуються при виробництві пакування для косметики, алкогольної продукції, кондитерських виробів, фармацевтики та преміальних подарункових рішень – там, де упаковка є ключовим елементом взаємодії з брендом.

Сьогодні рішення Scodix використовуються у понад 400 друкарнях у світі в сегментах пакування, комерційної поліграфії, Web-to-Print (W2P), книговидавництва та виробництва колекційних продуктів.

Таким чином, цифрове оздоблення стає не просто дизайнерським інструментом, а бізнес-рішенням, яке дозволяє:

- зменшити залежність від цінової конкуренції;
- створювати преміальні продукти з вищою маржинальністю;
- масштабувати персоналізацію без ускладнення виробництва;
- будувати прогнозовану прибуткову модель бізнесу.



Scodix Ultra 2500 SHD

Можливості цифрового підходу

Перехід до цифрових технологій у друці й оздобленні змінює не лише виробничі процеси, а й саму економіку друкарні. Йдеться про нову модель роботи, де ключову роль відіграють ефективність, гнучкість і контроль витрат.

Основні можливості:

1. Мінімізація відходів. У цифровому оздобленні відсутні витрати на форми, кліше та штампи, що особливо критично при великій кількості дизайнів.

2. Оптимізація штату. Автоматизація процесів знижує залежність від людського фактору. Цифрові лінії можуть обслуговуватися мінімальною кількістю операторів, що дозволяє ефективно працювати в умовах дефіциту кадрів.

3. Енергоефективність. Скорочення або виключення окремих етапів (ламінування, сушіння, виготовлення штамсів) суттєво зменшує енергоспоживання.

4. Гнучкість виробництва та крафтові формати. Цифрові технології відкривають можливість працювати з короткими тиражами, що особливо актуально для крафтових виробників і локальних брендів.

Невеликі партії, сезонні лінійки й тестові запуски більше не потребують значних інвестицій у підготовку виробництва, а персоналізація (адаптація дизайну під події, регіони чи конкретного споживача) реалізується без ускладнення виробництва та додаткових витрат на переналадку.

Від технології до стратегічного зростання

Цифрова трансформація – це розвиток виробництва в бік більшої гнучкості, швидкості та здатності створювати продукцію з високою доданою цінністю.

«Мегатрейд», як ексклюзивний дистриб'ютор Heikon і Scodix в Україні, забезпечує комплексний підхід до впровадження цифрових технологій у пакуванні та поліграфії. Завдяки співпраці з Heikon і Scodix українські друкарні отримують доступ до світової експертизи.

Компанія «Мегатрейд» пропонує гнучкі умови фінансування, зокрема й розтермінування, що дозволяє підприємствам інвестувати в сучасні технології без значного навантаження на бюджет і швидше переходити до нової моделі виробництва.



MEGATRADE
project distribution

ТОВ «МЕГАТРЕЙД ІТ»

+38 044 538 00 06
+38 044 538 00 16
printsales@megatrade.ua
<https://megatrade.ua>
<https://print.megatrade.ua>



INTERPACK 2026: ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ ПАКУВАЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ ТА НОВІ РІШЕННЯ ВІД BASIS

Компанія BASIS на Interpack 2026

У травні 2026 р. в Дюссельдорфі відбулася головна світова виставка пакувальної індустрії – Interpack 2026, яка традиційно формує технологічні орієнтири галузі на найближчі роки. Подія об'єднала тисячі компаній з усього світу: виробників пакувального обладнання, інтеграторів автоматизованих систем, розробників робототехнічних рішень, виробників пакувальних матеріалів, картону, гнучкої упаковки, етикеток, логістичних систем і end-of-line рішень

Автоматизація та роботизація – у центрі галузевих змін

Interpack 2026 ще раз підтвердила, що ключовими напрямками розвитку пакувальної індустрії залишаються автоматизація, роботизація, енергоефективність і гнучкість виробництва. Особливу увагу учасники виставки приділили інтеграції роботів у пакувальні лінії, цифровому моніторингу виробництва, швидкому переналаштуванню обладнання під різні формати упаковки та компактним рішенням для виробників, які прагнуть підвищити ефективність без масштабного розширення виробничих площ.

Помітно зріс інтерес до комплексних рішень, у яких пакувальна машина стає частиною єдиної автоматизованої екосистеми виробництва. Саме тому на виставці широко були представлені колаборативні роботи, системи машинного

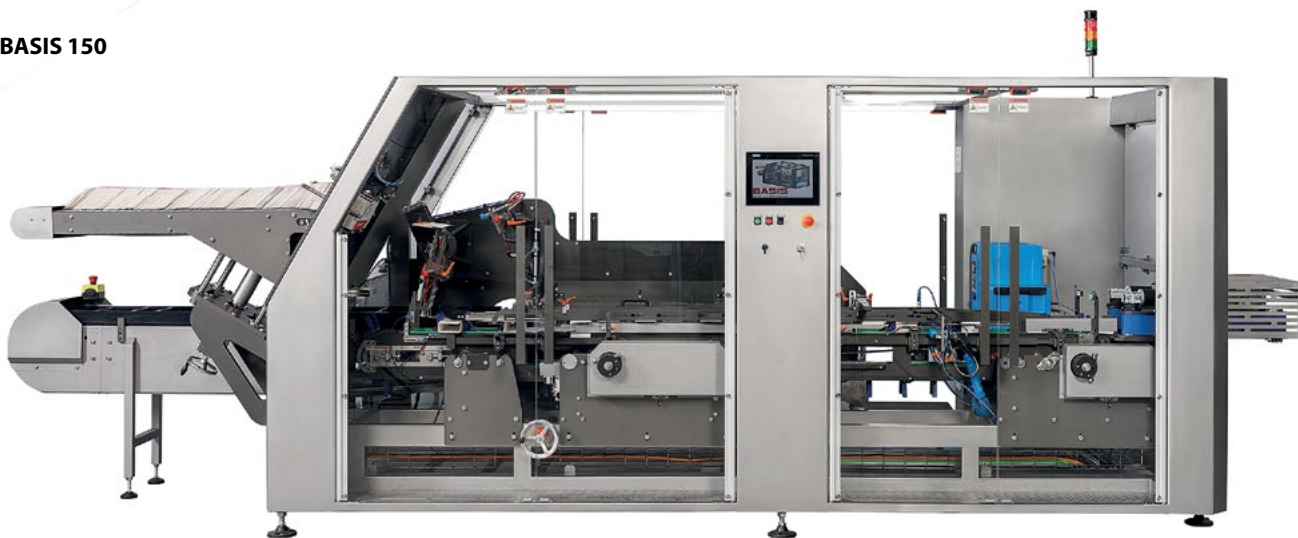
бачення, автоматичні модулі завантаження продукту й інтегровані лінії вторинного пакування.

Сучасні рішення у сфері картонажного обладнання

Компанія BASIS Packaging Equipment представила на виставці власні розробки у сегменті картонажного обладнання – горизонтальні картонатори BASIS 150 і BASIS 60 ECO.

BASIS 150 – це високошвидкісний горизонтальний картонатор безперервної дії, розроблений для підприємств із великими обсягами пакування. Машина забезпечує стабільну роботу на високих швидкостях, точне позиціонування продукту й інтеграцію в сучасні автоматизовані виробничі лінії. Рішення орієнтоване на FMCG, кондитерську, харчову та нехарчову галузі.

BASIS 150





BASIS 60 ECO

BASIS – компанія, яка спеціалізується на розробці, виробництві й інтеграції пакувальних машин і рішень з автоматизації пакувальних процесів

BASIS 60 ECO – компактний горизонтальний картонатор переривчастої дії, створений для проектів, де критично важливими є гнучкість, швидке переналаштування та економія виробничого простору. Машина підтримує широкий спектр форматів упаковки й оптимально підходить для малих і середніх виробництв, пакування та мультиформатних виробничих завдань.

Міжнародний інтерес і нові партнерства

Стенд BASIS викликав значний інтерес серед відвідувачів виставки. Сюди завітали представники виробничих підприємств, OEM-виробники, інтегратори та дистриб'ютори з різних країн Європи, Близького Сходу та Латинської Америки. Основними темами обговорення стали автоматизація вторинного пакування, інтеграція картонаторів у наявні виробничі лінії та підвищення ефективності виробництва завдяки компактним і надійним інженерним рішенням.

Участь у Interpack 2026 стала для BASIS важливим етапом розвитку міжнародної співпраці та підтвердила високий інтерес ринку до сучасних, ефективних і гнучких пакувальних систем.

Автоматизація пакування як конкурентна перевага

У найближчі роки автоматизація пакування стане не просто трендом, а новим галузевим стандартом. Аналітики прогнозують подальше зростання ринку автоматизованих пакувальних машин для пекарсько-кондитерського виробництва, а компанії, які впровадять такі рішення раніше за інших, отримають суттєву конкурентну перевагу.

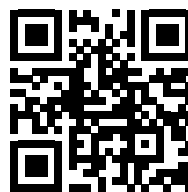
Для українських виробників це питання може стати особливо актуальним з огляду на кадровий дефіцит, зростання виробничих витрат і посилення конкуренції. Для підприємств пекарсько-кондитерської галузі це означає, що упаковка – вже не просто захисна оболонка, а важливий елемент бренду, швидкості виробництва, логістики й іміджу.

Автоматизовані рішення від BASIS дозволяють трансформувати процес пакування з потенційного «вужького місця» на ефективний інструмент підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

Якщо підприємство стикається з нестачею персоналу, потребою у розширенні асортименту та необхідністю підтримувати стабільну якість за високих темпів роботи, саме зараз варто розглядати автоматизацію пакування як стратегічний напрям розвитку. BASIS готова стати надійним партнером на цьому шляху – від підбору оптимального рішення до його інтеграції та сервісного супроводу.

BASIS – з увагою до кожної деталі.

Більше інформації за QR-кодом



BASIS
PACKAGING EQUIPMENT

RESILUX I PET TECHNOLOGIES: СПІВПРАЦЯ НАД ЛАБОРАТОРНОЮ ВИДУВНОЮ МАШИНОЮ У ШВЕЙЦАРІЇ

Інноваційне партнерство, що відкриває нові можливості

Новий етап у розвитку рішень PET Technologies розпочався у Швейцарії, де на підприємстві Resilux – одного з провідних світових виробників ПЕТ-преформ – встановлено лабораторну видувну машину УПФ-5М. Проєкт став логічним продовженням багаторічної співпраці компаній

Resilux: масштаб, якість і сталий розвиток

Заснована в Бельгії у 1994 р., компанія Resilux є міжнародним лідером у виробництві ПЕТ-преформ і пляшок. Вона має виробничі потужності в Європі та Північній Америці й постачає пакування для глобальних брендів у сегментах напоїв, харчових продуктів і побутової хімії.

Річні обсяги виробництва сягають мільярдів преформ і сотень мільйонів пляшок. Важливою частиною екосистеми є власне підприємство з переробки ПЕТ у Швейцарії, що підтримує розвиток рішень із використанням вторинної сировини. Саме тому лабораторне обладнання має стратегічне значення: воно дає змогу контролювати якість преформ і пляшок ще на ранніх етапах виробництва.

Роль лабораторного етапу у виробництві

ПЕТ-пляшки не одразу виготовляються на високошвидкісних лініях. Для великих корпорацій за кожною робочою преформою чи формою пляшки стоїть лабораторний етап, під час якого проводяться випробування, валідація та аналіз матеріалу. Саме тут застосовуються лабораторні видувні машини.

Клієнти PET Technologies, серед яких багато міжнародних корпорацій з Північної Америки, Латинської Америки та Європи, дедалі частіше цікавляться напівавтоматичними рішеннями для лабораторних потреб.

Наразі вже багато таких машин встановлено на підприємствах корпорацій, що розширює можливості тестування пляшок і преформ та допомагає швидше переходити до серійного виробництва.

Можливості УПФ-5М

Машина поєднує компактність і функціональність, забезпечуючи:

- продуктивність до 800 пляшок/год;
- об'єм до 6 л;
- сумісність із горловинами до 110 мм;
- робочий тиск до 40 бар;
- підтримує видув в 1 та в 2 гнізда;
- сумісність із роторними формами;
- компактну конструкцію для лабораторій.

Це універсальне рішення для тестування та пілотних серій пляшок.



Від ідеї до реалізації

Проєкт розпочався після зустрічі на BrauBeviale 2023, де сторони обговорили завдання тестування преформ. Інженери Resilux окреслили потребу в рішенні для швидкого виявлення відхилень до запуску виробництва. Компанія PET Technologies адаптувала машину під ці вимоги, додавши світловий бар'єр та індивідуальний захисний екран. Також було виготовлено пресформи для пляшок об'ємом 0,5 л і 1 л.

Використовуючи білі преформи власного виробництва, Resilux проводить контрольовані випробування, щоб оцінити якість преформ і поведінку пляшки після видуву.

У Resilux кожен етап виробництва підтверджується даними. Машина УПФ-5М стала інструментом, що допомагає генерувати ці дані, дозволяючи лабораторній команді відстежувати характеристики кожної окремої партії преформ після видуву та забезпечувати відповідність виробничим параметрам.



Значення проєкту

Це перше обладнання PET Technologies у Швейцарії та перше обладнання, поставлене безпосередньо компанії Resilux.

Завдяки цьому проєкту географія експорту PET Technologies розширилася до понад 60 країн світу. Кожен проєкт є унікальним, адже кожен клієнт працює по-своєму. Особливістю цього проєкту стало тісне партнерство та можливість адаптувати машину саме під операційні процеси Resilux. Навіть компактне обладнання може мати значний вплив, якщо воно створене з урахуванням реальних потреб клієнта.

PET Technologies

14021, Україна, м. Чернігів
вул. Любецька, 60 Д
+38 0462 677 628
office.ua@pet-eu.com





ІНЖИНІРИНГ, ЩО ФОРМУЄ МАЙБУТНЄ ПЛАСТИКОВОЇ УПАКОВКИ

Комплексні рішення «під ключ» для ефективного виробництва від «МІ-ПРОМ»

Сучасна пакувальна індустрія стрімко змінюється під впливом технологічних інновацій, зростання вимог до якості та необхідності оптимізації витрат. У цих умовах виробники дедалі частіше шукають не просто постачальників обладнання, а надійних партнерів, здатних забезпечити комплексний підхід до запуску та розвитку виробництва. Саме таким партнером виступає компанія «МІ-ПРОМ», яка спеціалізується на інжинірингових рішеннях для переробки пластмас і виробництва пластикової тари та упаковки

Комплексний підхід

Ключова особливість діяльності «МІ-ПРОМ» – реалізація проєктів «під ключ». Такий формат співпраці дозволяє клієнту отримати повний спектр послуг: від аналізу потреб і підбору оптимального обладнання до його монтажу, запуску та навчання персоналу.

Цей підхід значно скорочує терміни запуску виробництва, знижує операційні ризики та дозволяє підприємствам швидше виходити на ринок із конкурентною продукцією. Важливо й те, що кожен проєкт розробляється індивідуально – з урахуванням специфіки продукції, обсягів виробництва й технологічних вимог замовника.

Технологічна база

«МІ-ПРОМ» пропонує широкий спектр обладнання, що охоплює всі ключові етапи виробництва пластикових виробів. У портфелі компанії – термопластавтомати різних типів, прес-форми, екструзійно- та інжекційно-видувні машини, екструдери, гранулятори, системи охолодження, роботизовані комплекси та допоміжне обладнання.





Окрему увагу варто приділити рішенням для автоматизації виробництва – конвеєрним системам, роботам і збиральному обладнанню, які дозволяють підвищити продуктивність і стабільність технологічних процесів.

Крім того, компанія постачає лінії розливу та пакування, що дає змогу створювати повноцінні виробничі комплекси для випуску готової продукції.

Інжиніринг як основа ефективності

Сьогодні успіх виробництва визначається не лише якістю обладнання, а й рівнем інжинірингової підтримки. «МІ-ПРОМ» активно розвиває цей напрям, супроводжуючи клієнтів на всіх етапах реалізації проекту.

Фахівці компанії допомагають сформулювати концепцію виробу, виконують 3D-моделювання та проектування, підбирають оптимальні технології, здійснюють монтаж і запуск виробництва, а також проводять навчання персоналу.

Такий підхід дозволяє трансформувати ідею в готовий продукт із мінімальними витратами часу та ресурсів, що є критично важливим у висококонкурентному середовищі.

Термопластавтомати: універсальність застосування

Одним із ключових напрямів є постачання термопластавтоматів – інжекційно-ливарних машин для виготовлення пластикових виробів під тиском. Це обладнання широко використовується у пакувальній індустрії для виробництва кришок, контейнерів, банок і одноразової тари. У харчовій галузі воно застосовується для виготовлення упаковки для молочної продукції, лотків і преформ.

Не менш важливу роль термопластавтомати відіграють у фармацевтичній і косметичній галузях, де забезпечують виробництво високоточних виробів – від шприців і інгаляторів до корпусів флаконів і дозаторів.

Інжекційно-видувні технології: точність і якість

Інжекційно-видувне обладнання є оптимальним рішенням для виготовлення порожнистих виробів із високими вимогами до точності. Його ключова перевага – можливість отримання готових виробів без додаткової обробки. Такі

технології широко застосовуються у виробництві тари для харчових продуктів, фармацевтичних препаратів, косметики та побутової хімії. Висока якість горловини та рівномірність товщини стінок забезпечують надійність і функціональність упаковки.

Екструзійно-видувні машини: масштаб і універсальність

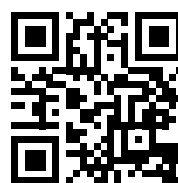
Екструзійно-видувні машини дозволяють виробляти широкий спектр пластикової тари – від невеликих флаконів до великогабаритних каністр. Це рішення є незамінним для харчової промисловості, сегмента побутової та аграрної хімії, фармацевтики, косметики, а також автомобільної галузі. Саме завдяки цим технологіям забезпечується масове виробництво тари для рідин різного призначення.

Партнерство, орієнтоване на результат

Місія «МІ-ПРОМ» полягає не лише у постачанні обладнання, а й у створенні стабільних і ефективних виробництв для своїх клієнтів. Компанія орієнтується на довгострокову співпрацю, допомагаючи бізнесу зростати, оптимізувати витрати й підвищувати якість продукції.

У центрі уваги – безперебійна робота обладнання, максимальна продуктивність і зниження собівартості. Саме ці фактори сьогодні визначають конкурентоспроможність виробників на ринку упаковки.

 **МІ-ПРОМ**



ПОЛІМЕРНА ІНДУСТРІЯ В ЄВРОПІ: МІЖ РЕГУЛЯТОРНИМ ТИСКОМ І РИНКОВОЮ РЕАЛЬНОСТЮ

Трансформація європейського ринку ПЕТ

Ситуація на європейському ринку ПЕТ-упаковки та сировини для її виробництва дедалі виразніше відображає загальні кризові тенденції полімерної індустрії Європейського Союзу. Якщо ще двадцять років тому країни ЄС виробляли близько чверті світового обсягу полімерів – приблизно 60 млн т, то до 2024 р. їхня частка скоротилася до 12%. Позитивне експортне сальдо полімерної сировини, яке у 2005 р. перевищувало 10 млн т, змінилося дефіцитом понад 2 млн т. Аналогічна ситуація спостерігається у сегментах плівок, волокон, суперконцентратів і, особливо, полімерної упаковки, що масово імпортується з Китаю, Індії, країн Близького та Далекого Сходу. На цьому тлі ПЕТ-галузь стає своєрідним індикатором структурних змін у європейській хімічній промисловості

Скорочення виробництва та індустріальний відступ Європи

За останні два десятиліття виробництво первинного ПЕТ у Європі скоротилося з 4,2 млн т до 2,3 млн т. Навіть за наявності встановлених потужностей на рівні 2,6 млн т підприємства дедалі частіше працюють не на повну або взагалі закриваються.

Показовим стало рішення тайської компанії Indorama Ventures – одного з ключових світових виробників первинного та вторинного ПЕТ – закрити завод у Роттердамі потужністю 400 тис. т на рік. Водночас компанія завершує будівництво підприємства з переробки ПЕТ-відходів потужністю 50 тис. т, але вже в Бразилії.

Це не поодинокий випадок, а наслідок загальної кризи європейської хімічної галузі, що формується під впливом:

- високих цін на енергоносії та сировину;
- регуляторного навантаження;
- запровадження карбонового оподаткування;
- ускладнення дозвільних процедур;
- посилення політичного впливу екологічного лобі.

За період 2017-2025 рр. кількість закриттів хімічних підприємств у Європі зростає у шість разів. Загалом втрачено 37 млн т виробничих потужностей і понад 20 тис. робочих місць безпосередньо в галузі, а також близько 89 тис. у суміжних секторах. Найбільших втрат зазнали:

- нафтохімія – 17,8 млн т;
- неорганічна хімія – 11,7 млн т;
- полімерна промисловість – 5,4 млн т;
- спеціальні хімікати – 2 млн т.

Найбільш відчутне скорочення спостерігається в Німеччині, Нідерландах, Великій Британії та Франції.

Європа втрачає інвестиційну привабливість

Обсяги інвестицій у нові виробничі потужності скоротилися на 89% – з 2,7 млн т до лише 0,3 млн т. І навіть ці вкладення переважно надходять від іноземних компаній, які прагнуть розширити свою присутність на ринку ЄС.

Так, наприкінці квітня цього року японська Mitsubishi Chemical інвестувала €100 млн у запуск виробництва оПЕТ-плівок у Вісбадені. Майже одночасно ізраїльська компанія TOSAF запустила новий завод суперконцентратів у Польщі.

Втім, ці проєкти радше демонструють бажання міжнародних гравців закріпитися на європейському ринку, ніж віру в довгострокову конкурентоспроможність європейської промисловості.

При цьому спроби ЄС стимулювати галузь через карбоновий податок і вимоги регламенту PPWR виглядають сумнівно, оскільки багато рішень ухвалюються передусім з екологічних, а не економічних міркувань у межах політики Green Deal.

Ілюзія «зеленої» альтернативи

Показовим прикладом є історія поліетиленфуранату (PEF), який компанія Avantium позиціонує як біобазовану альтернативу ПЕТ.

Матеріал виробляється з цукрової сировини, придатний для промислового компостування й має характеристики, близькі до ПЕТ. Його активно просувають як «екологічний» заміник традиційного поліестеру.



Avantium вже кілька років намагається запустити виробництво ПЕФ у Нідерландах. Перші комерційні партії мали з'явитися ще у 2019 р., однак старт неодноразово переносився. Чергове відтермінування сталося цього року через технічні проблеми з реакторами та трубопроводами, зробленими з титану.

Та попри технічні проблеми й затримки, компанія продовжує отримувати багатомільйонне фінансування, що вкотре демонструє: у ЄС екологічна доцільність інколи переважає над економічною ефективністю.

Боротьба за вторинну сировину

Сукупна потреба ЄС27+3 (включаючи Великобританію, Норвегію та Швейцарію) у ПЕТ для пляшок, листів і плівок становить близько 5 млн т на рік. Виробництво первинного ПЕТ складає трохи більше 2 млн т, а виробництво вторинного ПЕТ (рПЕТ) потроху зростає і десь вже сягає 1,6 млн т. Однак далеко не весь рПЕТ придатний для контакту з харчовими продуктами.

Зростання його виробництва стало можливим завдяки розвитку депозитної системи (DRS), яка вже діє у 12 країнах Європи й невдовзі буде впроваджена ще в дев'яти. Сьогодні рівень збору ПЕТ-пляшок сягає 75% від загального обсягу (3,4 млн т), а до 2030 р. заплановано досягти 90%.

Регламент PPWR додатково стимулює використання вторинної сировини, встановлюючи обов'язкові мінімальні частки рПЕТ у нових пляшках. Наразі запланованих 30% вже досягають Німеччина, Австрія, Швейцарія, Бельгія, Нідерланди, Люксембург та країни Північної Європи. Франція, Ірландія,

Італія, Португалія, Іспанія та Велика Британія досягли рівня 15-25%. Інші країни поки не мають і цих показників.

Зростання попиту на рПЕТ і, відповідно, відмітої сировини для його виробництва призвели до суттєвого їх подорожчання з початку 2024 р. При цьому ціна первинного ПЕТ залишалась суттєво меншою (рис. 1). Ціни почали знижуватися минулої осені, але з початком кризи в Перській Затоці ціна первинного ПЕТ зрівнялася з рПЕТ.

Чому рПЕТ дорожчий за первинний полімер?

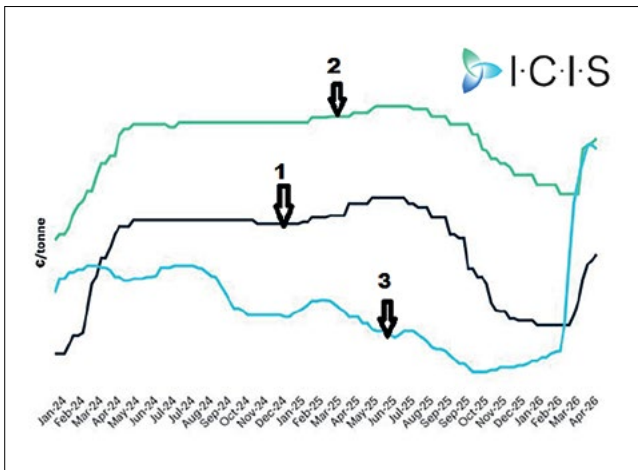
Поширене твердження про те, що відходи – це «цінна сировина», не витримує економічної перевірки.

Виробництво первинного ПЕТ – це відпрацьований за 70 років лінійний процес. Нафтохімічні продукти полімеризуються у великих, вискоелективних реакторах безперервного потоку. Вартість визначається переважно світовими цінами на сиру нафту.

Натомість виробництво рПЕТ – складний багатоетапний цикл. Щоб перетворити брудну викинуту пляшку для води на бездоганний, схвалений FDA/EFSA матеріал, повинен пройти 5-етапний виснажливий, капіталомісткий процес деконтамінації:

1. Збір і логістика. На відміну від нафти, що перекачується трубопроводом, відходи ПЕТ від споживачів (PCR) необхідно фізично збирати з муніципальних контейнерів, сортувати, пресувати та транспортувати на переробний завод. Ця мережа зворотної логістики є дуже трудомісткою та транспортно-місткою. Цей етап суттєво полегшується там, де працює депозитна система.

РИС. 1. ЗМІНА ЦІНИ НА ВІДМІТУ СИРОВИНУ ПЕТ (1), РПЕТ (2) І ПЕРВИННИЙ ПОЛІМЕР (3) ІЗ ПОЧАТКУ 2024 Р.



Джерело: за даними ICIS (Independent Commodity Intelligence Service)

2. Інфрачервоне (NIR) сортування. Тюки містять суміш матеріалів. На підприємствах повинні використовувати багатомільйонні оптичні сортувальні машини ближнього інфрачервоного діапазону, щоб відокремлювати ПЕТ від ПВХ, ПП і непластикових матеріалів. Один шматок ПВХ може зіпсувати цілу партію ПЕТ.

3. Гаряче миття та подрібнення. Відсортовані пляшки подрібнюють на лусочки та піддають агресивному лужному миттю з каустичною содою для видалення клею, етикеток, залишків сировину та бруду. Температура 85-95°C. Для подальшої переробки в сировину для харчової промисловості рівень залишкового забруднення не повинен перевищувати 50-100 ppm.

4. Екструзія та фільтрація розплаву. Чисті пластівці розплавляються. На цьому етапі розплавлений пластик проштовхнутий через фільтри (часто з розміром пор, що дорівнює 50 мікронан), щоб видалити будь-які залишки мікроскопічних домішок, як от алюмінієвий пил або нерозплавлені полімери.

5. Твердофазна поліконденсація (ТПТ) – головний фактор, що впливає на вартість. Це найважливіший і найдорожчий крок. Плавлення пластику руйнує його молекулярну структуру. Крім того, матеріал має бути повністю очищений від будь-яких легких органічних сполук, які можуть мігрувати в їжу. У процесі ТПТ перероблені гранули поміщують у масивний вакуумний реактор і нагрівають до температури трохи нижче точки плавлення протягом 12-24 годин. Це інтенсивне середовище відновлює полімерні ланцюги (відновлюючи їх початкову міцність) і випаровує будь-які залишки органіки.

Фактично виробник платить не за «сміття», а за найсучаснішу технологію механічного та хімічного очищення, що гарантують абсолютну безпеку харчових продуктів.

Хімічний і біологічний ресайклінг: перспективи під тиском бюрократії

Перспективною альтернативою механічній переробці вважається хімічний ресайклінг, який дозволяє працювати зі складнішими потоками відходів.

Лише в лютому 2026 р. Єврокомісія офіційно погодила врахування продуктів хімічного ресайклінгу у балансі вторинної сировини та пообіцяла грантову підтримку.

Втім галузь уже стикається з активним спротивом низки екологічних організацій, які фактично блокують розвиток на пряму.

Схожа ситуація і з ферментативною технологією французької компанії Carbios, що дозволяє переробляти кольоровий, непрозорий і багатшаровий ПЕТ із нижчими вимогами до чистоти. Попри високу технологічну готовність, запуск заводу у Лонгавілі перенесено з 2025 на 2027 р. через бюрократичні бар'єри та суспільний спротив.

Сумнівна ефективність регуляторної політики

Світовий ринок рПЕТ сьогодні перевищує 9 млн т. Основні виробники: Китай – 35%, Індія, Японія та інші країни Азії – близько 30%. Понад 5 млн т використовує пакувальна галузь, але суттєва частина належить термоформованій упаковці.

Європейський ринок має найжорсткіші вимоги до чистоти й походження вторинної сировини, а в баланс по упаковці зараховують тільки рПЕТ, зроблений із PCR. В інших країнах доля технологічних відходів значно вища (до 40%), що полегшує переробку. Крім того, там працюють різні схеми підтримки експортерів, відсутні коштовні дозвільні процедури, немає ваханалій екологічного активізму, внутрішній ринок на відміну від ринку ЄС+3 не стимулює використання рПЕТ з високою чистотою в упаковці.

Це формує суттєву цінову різницю. Наприклад, ціни в першому кварталі 2026 р., до початку операції «Епічна лють», склалися: США – \$1700/т, Китай – \$1355/т, В'єтнам – \$1117/т, Німеччина – \$2040/т, Японія – \$719/т, Саудівська Аравія – \$834/т.

За такого розходження імпорт неминуче знаходить шлях на європейський ринок – через посередників, нові логістичні маршрути або сірі схеми. Особливе занепокоєння викликає ввезення рПЕТ, оскільки контроль за його походженням і якістю залишається складним. У відповідь ЄС вводить антидемпінгові податки проти деяких виробників із Китаю та В'єтнаму, але їх вдавалося обходити за рахунок посередників.

До того ж, використання імпортованого рПЕТ ніяк не стимулює виробництво замкнутого циклу в самій Європі. Тому зараз розглядається можливість впровадження «принципу близькості», згідно з яким збирання, переробка та використання вторинної сировини мають відбуватися в межах території діаметром 1500 км.

Чи витримає Європа власні амбіції?

Сьогодні дедалі більше експертів сумніваються, що показники щодо вмісту вторинної сировини та рівня переробки, закладені в PPWR, будуть досягнуті без суттєвих економічних втрат.

Питання полягає не лише в екологічних амбіціях, а й у тому, чи робить така політика європейську економіку більш стійкою та конкурентоспроможною.

Криза на ринку ПЕТ показує: навіть за наявності численних ESG-ініціатив, Green Deal і регуляторних механізмів Європа не змогла захистити власне виробництво від дефіциту, цінних стрибків і зростання імпортової залежності. Адаже глобальні ринки реагують не на політичні декларації, а на реальний баланс виробництва, логістики та доступності ресурсів.

Ігнорувати реальність можна. Але уникнути наслідків тако-го ігнорування – неможливо.

Павло Замотаєв,
д.х.н., ПП «Хімічна Група Консалтинг»

МОЛОЧНА ІНДУСТРІЯ & МОРОЗИВО



5 листопада 2026 р.
Київ, Україна
Конференц-хол «ДЕПО»

Організатор **MarkoPack**

Офіційний
партнер



Медіа-
партнери

**World
of Food** packaging.com.ua
СВІТ ПРОДУКТІВ

НОВІ ПРАВИЛА ГРИ

Регламент 2026: як косметичним брендам втриматися на полицях?

Українська б'юті-сфера виходить на новий рівень у 2026 р. У серпні чинності набуде Технічний регламент на косметичну продукцію. Згідно з ним усе виробництво має відповідати сучасним встановленим вимогам законодавства, які гармонізують українські стандарти у сфері косметики з європейськими. Регламент – це «фільтр», який залишить на полицях лише тих, хто встиг перебудувати виробництво за європейськими нормами. Ті, хто оберуть стратегію очікування, ризикують отримати штраф у розмірі до 102 тис. грн або й повністю зупинити продажі





5 пасток, які можуть коштувати б'юті-бізнесам часу та грошей

Нові стандарти – це «зелений коридор» для експорту: українська косметика стає легальною в Європейському Союзі без зайвої бюрократії. Але щоб скористатися цими можливостями, важливо не потрапити у типові управлінські пастки:

1. Спроба «врятувати всіх» одночасно. Найбільша стратегічна помилка – хапатися за оновлення документації на весь асортимент одразу. Без чіткої дорожньої карти ресурси розпорошуються, і в результаті до дедлайну не готовий жоден продукт.

2. Відповідальна особа, яка ні на що не впливає. Часто роль контролера призначають формально – «для галочки» в наказі. Але якщо ця людина не інтегрована в процеси і не має реальних повноважень зупинити закупівлю сумнівної сировини чи забракувати партію, підготовка документів перетворюється на імітацію.

3. Ілюзія «купленого» сертифіката GMP. GMP (ISO 22716) – це не гарна грамота на стіні, а щоденна дисципліна. Новий Регламент вимагає, щоб система працювала в реальному часі: ви повинні знати шлях кожного флакона та кожної партії інгредієнтів. Якщо на виробництві GMP існує лише в папці у директора, бренд виявиться беззахисним перед держорганами за першої ж скарги споживача.

4. Творчість маркетологів поза межами закону. Написи на кшталт «100% натурально» або «лікує акне» з 2026 р. стають грубою помилкою, якщо вони не підтверджені лабораторно та не зафіксовані у файлі безпеки (PIF). Те, що раніше вважалося «креативом», тепер стане причиною для вилучення всієї партії з продажу.

5. Управління в стилі «пожежної команди». Чекати на зауваження від інспекторів, щоб почати щось виправляти, – найдорожча стратегія. Виправляти помилки, коли товар

уже заблоковано, а штраф у 100 тис. грн виписано, завжди дорожче, ніж провести внутрішній аудит сьогодні. Недалекглядність тут вимірюється не просто грошима, а втратою репутації та місця на полиці.

Хибним рішенням для компанії буде «латання дірок», коли простими кроками намагаються перекрити великі системні недоліки роботи. Через такий метод витрати компанії подвоюються:

- спочатку через неефективний процес;
- потім за переробку;
- до цього додайте простий, доопрацювання формул, термінове перепакування тощо.

Суцільні мінуси: в процесах і на балансі.

Натомість системний підхід передбачає одноразове інвестування у вибудову процесів так, щоб зменшити кількість критичних помилок у майбутньому.

Як встигнути до впровадження Регламенту?

Вимоги в 2026 р. непрості. Проте їх реально виконати до останнього місяця літа.

Почніть із найпростіших задач, які потрібні були «на вчора»:

1. Проведіть внутрішній аудит: оцініть дистанцію до мети та можливості для втілення стратегії.

2. Призначте відповідальну особу: оберіть фахівця чи команду із повноваженнями та доступом до всіх даних – це буде ваш перший крок до подолання «формальної відповідальності».

3. Визначте пріоритетні позиції SKU: оберіть 20-30% продуктів, які мають основний обіг, і почніть готувати для них PIF та CPSR у першу чергу.

4. Зробіть ревізію виробничих процесів: переконайтеся, що кожен крок створення продукту фіксується не для звіту, а по факту. Це допоможе знайти слабкі місця в контролі якості ще до того, як їх виявить офіційна перевірка.

Ці пункти сформують фундамент, на якому ви зможете впровадити новий регламент без криз.

Стратегічні кроки

Вони потребують часу на впровадження й адаптацію команди. Стратегічні кроки такі:

1. Сформуєте календар впровадження SOP (стандартних операційних процедур): протокол контролю змін, управління рекламациями та відкликання продукції.

2. Перегляньте маркування: адаптація етикеток, які будуть унікальні написів на кшталт «100% натурально» чи «має лікувальний ефект». Вони можуть перекреслити всю пророблену над продуктом роботу.

3. Проведіть навчання персоналу з GMP: розуміти необхідність дотримання стандартів і їх суті має стати частиною корпоративної культури. Від робітників залежатиме системний підхід і якісне виконання поставлених задач.

4. Впорядкуйте архів: упорядкована технічна документація стане перевагою при зовнішніх і внутрішніх перевірках.

Серпень цього року – це не лише дедлайн, а й можливість вийти на нові ринки й перетворити регуляторні зміни на «місце на полицях» європейських ритейлерів.

Почніть із внутрішнього аудиту вже цього тижня: він покаже реальну дистанцію до мети. І дійте системно, щоб зайти в осінь 2026-го з готовими контрактами, а не з кризовим планом порятунку.

Надія Ділай,

PhD у фармації та керівна партнерка ED Cosmetics



INTERPACK 2026 СТАЛА ГЛОБАЛЬНИМ СИГНАЛОМ ДЛЯ ГАЛУЗІ

Світова пакувальна індустрія прискорює трансформацію

interpack 2026 дала змогу по-справжньому відчувати енергію всієї галузі. Виставка знову стала глобальним місцем зустрічі індустрії переробки та пакування й переконливо продемонструвала, наскільки активно трансформація вже впроваджується у технологіях, матеріалах і виробничих процесах

Масштаби події

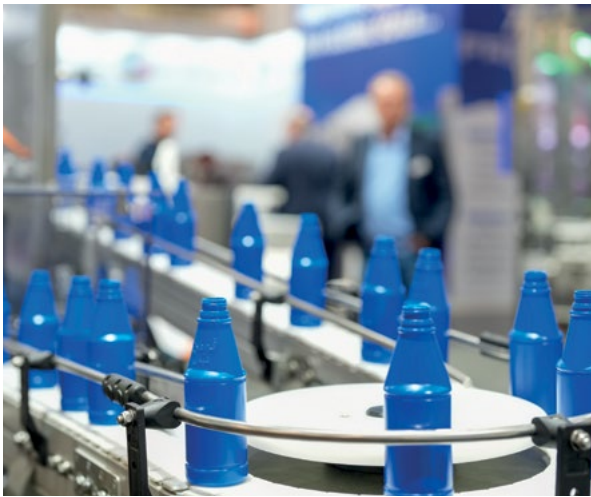
interpack 2026 засвідчила чітку тенденцію: пакувальна індустрія стала більш інтегрованою, інноваційною та орієнтованою на діалог, ніж будь-коли раніше. Цей імпульс одразу відчувався у виставкових павільйонах. Великий потік відвідувачів, насичені дискусії та стабільно висока міжнародна присутність формували атмосферу заходу. Усюди відчувалася рішучість компаній працювати над рішеннями для майбутнього. Тут обговорювали ідеї, тестували нові підходи та ухвалювали бізнес-рішення. Весь ланцюжок створення вартості був продемонстрований наживо.

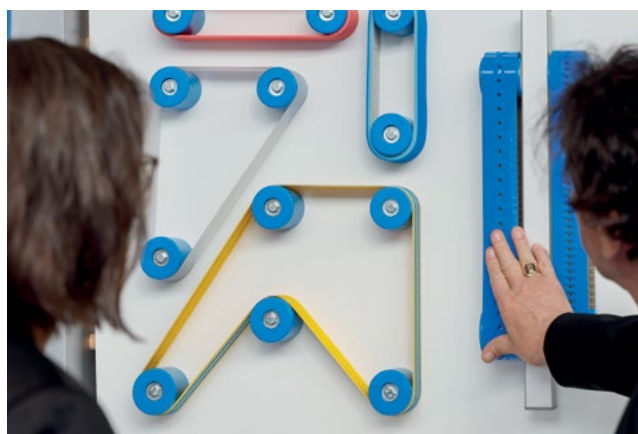
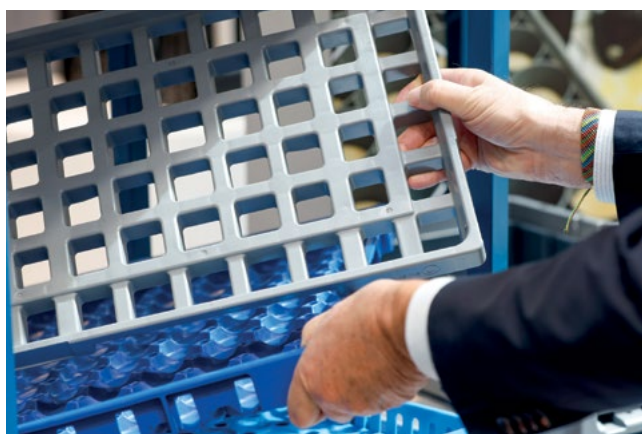
Із 7 по 13 травня у Дюссельдорфі на повністю заповненому виставковому комплексі зібралися 2 804 експоненти із 65 країн і профільні відвідувачі зі 161 країни світу. Серед усіх відвідувачів 75% прибули з-за меж Німеччини, зокрема 28% – з-за меж Європи. Близько 100 компаній були додатково представлені на components – паралельній виставці постачальників.

Таким чином, interpack 2026 стала найбільшою за кількістю експонатів за всю свою історію, що лише підтвердило відчуття, яке панувало у павільйонах: це була подія виняткового масштабу та впливу.

«Це була interpack найвищого рівня. Заповнені павільйони, інтенсивний обмін і конкретні проекти продемонстрували силу цієї глобальної спільноти. interpack є найважливішим місцем зустрічі галузі у світі, і цього річчя виставка це яскраво підтвердила», – заявив директор interpack Томас Доде на урочистому закритті заходу.

Протягом семи днів у центрі уваги перебували конкретні рішення та партнерства. Численні дискусії переросли у проекти та інвестиційні рішення. Виставка вкотре підтвердила свою роль провідної платформи світової індустрії переробки та пакування – завдяки потужній відвідуваності, зокрема з боку представників харчової та фармацевтичної галузей, а також високій концентрації провідних і інноваційних постачальників.





Зростання ринку – галузь під тиском

interpack 2026 проходила в умовах глибокої трансформації галузі. Попит на паковану продукцію продовжує зростати, однак вимоги до матеріалів, виробничих систем і структур постачання кардинально змінюються. Однією з ключових тем виставки став Європейський регламент щодо пакування та паковальних відходів (PPWR – Packaging and Packaging Waste Regulation), який у багатьох аспектах є переломним для галузі.

interpack переконливо продемонструвала: компанії реагують на ці виклики не ізольовано, а системно. Експоненти представили рішення, у яких матеріали, обладнання та процеси дедалі більше розглядаються комплексно й узгоджуються між собою. Саме у такий спосіб interpack підтверджує свою роль економічного драйвера галузі: тут запускаються проєкти, готуються інвестиції та формується новий економічний імпульс.

Системи, матеріали, компетенції

Автоматизація, рішення на основі даних і гнучкі концепції організації виробництва вже стали частиною промислової практики й були представлені на interpack як реальні приклади smart manufacturing. У сфері матеріалів акцент було зроблено на інноваційних рішеннях, які ефективно працюють у реальних умовах і відповідають регуляторним вимогам. Навички та кваліфікації майбутнього стали особливо відчутними там, де системи, керовані даними, потребують нових компетенцій у виробництві. Особиста взаємодія, спільний досвід і відкритий діалог надали interpack особливої насиченості та живої енергії.

Спеціальні програми як додатковий імпульс розвитку

interpack також розставила важливі акценти за межами виставкових стендів. Розширені спеціальні програми доповнили

виставкову діяльність і відкрили нові перспективи. interpack Spotlight Forum, SAVE FOOD Expert Talks, Women in Packaging, Start-up Zone та Young Talents Day продемонстрували, наскільки широко сьогодні в галузі обговорюється трансформація – від технологій і сталого розвитку до різноманіття, стартап-культури, підтримки молодих фахівців, кваліфікації та навичок майбутнього.

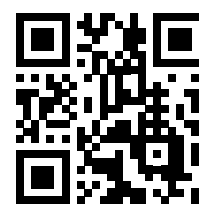
Після завершення interpack 2026 залишається значно більше, ніж просто успішна виставка. Це виразний сигнал: галузь стикається з масштабними викликами та відповідає на них інноваційним потенціалом, кооперацією і прагненням активно формувати майбутнє. Особливе поєднання високої міжнародної концентрації, технічної глибини та відчутного духу нового старту стало визначальною рисою цієї interpack.

Наступна interpack відбудеться у 2029 р. Дату проведення буде оголошено найближчим часом.

Прес-відділ interpack



Відгуки учасників та партнерів про interpack 2026



www.interpack.com



1 Закрити без скотчу
інтегровано в конструкцію



2 Відкрити без ножа
інтегровано в конструкцію



3 Повернути
інтегровано в конструкцію

КОРИБКА ВЖЕ МІСТИТЬ РІШЕННЯ ДЛЯ ЗАКРИТТЯ, ВІДКРИТТЯ І ПОВЕРНЕННЯ

Сучасна упаковка — частина сервісу

Для інтернет-магазинів та фулфілмент-центрів упаковка вже давно стала чимось більшим, ніж просто тарою. Вона безпосередньо впливає на швидкість збирання посилок, кількість ручних операцій на складі та перше фізичне враження клієнта від бренду. Формат E-commerce інтегрує потрібні рішення в саму конструкцію: клейову смугу для швидкого запечатування, відривну стрічку для розпакування без ножа та додаткову клейову смугу для зручного та швидкого повернення товару.

Що виграє бізнес

Класичне пакування потребує окремого обклеювання кожної коробки скотчем. Якщо для одного відправлення це невисокі часові витрати, то в масштабах потоку тисячі таких маніпуляцій перетворюються на години рутинної роботи. Самозбірне дно оптимізує цей процес: плоска заготовка миттєво розкладається в готову коробку, а клейова смуга виключає зайву операцію зі скотчем. Отже, упаковка для e-комерс заощаджує ваші гроші та час, а відмова від скотчу робить цей процес безпечнішим.

Що отримує бізнес:

- ◆ **мінімум ручних операцій:** процес пакування стає швидшим та простішим;
- ◆ **естетичний вигляд:** коробка виглядає акуратно, без хаотичних шарів скотчу;
- ◆ **стабільність у пікові періоди:** склад легко справляється з високим навантаженням;
- ◆ **самозбірне дно:** миттєве збирання коробки в один рух.

Що відчуває клієнт:

- ◆ **безпечне розпакування:** відкриття без ножа та ризику порізатися;
- ◆ **захист вмісту:** мінімальний ризик випадково пошкодити товар під час відкриття завдяки відривній смугі;
- ◆ **лояльність до клієнта:** зручний і зрозумілий сценарій швидкого повернення або обміну відправлення;
- ◆ **вау-ефект:** бездоганне перше враження покупця від Вашого бренду.

1. Склад

Самозбірне дно + клейова смуга — швидке пакування без скотчу

2. Доставка

охайний вигляд під час транспортування

3. Відкриття

клієнт просто тягне стрічку — без ножа

4. Повернення

друга клейова смуга дозволяє закрити відправлення знову

E-com-упаковка — це не просто коробка, а частина швидкості, безпеки та клієнтського досвіду.

ПРЕЗЕНТАЦІЯ E-com-УПАКОВКИ

Скануйте QR-код, щоб переглянути презентацію з прикладами конструкцій, E-com-стрічки та сценаріїв використання для бізнесу.





«НАПОЇ УКРАЇНИ. СНЕКИ 2026»: ПРАКТИЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ РИНКУ, ЩО ЗМІНЮЄТЬСЯ

За результатами конференції

2 квітня в Києві відбулася галузева конференція «Напої України. Снеки 2026», яка цього року змінила сезон проведення, але зберегла головне – свою роль ефективного майданчика для об'єднання професіоналів індустрії. Подія зібрала понад 310 учасників – представників виробників напоїв і снеків, постачальників технологій, пакування та інгредієнтів, а також експертів ринку

Тренди та інновації: куди рухається ринок?

Конференція вкотре підтвердила: у час стрімких змін галузь потребує не лише аналітики, а й конкретних рішень. Саме тому програма заходу була максимально прикладною – із фокусом на інструментах, які бізнес може впроваджувати вже сьогодні.

У центрі уваги – ключові тренди ринку безалкогольних напоїв, інноваційні підходи до зниження вмісту цукру, розвиток функціональних продуктів та нові категорії, що лише формуються.

Значний інтерес викликали теми альтернативних інгредієнтів, зокрема функціональних грибів, а також поява безалкогольних напоїв із новими сенсорними властивостями.

Технології, які формують якість

Окремий блок було присвячено технологіям виробництва та якості. Учасники обговорили керовану мінералізацію води як інструмент стабілізації продукту, сучасні рішення для виробництва квасу як функціонального напою, а також підходи до контролю безпечності харчової продукції. Не менш актуальними стали питання відповідності європейському законодавству щодо ароматизаторів і добавок, що безпосередньо впливає на українських виробників.

Ефективність і пакування як конкурентна перевага

Важливе місце у програмі зайняли теми ефективності виробництва: модернізація ПЕТ-ліній, енергоефективність, технічний аудит обладнання та практичні рекомендації щодо



його обслуговування. Особливу увагу приділили упаковці – як інструменту створення доданої вартості. Йшлося про цифровий друк, функціональність і преміальність етикетки, а також роль сучасних технологій у забезпеченні харчової безпеки.

Нові можливості для бізнесу

Не обійшли увагою й питання розвитку бізнесу в нових умовах – зокрема можливості співпраці з державою та постачання продукції для ЗСУ, а також використання штучного інтелекту для глибшого розуміння споживача та створення емоційної цінності продукту.

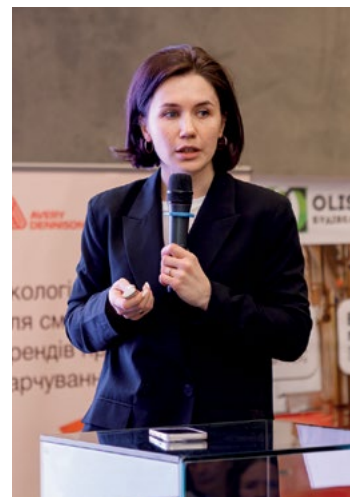
Снекові стартапи: досвід, який варто почути

Снековий сегмент став окремою точкою тяжіння конференції. Під час круглого столу «Снекові стартапи: від ідеї до полиці»

учасники поділилися реальними кейсами виходу на ринок, обговорили типові помилки під час масштабування та виклики, пов'язані з проходженням аудитів торговельних мереж. Ця дискусія стала особливо цінною для компаній, що перебувають на етапі розвитку або запуску нових продуктів.

Цінність поза сценою

Додаткову практичну цінність заходу забезпечили виставкова та експо-зони, де учасники могли ознайомитися з актуальними рішеннями, технологіями та продукцією від таких компаній: «Есаром Україн», Konica Minolta Ukraine, Avery Dennison, «БАЗИС», «Хімлаборреактив», «Ріббон ЮА», «Мегатрейд», «Памір Сервіс», «МЕГА ТЕХНІЧНА КОМПАНІЯ», «ІНДЕКС-6 Україна», «Сілекс-Пром», JUSTPACK, Fornit®, OLIS-GROUP & SICA, «УКР-БІО», «Макрохім», «КУК-Україна», BauExpert, Greebz, Kaeser,



uTRIGG, «ВЕНД», «САНФІЛЛ» (TM SUNFILL), «Прайм Снек» (TM SnEko), Naturovy, Vandrink, «Новгород-Сіверський сирзавод».

Це створило можливості для безпосереднього діалогу, пошуку партнерів і налагодження нових бізнес-зв'язків.

Організатор заходу – Marko Pack.

Генеральний партнер – «Есаром Юкрейн».

Ексклюзивний водний партнер – ТМ «Моршинська».

Преміум-партнер – ТД «Біола».

Партнери – «Мономах» (TM LOVARE), «Волинський Бровар», Carlsberg Ukraine, «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «Екона» (TM Hokkaido club), Smart Snack (TM Funny Sheep), HD-Group, Frango, «САНФІЛЛ» (TM SUNFILL), BRAIN BOX, TM RUTERA.

Інформаційні партнери – журнал «Світ Продуктів», packaging.com.ua, Favorite Food & Drinks, TATFOOD.

Конференція «Напої України. Снеки 2026» підтвердила свій статус події, де формуються не лише професійні зв'язки, а й бачення майбутнього галузі. Концентрація практичних знань, живих дискусій і реальних кейсів зробила цей день точкою перезавантаження для учасників.



ТУРИ
НА РИБОЛОВЛЮ
В УСЬОМУ СВІТІ ТА ПОЛЮВАННЯ



063 342 56 56 • 066 342 56 56
www.mega-tour.org



Журі конкурсу



НАТАЛІЯ БЛАГОПОЛУЧНА



ЮЛІЯ ПРОХОДА



НАТАЛІЯ БУРЛАЧЕНКО



ІГОР БІЛОВ



НАТАЛІЯ БУРЛАКОВА-ГРИЦАЙ



ВАЛДИМ ГУРОВ



МИКОЛА БЛАГОПОЛУЧНИЙ



АНАСТАСІЯ ЧУРБАНОВА



ВАЛЕРІЯ ЮРЛОВА



АЛБІНА КУДРЯВЦЕВА

ЕТИКЕТКА, ЩО ВІДКРИВАЄ ЦІННІСТЬ БРЕНДУ

BEST WINE & BEVERAGE LABEL 2026

Стартує Перший Міжнародний конкурс етикетки для напоїв

4 червня 2026 р. в Києві, у рамках 12-ої конференції Packaging Innovations, відбудеться Перший Міжнародний конкурс BEST WINE & BEVERAGE LABEL 2026. Подія стане професійним майданчиком для презентації та оцінки найкращих рішень у сфері етикетки для вина та іншої алкогольної продукції

Мета конкурсу

Конкурс покликаний привернути увагу до ролі етикетки як важливого інструменту комунікації бренду, що поєднує дизайн, інформативність, технологічність і відповідність сучасним європейським вимогам до маркування.

Подія об'єднає виробників напоїв, поліграфічні підприємства, постачальників пакувальних матеріалів, дизайн-студії та брендингові агенції, які формують сучасний вигляд продукції на ринку.

Фокус – на інноваціях і конкурентоспроможності

Участь у BEST WINE & BEVERAGE LABEL 2026 відкриває для компанії можливість посилити впізнаваність бренду серед професійної аудиторії, отримати додатковий інформаційний привід для просування продукції та здобути незалежну експертну оцінку.

Окрему увагу організатори приділяють готовності пакування до виходу на ринки Європейського Союзу. Саме тому серед ключових критеріїв оцінювання – відповідність сучасним тенденціям дизайну, функціональність етикетки та якість технологічного виконання.

Хто оцінюватиме роботи?

До складу журі запрошені експерти з виноробства, виробництва алкогольних напоїв, брендингу, дизайну та пакувальних технологій.

Організаторами конкурсу виступають:

- компанія Marko Pack;
- Всеукраїнська асоціація виноробів і сомельє;
- Асоціація кавістів України;
- Перша в Україні Школа сомельє «Майстер-клас».

Партнер заходу – компанія Avery Dennison.

Більше про роботу конкурсу за QR-кодом





ВПЕВНЕНЕ МАЙБУТНЄ З DOW



The Dow Chemical Company (Dow) – багатогалузева хімічна компанія

Ми використовуємо досягнення науки і техніки для створення наукоємних матеріалів та рішень на благо прогресу людства.

Надійні та передові технології, інтегровані активи і світова присутність дозволяють компанії Dow пропонувати широку лінійку продуктів для вирішення глобальних проблем.

Плаستي та пакування

Споживчі товари

Кабельна промисловість

Будівництво

Інфраструктура

Нафтогазова галузь

Dow Europe GmbH

Більш детальна інформація про діяльність Dow в Україні та СНД представлена на сайтах: www.dow.ua , www.dow.com

®™ Торгова марка компанії The Dow Chemical Company («Dow») або дочірньої компанії Dow



Рішення сталого розвитку у галузі етикеток задля створення довготривалих змін для планети, одночасно підтримуючи сутність бренду

