

**СИБУР**

# Полимерная упаковка в интересах индустрии напитков

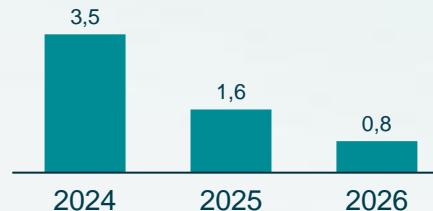
Дивизион  
**Жесткая Упаковка**

Ярослав Стриганков  
Маргарита Васильева  
Январь 2026

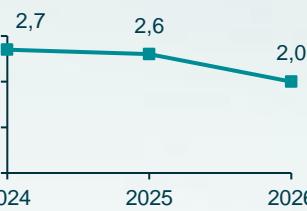


# Макросреда. Динамика продаж пищевых продуктов и напитков замедляется на фоне уменьшения доходов населения

## Оборот розничной торговли, %



## Реальные располагаемые доходы населения, %



## Факт и ожидания по натуральным продажам пищевых продуктов и напитков, %



## Динамика промышленного производства, %

Показатель	11 мес. 2025
Индекс промышленного производства	+0,8%
• Производство пищевых продуктов	-1,6%
• Производство напитков	-4,6%
• Производство молока	+0,7%
• Соки	-0,9%
• Пиво	-1,2%

## Динамика расходов потребителей на продовольственные товары, млрд руб.



## Динамика продаж по категориям в FMCG (6мес'24 / 6мес'25) в упаковке, %



- Рост реальных располагаемых доходов населения по итогам 2025 г. составил 2,6%, в 2026 г. ожидается замедление роста
- Наблюдался замедление роста натуральных продаж пищевых продуктов и напитков в 2025 г., в 2026 г. также ожидается замедление динамики
- Динамика промышленного производства за 11 месяцев 2025 г. показывает разноплановые значения: б/а напитки, пищевая продукция, соки и пиво показывают снижение к аналогичному периоду прошлого года, в то время как молоко показывает прирост
- Сохранение высокой ключевой ставки приводит к снижению спроса в ключевых отраслях потребления, при этом, укрепившийся курс рубля и низкая операционная эффективность всей производственной цепочки дополнительно снижают конкурентоспособность отечественной продукции. Развитие переработки (и увеличение загрузки мощностей) в РФ в текущих условиях реализуемо за счет усиления конкуренции, повышения производительности труда всей цепочки (для борьбы с импортными готовыми изделиями), развития компетенций по экспорту готовых изделий

# Ключевые тренды потребления в сегменте напитков в 2025 и 2026 году



Тренд холодных напитков: конечные потребители с газированных напитков и соков **переключаются на бутилированную воду**



Активно развивается сегмент прохладительных напитков **без сахара**



На фоне стабилизации покупательского оптимизма **интерес к теме ЗОЖ** начинает восстанавливаться



Существенный рост показывает **категория безалкогольного пива**



Инновационные вкусы и ингредиенты: потребители ищут **смелые и необычные сочетания**, включая «кисло тропические» фрукты, а также напитки с азиатскими мотивами



# Ключевые вызовы для упаковки в сегменте напитков в 2025 и 2026 году

Ввод поэкземплярного учета в рамках проекта **Честный Знак**:



- Пиво и с/а напитки: введен ПЭУ в сентябре 2025г.
- Бутилированная вода: планируется ввод ПЭУ в марте 2026г
- Молочная продукция (с.г. более 40 дней): планируется ввод ПЭУ в ноябре 2026г



**Дополнительное увеличение акциза на сахар до 11 руб./л.  
(+10%) в 2026г**



**Расширенная ответственность производителя**, пересмотр базовых ставок и коэффициентов на 2026г, удорожание готовых изделий



**Увеличение НДС до 22%**

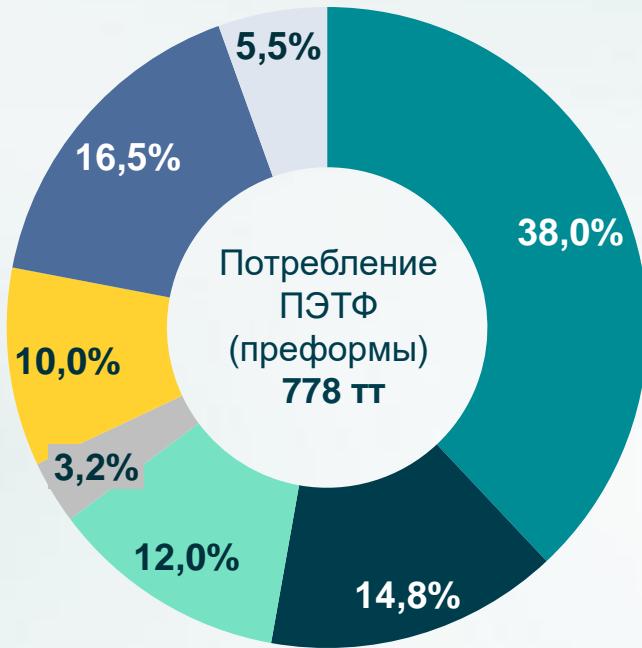


**Закон о запрете продажи безалкогольных тонизирующих напитков детям до 18 лет, ограничение времени и места на региональном уровне**

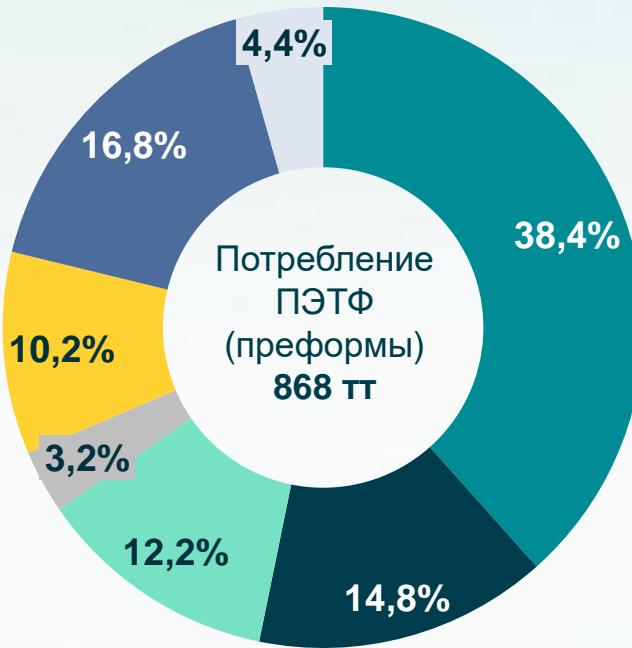


# Динамика потребления ПЭТФ-преформы в 2024 и 2025 годах

2024



2025



- В 2025 году заметен небольшой рост потребления ПЭТ-преформы в сегментах **Вода, Соки, Газированные б/а напитки, Молоко и йогурты**
- Потребление ПЭТ-преформы в сегментах **Пиво и Масло** находится на плато
- Заметно небольшое снижение потребления ПЭТ-преформы в сегменте **Бытовая химия** за счет отрицательного органического роста в категории

■ Вода ■ Пиво ■ Молоко и йогурты ■ Масло ■ Соки ■ Газ б/а напитки ■ Быт. хим.

# Доли упаковочных материалов в подсегментах в 2025г



Стекло Алюминий ПЭТФ



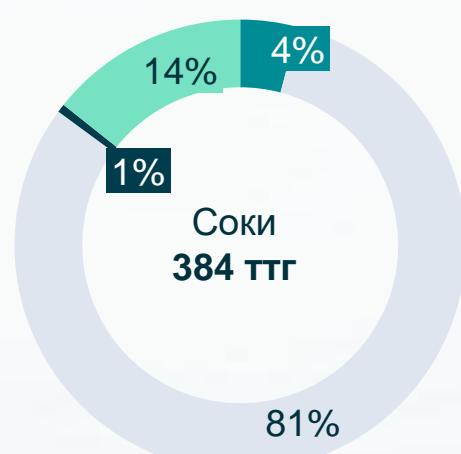
Стекло Алюминий ПЭТФ



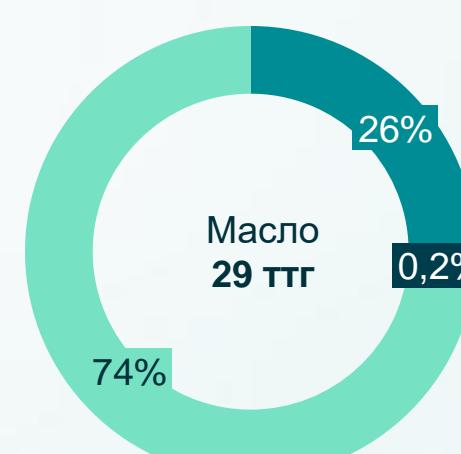
Алюминий ПЭТФ Стекло



ПЭТ бутылка Тетра-пак (Gable Top Liquid Cartons)  
ПЭ канистра Тетра-пак (Brick Liquid Cartons)  
Асепт. упаковка Тетра-пак (Shaped Liquid Cartons)



ПЭТФ Асепт. упаковка Алюминий Стекло



Стекло Алюминий ПЭТФ

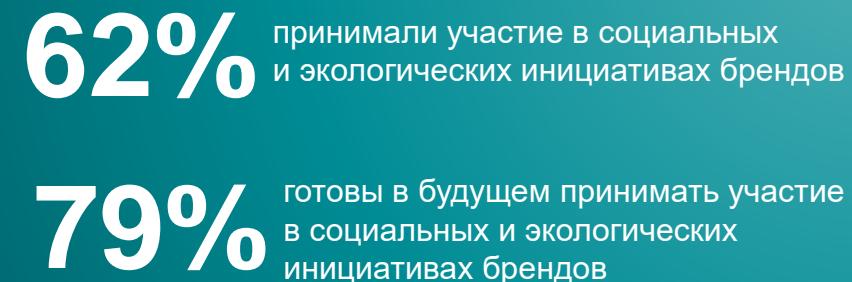
# КАЖДЫЙ ВТОРОЙ РОССИЯНИН УЧИТЫВАЕТ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БРЕНДА ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРА

## ДЛЯ ПОЛОВИНЫ РОССИЯН ПРИ ВЫБОРЕ ТОВАРОВ ВАЖНА СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА



## ЭКОЛОГИЧНАЯ УПАКОВКА ОСТАЕТСЯ КЛЮЧЕВЫМ МАРКЕРОМ УСТОЙЧИВОГО ТОВАРА ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ, ЗНАЧИМОСТЬ КРИТЕРИЯ НЕ МЕНЯЕТСЯ С 2023 ГОДА

### На товары с какими устойчивыми атрибутами обращают внимание во время совершения покупки



# БОЛЕЕ 90% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОТОВЫ ПОКУПАТЬ В УПАКОВКЕ С ВОВЛЕЧЕНИЕМ ПЕРЕРАБОТАННОГО ПЛАСТИКА

## Отношение респондентов к вторсырю в пластиковой упаковке продуктов питания



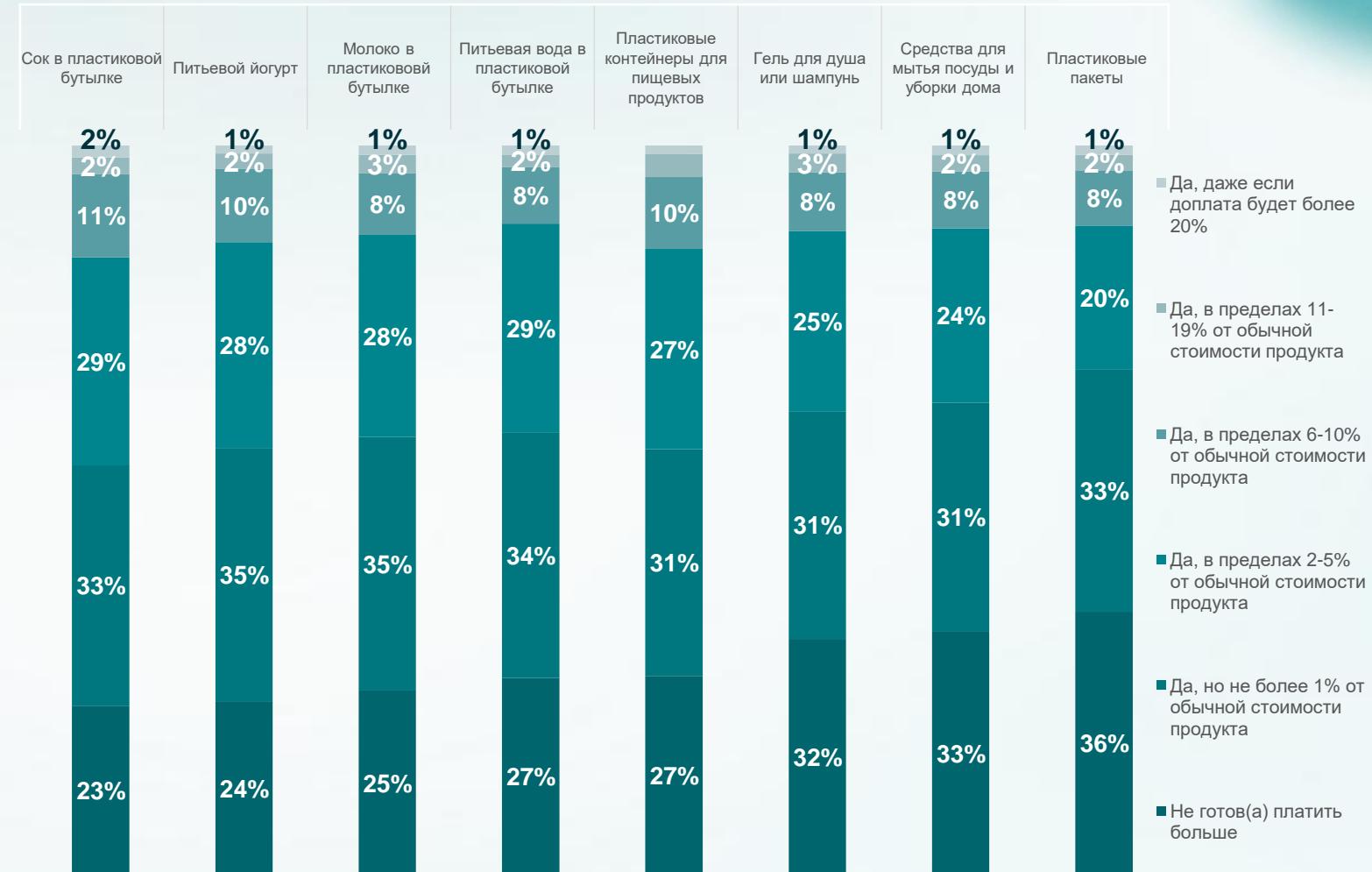
Положительное, так как это помогает экологии

Нейтрально, не влияет на решение о покупке

Настораживает, но готов(а) покупать, если есть подтверждение безопасности, так как это помогает экологии

Опасаюсь и не готов(а) покупать, даже если есть подтверждения безопасности

# 3/4 КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОТОВЫ ДОПЛАЧИВАТЬ ЗА УПАКОВКУ с вовлечением переработанного пластика в различных категориях



\*Исследование «Отношение потребителя к экологичной упаковке», СИБУР и Nielsen, ноябрь 2024

RUPLASTICA 2026

# VIVILEN – ИННОВАЦИОННЫЙ БРЕНД ПОЛИМЕРОВ

с вовлечением переработанного пластика для производства экологичной упаковки



rPET

## Пищевое применение



rPO

## Непищевое применение

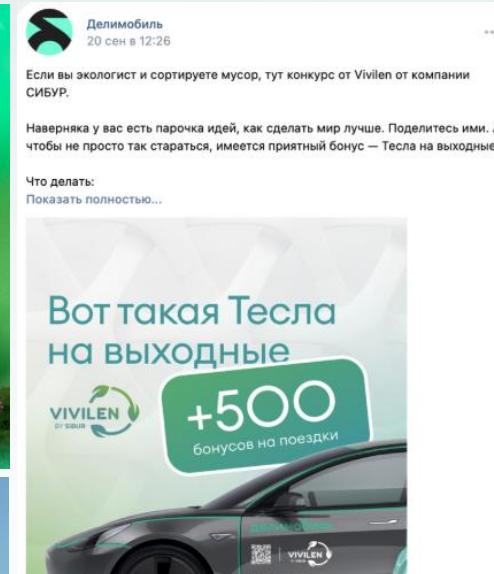


rPS

## Предметы интерьера



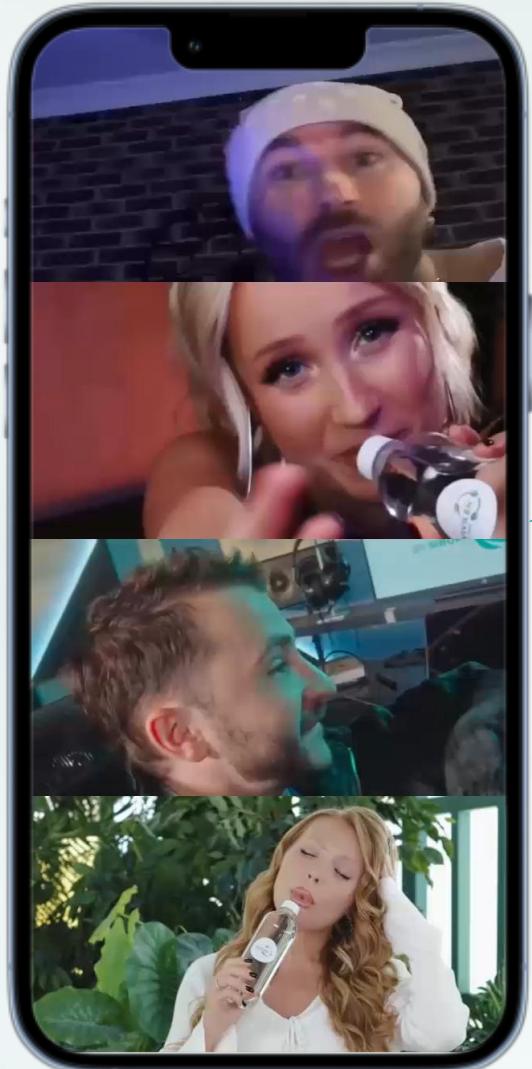
# МЫ АКТИВНО ПРОДВИГАЕМ VIVILEN И РАБОТАЕМ С ЕГО РЕПУТАЦИЕЙ, чтобы ваши потребители доверяли



Комплексная работа по продвижению Vivilen 2021-2022г позволила быстро сформировать знание бренда у конечного потребителя

В 2023-2025 продолжили усиливать знание бренда как синонима экологичной упаковки и формировать доверие у потребителей через совместное продвижение с их любимыми брендами

# ПОВЫШАЕМ ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ К БРЕНДУ и вовлекаем в философию экологичного потребления



## ЗАДАЧИ:

Образование конечного потребителя  
и создание благоприятной среды  
для бизнеса

## ЧТО СДЕЛАЛИ:

### ЗАМЫКАЕМ КРУГ ЭКОЛОГИЧНОСТИ

Музыканты и блогеры приняли участие  
в масштабной экологической песенной  
эстафете про Vivilen

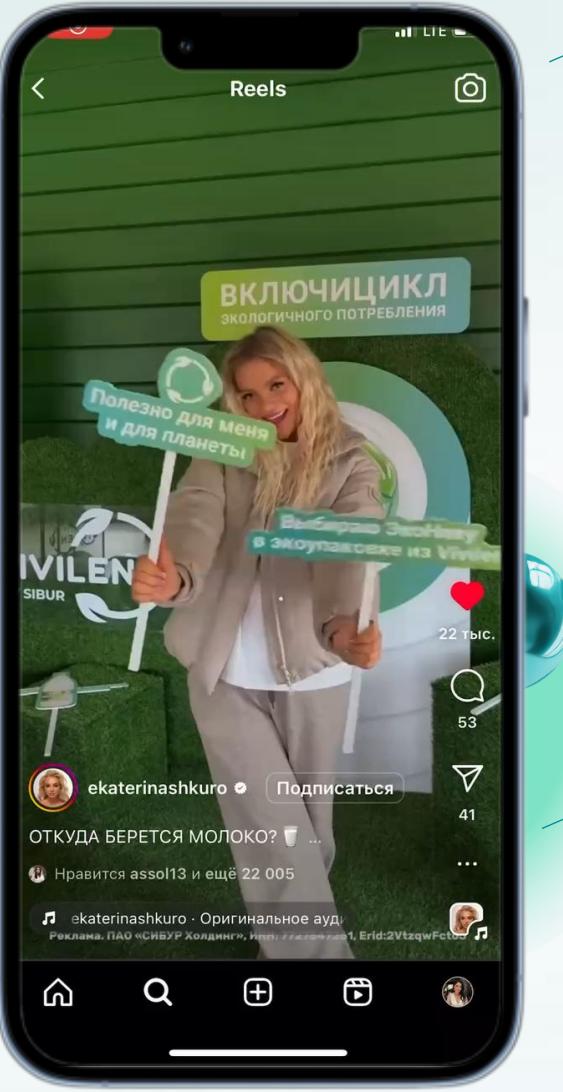
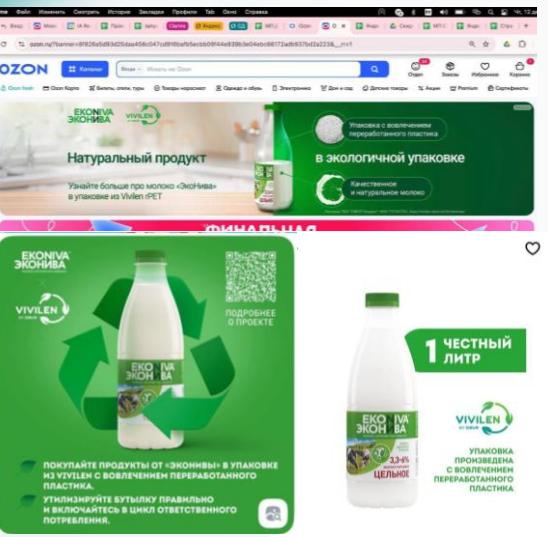
### Исполнители сделали предложение бизнесу:

бренды, которые выпустят продукт  
в упаковке из Vivilen, получат  
бесплатное промо в 2026 году



Заполняйте форму на сайте  
[vivilen.sibur.ru](http://vivilen.sibur.ru) и получайте  
бесплатную рекламу от блогеров  
вашей продукции в Vivilen

# VIVILEN ГАРМОНИЧНО ВСТРАИВАЕТСЯ В ДНК ВАШЕГО БРЕНДА



## КЕЙС ПАРТНЕРА «ЭКОНИВА»

### ЗАДАЧИ:

- Рассказать конечному потребителю о том, что их любимый бренд теперь в экологичной упаковке
- Привлечь экововлеченную аудиторию

### ЧТО СДЕЛАЛИ:

- Запустили лендинг о проекте и размещение на упаковках
- Организовали пресс-тур блогеров на ферму «ЭкоНивы» с масштабной поддержкой в соцсетях
- Сделали размещения в СМИ и соцсетях

### ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА



5 Пятёрочка



Перекрёсток



- Аудиореклама и шелфбаннеры
- Видеобаннеры на Ozon
- Брендированные карточки товара на ведущих ecom-сервисах



# Мы в Telegram!

продвигаем продукты  
в профессиональном сообществе

Профессиональное сообщество упаковочной отрасли

300+

участников из упаковочной  
и смежных отраслей

100+

представителей ритейла, производителей  
напитков, готовой еды и других  
потребителей упаковки

## Возможности продвижения вашей компании

✓ Публикация интервью  
и комментариев экспертов компании

✓ Демонстрация кейсов  
и отраслевых решений

## Интерактив и обмен опытом

✓ Обсуждение актуальных трендов, инноваций  
и лучших практик

✓ Поиск партнерств  
и совместных проектов

✓ Чат-обсуждение: возможность задавать  
вопросы, делиться мнениями и идеями

✓ Общение с экспертами  
СИБУРа и профессионалами  
отрасли



@SIBUR4CLIENTS

# ОСТАЕМСЯ НА СВЯЗИ!

## Маргарита Васильева

Маркетинговые коммуникации СИБУРа

[vasilevams@sibur.ru](mailto:vasilevams@sibur.ru)  
8 (916)-580-89 56

## Ярослав Стриганков

Руководитель службы продаж сегмента Напитки

[strigankovyav@sibur.ru](mailto:strigankovyav@sibur.ru)  
8 (926)-700-12 87