

## Nézzünk szembe a kihívásokkal

28. FEFCO Kongresszus Rómában,  
2004. június 3-4-én



Fédération européenne des fabricants de carton ondulé  
European Federation of Corrugated Board Manufacturers  
Europäische Föderation der Wellpappefabrikanten

A két évvel ezelőtti, madridi FEFCO konferencia után, melynek fő témája a „fenntarthatóság” volt, a hullámtermékipar idei összejövele elsősorban a „versenyárs anyagokkal” foglalkozott.

A harmadik millenium kezdetén a hullámtermékiparnak szembe kell néznie azokkal a kihívásokkal, melyeket a papírt helyettesítő konkurrens anyagok kifejlesztése jelent. Ezek az anyagok egyre növekvő környezeti szennyezést és a kereskedő szektor szokásainak megváltozását vonják maguk után.

A 28. FEFCO kongresszus ismét azt bizonyította, hogy a hullámtermék-ágazat elkötelezett a gyorsan változó világhoz való alkalmazkodásra, optimális csomagolási megoldások kifejlesztésében. A jövőben is minden erejével azon dolgozik, hogy a holnap kereskedő szektorának kedvezményezett partnere maradjon.

#

Az alábbiakban bemutatjuk a kétnapos kongresszus legfontosabb előadásait és a kerekasztal-beszélgetést Nyugat-Európa és az USA legjelentősebb szakértőinek részvételével.

#

**Gadi Schönheit (Icon Brand Navigation srl, Olaszország): Olaszország az új évezredben**

Olaszország nehéz gazdasági helyzetben van: 3 éve nincs gazdasági növekedés, az olasz modell krízist él át, nincs új fejlődési modellje. Nemzetközi szinten sem mutatkozik kiút. Ugyanakkor a 2004-évtől 0,8% GDP-növekedés várható.

A recesszió ellenére, meglepő módon, Olaszországban a hullámtermékipar egyike a növekvő ágazatoknak.

A paradoxon okai az alábbiak:

- a primer csomagolás csökkenését kompenzálja a tranzit-csomagolás növekedése
- néhány szektor (elektronika és e-kereskedelem) fejlődése többletigényt jelent
- új trendek mutatkoznak, pl. a raklapról történő árusítás, új PET-palackok a borértékesítésben stb.

A jövőt illetően az előadó a kedvezőtlen 2004. év után 2005-re pozitív fejlődést (2,76-3,59%) jósol a hullámtermékek vonatkozásában. Ehhez gyors és pozitív nemzetközi gazdasági és politikai fejlődés, a konfliktusok csökkenése és egy szavahihető és erős Európa kialakulása szükséges.

#

**Karl Schmitz (Német Zöldség- és Gyümölcsstermelők Szövetsége): A mezőgazdasági termelők elvárásai és csomagolási preferenciái**

Az előadó a kereskedőt jelölte meg döntéshozóként a csomagolás megválasztásában. A legfontosabb 5 kereskedőcég ellenőrzi a piac 95%-át Hollandiában, 89%-át Franciaországban és Belgiumban, 87%-át Németországban, 54%-át Spanyolországban és Olaszországban, és végül 61%-át az Egyesült Királyságban.

A gyümölcs- és zöldségpiacon az árutermelő egyedül abban az esetben jut döntési pozícióba a csomagolást illetően, ha termékből hiány van.

Mit kívánnak a mezőgazdasági termelők?

- termékük minőségének biztosítását, ami csak az átcsomagolás mellőzésével érhető el
- megfelelő, és ésszerű arányt a csomagolt áru és a csomagolás értékében
- a környezet védelmét.

**Konklúzió:**

**Intenzív párbeszéd szükséges a mezőgazdasági termelők, a kereskedők és a csomagolóanyag-gyártók között**

#

**Alfred Hofman (Edeka FruchtKontor, Németország): Egy kereskedő elképzelései a csomagolásról**

A. Hofmannak a 80-as években nagy szerepe volt abban, hogy a farekeszeket hullámlemez-tálcákkal kezdték helyettesíteni. Ő volt az, aki szerte Európában meghonosította a standard méretű (30×40 és 40×60 cm-es) hullámtálcákat.

Ebben az időszakban a legfőbb érv a raklapos tárolás és szállítás megvalósítása volt. Újabban pedig a hullámtermékek újrahasználható műanyagládákkal való felváltása lett a kereskedők döntésének egyik központi kérdése.

Manapság az Edeka kb. 120 millió csomagolási egységet használ fel évente, 1,2 millió tonna gyümölcs és zöldség elosztásához. Ennek 58%-át hullámtermékbe, 38%-át műanyag ládába, 4%-t pedig faládába csomagolják. 2002-ben kb. 35 millió műanyagládát használtak. Ez a mennyiség most tovább nő.

Melyek a hullámtermékek és a műanyagládák előnyei ?

- egészségügyi szempontból kétségtelenül előnyösebb a hullámtermék, melynél nincs veszélye a vírusfertőzésnek,
- nedves termékek és előhűtés esetén gyorsabb és ezért jobb a műanyagrekesz,
- rakatstabilitás vonatkozásában mindkét megoldás problematikus,
- környezetvédelmi szempontból nem tehető egyértelmű különbség a két megoldás között; a terméktől függ, melyik előnyösebb,
- pénzügyi és gazdasági szempontból a kereskedők számára kedvezőbbnek tűnik a műanyag.

**Javaslatok a hullámtermékgyártók jövője számára:**

- ne engedjék megugrani a költségeket
- legyenek kevésbé nagylelkűek
- megfelelő piacot teremtsenek a használt dobozok számára
- legyenek kreatívak és innovatívak!

#

**Kaye Sloan Breen (Groenewout Consultant and Engineering, Hollandia): Az újrahasználható műanyagrekesz (RPC) a gyakorlatban**

Az előadó a FEFCO számára végzett 5 eset-tanulmány eredményeiről számol be, melyek célja az RPC (Returnable Plastic Container) és a hullámdoboz európai felhasználásának összehasonlítása volt, az árakra és a minőségre alapozva. Az öt tanulmány közül 3 foglalkozott a zöldség/gyümölcs szektorral.

Az ú.n. teljes kizárásos modell alapján a **főbb megállapítások** az alábbiak voltak:

- a hullámtermék általában olcsóbb, különösen nyitott ciklusban
- az RPC elsősorban olyan zárt ciklusban olcsóbb, amelynél rövid a szállítási út és az idő
- sok kereskedő cégnek nincs megbízható ismerete a teljes szállítási láncról, és nehéz tőlük adatot kapni
- az RPC-nek környezetbarát „zöld” imázsa van
- legtöbb esetben a kereskedő a döntéshozó. Ezen a vonalon kell erősíteni a hullámtermékgyártók erőfeszítéseit.

#

**Roberto Della Casa (Agro Ter Produce Marketing, Olaszország): RPC – az EU helyzete Európában**

*Della Casa* professzor értékes statisztikai adatokkal nyitotta előadását: Európában ma kb. 180 millió újrahasználható műanyag láda (RPC) van forgalomban, évi 5,5-7 forgási sebességgel; évi 1025 – 1225 millió úttal. A ládák 90-100%-át a (mezőgazdasági) termelő szektor használja. A kulcsszereplők: IFCO, Europool, Chep és Steco.

Az előadó 5 gyümölcsre vonatkozó eset-tanulmányt mutatott be, melyek a műanyagláda és a hullámdoboz költségeit vizsgálták, Olaszországból Németországba történő export esetén.

Az 5-ből 4 eset nyilvánvalóan a hullámdoboz előnyeit mutatta, mégpedig 13-31%-os költség-megtakarítással.

Ma olasz-német viszonylatban a gyümölcs/zöldség csomagolóeszközök 20-25%-a RPC, 60-65%-a hullámdoboz; a teljes csomagolási piacnak pedig kb. 14%-a műanyagláda.

**Della Casa** professzor rámutatott, hogy a kétféle csomagolóeszköz küzdelmében a hullámtermék csak akkor tarthatja meg vezető helyét, ha a használt papír gyűjtését a hul-

**lámtermék-gyártók ipari szinten megszervezik. Ennek elmaradása jelenti a legnagyobb veszélyt a hullámtermékek piacára.**

#

**Kerekasztalbeszélgetés: Igazolódott-e az egyutas csomagolás?**

A beszélgetés résztvevői az előző 4 előadás előadói voltak.

Moderátor: *John Hooper* (The Economist).

A beszélgetés az egyutas és a többutas csomagolás összehasonlítását választotta témájául; először is tisztázva az ezekkel kapcsolatos félreértéseket.

A kereskedők úgy nyilatkoztak, hogy a műanyagrekesz (RPC) financiálisan kedvezőbb a hullámdoboznál. Manapság néhány szoftver szolgál a költségek összehasonlítására. A kereskedők azonban általában nem bíznak ezekben – a hullámtermékgyártók által kifejlesztett, illetve szponzorált – szoftverekben. Nagyon tartózkodóak az adatok rendelkezésre bocsátásában is.

A költségek vizsgálata után sor került a környezetvédelmi, egészségügyi, rakatstabilitási kérdések megtárgyalására.

A környezetvédelem nem jelent elsősorú prioritást a kereskedők számára, ugyanakkor az EU-szabályozás, mely bátorítja az újrahasználatot, jelentősen befolyásolja döntéseiket, mégpedig az RPC javára.

**Manapság a kereskedők képzeletében a műanyagnak „zöld” imázsa van, a hullámlemez viszont a szeméttel azonosítják.**

Kulcskérdés tehát, hogy a hullámtermékgyártókat meggyőzően javasolják a használt csomagolóanyagok gyűjtésére.

A higiéniai problémák ügyében a kereskedők elvárják, hogy a szállítók egészségügyi bizonyítvánnyal lássák el terméküket.

Rakatstabilitás vonatkozásában sok még a kívánnivaló, mind a műanyag, mind a hullámdobozok esetében.

Végezetül a résztvevők megállapították, hogy még szorosabb kapcsolatot kell kiépíteni a gyártók és a döntéshozók: a kereskedők között. Rendkívül fontos a felhasználóbarát gyűjtőrendszer kiépítése, melynek révén a hullámtermékgyártó eredményesebben tudja majd felvenni a harcot a műanyagtermékekkel, melyek

gyártói egyre csak a „Szemét-argumentumot” hangoztatják, piaci részesedésük megtartása és növelése érdekében.

#

**Oliver Draulette (ONDEF, Franciaország): A hullámtermék marad-e a jövő csomagolóanyaga?**

Az előadó rámutatott, hogy ma a csomagolás nagyon gyorsan változik, elsősorban a döntési folyamatok fejlődése, a logisztika hatékonysága, az egyre elvontabb folyamatok, a kereskedők növekvő szerepe és a törvényhozás állandó változásai következtében. Kiemelte a rádiófrekvenciás azonosítás (RFID=radio frequency identification) gyors térhódítását a logisztikában. Az e-PC lehetővé teszi, hogy kövessünk minden egyes raklapot, dobozt, és a közeljövőben minden egyes szállított tárgyat.

Az előadó – a technológia tárgyalásakor – bemutatta a használt frekvenciákat. Az alacsonyabb frekvencia javítja az olvashatóságot, lassítja a kommunikációt; a magas frekvencia fordítva hat. Azonban ma még senki nem tudja, melyik frekvenciát fogják használni, és hányat? Az olvashatóság nemcsak a frekvenciától, hanem az antenna alakjától is függ, valamint a címke helyzetétől.

A bizonytalanságok ellenére – az előadó szerint – a RFID előnyei nyilvánvalóak. Ára az egész ellátási láncban 16-55 cent lesz dobozonként.

**A FEFCO-nak és a tagországok szervezeteknek szerepet kell vállalni az „újzülött” RFID-vel kapcsolatos közös álláspont kialakításában.** Ennek érdekében munkacsoportot hoztak létre, mégpedig azért, hogy a hullámtermékgyártó minél intenzívebben és produktívabban képviseltesse magát az RFID kulcsszereplői és döntéshozói között.

#

**Dwight Schmidt (Hullámtermék Szövetség, USA): Hogyan vette fel a kesztyűt az Amerikai Egyesült Államok?**

A hullámtermékek és a műanyagládák harcában, 1995-ben közös ad-hoc bizottságot hozott létre az Amerikai Erdészeti és Papír Egyesület és a Karton Egyesület. Céljuk a műanyag előretörési veszélyének és a viaszos OCC-dobozok problémájának kezelése volt.

Tanulmányokat készítettek ezekben a témákban, sok konferenciát tartottak a kereskedők bevonásával, és 5-éves tervet alakítottak ki.

2002-ben létrehozták a Hullámcsomagolási Szövetséget. Fő céljuk annak meggyőző bemutatása volt, hogy a hullámtermékek nyereséggel alkalmazható csomagolóeszközök.

Mai tevékenységük: adatgyűjtés, az árak összehasonlítása, esettanulmányok készítése 4 fajta gyümölcsre. Kimutatták, hogy **hullám csomagoló-eszközök alkalmazásával az ellátási lánc 5,45 millió dollárt képes megtakarítani.**

Az akciók eredményességét igazolja, hogy sok cég (Wal-Mart, Albertson) a műanyagról viszatért a hullámcsomagolóhoz.

A korábban felvetett kérdésre, hogy „a hullámtermék marad-e a meghatározó a szállítási csomagolásban” az a válasz, hogy igen. De ehhez kemény munka kell a hazai piacon.

A folytatásban tovább kutatják a konkurens anyagokat, valamint a rádiófrekvenciás azonosítási módszereket.

#

**Claire Monkhouse (IEEP=Európai Környezetpolitikai Központ, Egyesült Királyság): A környezet, mint az ipar húzóereje**

Az EU környezetpolitikája a 90-es évek óta jelentős fejlődést ért meg. Mozgatórugója a környezetvédelem és a belső piac védelme; eredményei a törvényi szabályozás harmonizációja, a csomagolt áruk szabad mozgásának biztosítása és a Csomagolási Direktíva létrehozása. Manapság a gyártó felelősségének hangsúlyozása érzékenyen érinti az ipart. Egyre nagyobb súllyal szerepel a gazdasági növekedés aspektusa is.

A környezetvédelem kulcskérdései: a hulladékkal kapcsolatos politika, ezen belül a hulladékképződés megakadályozása és az újrahasznosítás, valamint a természetes nyersanyagforrások felhasználása. Ezeket a stratégiákat 2005 júliusában fogják elfogadni.

Napirenden van a Csomagolási Direktíva revíziója, melytől a megelőzés és az újrahasználat megerősödése várható.

A csomagoló szektor konkrét feladatáknak említette az előadó, hogy olyan csomagolást kell tervezni, mely minimális forrást használ fel és a legkevesebb hulladékot eredményezi. Nem

szabad elfelejteni, hogy a túlzott minimalizálás a céllal ellentétes hatást is hozhat.

Végezetül az előadó kiemelte a FEFCO pozitív szerepét a környezetpolitika alakításában.

#

**Anne Bousquet (RISI, Egyesült Államok): A globális fejlődés hatása az európai hullámtermékiparra**

Az előadó kiemelte, hogy a Nyugat-Európa hullámtermékgyártóinak szembesülniük kell vásárlóik sürgető igényeivel a könnyebb csomagolás, a kisebb grammsúly érdekében, a konkurens anyagok növekvő fenyegetése közepette. **Külső tényezőkkel** is meg kell birkóznunk a hullámtermékgyártóknak, mégpedig az alábbiakkal:

- **Kína gyors kapacitásnövekedése.** Az elmúlt 2 évben erősen nőtt Kína kartongyártó kapacitása, és 2004-2006 között újabb 5 millió tonnás növekedés várható. Minthogy a növekvő kapacitások reciklált bázison működnek, gyorsan fog nőni az újrahasznosított rost alkalmazása, ami inflációhoz vezethet a papírhulladék árában. Ez pedig megemeli a karton- és a hullámlemezgyártók rost-költségeit. Egyre nő Kína papírhulladék importja, mégpedig jórészt Észak-Amerikából.

- **Közép- és Kelet-Európa piaci fejlődése.** Nyugat-Európa hullámtermék iparának kilátásait erősen befolyásolhatja Közép- és Kelet-Európa, mégpedig elsősorban a 2004. május elsején az Unióhoz csatlakozott államok. Az alacsony munkabérek már eddig is sok társaságot vonzottak a régióba. A következő években a doboz- és hullámlemez kapacitásokba további beruházások várhatók.

**Összefoglalva:**

- 2004-2005-ben gyorsabbá válik a kereslet növekedése,
- a kelet-európai piac új lehetőségeket teremt,
- a hulladékpapír-alapú dobozgyártó kapacitás gyorsan nő Európában, de még inkább Ázsiában,
- következésképpen infláció várható a doboz- és hullámlemeztermelők rost-költségeiben.

*Polyánszky Éva*

**Forrás:** FEFCO sajtótájékoztató. 2004. 06. 25.

## INTERPACK Szakvásár 2005

2004. november 16-án a Kempinski Hotel Corvinus Regiomontanus szalonjában, a Messe Düsseldorf magyarországi képviseletének szervezésében családias hangulatú sajtótájékoztatót tartottak az **INTERPACK** vilákkiállításról, mely **2005. április 21-27.** között kerül megrendezésre Düsseldorfban, ahol csomagolóeszközök, csomagolóanyagok és édesipari gépek kerülnek kiállításra. A világméretű rendezvény kiváló lehetőséget nyújt a termékek feldolgozói, csomagolói, kereskedői és szállítói, valamint tervezői és fejlesztői számára a szakmai beszélgetésekre, a szakértők felkeresésére, a legújabb piaci adatok és trendek megismerésére.

*Bernd Jablonowski és Jürgen E.A. Bouvier* urak, az INTERPACK munkatársai, előadást tartottak az előző kiállítások tapasztalatairól, átfogó képet nyújtva a kiállítók és a látogatók összetételének változásairól és a jövő évi kiállításra vonatkozó tendenciákról. Az előadók prezentációjuk végén elmondták, hogy a kiutazás megszervezésében minden segítséget megadnak a közvetlenül hozzájuk fordulóknak, vagy a magyarországi képviseleten keresztül. Hasznos információhoz juthatnak még a kiállításról a [www.interpack.com](http://www.interpack.com) internetes oldalon.

*Debreczeni Marika*

---

## PAPERWORLD

Frankfurt am Main, 2005. január 26-30.

A Messe Frankfurt GmbH október 6-7-én sajtótájékoztatót tartott Welsben a Paperworld' 2005 nemzetközi szakvásárról, melynek alcíme „The World of Office and Paper Products.”

A Paperworld papírok, írószerek, irodaszerek, iskolaszerek, művészeti és grafikai kellékek szakvására.

A 2004-ben tartott előző bemutatón 2518 kiállító, 69.000 látogató vett részt 115 országból.

2005-ben eddigi adatok szerint 2400 kiállító vesz részt, a vásár azonban új nevekkel és ú.n. súlyponti témákkal gazdagodik.

Első ízben mutatkozik be a „Paperworld imaging”, a komputer-vezérelt irodai berendezések szakterülete, valamint a „Paperworld Creative”, ahol a nemzetközi hobby, művészeti és barkácsoló ágazat szerepel. A „Paperworld Scriptum – The Art of Accessoires” szakterületen elegáns írószerek, egyedi darabok, valamint finom bőrkötésű kiegészítők kerülnek bemutatásra.

A híres holland designer, *Gunnar Frank* trendbemutatóján a vásár kiállítóinak termékújdonságaival stílusvilágokat rendez be a papíráruk, iskolaszerek, irodaszerek, valamint hobbi és barkácsolási tárgyak témaköréhez.

A szakvásárral párhuzamosan kerül megrendezésre a Christmasworld (Ünnepi díszek és virágdíszek) szakvására.

A vásáron résztvevő cégek katalógusa még nem jelent meg, azonban ismeretes, hogy a papíripari ter-

mékek a „Paperworld smuging” szakterületen fognak bemutatásra kerülni. Így többek között különböző nyomópapírok, címkék, levélpapírok, borítékok, jegyzettömbök stb. Az eddigi tájékoztatás két nagy céget említ: a Neusiedlert és az M-realt.

A vásár fontos eseményei lesznek az „Imaging” szakértői fórum a piaci potenciálról és a „Creative Szimpózium”, melynek témája „Új utak a felhasználáshoz”.

A sajtókonferenciát a Trodat Holding GmbH (Wels) ultramodern gyárában tartották, amelyen a kelet-európai szaksajtó képviselői vettek részt.

A Trodat irodai eszközöket – főleg dátum- és cégbélyegzőket gyárt. Az üzem a legkorszerűbb automata gépsorokból áll, melyekhez hasonló színvonalú logisztikai rendszer tartozik.

A sajtókonferencia hazai előkészítését, illetve lebonyolítását az F – H Consult Kft. biztosította.

*Lindner György*

Részletes tájékoztatást ad:  
Benkő Judit ügyvezető  
F – H Consult Kft.  
Tel: 325 5330  
Fax: 325 5644  
e-mail: [jbenko@hu.inter.net](mailto:jbenko@hu.inter.net)