

PRIMA konferencia 2014

Szőke András

A Papír- és Kapcsolódó Iparágak Marketingszövetsége éves konferenciáját május 19. és 20. között, Hamburgban tartotta. A világ minden tájáról mintegy 130 ipari és gazdasági szakember gyűlt össze, hogy véleményt cseréljen „Építsünk hidat” címmel.

A nyitó előadást *Chris Watling*, a brit Longview Economics vezérigazgatója tartotta. A globális rövid- és középtávú gazdasági kilátásokról „Papír a papírpénz világában” címmel beszélt. Felvázolta a nemzetközi monetáris rendszer fő mozgatórugóit, alapjait az 1800-as évektől máig. Ezen belül bemutatta, hogy az arany egyenértékes rendszer megszűnéséig az USA fogyasztói árindexe a háború éveit kivéve +7 és -10% között mozgott, majd a Bretton-Woods rendszer belépését követően a mai napig +13 és -1% közöttire változott. A világban megfigyelhető krízisek az elmúlt bő 30 évben minden esetben a nagyobb gazdaságok privát adósságainak GDP-hez viszonyított arányának növekedése után következtek be. A kritikus szint 60-80% között volt, míg kiugró (120-160%) arányok is előfordultak. A legutóbbi évek eseményeit elemezve utalt a rendszereken belüli hármasságra:

- a kereskedelmi bankok pénzt generálnak a kölcsönadásokor,
- a központi bankok a kiskereskedelmi inflációra ügyelnek,
- a kereskedelmi és a beruházási bankok rövidtávon gondolkodnak a hitelmaximalizálásra törekedve (abban a meggyőződésben, hogy túl nagyok a bukáshoz, túl szerteágazóak és veszteségeik társadalmasíthatóak).

Arra a végkövetkeztetésre jutott, hogy

- a nyugati gazdasági rendszer ciklikus fellendülése folyik – várhatóan további két évig bizonyosan,
- a kínai gazdasági növekedés törékeny, rövidtávon visszaesés sem kizárt,
- a nyugati gazdaságok lehetséges bérinflációja növekedő, a következő 12-18 hónapban pl. a kamatlábak emelkedésére kell számítani,
- a nyugati hiánycsökkenések magassága, a magas ingatlanárakkal együtt a kamatlábak a korábbiaknál alacsonyabb szintje után fordul emelkedésbe,

- a világ strukturálisan deflációs irányú és alulfinanszírozott,
- a G7 országok devizái az alsó szint felé közeledve, pl. a kínai deviza jelentős leértékelését okozhatja.

A következő előadó a Södra Cell International elnöke, *Magnus Björkman* volt. Előadását egy kérdéssel indította: Minek kell beruházni egy cellulózgyárba a digitális világban? A társadalom digitalizálódik, a sokszorosítás digitálisan egyszerűsödik, papírmentes irodákról beszélnek, és a gazdasági megatrendekben is sok eltérő hatás érvényesül. Ha a szokások maradnak, 15 éven belül 150 millió tonna papírtöbbletre lesz évente szükség. Ez a 120 millió tonna papírhulladék-többlet felhasználás esetében is 36 cellulózgyár többlet-termelését igényli. Honnan jöhet ez a 200 millió köbméter rostalapanyag? A textilcélú rostfelhasználás ugyancsak 2-3%-os éves növekedést mutat és a népességnövekedés okán ez a trend fennmarad. Ezt nem tudja kielégíteni sem a gyapottermelés, sem az olajalapú szintetikus rostgyártás. A Södra számára tehát alapvető kérdés, honnan tudja a délsvéd, 52000 tagot számláló szövetség a faforrást biztosítani. Ha a jelenlegi papírfogyasztás világszínvonala marad 57 kg/fő/év, akkor a többlet-igény kalkulálható a demográfiai változás alapján is. Emellett a papír összetevőinek és felhasználási szokásainak változása (töltőanyag növelés, nemesítés, tissue növekedés, gondolatátvivő papírok csökkenése) nem kedvez a papírhulladék újrahasznosíthatóságának. Tehát a primer rostok jelentősége nem csökken. Lehetőség és igény egyaránt van a felhasználó közeli cellulózgyártásra, az elmúlt 100 évben megvalósult svéd erdőhozami megduplázás folytatására, a fenntartható gyártási folyamatok bővítésére. A Skandinávián kívüli cellulózgyártás várhatóan a BRIC államok, az afrikai igénynövekedés fedezetéül szolgálhat.

Az európai jogi és szabályozási helyzetről/feladatokról a CEPI, a Papíripari Szövetségek Európai Szövetsége következő ügyvezető igazgatója, *Marco Mensink* beszélt. Az idei év az európai tisztségviselők

választási éve. Novemberre mindkét legfontosabb integráló politikai szervezet (EU és EP) intézménye újjáalakul. Erősödhet az a tendencia, hogy az ipar a növekedés motorja. A versenyképesség egyik alapvető nehézsége – iparágunk számára is – a magas energiaár Európában. A szén-dioxid költségek várható növelése, a megújuló energiahányad cél (40%) 2030-ig való teljesítése, az ukrán helyzet miatti bizonytalan orosz függőség mind cselekvésre ösztönöz. Az emelkedő költségeket nem tudja a fogyasztó egyszerűen fedezni. Továbbra is központi téma marad az újrahasznosítás. Várható, hogy európai szintű szigorítás lesz a hulladéktörvényben, mely hátrányosan érintheti a hasznosítható anyagok lerakását és égetését. Mindezen – a papíripar számára is alapvető kérdések – korszerűsítésén túl, annak támogatására jelentős erőforrások (74 milliárd €) állnak rendelkezésre innovációra és kutatásra. Ebből a CEPI a papíripar részére szeretne kiharítani nagyobb összegeket, elsősorban a biotechnológiák és a biogazdaságok részére.

Érdekes kérdést tett fel *Walter Trezek*, az osztrák Document Exchange Network ügyvezető igazgatója. Milyen hatással van a nyomdaiparra az adatvédelem és a marketing kölcsönhatása?

Az elektronikus kommunikáció mellett a nagykereskedelmi láncok, csomagküldők adatigénye befolyásolja a Google, Facebook, Amazon és a postai csomagküldő szolgáltatások közötti versenyt.

A minőségi igények kielégítésére a nyomdaipar felkészült. A visszatérést a papírhoz nem csak a kényelmi szolgáltatások, a világ kiskereskedelem bővülésének információ- és csomagolásigénye erősíti, de új jelenségként jelent meg az elektronikai kézi berendezések nyomtatási készségének fejlesztése is. Ezen a területen a következő 3-4 évben az összes üzleti nyomtatott oldalszám +2,2 – -5,1%-os (várhatóan -2,2%-os) átlagos éves változást él meg. Ugyanez a tevékenység a mobilszektorban +20 – +8%-os (várhatóan +12,5%-os) növekedést eredményez. Abszolút értékben ez évente a visszaesés felét kompenzálhatja.

Egy másik szövetség főtárgya, *Angelika Christ* a FEFCO, a hullámműanyag-gyártók, a csomagolóanyag-gyártók szempontjait foglalta össze azzal a vezérgondolattal, hogy „A csomago-

lás segít az élelmiszer-hulladék keletkezésének megelőzésében”. Ez a gondolat a 2014 év egyik súlypontja a szektorban. Divat a csomagolást szidni, hisz hulladékot eredményez, adminisztratív munkát okoz, valamint a túlcsoagulást, a műanyag túlsúlyát, a nehéz megsemmisítés előítéletével küzd. A csomagolás számos előnyét pedig háttérbe szorítják: a környezet- és termékvédelem, információ, logisztikai könnyítés, márkajelzés lehetőségét, továbbiak között megelőzi az élelmiszer-hulladék keletkezését a folyamatok adott szakaszában. Felmérések szerint a fejlett ipari régiókban 280-300 kg/fő/év az élelmiszer-vesztés, ugyanez csak 120-170 kg/fő/év az alacsony jövedelmű régiókban. És hasonlóan meglepő számok: ebből a fogyasztónál keletkezik a fejlett országokban 98-115 kg, míg alacsony jövedelmű országokban ez csak 6-11kg. A veszteségeket vizsgálták a forrás helye szerint: mezőgazdaságban, szedés/aratás utáni folyamatok alatt, feldolgozáskor, elosztáskor, fogyasztáskor keletkezett-e. A termékfajtától és a fejlettségi szinttől függően régióként is óriási eltérések vannak. Az eltéréseket az alábbi okok eltérő súlyára vezetik vissza az alacsony jövedelmű régiókban:

- nevelés/know-how
- rossz vagy hiányos logisztika, utak, szállítóeszközök,
- klíma/hűtés,
- higiéniai problémák,
- tárolási hiányosságok (hő, nedvesség, gombásodás, fertőzés),
- csomagolási védelem hiánya,
- helytelen csomagolás.

A fejlett régiókban más az okok súlya, így ott más intézkedések szükségesek. A szegényebb régiókban a termelés és az elosztás a fő veszteségforrás, a fejlett régiókban a fogyasztónál keletkezik a hulladék legnagyobb hányada. Jelentős szerepe van a szavatossági idő értelmezésének. Tehát a megfelelő méretű vásárolható egység, a beépíthető hűtés, az érés során keletkező etilén elnyelése, a külső fertőzés bejutásának megakadályozása, adagolási és újrazárás segédeszközök számos más innovatív megoldással növelik a fogyasztható állapotban tartás hosszát. Ugyancsak lehetséges a vevők nevelése a kisebb tartalékok tartására. Ha a csomagolás része a terméknek, megakadályozza a sérülést, elfolyást, ha az intelligens csomagolás megfelel a klimatikus

és környezeti követelményeknek, akkor jól ellen-súlyozza, hogy az élelmiszer veszteség a környezetre kevésbé káros, mint a rossz csomagolás.

Linus Larsson, a svéd SEB Ensklida beruházási elemzője az elmúlt 20-25 év pénzügyi és piaci mozgásait értékelte az árverseny, a versenyképesség, a profil- és tulajdonosváltások, az alkalmazkodás szempontjából. Arra a következtetésre jutott, hogy a visszahúzódnál eredményesebb a vevőorientált innováció mind a tevékenység célja és helye, mind a technológiai fejlődés és a nyereségtermelő képesség, versenyképesség szempontjából. Ennek jó példája az SCA profilváltása a csomagolási szektor eladása és a Georgia Pacific megvétele során.

Külön szekcióban tárgyalták a szakértők a papír és a nyomtatás jövőjét. *Martin Glass*, az EMGE & Co Ltd tulajdonos igazgatója utalt egy, júniusban megjelenő tanulmányra, mely brit szemszögből elemzi a helyzetet. Általánosíthatóan azonban kiemelte, hogy a hatékonyság növelése a társadalmon belül a nyomdai papírok fogyasztásának csökkenését eredményezi. Ez 2008 és 2012 között 20%-os visszaesést okozott. Csak 2014-ben 11-3% közötti hirdetési piaccsökkenéssel számolnak nyugat-európai országok újságjai, folyóiratai. Ennek oka a mobilitás és a társadalmi kapcsolattartás szokásainak változása. A figyelem középpontjában a termék helyett a piac került. Mindig, mindennel, mindenhol, állandóan jelen kell lenni. A piac nyomása helyébe a fogyasztó húzása lép. És ez papírbázison széleskörű marketingnél, speciális magas hozzáadott értékűnél, a hálóról vagy a mobilról vagy digitálisan nyomtatva gyorsan fejlődik.

Az OTTO csomagküldő cég történetén keresztül *Alexander Voges* bemutatta, hogy változatlanul nagy jelentősége van a papíralapú katalógusoknak. Fő funkciója azonban megváltozott és differenciálódott. A papír értékesítési csatorna helyett marketing eszközzé vált. Évente mintegy 120 nyomtatott kiadványuk jelenik meg, mely néhány lapos hajtogatott kiadványtól az ezer oldalas nagy könyvig terjed. Az egész OTTO csoport ennek a tizenötszörösét terjeszti. A csomagküldő OTTO cég 35 millió oldal éves kiadvánnyal dol-

gozik. A kiadványok eladásösztönzők és aktivizálók is lehetnek. Kiadványaik 4 fő csoportja nemcsak eltérő terjedelmű, hanem a hetestől a féléves élet-tartamig terjed. Mászt készítenek szezonális célra, célcsoportos tájékoztatásra, adattár jellegű katalógusnak vagy újdonságokhoz. És minden esetben fenntartják a többszornás elérési lehetőséget. A nyomtatott forma az egyéni érintkezési felület helyett a fogyasztóval való kapcsolattartás felé tett egyik lépés. E célból az eddigi formátumokat, tartalmakat folyamatosan revitalizálják a korszerűsítés, eredményérés mellett.

A kiadókat képviselő *Massimo Bolchi* igazgató azt a kérdést boncolgatta, hogy a „Nyomtatásból digitálisba: Fájdalmas átmenet vagy halállal végződő ösvény?” A végkövetkeztetéssel kezdte: egyetlen új média sem tudta megsemmisíteni a helyettesítésre kiszemeltet. Így a nyomtatás sem fog megszűnni, de nem maradhat a jelenlegi formában fenn. Az olvasás és a reklámozás nyomtatott formái jelentős piaci beszűkülést mutatnak a fejlett társadalmakban. A feltörekvő gazdaságok még nem érték el azt a szintet és fázist, de a váltás gyorsabb lesz, mint az előzőeknél. A hálón megjelenő objektumok gyakran másolatai a nyomtatott formában megjelent újságoknak. Így azonban nem lehet olvasót nyerni. Az új hírszolgáltatók percenként frissítik lapjaikat. Ha ezeket kinyomtatjuk, az konzervál és kényelmi igényt, nem aktualizáltat elégit ki. Tartalmi vagy esztétikailag színvonalas on-line kiadványokat nem lehet ingyen terjeszteni. A készítő cégek hozamai alacsonyak, a felhasználó pedig nem hajlandó a reklámokért külön fizetni. A fizetési hajlandóság hely, idő és piacfüggő, ugyanakkor gyorsan változó. Ezt a 2011-ben indított, az iPad-ra készített News Corporation egy év alatti tönkremenetele is bizonyította.

Sikeresen a fokozatos párhuzamos megjelentetés és tudatos tartalom-megosztás, részben fizetett olvashatóság mellett lehetett mind Washington DC környékén, mind Olaszországban bevezetni. Itt az igényes, időálló elemzések nyomtatott, rendszeres kiadásával és az on-line hírek kialakításával stabil piacot hódítottak. A piacképes termék vevőjének megtalálása vagy a vevőigény szerint kialakított termék elkészítése az út. E szimbiózisba lehetséges operatív módon a vevő integrálása, folyamatosan

szükséges azonban a helyzetelemzés. Jelenleg inkább a digitális hírszolgáltatás fedezetei segítik a nyomtatott megjelenést.

Jukka Kiiskinen, a Shortcut Media finn cég vezérigazgatója saját példájukon keresztül mutatta be, hogyan lehet gyümölcsözően a nyomtatott és a digitális megjelenés között kapcsolatot, hidat felépíteni. A cég rendszerben és operatíván is megszervezi, elvégzi a materiális és a virtuális világ összekapcsolását. A tartalomnak elérhetőséget kell biztosítani és a figyelmet kell magára irányítani. A jelenlét, a láthatóság és a megbízhatóság, elérhetőség egyformán fontosak. Ezt és a hidat biztosítja közöttük a cég 15 finn újságnál, az Audi híradójával, a Carlsberg Premium League közös gyűjtődobozával többek között. Mindegyiknél az elérhetőség gyors (olcsó) biztosíthatósága társul a minőségi tartalommal, nagyvonalú, elmélyíthető információval. Így a megbízónál is megvalósulhat a költségcsökkentés, a terjesztés helyett a fejlesztésre való koncentráció lehetősége.

Az osztrák Red Bull Media House nyomtatási üzletágának vezérigazgatója, *Wolfgang Winter* „A minőségi tartalom értéke” cím köré csoportosította gondolatait. A 2007-ben alapított cég mára 14 országban van jelen, Ausztriában havi 140000, Németországban havi 70000 eladott példányszámmal. A Red Bulletin a médiacsoport tulajdona évi 2,4 millió másolattal és félmillió digitális felhasználással a világ minden táján. De a cégnek is figyelnie kell a piacot döntően kézben tartó Google Play és Apple AppStore brandekre is. Eredmények is megfigyelhetők: a NYT digitális előfizetői nyeresége meghaladta Amerikában más digitális kiadó eredményeit. Ennek ellenpontja az FT fiaszkója Németországban. Amikor csak az elmúlt egy évben 500 új cím jelent meg az USA újságpiacán, nem szabad a nyomtatott sajtót temetni. De a versenyt sem szabad lebecsülni.

Az ezt követő panelbeszélgetésen nagyon élénk véleménycseré alakult ki, végkövetkeztetéseit a következőkben foglalhatjuk össze:

- a fiatal (19-23 éves) generáció háló-orientáltabb, de vásárol nyomtatott sajtót is. Ez az érték, megbízhatóság megjelenési formája.

Az ennél fiatalabbnál tény, hogy előbb digitalizálódnak, mint olvasni tanulnak. Így őket ugyanúgy meg kell tanítani olvasni, ahogy az idősebb generációt a digitalizálódásra

- a papírgyártóknak várhatóan a magasabb igényű, különleges funkciójú és tartósabb kiadványok felé kell innovatív megoldásokat ajánlani
- a digitális nyomtatás a megszemélyesített nyomtatványok miatt jelenleg drága
- a nyomtatásnál is háttérbe szorul a tömeges közepszerűség és előtérbe kerül az igényes, réstérmekek piaca.

A következő szekció a csomagolásról szól.

Jon Haag, a BillerudKorsnäs fejlesztéssel foglalkozó igazgatója a fogyasztónak a csomagolás jövőjére való hatásával foglalkozott. A csomagolás sokoldalú feladata nélkülözhetetlen az értékesítési láncban. Széleskörű elemzést végeztek a csomagolás hierarchiájában az ismert tényezők súlyának vizsgálata.

Ezek között a fogyasztó, az anyag, a környezet funkcionális tulajdonságai, a konstrukció, a tervezés, a megjelenés, a kommunikáció és a márka szerepét kiemelten elemezték. Etnográfiai és demográfiai vizsgálatukat öt városban és országban a fogyasztóval közösen folytatott próbavásárlással egybekötött felméréssel készítették elő.

Vizsgálták a csomagolt és nem csomagolt vásárlás okait, a fogyasztó szándékait a csomagolással. Az emberek döntenek el ugyanis, hogy a csomagolás bővül-e, fejlődik-e, szükséges-e, lehetséges-e.

Az elemzés hat fő következtetés levonását tette lehetővé. Az egyik fontos megállapítás, hogy az emberek szeretik a funkcionalitást, pl. jó újrahasznosíthatóságot, jó elhelyezhetőséget, jó helykihasználást. Nem szeretik a feleslegességet.

Az igazi hozzáadott értéket mutatja például a telítettség csökkenő térfogat, a másodlagos jó tárolást adó csomagolás.

A fogyasztó szerepét és befolyásolhatóságát mutatja be példákra *Andrew Streeter*, a Datamonitor CPS International and Packaging innovációs igazgatója, csomagolási specialista.

A csomagolási változatok nagyon sokrétűek, de a megújulás igen ritka.

A csomagolás nem használja ki eléggé média szerepét. A csomagolás előnyt, lehetőséget ad, amit

követ a profit. Csomagolás nélkül a termékek nagy része eladhatatlan.

A szokások és követelmények szerinte is eltérőek a kultúrától, környezettől függően. Japánban például sokkal fontosabb a tapintáskori érzés, mint Európában. A fenntarthatóságnak is eltérő súlypontjai vannak. Ha a papír, cellulóz jó szilárdsági tulajdonságait megfelelő társítással vagy alakíthatósággal kombináljuk, jelentős előnyre teszünk szert. Ilyen példa egy leveskocka hőre megnagyobbodó, két réteggé váló csomagolása a kartondoboz helyett, mely mégis 97% cellulóztartalommal helykímélő és hőszigetelő tulajdonsága miatt kényelmes, akár pohárként is használható. Ez is a sokrétűséget, a differenciálást erősíti a formalizálás helyett. Az ehhez társuló brand pedig a termékgaranciát adja.

A csomagolóanyagok innovációjáról, elsősorban a cellulóz/papíralapúakról beszélt *Marco Lucisano*, az Innoventia Process Solution vezető tanácsadója. Svédországra, az USA-ra és Indiára kiterjedő tanulmányuk a 2020-ra várható világ hatásait kívánta feltárni. A felmérés számos ellenmondásra is rávilágított.

Bár az indiai válaszadók nagyon fontosnak ítélték meg a környezetvédelmi szempontot, mégis súlyos szennyezések folynak az iparban. Az anyagok közötti preferenciában a legrosszabb a műanyag palack, majd a papír. Legkevésbé károsnak ítélték a fémdobozt. Érdekes módon a skandinávok voltak leginkább papír/karton pártiak.

A cellulóznak azonban nemcsak papíripari jelentősége van. A nanotechnológia segítségével más-más tulajdonságát erősíthetik az energetikai, vegyi vagy enzimatisz célra természetesen nyersanyagoknál. A vizsgálat eredményeként megállapítható, hogy a papíralapú csomagolás kedvező előítélettel rendelkezik. Fejlesztendő területe az interaktivitás. Ezzel és a differenciálással a biogazdaságban is megerősítheti meghatározó szerepét. A csomagolási szekció végét panelvita zárta le. Vitaindítóként összefoglalták az előadások és a felmerült kérdések legfontosabb megállapításait. Ezek és további gondolatok alapján a következő fő következtetéseket fogalmazták meg:

- a digitális nyomtatás innovációi a differenciálást segíthetik, mely a rostalapú csomagolás kényelmi

és funkcionális jellegét, valamint a fenntarthatóság, a márka erősségét támogatják a megfelelő innováció alkalmazásával

- a netes kereskedelem, a csomagküldő szolgáltatás kimeríthetetlen alkalmazási lehetőséget kínál megfelelő funkcionális és könnyített csomagolás tekintetében. Ez ellentmond az üzletekben megjelenő vizuális igényeknek. Helyes alkalmazás esetén az az ellentmondás is a rostalapú csomagolóanyagok javára fordítható, hogy soha ennyi csomagot ilyen kevés termékkel nem szállítottak
- az e-kereskedelem információs vásárlás előkészítése alapvetően eltér az üzletben vásárlástól. Itt kihasználatlan területek vannak az információs funkciók korszerűsítésével. (3D megjelenítés)
- a digitális nyomtatás (várhatóan rövid távú) előnyomulása a személyes/megszemélyesített csomagolásban lehet látványos.

Hagyományosan a prognózisok, trendek előrevetítése a záró szekció témája. A legnagyobb lakosság-számot felölelő feltörekvő piac Kína. *Xuewu GU* professzor, a bonni egyetem egyik tanszékvezetője azt a kérdést járta körül, hogy mítosz-e a kínai hitelbuborék. A hosszú évek óta két-számjegyű növekedés néhány éve egy-számjegyűvé lett. A lassulás tudatos, mert nem fenntartható az energiaintenzitás, a környezetterhelés. És természetesen hatással volt a nemzetközi válság is. Súlyos aggályok merülnek fel a 23 billió \$ államadóssággal kapcsolatban. Ez a kérdés azonban három ok miatt eltérő más országokétól:

- a pénzpiac politikai befolyás alatt áll,
- a kínai piac erősen elszigetelt és
- monopolizált pénzügyi tekintetben.

Így a kölcsönök vannak túlsúlyban a részvényekkel és az alapokkal szemben, jelentős az árnyék bankrendszer, melyben nagyobb a bizalom. Az eltérő banki működés, a magas visszafizetési biztonság (a kölcsönvevők állami hányada miatt), az ingatlanárak megnégyszereződése az elmúlt 12 év alatt, a tartalékráta 20%-ra emelése nem indokolja a hitelbuborék elnevezést. A gazdaság három pilléren nyugszik: a termelésen, a hét új zöld stratégiai célon és a 32000 km hosszúságú tengerparton nyugvó kék/tengeri gazdaságon.

Hogy hogyan jelentkezik ez az ázsiai cellulóz- és papíriparban, arról *Götz Martin*, a Pöyry szakértője

beszélt. Mint ismeretes, Kína lett/maradt az elmúlt 10 év alatt minden változás ellenére a világ legnagyobb papírgyártója. Ott termelik a világ termelésének mintegy negyedét. Észak-Amerika csak mintegy egy ötödével részesül a teljes termelésből. Észak-Amerika 90 éves fejlődését Kína 30 év alatt érte utol. Ázsia papírigénye lesz az egyetlen jelentős régió, mely fenntartja mindkét (elsődleges és reciklált) rostfajta növekedő felhasználását.

A növekedés motorja a fejlődésben és az urbanizációban keresendő. Jelentős visszahúzó tényező a tartós, fennmaradó rostsűrűség. A papírhulladék helyettesíthetősége friss rosttal gazdaságilag és környezetvédelmileg tartósan nem fenntartható ebben a régióban sem. A nyersanyagokért folyó verseny itt is éleződik többek között a japán és a koreai zöld energetikai célok miatt. A hatékonyság javítása gazdasági kényszerűségként is hat a rostalapanyag termeléstől az újrahasznosítási forrásokig. A fejlesztési és oktatási igény mellett ezek a tényezők, a specializálódás éppúgy tartalmaznak kihívásokat, mint lehetőségeket a fejlett gazdaságok részvételére az ázsiai fejlődésben. Ehhez azonban a piac és annak működésének, a struktúrák mélyebb ismerete elengedhetetlen.

Glenn O'Kelly a McKinsey&Company fa- és papíripari szakértője érdekes összefoglalót mutatott be az 'Európai Faipari Piac Kilátásairól'. Néhány induló megállapítása közül kiemelendő, hogy az európai faárak Kína és Japán után a legmagasabbak a világon. Ez az egyik oka az elmúlt 2-3 évben az integrált papírgyárak évi 2-4 millió köbméter kapacitása bezárásának. Mindamellett a fa építőipari, bútorigipari és energetikai hasznosítása 2012 évre európai régióként igen eltérő fakitermelési mutatókat eredményezett.

A papírfelhasználás visszaesése, a fa helyett fahulladék energetikai hasznosítása segítette a faárak stabilizálódásában. Ma a fakitermelők jövedelmének döntő hányadát a fűrészipari rönkfelhasználás adja, a papíripari forgalom 40%-a pedig apríték, fűrészpor és rönkszélhulladék. A kraftliner és kraftcellulóz gyártók relatív jó helyzetben vannak vásárlói kapacitásukkal az európai többlettermelés felszívásának potenciáljában. A túllelű fa felhasználás talán erősödhet hosszútávon, hisz az európai csomagolópapír-gyártás fejlődik, a

papírhulladék minősége romlik. Ezt támogathatja, hogy e terület zöld lábnyoma kedvező képet fest.

Roger Wright, a Hawkins Wright Ltd alapító igazgatója ugyancsak a világ papírteltermelésének Kínától való függőségét elemezte. Véleménye eszerint, amellet, hogy Kína azon kevés ország közé tartozik, amely tartósan növekedik, 2007 óta túlértékelt. 2013-ban a „maradék” világ cellulóztermelése a 2004. évi szint alatt volt, a papírgyártás is csökkent 25 millió tonnával. Ugyanakkor Kína fejlődése is visszaesett a korábbi 2/3-ára. A populáció kérdései mellé egyéb, fontos visszahúzó fogyasztási tényezők lépnek. Ezek között az átlagosan alacsony gazdasági hatékonyság és nyereségtermelő képesség, az alacsony (80% körüli) gépkivhasználás, relatív jelentős elavult technikájú termelőhányad megemlítendő.

A következmény, hogy a növekvő igényt a következő 6-8 évben új kapacitások létrehozása nélkül is lehetne fedezni. Ez mind az író-, nyomó, mind a textilhelyettesítő/tissue termékekre igaz. Az alapanyagul szolgáló cellulóz honi gyártása ugyancsak megnőtt, de az aprítékimport, a víz, az energetikai és a tulajdonjogi problémák miatt nem versenyképes a dél-amerikai és indonéz gyártókkal. A papírfelhasználás GDP-hez viszonyított elemzése ugyancsak nem hasonlítható a fejlett gazdaságok gondolatmenetéhez. Míg NYE-ban vagy az USA-ban 67-70%-a a GDP-nek háztartási kiadásokon keresztül realizálódik, addig ez a hányad Kínában csak 35%. Számításaik szerint a társadalmi szerkezet hatása a nagytömegű szegénység miatt azt mutatja, hogy az igazi „papírfogyasztókra” (a középosztályra és a feletti rétegekre) vetített papírfogyasztás 177 kg/fő/év. Ez összehasonlítható a fejlett országokéval. A kormány tudatában van annak, hogy a szegénység csökkentésével a belső fogyasztást kell/lehet növelni, de a hagyományos megtakarítási szemléletből vásárlási szemléletre való áttérés biztonságot és időt igényel. Vagyis várhatóan a racionalizálási kényszerűség mellett a csomagolóanyag és a tissue termék gyártás fejlődése stabilabb társadalmi háttérű, mint a gondolatátvivő papíroké.

A Smithers PIRA stratégiai tanácsadója, *Graham Moore* a csomagolási alkalmazások trendjeit elemezte, megkülönböztetve a hullámpapírlemezt, a kartont és a papírzsák szektorait. Megállapításait

arra a feltevésre alapozta, mely szerint 2020-ig a világ legnagyobb csomagolóanyag felhasználója Ázsia marad mintegy 36%-os igényhányadával, valamint a papír-karton a fejlődés mellett is megőrzi kb. 30%-os részhányadát a teljes csomagolóanyag felhasználásban.

A hullámtermékek piaca 2013-ban 10,9 millió tonna volt, ebből Kínában 28%-ot, Ázsiában összesen 46%-ot használtak fel. A hullámtermék gyártók tulajdonosi szerkezete lényegesen dekoncentráltabb, mint az alapanyaggyártóké. A hullámalap-papír gyártók koncentrációja tovább folytatódik, amit az évi 4% körüli növekedés támogat. A szegmentált felhasználói piac azonban minőségi fejlesztésre készíti a papírgyártókat. A nyomtatási igény növekedése, az alacsony felülettömegű anyagok terjedése, az on-line kereskedelem térhódítása, az újrahasznosított rostanyagok minőségromlása néha ellentétes tendenciákhoz való alkalmazkodást és innovációt igényel. Ez akár a primer rost arányának növekedését is eredményezheti egy-egy részterületen.

A több mint 40 millió tonnás kartonpiac ugyancsak 46%-ban Ázsiában realizálódik. A minőségi választék sokrétűsége, a brand jelleg dominanciája kevésbé koncentrált gyártást, de koncentráltabb feldolgozást hozott létre. A növekedési potenciál itt is magas, 5% körüli évente. Különösen jelentős az élelmiszeripari, a luxustermék gyártói felhasználás. A zsákpapír piacot 3 gyártó uralja. Bár a feldolgozás kissé dekoncentráltabb, az építőipar, az élelmiszeripar

és a mezőgazdaság elsődlegessége itt is felismerhető. Ez hat mind a tömegtermelésre, mind a piaci résekbe hatoló fejlesztési lehetőségekre.

Összefoglalóan tehát elmondható, hogy termékinnovációval a csomagolópapír gyártás a papíripar perspektivikusabb, fejlődőképes ágazata marad a jövőben is.

A záró előadást *Martin Glass*, az EMGE&Co igazgatója tartotta az író-nyomó papírok rövid távú jövőjéről. A gondolatátvivő papírok igénycsökkenése 2007 óta tart. Az újságnomó papírok igény szintje ma az 1984. évi szint körül mozog.

A teljes fajtacsoport felhasználása évi 2,4%-kal zsugorodott a mai kb. 76 millió tonnára. Amennyiben nagyobb gazdasági megrázkódtatások nem lépnek fel, a stagnálás prognosztizálható a következő 2-3 évre.

Ez a fordulat már az ideai első negyedévben is hasonló volt, a tavalyi 2,6%-os visszaesés mintegy megfelelő volt. A pozitív fordulat alapja, hogy mind a német, mind az észak-amerikai gazdaság pozitív fordulatot vett. A változás kedvezően hathat mind Európában, mind Ázsiában az alacsony gépkihasználási mutatókra. A gazdaság helyzetét javítja, hogy a kihasználatlan kapacitásfelesleg felét leállítással tervezik megszüntetni, elsősorban a nem ázsiai régiókban.

A várható nyugodtabb néhány évet nemcsak levegővételre, hanem további kapacitásmenedzsmentre kell kihasználni ebben a szektorban.

Papírgyűjtési Stratégiák – tanácskozás Sopronban a Papír Lánc valamennyi tagja részvételével

A Nyugat-magyarországi Egyetem Simonyi Károly Műszaki, Faanyagtudományi és Művészeti Kar Papíripari Kutatóintézete konferenciát szervezett a visszaforgatható papír minőségének a javítása érdekében. A 2014. július 9-i rendezvénynek az egyetem Ligneum Látogatási Központja adott otthont Sopronban. A szakmai program gerincét a CENTRAL EUROPA program keretében, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával megvalósult EcoPaperLoop (Ecodesign for the En-

hancement of Central Europe Paper Based Products Recycling Loop) projekt képezte. A tanácskozás céljaként meghatározott minőségjavítás érdekében a szervezők fontosnak tartják a tudatosság növelését, valamint a megfelelő eszközök biztosítását a papíralapú termékek visszaforgathatóságának és visszagyűjtésének érdekében. Kiemelték: a Papír Lánc szereplőinek feladata, hogy a papíripart megfelelő minőségű nyersanyaggal lássák el úgy, hogy az a környezet lehető legkisebb terhelésével