

38. PRIMA konferencia

Szöke András

Az idei konferenciát és éves közgyűlést május 20–22-e között Bécsben rendezték meg. A Hilton szállóban tartott, a Mond Business Paper főtámogatásával létrejött összejövételre a megelőzőnél többen, 21 országból kétszáz feletti résztvevő volt kíváncsi.

Hétfő reggel a hagyományokhoz híven az egyesület elnöke, *Frank Leerkotte*, a CEPIFINE igazgatója nyitotta meg a konferenciát.

Köszöntője után *Günther Hassler*, a Mond Business Paper vezérigazgatója szólt a jelenlévőkhöz. Előadásának címét cége stratégiai gondolataihoz fűzte, „A papíripari kihívások navigálása ma és holnap”. Természetesen nem tárt fel részleteket a cégcsoport tőzsdére vitelének állásáról, folyamatáról. Véleménye szorosan kapcsolódott az író-nyomó papírok helyzet-elemzéséhez, de számos általánosítható megállapítást tett. A trendekből adódó kihívásokra a gyorsuló változásokkal kell reagálni. A fő ipari trendhatásokat az alábbiakban foglalta össze:

– Korlátozott tervezhetőség + nagyobb rugalmassági igény

- regionálisan eltérő költség-versenyképesség
- regionálisan eltérő növekedés
- felhasználási szokások változása
- a tehetségekért való verseny
- fenntarthatóság.

Mindez mellett zajlik, hogy a fejlődő világban Kína, Japán és Oroszország adja a növekedés 35%-át.

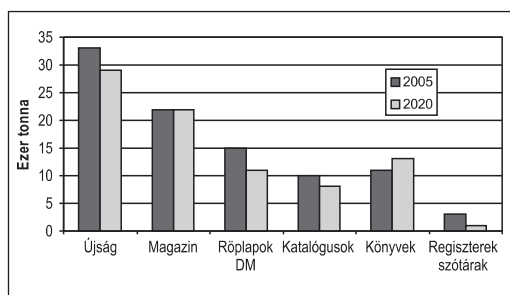
– A papír alkalmazkodik a változó üzleti világhoz:

- UCWF-CWF piaci fejlődés
- folyamatosan a személyi számítógépek számával arányosan növekvő irodai papírfelhasználás

- helyettesítési irányzatok
- a munka folyamatá alakulása az irattározással versenyezve.

– A fenntarthatóság mind a környezeti lábnyom társadalmi megjelenésében, mind a növekvő vállalalkozási társadalmi felelősség (CSR, corporate social responsibility) előtérbe kerülésében látható. A növekedés, a nyereségesség, a hitelesség háromszögében a működési kiválóságnak óriási szerepe van. A papíriparnak minden nap olyan jól kell működnie, amint lehetséges, és napról-napra jobban. Ezt csak a folyamat minden elemének legmagasabb színvonalával lehet elérni, legyen az műszaki, működési, emberi elem. Ha a papíripar a fenntarthatóság, az innováció, a munkahely szempontjából nem trendkövető, hanem trendmeghatározó, sikere biztos. És akkor sikeres válaszokat tud adni a kérdésekre: jó-e az holnap, ami ma; a gyermekeink termékeink fogyasztói lesznek-e; figyelembe vettük-e, hogy az emberek szabadságra mennek?

Szorosan erre keresett választ a „Papír és az új média” című előadásában *Petter Eilertsen* alelnök igazgató a Boston Consulting Group norvég részlegétől. Differenciált tanulmányokat készítettek és foglaltak össze 8 régióban az eltérő viselkedési adottságok miatt. Az árnyékát átugró, vagyis fejlődési lépcsőket kihagyó béka (Brazília), az alvó óriás (India), az ébredő tigris (Kína), az újrázó (Skandinávia), a konzervatív (német), a skizofrén (orosz), a szeizmikusan érzékeny (USA) régióin át arra a következtetésre jutottak, hogy a szélessávú internet olcsó hozzáférhetősége az elkövetkező 3-4 évben gyorsabban nő a GDP-nél és az internet terjedésénél. Ugyanakkor az elektronikus papír még néhány évig nem játszik döntő szerepet. A verseny első áldozata ma a hagyományos újság lett. Az igény növekedése stagnált a kábeltelevíziózás terjedésével és negatívba fordult a szélessávú internet



1. ábra. Az összes nyomdai papír felhasználásának alakulása 2005–2020 között

bővülésekor. A hagyományos kiadók éppen ezért ugyancsak a világháló és a szélessávú internet felé fordultak. Az irány azért is megalapozott, mert fejlettebb országokban az internet-penetráció már nem fiatal életkori, hanem össz-társadalmi jelenség. Ezért várható a papírigény csökkenése NYE-ban és az USA-ban. Kínában a BSC szerint a gondolatátvivő papíroknak 2005 és 2020 között növekvő fogyasztása várható a magazinoknál és az iskolai könyveknél, csökken az újságnál, a katalógusoknál, a regisztrereknél, a reklámyomatoknál (l. 1. ábra). Ezért meg kell találni minden gyártónak saját különleges érték-többletét, piaci fő üzletágában stratégiai választait, a változásra saját viselkedési modelljét a növekvő piacokon. Mindehhez pedig növelni kell a kommunikációt.

Az első szekcióban *Robert A. Latham*, a Robert Horne Group kereskedelmi igazgatója elnökölt. A szekció előadásában a „Változó üzleti világ”-ot vitatták meg az előadók. Először Andy Chen, az ISOBAR cég digitális média stratégia igazgatója ismertette a „Kommunikációs és média körkép”-et. Míg ma ca. 50%-a a médiának digitális, 2020-ra ez akár 80%-ra is felnőhet. Ebben regionálisan óriási eltérések vannak, hisz a mobiltelefon, a hagyományos vagy szélessávú internet, a digitális Tv eltérően terjedt el. És a világ átlagában a szabadidőből nagyobb hányadot töltenek az emberek a hálón, mint a Tv előtt. Az EU átlag „online” 10,2 óra/hét. A digitalizálás kedvez a médiának. Nőhet a megszemélyesítés, az adatforgalom, a költség-hozzárendelhetőség, a közvetlen

kapcsolat mélység, a személyre szabhatóság. Megváltozott az üzleti stratégia és a stratégiai üzlet kapcsolata. A használhatóság, az elérhetőség és a mozgékonyság javult. Összegzően tehát kimondható, hogy a jövőben a média-mix változik, de ebben marad hely és fontos szerep a hagyományos médianak, amennyiben a szokásokhoz és költségviselési készséghez alkalmazkodik.

Ewald Wessling, a Wesslingundpartner résztulajdonosa „A médiavállalkozások a változó üzleti világban” címet adta előadásának. Alapvető megállapításai, hogy

- a „húszasok” a digitális változás gyermekei
- a technológia az atyja a digitális változásnak
- a végtelen változás alapozza meg a piacot
- a részvétel magasabb hozzáadott értéket eredményez
- a fizetett kapcsolat halott, helyette hosszú távú érdekközösség kell
- az internet megél kiadó nélkül, de fordítva nem igaz
- a digitális váltás mindenkit elér, csak az a kérdés, hogy mikor, hol, és mely tényezőt támadja.

Számos felmérés alapján mutatta be a hagyományos olvasás visszaesését a 20-30 éveseknél a fiatalabbakhoz képest, a mobil személyesebb kapcsolatrendszerét az internetnél, a specializáció, a rés piac megszerzésének előnyét, az internet „clubok” sokrétűségét, az ingyen kiadványok terjedését, melyet kizárólag a reklám finanszíroz, a példányszámok csökkenését, az igény szerinti nyomtatás előretörését, időállóságát.

Gyakorlati példáról számolt be a svéd *Aftonbladet New Media igazgatója* „A nyomtatástól az online-ig” című előadásában. Az egyik legnagyobb újság útján mutatta be, hogyan lett párhuzamos, média-mix kiadó a legnagyobb napilap kiadóból. A fiatalok lojalitás-hiánya, a médiával töltött teljes idő csökkenése, a saját igény szerinti alakítás lehetősége határozza meg a jövőt. Idézte Darwint, aki szerint „Nem

a legerősebb egyedek a túlélők, és nem is a legintelligensebbek. Azok, kik a változásra a legjobb válaszadók”.

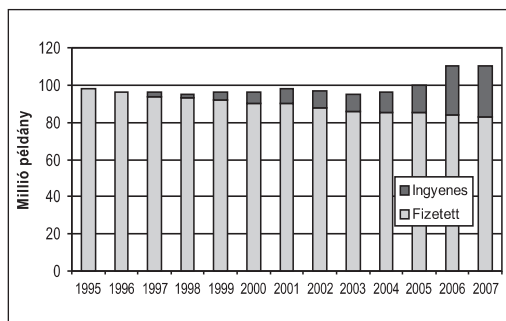
A délutáni szekció – ugyanazzal az elnökkel – az „Új médiák- új kilátások” címet kapta.

A konferencián rendszeresen jelenlévő Accenture nevében a bécsi illetőségű *Friedrich Huber* arról beszélt, hogy cége szerint „Hogyan lehet sikeresnek lenni a papíriparban”. A vizsgálat 36 különböző iparág mintegy 6 000 vállalkozását ölelte fel és abból több mint 500-ra állapította meg a „kiváló teljesítményt”. Ennek fő ismérvei, hogy a cég általánosan elfogadott mérőszámok alapján gazdasági és üzleti ciklusokat – gyakran vezetői generációkon – áthidalva, eredményesen működik. Az ilyen előválogatás után lehet megállapítani, hogy a „kiválóan teljesítők” miért jobbak. A növekedés, nyereség, folyamatosság, hosszú élettartam és a jövőbe való készülés öt komponensét hasonlították össze 5-10 éves átlagszámok sorában. Iparágtól függetlenül három fő pillére van a kiváló működésnek, melynek következtében a jobb gyakorlati működés, a jobb döntéshozatal és a jobb véleményalkotás eredményezi a többletet. A kiválasztott 7 kulcsfontosságú pénzügyi mutatónál a kiválóak az ipari átlag dupláját is elérik, de mindegyiknél tartósan felette vannak. Mindegyiküknél a megtérülési mutatók (ROIC) jósága fontosabb, mint az aktuális profit növekedése. Éljenjörök ebben mind a lefelé, mind a felfelé integrált termelési-értékesítői vállalkozások. A piacorientáltság (megfelelő intézkedéseket kezdeményezni, vevőorientáltan működni, a portfóliót aktívan kezelni), a működési képesség (működési menedzsment az értékteremtéshez, pénzügyi rugalmasság) és a teljesítmény autonómia (a teljesítési kultúra) kiemelkedő meglétét kell elérni vagy fenntartani. Ezen belül igaz például az a felismerés, hogy azt kell termelni (kiválóan), amit el lehet adni és nem fordítva.

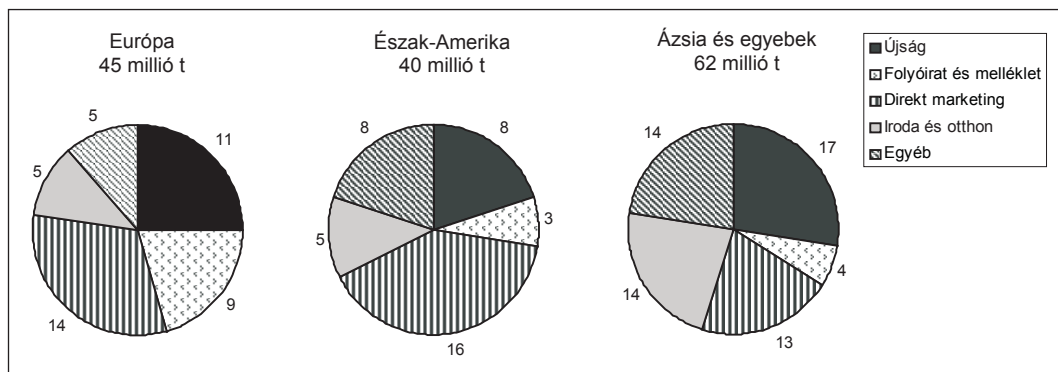
Piet Bakker professzor, az Amszterdami Egyetem Kommunikációs Tudományok részlegéről az ingyenes újságok helyzetéről, szerepéről beszélt. Riasztónak tűnhet, hogy 1995 és 2005 között 21 európai ország adatainak

vizsgálata alapján kiderült: a közép- és nyugat-európai országokban 19%-kal, Kelet-Európában 14%-kal csökkent a fizetett lapok éves példányszáma. Ellenvéleményként idézhetjük azt az 1913-as törvényt (Riepl), mely szerint „A meglévő médiát soha nem fogják újjak teljes mértékben helyettesíteni, azok együttélésre szántak. Ennek ellenére azoknak is új funkciókat és felhasználási területet kell keresniük.” A napilapok területén vizsgálták, hogy a méretváltozás (kisebb, kézre-esőbb), a témaváltás (olcsóbban vagy bulvárosabban), az eladási ár csökkenése (ingyenes lapok) hogyan ellensúlyozták azt a tényt, hogy a következő generáció mindig kevesebbet olvas, mint az előző. Európa a világ lapforgalmának egy negyedét adja, mintegy 27 millió darabbal 2007-re. Ez 2005-ben csak 15 millió volt. A 125 cím 28 ország adatait öleli fel. Ezek közül 23-ban van ingyenes lap. Míg 11 országban 3-5 cím az ingyenes, addig másik 12-ben túlsúlyban vannak az ingyenes lapok. (Pl. Spanyolország, Dánia, Izland, l. **2. ábra**) Véleménye szerint az alábbi tényezőkkel kell szembenézni a kiadásnál:

- az adott piac telítettsége
- nem tömegközlekedési eszközökön való terjesztés
- délutáni, vasárnapi kiadások különlegességei
- céltéma a sport, üzlet, etnikum
- a tartalomért verseny folyik
- az oldalankénti költség növekszik
- hulladék vagy szemét.



2. ábra. Fizetett és ingyenes kiadások példányszáma Európában



3. ábra: A világ nyomdai papírigénye felhasználási célok szerint 2006-ban

A holland *Vista Print B.V. vezérigazgatója* bemutatta cégén keresztül a hálóról való nyomtatással elérhető eredményeket. A cég elsősorban az e-kereskedelmen keresztül szerzi megrendeléseit. Jelenleg 9 millió ügyfele van és ez havi 250 ezerrel nő. 120 országba szállítanak mindenféle nyomtatott terméket (névjegytől, PC-ig, pólón keresztül használati utasításig sokfajta anyagot). Céljuk, hogy a nagy példányszámú nyomtatás gazdaságosságával tudják a Soho piacot (Small Office Home Office), a kis vállalkozásokat kiszolgálni. Ehhez a megrendelő weblaptól a standard eljárásokig minden automatizált, a hálóról elérhető. Így valósítják meg a vevő-megközelítést, a gyorsaságot és a reprodukálhatóságot. Ezért a papírok relatíve kis választékával, széles beszállítói versenyzetetéssel, nagy forgási sebességgel, kis szállítási költséget eredményező fajtákkal dolgoznak és inkább a nyomtatási effektusok széles választékát ajánlják. Kontinensenként egy-egy gyártó bázist tartanak fenn. Az elmúlt évek növekedési rátája 44 és 72% között mozgott.

A gyártó szemszögéből *Hans Sohlström*, a UPM-Kymmene marketing alelnöke foglalta össze a kezdeményezéseket. A grafikai papírok 2006. évi igénye Észak-Amerikában 40 millió tonna, Európában 45 millió tonna, Ázsiában 52 millió tonna, míg a világ többi részén 10 millió tonna volt. Várható, hogy az észak-amerikai csökkenést az európai növekedés ellensúlyozza 2010-ig. Ez azért is fontos, mert a felesle-

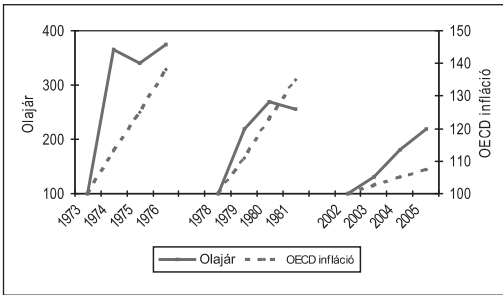
ges gyártókapacitások 80%-a Európában van. A legjelentősebb növekmény Kínában van, mely nemcsak 100 ezer nyomdaüzemmel rendelkezik, de nemzeti összterméke a világrangsor 4. helyén áll. A felhasználási szektorok között különbségek a fejlődés és szokásváltozás során kiegyenlítődnek (3. ábra). Kiemelt figyelmet kell szentelni mind a végfelhasználónak, melyek száma nő és differenciálódik, mind az új igényeknek és a meglévő megoldások módosításának. A CEPIFINE és a CEPIPRINT szervezésében nagy vállalkozások bevonásával 2007-ben a nyomtatott információk előnyeire felhívó kampányban ebben az évben 5 millió eurót költenek a résztvevők.

#

A délután befejező programja a PRIMA közgyűlése volt. Idén került sor az új elnök megválasztására. A 152 tag a CEPIPRINT igazgatóját Emmanuelle Bona-t választotta elnökévé, alelnökké Christian Naydowski lett, a VOITH Paper Holding GmbH igazgatója. A bevált őszi „Trendtraking Seminar” szept. 3-i időpontján túl rögzítették a 2008. évi konferencia helyét Oslóban, május 18-20-a között. Végül az új törvényi előírásoknak és a brüsszeli székhelynek megfelelően módosították az alapszabályt.

A kedd délelőtti szekció vezetője *Robert Wilson*, a Pöyry Forest Industry Consiting UK elnöke volt. A hagyományoknak megfelelően a záró szekció a „Globális hajtóerők és prognózisok” tárgykörét ölelte fel.

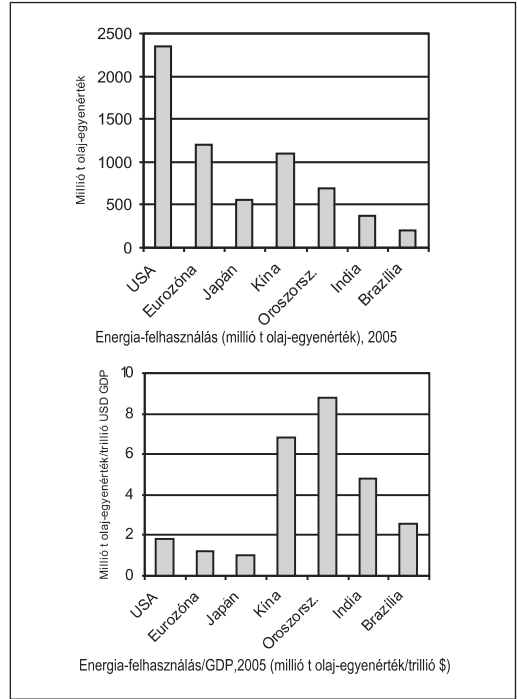
Andrea Boltho, az Oxfordi Egyetem Magdalen College-nek professzora a „Világ-gazdaság fejlődése és az energia befolyása” címmel adott elő. Véleménye szerint 2007-ben kissé lassul a fejlődési ütem 4,0%-ról 3,5%-ra, de a következő években további stabilizáció lesz ezen a szinten. Kína fejlődése is csak 2-3 év múlva lassul kissé. Gondolatait és következtetéseit úgy foglalta össze, hogy a világ ma az olajárrobbanásra egész más módon reagál, ezért az inflációra és a nemzeti jövedelem csökkenésére sokkal kisebb hatással van (4. ábra). A takarékoság és a helyettesítési



4. ábra. Az olaj ára és az infláció az OECD országokban

technikák a nagyobb függetlenség felé tolják el a legtöbb gazdaságot. Sokkal nagyobb hatással van hosszú távon a globális felmelegedés és annak esetleges drámai következményei. A világ gazdaság kisebb sebezhetősége mutatkozik a kamatlábak kisebb ingadozásában, a bérnövekedés függetlenebb mozgásában, a feldolgozóipar gazdaságosságának javulásában, a felhasználói globalizáció növekedésében, az OECD országok befolyásának csökkenésében. Néhány nagy európai gazdaság (francia, német, olasz, spanyol) összehasonlításával bemutatta azok gyenge és erős pontjait. A legtöbb mutató alapján most a németeknek van legnagyobb esélyük a tartós növekedésre, ha a jelenlegi tendenciák folytatódnak. A tőke szabad áramlása nagyobb biztonságot, más területen bizonytalanságot hoz a fejlett és fejlődő országokban egyaránt.

Az energia-tartalékok (gáz, olaj) a fogyással párhuzamosan nőnek, így hiányra a következő 10-20 évben nem kell számítani. Fokozni kell az



5. ábra

energiafelhasználás hatékonyságát (5. ábra) és ezzel a visszafordíthatatlan, a beláthatatlan következményű felmelegedés lassítását.

Egy nagy és fejlődő régió kérdéseivel, a Kelet-Közép-Európai régió (CEE) változásaival foglalkozott Mark Ushpol a MONDI Business Paper értékesítési igazgatója. Kérdése az volt, hogy „Valóban zöldebb a rét az „öreg fal” másik oldalán?” Ezekből az országokból származó régi és új képekkel szemléltette a változásokat az ötvenes évektől máig, mely az egyéni érvényesülés, a gazdasági fejlődés javulását vetítette fel. A régióban a nyomdaipar területén az elmúlt öt év közel 40%-os növekedése a következő ötben is közel 29%-os lehet. Ezzel 1980–2020 között 50%-kal magasabb a növekedési ráta, mint, Nyugat-Európában (8,1% ill. 5,7%). Részletesebben fő termékükkel, a mázolatlan famentes nyomópapírokkal (UCWF) foglalkozva szemléltette a volumennövekedést, a gépkihasználság javulását. A kiemelkedően

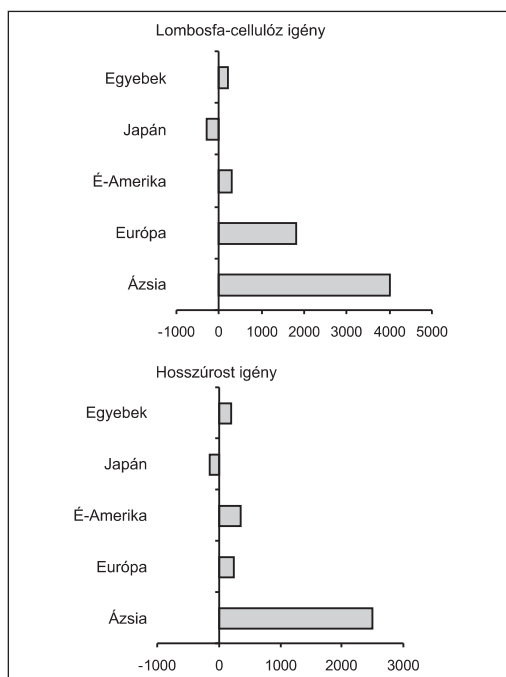
kedvező növekedési mutatóknak köszönhető többek között, hogy a CEE országok közvetlen külföldi beruházásai a termelésben és a kutatás-fejlesztésben 30%-kal magasabbak Kínánál. 40 millió ember került ki az abszolút szegénységből 1998 és 2003 között. Ez eredményezi a fogyasztás növekedését, a közép-osztály erősödését. Mivel a környezetvédelmi orientáltság is tud nőni emellett, megállapítható, hogy: igen, „zöldül a fal túloldalán a fű”.

Mindig nagy érdeklődésre tart számot a „Keleti Piacok”-ról szóló beszámoló, melyet idén az April singapuri alelnöke, *Sunil Sool* tartott. Az ismert növekedési számok (lakosság, GDP, cellulóz- és papírigény) bemutatása után Japán, India és Kína közötti különbségekre utalt. Nemcsak az országok között, hanem azokon belül is óriási különbségek vannak a teljes fogyasztásban és annak szerkezetében. Míg Japánban a gazdaságossági nyomás miatt az új gépek beindulása a kis gépek leállítását eredményezi, India az alvó óriás szerepét tölti be 5 kg/fő/év alatti fogyasztásával. Bár a jogi környezet nem túlságosan kedvez bizonytalansága miatt a nagy beruházásoknak, mégis innen várható a közel-keleti író-nyomó papír kapacitáshiány lefedése áruszállítással. Ez annál határozottabb fejlődést biztosít, minél jobban növekszik a jogbiztonság, a társadalmi és környezeti elkötelezettség.

Tom Wright a Hawkins Wright Ltd angol rész tulajdonos igazgatója a „Globális cellulóziaci trendek”-ről beszélt. A facellulóz-termelés elhelyezkedésének következtében ma ebben a szektorban az intenzitás alacsony és ez tovább csökken. Latin-Amerikában a termelés ca. harmadát dolgozzák fel, míg Ázsiában 60%-át, Európában és Észak-Amerikában közel háromnegyedét. 1990-ben alig 20% volt a piaci értékesítésű facellulóz, a mai 26% 2020-ra 35% fölé nőhet.

Az észak-amerikai cellulózyárak nagy része költségeikkel versenyképtelenné válik, hisz kevés a beruházás, a fa- és anyagköltségek, valamint a helyi igény csökkenése miatt a szállítási költségek nőnek. Ennek következtében az elmúlt két évben 2,7 millió tonna kapacitást zártak be. Európában a kapacitás-egyensúly

fenntartására zárnak be papírgyárakat, az olcsó lombosfa-import miatt túlelű cellulózra állítanak át cellulózyárakat. A gyártási költségek nőnek a fa energiaiparba áramlása, az orosz exportvámok és az időjárás változások miatt. A túlelű fa helyettesítését lombosfával támogatja egyrészt, hogy európai kikötőkben ma a lombosfa-cellulóz Braziliából 270 \$/t-ba kerül, míg fenyőcellulóz British Columbiából 560 \$/t-ért érkezik. Másrészt az a tény, hogy a papírgyártók jövedelmezősége csökken, a cellulóz és egyéb költségek növekedése, a papírárak stagnálása miatt Ny-Európában 2001 és 2007 eleje között a rés a CWF papíroknál 200 €/t-val csökkent. A cellulózigény csökken, hisz a fejlett országok fogyasztása csökken, a helyettesítés erősödik. Az árcsökkenés, a profitvesztés nem a korábbi rendszeres ciklikusság jelensége. 2006–2007 során a piaci cellulózkapacitások 50-50%-ban oszlottak meg a lombosfa- és fenyőcellulóz között. A világ egyes régióinak cellulózigénye a 2000–2006 között regionálisan eltérően nőtt (6. ábra). Kiemelkedő Ázsia igénynövekedése mint-



6. ábra. A világ árucellulóz igényének növekedése 2000–2006 között

egy 7,5 millió tonnával. Az előadó bemutatta az épülő és a bezárásra ítélt kapacitásokat, melynek következtében a 2006. évi 3% többletkapacitás 2008-2010. évekre 2%-os hiányba csap át az átlagos 92% kihasználtságnál. A nehézségeket fokozni fogja még a keresztárfolyamok bizonytalansága.

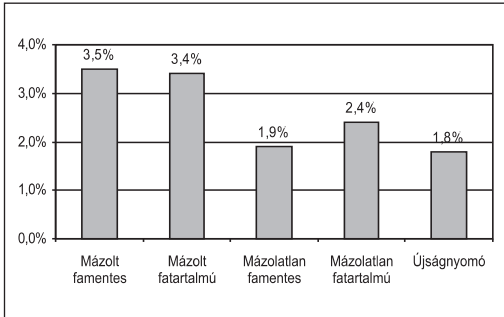
„A nyomdai papírok világpiacá”-ról *Martin Glass*, az EMGE & Co Ltd igazgatója szólt. A fő nyomdai papírok 2006-2011 közötti éves növekedési ütemét 1,8% és 3,5% közöttire becsüli (7. ábra). Ez az eddigi 3,1%-os növekedési trend 2,4%-ra csökkenését jelenti e szektorban. Bár az európai fejlődési mutatók az elmúlt 12-16 hónapban javultak, a növekedés többsége Kínából és az „egyéb országok” régióiból származik. A következő 1,5 év a nagy gazdasági befolyással rendelkező országok némelyikében választási előkészületekkel teli, ez csak átmenetileg tartja fenn a konjunktúrát. A nyomókapacitások bővülnek, elsősorban azonban

termelékenység-növelési céllal. A mennyiségi növekedés nem jár értéknövekedéssel, sőt a túlkapacitások miatt a trend: csökkenés. A kapacitás mérleg véleménye szerint az alábbi (1. táblázat) tendenciából vázolható fel. Mind ezen tényezők azt eredményezik, hogy az öt legnagyobb finompapírgyártó súlyának 1990. évi 15%-ról 2007-re 29%-ra való emelkedése nem állt meg.

A Heidelberger Druckmaschinen AG alelnöke, termékfejlesztési stratégiája *Robert Maynard Crooker jr.* arról kívánta meggyőzni a hallgatóságot, hogy „Ma és holnap nem szakad le az ég az íves ofszet-nyomatásra”. A nyomdaipar és a nyomtatott termékgéni fejlődését vázolta fel, melyben kiemelte az íves ofszet közel 50%-os piaci hiányát, éves 1,1%-os növekedési ütemét és költség-versenyképességét az évtized végén túlra is. Az attraktív megjelenéssel ellensúlyozható a költség-allokáció más hirdetési irányokba. Ez a munkafolyamat integrálásával 30%-ot is elérő termelékenység-növekedést, gyorsan csökkenő átfutási időt is eredményezhet a Speedmaster XL 105 generációval, de kapcsolódik az új típusú festékek és lakkozás használhatóságához, a megelőző és követő technológiai lépcsőkön túl. Egyre nagyobb lehetőség nyílik a papírgyártókkal való közös termékfejlesztésre, melynek lehetőségével még kevés nyomdász él.

#

Az előadásokat követő viták, kérdés-feleletek, konzultációk azt próbálták pontosítani, hogy milyen tapasztalatokkal és módszerekkel



7. ábra. Papírfajták átlagos igénynövekedése a világon (2006–2011)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2006–11
Világ igénye, ezer tonna	145690	146835	152255	153890	158305	164295	18605
növekedés		0,8%	3,7%	1,1%	2,9%	3,8%	2,4%
Világ kapacitás, ezer tonna	158810	159500	161700	165525	168180	170070	11260
növekedés		0,4%	1,4%	2,4%	1,6%	1,1%	1,4%
Kihasználtság	92%	92%	94%	93%	94%	97%	

EMGE& Co. 2007

1. táblázat. A világ nyomópapírjainak piaci áttekintése