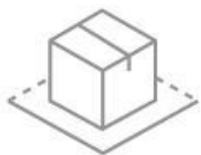




ГОТЭК
ПОЛИПАК


Скрытые драйверы развития упаковки

Неочевидные потребности





29 февраля 2024 г. сформирован Дивизион пластики ГП Готэк

- Состав:
 - Готэк-Полипак **Арамилъ**
 - Готэк-Полипак **Железногорск**
 - Готэк-Полипак **Переславль**
 - Команда – **750 человек**
 - Выручка 2023г. – **12 млрд руб.**
 - Мощности дивизиона – **40 тыс. тонн в год**
 - География заводов позволяет осуществлять поставки по **большей части территории РФ**
-  Склады заводов всей ГП Готэк уникальные **ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ**





Дивизион пластики ГП Готэк

Доля рынка гибкой потребительской упаковки РФ



Технологические возможности дивизиона		Железногорск	Арамиль	Переславль
Производство РЕ (полиэтиленовой) пленок	Многослойная, в т.ч барьерная	✓	✓	
Печать поверхностная, межслойная	Флексо	✓	✓	✓
	Рото		✓	✓
Ламинация	Сольвентная и бессольвентная	✓	✓	✓
Отделки	Зональное лакирование, индивидуальное кодирование, Data Matrix, перфорация, в т.ч. лазерная, холодный клей и пр.	✓	✓	✓
Резка		✓	✓	✓
Пакетное оборудование	Многопрофильные решения		✓	✓



RosUpack 2024/

Скрытые драйверы развития упаковки

Продукты дивизиона Готэк-Полипак

Пленки PE
(полиэтиленовые)
без печати -
мультипак, stretch
hood, барьерные,
защитные



Пленки PE 1,5-3метра
широкоформатные
с печатью

Пленки
многослойные с
печатью



Пакеты различной
конфигурации



Традиционные факторы, влияющие на развитие упаковки, формируют не самый эффективный профиль отношений между производителем и потребителем

Совершенствование технологии
производства сырья

Модернизация
производственного
оборудования

Конкуренция на рынке
производителей ГУМ

Конкуренция продуктов на
потребительском рынке

Требования торговых сетей

Законодательство



- Сотрудничество на самом деле – конкуренция за доход
- Продукт развивается от возможностей, а не от потребностей
- Продукт узкопрофильный, он упрощается и/или деградирует
- Отношения выстраиваются в основном на уровне коммерческих служб
- Ограничения воспринимаются как запрет, а не как возможность
- Требования – часто ультиматум не имеющий решений

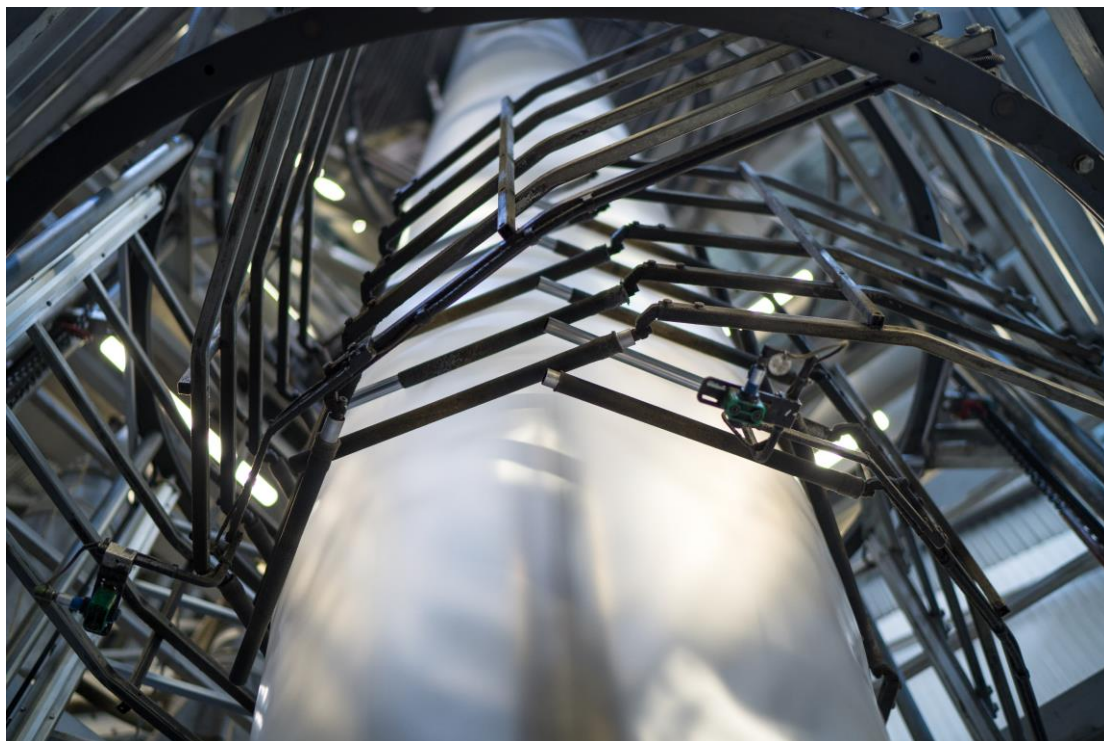


RosUpack 2024/

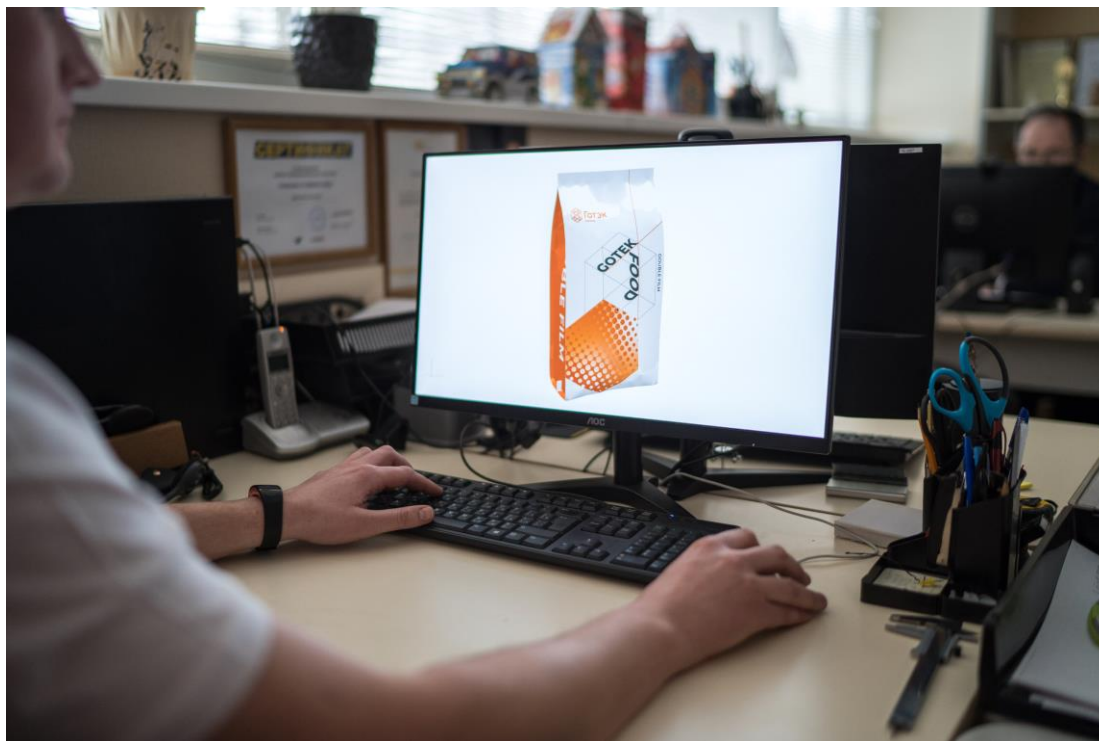
Скрытые драйверы развития упаковки

Неочевидные потребности

Кто ваш поставщик?



Просто производитель упаковки



Эксперт в упаковке



Индустрия упаковки – это производители упаковки или эксперты в упаковке? « ... к пуговицам претензии есть?»

Жизненный цикл упаковки



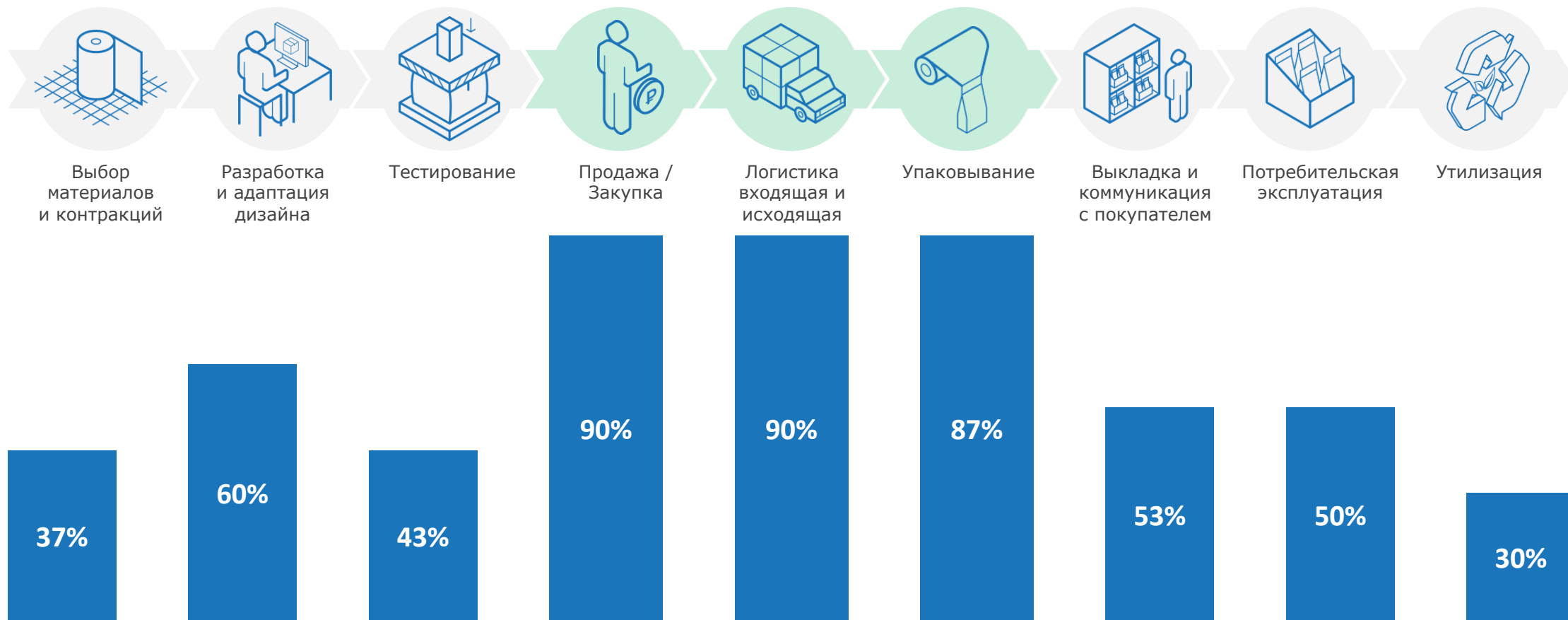
Интегральная оценка использования потенциала каждого этапа по 4-м критериям:

- Выделенный ресурс с фокусом деятельности на этап ЖЦ
- Уровень компетенций на каждом этапе ЖЦ
- Уровень межфункционального сотрудничества (сопротивления) внутри организации
- Уровень сотрудничества (сопротивления) с контрагентом (поставщик/потребитель)



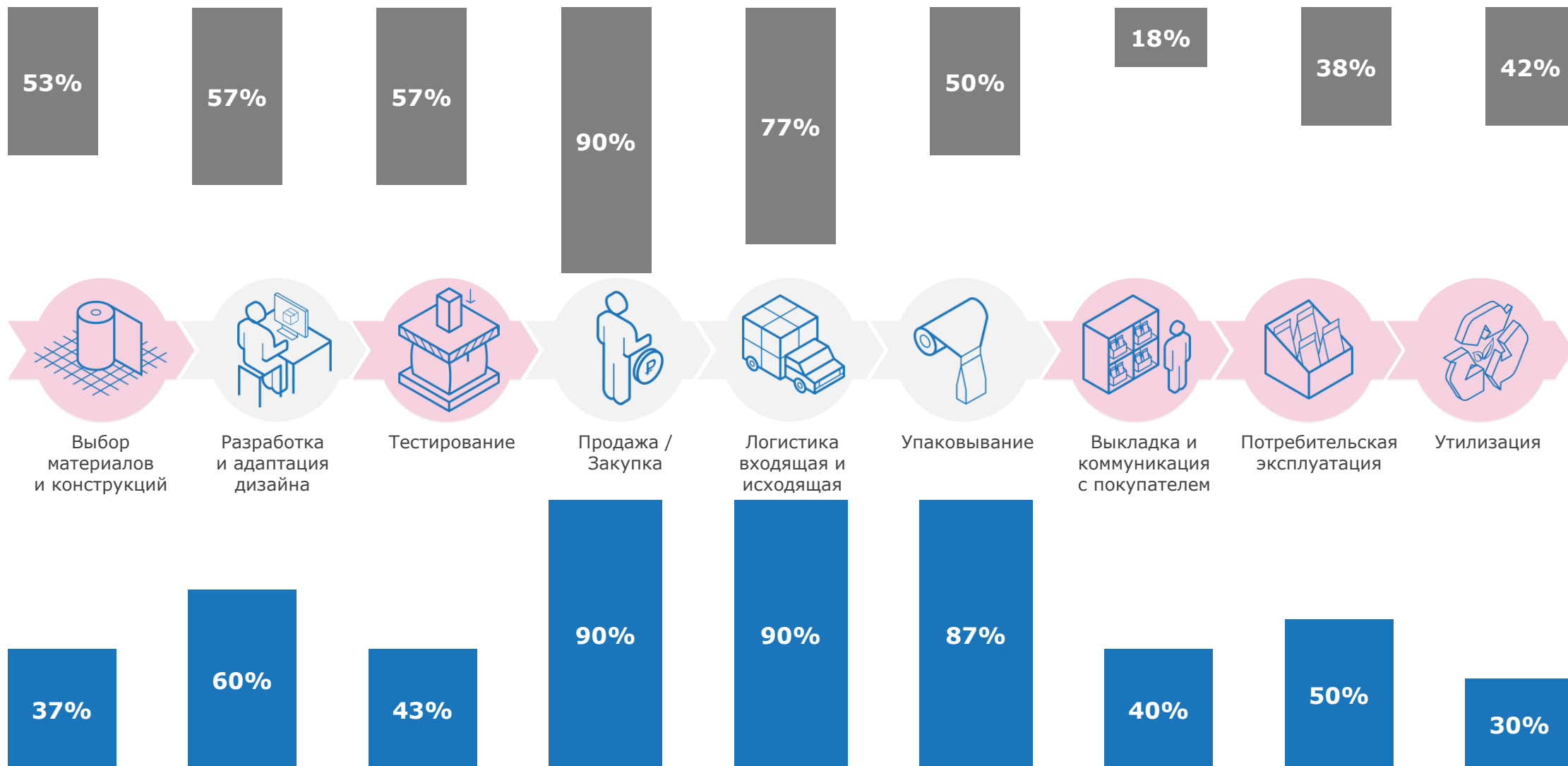
Интегральная оценка использования потенциала каждого этапа ЖЦ потребителями упаковки

Жизненный цикл упаковки





Интегральная оценка использования потенциала каждого этапа ЖЦ Потребителями и Производителями упаковки. Разрывы.





Потенциал этапов «Подбор материала и конструкций» + «Тестирование УР» Создание сбалансированного упаковочного решения

Способы закрытия разрывов:

- Выделенный ресурс на этап
- Высокие компетенции в области материалов, конструкций и функций упаковочных решений
- Наличие инструментов, методик и оборудования для разработки и балансировки функций упаковочного решения
- Беспрепятственный канал коммуникаций
- Отсутствие барьеров на всех этапах разработки



Что это даст?

- В разы быстрее разработка и/или модернизация упаковочного решения
- Нет срывов вывода нового продукта
- Снижение удельных затрат на единицу
- Повышение эффективности процесса упаковывания
- Снижение потерь продукта
- Закрытие дефицита кадров и компетенций



Потенциал этапов

«Разработка и адаптация дизайна» и «Выкладка и коммуникация с покупателем»

Усиление продающей способности

Способы закрытия разрывов:

- Выделенный ресурс на этап
- Высокие компетенции в области материалов, конструкций и функций упаковочных решений
- Наличие инструментов, методик и оборудования для разработки и балансировки функций упаковочного решения
- Беспрепятственный канал коммуникаций
- Отсутствие барьеров на всех этапах разработки



Что это даст?

- Достижение целевого уровня продаж
- Привлечение внимания покупателя и стимулирование покупки
- Помощь покупателю в поиске продукта на полке
- Дифференциацию продукта в конкурентной среде
- Позиционирование продукта на полках торговых точек
- Информирование покупателя о свойствах и преимуществах продукта



Потребности которые мы не замечаем, неочевидны, но закрытие их способно сделать потребителя упаковки более успешным и изменить упаковочную индустрию

Упаковка для ваших продуктов может и должна быть более функциональна, процессы эффективнее, а ваши сотрудники результативнее. Мы уверены это профессиональная задача производителей упаковки

Потребитель упаковки имеет право на получение экспертной поддержки на всех этапах жизненного цикла упаковочного решения, не отвлекая силы от основной деятельности



Производитель упаковки должен оказывать экспертную поддержку на всех этапах жизненного цикла и покрывать разрывы в непрофильных компетенциях своих клиентов

Кто он, Ваш поставщик упаковки?

Благодарю за внимание

Алексей Дунат

Заместитель генерального директора –
директор дивизиона Пластики
АО «Управляющая компания группы
предприятий «Готэк»

www.gotek.ru



Узнайте про наш подход к
созданию сбалансированного
упаковочного решения
www.4th-dimension.info

8 (800) 770-00-03
hotline@gotek.ru