

01.07.2025

«Золотой век» компании «Ламбумиз»: молочная упаковка только на отечественном сырье

После бегства из нашей страны иностранных производителей и поставщиков импортных товаров, российский сектор молочной упаковки полностью восстановился. О том, как удалось покрыть дефицит продукции и как будет выглядеть молочная упаковка будущего, в интервью BM.Moscow Foresight рассказал заместитель директора ПАО «Ламбумиз» по IR Никита Демидов.

— Ваше предприятие существует с 1973 года, и тогда оно носило название «Мосламбумиз». Что означает эта аббревиатура?

— «Мосламбумиз» — это Московский завод ламинированной бумаги и полимерных изделий. В 1992 году, когда поменялась форма собственности предприятия и оно стало Закрытым Акционерным Обществом, работающим на всю Россию, приставка «мос» сама собой отпала, и мы стали называться ЗАО «Ламбумиз»: «Ламинированные и бумажные изделия». С тех пор прошли десятилетия, а наше предприятие, теперь уже ПАО «Ламбумиз», продолжает развиваться и совершенствоваться в выбранном в нашем названии направлении.

— Как отразился на производстве молочной упаковки уход с российского рынка шведско-швейцарской транснациональной компании Tetra Pak и других иностранных игроков?

— А кто сказал, что Tetra Pak ушла из России? Действительно, после февраля 2022 года было объявлено, что в связи с введёнными Европой санкциями компания «передаст своё российское подразделение местному менеджменту». Вскоре асептическое производство упаковки для жидких пищевых продуктов в нашей стране было возобновлено.

Чтобы читателям было понятно, сегмент упаковки для молочной продукции можно разделить на асептическую упаковку (с длительным сроком хранения до 180 дней) и не асептическую упаковку (со сроком хранения до 30 дней). Любая упаковка для молочной продукции — достаточно сложная многослойная конструкция, которая предотвращает быструю порчу продукта и обеспечивает долгий срок хранения без использования консервантов.

После ухода западных компаний, начал постепенно возрождаться отечественный бизнес, в том числе в секторе молочной упаковки.



— Тем не менее, в 2022 году, в связи с уходом крупных иностранных игроков, на российском рынке сложилась сложная обстановка: по сути, производители молока остались без упаковки. Как это было на самом деле?

— Оказалось, что российские «упаковщики» просто не могут работать на отечественном картоне, потому что до этого получали готовый полуфабрикаты и, вообще, технологии из-за рубежа. Выяснилось также, что у большинства российских компаний нет собственного производства картонных упаковок! В этот сложный для производителей молочной продукции период «Ламбумиз», обладая полным циклом производства, отечественной сырьевой базой и компетенциями, увеличило производство не асептической упаковки фактически в два раза, тем самым обеспечив молочную отрасль.

Кроме того, при поддержке Минпромторга и Моспрома мы взялись за то, чтобы запустить собственные технологии производства аналога упаковки Tetra Top у нас на предприятии. Для этого купили оборудование и провели комплекс НИОКР совместно с учёными Новосибирского государственного технического университета (НГТУ). В 2024 году завод «Ламбумиз» запустил серийное производство новой для нашего рынка упаковки, которая на отечественном рынке получила название «ТОПРОЛЛ».

На сегодняшний день наше производство работает уже в промышленном масштабе. Мы переходим от решения первоочередных потребностей импортозамещения к расширению ассортимента продукции.

— Как восприняли ваши упаковки самые главные потребители: российские молочники?

— Производители молока и молочных продуктов отлично понимают, в какой опасной для отрасли ситуации оказались. Здесь, в России, мы почему-то быстро начала забывать про развитие собственного производства, а ведь это ключевой показатель эффективного управления экономикой и технологической безопасности! Сегодня, наконец-то, все поняли, что нужно доверять отечественному производителю.

В 2022-2024 годах «Ламбумиз» уже не просто производило молочную упаковку, а продолжало делать инвестиции в развитие производства. Наши инвестиции в оборудование составили более 400 млн рублей.

И по качеству, и по производительности, и по уровню оборудования мы сейчас соответствуем ведущим отраслевым мировым практикам.



— Допустим, международная обстановка улучшилась, и бывшие западные конкуренты «Ламбумиз» вновь пожелали работать в России. Как по-Вашему, найдутся ли среди российских производителей молока желающие вновь сотрудничать с западными компаниями?

— Ну, во-первых, процесс возвращения уже потихоньку идёт. И потом, российский бизнес твёрдо стоит на ногах! Кроме

того, локальный производитель с отечественной сырьевой базой всегда будет иметь преимущество. Наши клиенты прекрасно понимают, что крепкие проверенные связи с российскими производителями полного цикла могут обеспечить высокий уровень технологический безопасности для безостановочного производства. Друг познаётся в беде.

— Ещё недавно молоко продавалось в знаменитых «треугольных» пакетах. Почему сегодня в московских магазинах не найти столь популярную в народе упаковку?

— Я вас, наверное, разочарую, но этот своеобразный символ советской эпохи был придуман не в СССР. Авторами «треугольной» тары считаются дизайнеры Tetra Pak, которые запатентовали её в 1950 году. На Западе такая форма молочного пакета продержалась до 1959 года. Повсеместный отказ от «пирамидок» случился из-за огромных логистических расходов, ведь перевозить в подобной таре продукцию нужно было в специальной шестиугольной сетке, а это дополнительные расходы. Кроме того, литр молока в «треугольной» упаковке занимал места в фургоне и на полках магазинов почти в два раза больше, чем в любой другой таре.

Предприимчивые шведы и тут не прогадали: «впарили» своё изобретение торговым представителям СССР. Главным же аргументом для тогдашних отечественных производителей «треугольной» упаковки была дешевизна производства, ведь для складывания «пирамидки» требовался всего один шов и один рез. Наш завод запустил линию производства Tetra Classic в форме «пирамидки» в 1972 году. С этого года и берёт своё начало история «Ламбумиз».

В 1990-е молочные комбинаты были вынуждены пересмотреть расходы на производство и доставку продукции. По этой причине предприятия, выпускавшие молочные упаковки, начали переходить на производство нового вида тары.

«Ламбумиз» перешло на выпуск более технологичной молочной упаковки: принятый во всем мире формат Gable Top. Это пакеты в виде параллелепипеда с гребешком, винтовой крышечкой или без неё.

Завод «Ламбумиз» и по сей день выпускает Gable Top всех размеров и форматов. Её делают из более прочного современного материала, в котором молоко хранится до двух недель, а на полке магазина такая тара занимает меньше места.

— Возникали ли у предприятия «Ламбумиз» проблемы с оборудованием или сырьём в связи с потерей европейского рынка и партнёров?

— Мы никогда не зависели от импорта, хотя часть оборудования нашего завода исторически была зарубежной; всегда старались покупать самое современное технологичное оборудование. Ещё в 2003 – 2004 году компанией была приобретена одна из лучших на тот момент флексографических печатных машин, освоена передовая мировая технология, позволяющая увеличить срок хранения упакованной продукции до 21 дня. Мы получили свидетельство Всероссийской организации качества, подтверждающее соответствие продукции высшему стандарту.

При этом сырьё — картон и полиэтилен — у нас всегда было отечественное. Привозными были только краски, так что после 2022 года нам пришлось искать альтернативу. Сложности, несомненно, были, но нам удалось преодолеть их благодаря двум ключевым решениям. Прежде всего, это создание запаса необходимых запчастей для нашего оборудования. Вторым стал подбор аналогов в дружественных странах.



— Известно, что «Ламбумиз» провело первичное публичное размещение своих акций на Московской бирже. С какой целью это было сделано?

— Действительно, 30 октября 2024 года мы запустили процедуру биржевых торгов акциями. ПАО «Ламбумиз», как публичная компания, успешно разместила свои акции на Мосбирже. Выход на публичный рынок стал логичным шагом в выбранной руководством компании стратегии. В результате IPO мы привлекли более 800 млн рублей, и вырученные средства компания намерена в основном использовать для расширения своего присутствия на рынке упаковки за счёт освоения новой для себя ниши: производства асептической упаковки. Цель одна — заместить продукцию иностранных производителей и выйти в перспективный и ёмкий рыночный сегмент.

В 2025 году «Ламбумиз» начало реализацию Масштабного инвестиционного проекта, МаИП. Мы начинаем строить новый производственный корпус площадью более 14 тыс. кв. м. В нём разместится линия по изготовлению асептической упаковки для молока и будет расширено производство текущего ассортимента. Ввод в эксплуатацию новой линии запланирован на 2027 год.

Статус МаИП, который мы получили для проекта у Правительства Москвы, позволяет нам активно пользоваться мерами государственной поддержки. Завод «Ламбумиз» является участником федеральной программы «Производительность труда» среди московских предприятий. Благодаря льготному кредиту, полученному от Московского Фонда поддержки промышленности и предпринимательства, мы уже значительно модернизировали своё производство.

— Что конкретно даст вашему бизнесу расширение производства?

— По оценкам экспертов, при сохранении доли на рынке Gable Top на уровне 35% и выходе на уровень 10% рынка асептической упаковки, ПАО «Ламбумиз» к 2028 году сможет нарастить выручку в 3,5 раза.

— Вы сказали, что у компании «Ламбумиз» есть надёжный партнёр: Правительство Москвы. В каких ещё проектах столичные власти оказывали вам реальную поддержку?

— Когда мы работаем с Департаментом инвестиционной политики и предпринимательства города Москвы, с Фондом развития промышленности, то это всегда гарантия обеспечения нашего предприятия ресурсами и успешности проекта. В частности, сотрудничество именно с этими институтами поддержки отечественного бизнеса позволило нам в период высоких банковских ставок продолжать инвестировать в развитие производства. Недавно московский Фонд развития

промышленности выделил нам 200 млн рублей. Средства компания направила в расширение парка оборудования и увеличение объёмов выпуска упаковки для молока и молочных продуктов.

Именно помощь Правительства Москвы в 2022- 2023 году во многом позволила не оставить российских молочников без упаковки!

— Основная продукция «Ламбумиз» — упаковка Gable Top и «ТОПРОЛЛ» для молока. А чем ещё славится ваша компания?

— На нашем заводе начали производить тонированный (с одной стороны) картон с полиэтиленовым покрытием. Его используют для изготовления одноразовой посуды. И сырье, и готовые изделия безопасны и имеют сертификаты для пищепрома.

В ассортименте предприятия больше 10 видов одноразовой посуды: от подложек из ламинированного картона до салатников с прозрачной крышкой и контейнеров WOK. Вся эта продукция — самостоятельное направление нашего бизнеса, которое успешно развивается.

Кроме того, мы запустили уникальный проект с использованием искусственного интеллекта, который позволяет производителям молочной продукции создавать ещё более яркую и привлекательную упаковку для своей продукции. Для нас ИИ — не просто модный тренд, а востребованный инструмент и важное конкурентное преимущество.

— Руководители компании с гордостью заявляют о том, что «Ламбумиз» -производство исключительно российское. Разве вы не работаете за пределами Российской Федерации?

— Наше производство локализовано в России, и планов по выводу части производства за границу у нас никогда не было. Однако мы стараемся увеличивать экспортный потенциал нашей продукции, на данный момент мы увеличили долю экспорта с 1% до 6%. На деле предприятие «Ламбумиз» сегодня начинает обеспечивать молочной упаковкой страны ближнего зарубежья. Если в позапрошлом году нашими основными клиентами были Казахстан и Беларусь, то в прошлом году к ним добавились Кыргызстан, Армения, Таджикистан и Узбекистан.

Возможность выйти на мировой рынок у нас есть, но пока не позволяет международная обстановка. Тем не менее мы выходим на рынки, где нет своего локального производства молочных упаковок. Здесь у ПАО «Ламбумиз» большие

планы.

— Интересно, почему вы специализируетесь, в основном, на молочной упаковке? Во Франции, например, в картонных контейнерах фермеры продают вино…

— Вино и соки мы со счетов не сбрасываем. После реализации нашего проекта асептики, будем производить упаковки для соков, и, возможно, вина.…

— Как Вы, Никита Александрович, видите молочную упаковку будущего?

— Вкусы и потребительские тренды со временем меняются. Однако мы уверены, что запрос на экологичную, практичную упаковку со стороны потребителей будет сохраняться. «Ламбумиз» совместно с нашим техническим центром готово к любым вызовам рынка и новым запросам наших клиентов. Мы говорим так: «Неважно, какая будет упаковка в будущем: всё равно производить её будет компания “Ламбумиз”!»

Сергей КРОН.