

PRIMA konferencia taljánföldön

Jubileumi konferencia volt Torinóban május elején. A PRIMA (Paper and Related Industries Marketing Association) évenként ismétlődő rendezvénye negyvenedszer tért vissza szokásához: Európa és esetenként a tengerentúl vezető cégeinek és szakembereinek ad találkozási lehetőséget. Az előadások mellett számos lehetőség van a szakmai és személyes vélemények, élmények kicserélésére. Bár rendszeresen a Papíriparban jelenik meg az előadások, panelbeszélgetések kivonata, az alcím arra készítetett, hogy néhány vélemény idézése itt találjon helyet:



Mr Girolamo Marchi, CEO of Burgo Group opened the conference

A Papír – helyének keresése a Gutenberg óta eltelt idő legnagyobb kihívása közepette. Mivel többségében az újságnyomó, egyéb író-nyomó papírokat gyártó, eladó szakemberek, befektetési és marketing tanácsadók jelentek meg, nem csoda a házigazda: az olasz Burgo csoport volt a fő szponzor. Elnöke nyitotta meg az előadások sorát. Marchi Girolamo bemutatta a mintegy 3 millió tonna papírgyártó kapacitású céget. A 13 egység nemcsak rostot gyárt és két értékesítési egységet tart fenn, hanem energiaigényét részben saját erőműveiből fedezi. Sajátossága és stratégiája a csoportnak, hogy felvásárlások, egyesülések után is megőrzi a bejáratott márkanéveket, melyek mind a jó minőségű író-nyomó papírok között szerepelnek. Használja ki a papíripar és nyomdaipar, hogy a papír szerepe univerzális a hirdetésnél, a kommunikációban, az oktatásban, az elmélyülésben. És egy újság készen 20%-kal kevesebb CO₂-t eredményez, mint 30 perc számítógépes hírolvasás. Ezzel mindegyik média a maga előnyös helyét az együttélésben megtalálhatja.



Prof. David Coleman

Coleman professzor Oxfordból rámutatott, hogy a demográfiai változás az első világháború óta eltér a korábbiaktól. Általános öregedés, születésszám csökkenés mellett a növekvő társadalmak (Kína, India) korábbi meghatározó kulturális és gazdasági szerepük felé haladnak.

Hohol igazgató az amerikai és világ tendenciák figyelésére hívta fel a figyelmet. A fejlődés fordulópontja, amikor a korábbi különlegesség általánosan elérhetővé válik. Ezért törvényszerű, hogy új szerepet kell keresni a nyomtatott médiával, hisz a szélessávú internet terjedése a fejlett világban lassul, míg a fejlődő országokban még néhány évig gyorsan emelkedik.



Berry Wiersum

A Sappi Fine Paper Europe igazgatója, Wiersum Berry úgy véli, hogy az energia és a vegyianyag-árnövekedés, a nyersanyagnál más iparok okozta keresleti drágulás, a devizák volatilitása, a költségcsökkentési lehetőségek lassú megvalósulása és a környezeti költségek növekedése a „játék” változtatását kényszeríti ki, ha tartós fennmaradásra tervezünk. Sappi a mázó papírok piacán vezető. Mind a famentes, mind a fatartalmú szegmens csak 91-92%-os kihasználtsággal üzemel, mely alacsony. Mely szegmensben várható változás? A térképeket helyettesíti a GPS, a hirdetés, a magazin egy része internetre tér át, így 7-15%-os csökkenés várható idén. Az a kérdés megválaszolatlan, hogy ebből mennyi tér vissza a recesszió elmúlása után. A papírra nyomtatott sajtó előnyeinek hangoztatása csak javíthat a helyzeten.



Toby Marchant

A nagykereskedés szerepének újragondolására szólított fel Marchant Toby, a PaperlinX Europe igazgatója. A közvetítőknek más értékeket kell találni a láncban a gyártó és felhasználó között. Például az optimálással, a hulladékbegyűjtésre való beszállással több környezetvédelmi pozitív elemet kell bevinni. Az újragondolás - újra strukturálás, az újra tanulás – az újra kommunikálás folyamatát sürgősen be kell indítani. A legnagyobb, sokoldalú olasz kiadóvállalat, a Montadori is bemutatkozott. Olasz könyv- és folyóirat kiadása, francia piaci jelenlétük differenciált kihívásokat jelent. Elengedhetetlen az elektronikus terjesztés folytatása a papíralapú média támogatására, részben helyettesítésére. A könyv a három b jegyében éledjen újra: Bedroom, bathroom, beach, tehát a háló-, a fürdőszobában és a tengerparton.

A Fiat Global Marketing igazgatója, Perosino Giovanni a végfelhasználó szemléletére hívta fel a figyelmet. Míg az újságoknál a kizárólagos papíralapú olvasók aránya 32%, a kizárólagos háló függőké 6%, addig a folyóiratoknál ez 58% ill. 5%. Míg ez az arány a mindkettőt használók felé (62% ill. 37%) tolódik el, az integráció segítségével van a papír- nyomdaiparnak. Ahogy azonban a gyorsulás a felületesség irányába hat, úgy csökken a papír esélye.



Giancarlo Cerutti

A világ egyetlen tekerces mélynyomógép gyára és jelentős flexonyomó gépgyártása tulajdonosaként Giancarlo Cerutti elnök szólt a hallgatóságához. A családi vállalkozás globalizáció növekedését mutatta be, mely a negyedik generációjának irányítása alatt működik. Termékei minden kontinensen megtalálhatóak, így valamilyen gyártó/szolgáltató egységgel mindenütt támogatják a helyszínen a működést. Bízunk abban, hogy a nemrég üzembe helyezett kutató-fejlesztő részleg mindenkinek bemutatja, hogy a nyomtatásnak van jövője, melyben a papír továbbra is szerepet játszik. Bár a flexografikus újság- és csomagolóanyag nyomtatás gazdasági előnnyel jár, bizonyos minőségi és termelékenységi előnyöket a mélynyomtatás továbbra is megtart. Erről győződünk meg a VerCELLI-i gyár meglátogatásakor. Két új, nagy teljesítményű gépet (R970 és R980) láttunk, melyek egyikén -a 9 nyomóegységes rotációs soron- épp egy újfajta folyamatos passzerszabályzót próbáltak. A központi gyárban fogják össze az olasz, spanyol, USA és kínai üzemek gyártását, az indiai programfejlesztést. Ők az egyetlen cég, mely ma is évi 1,5 teljes gyártó sorral bővíti a 240 nyomdában működő ca 800 mélynyomó gépet. Amikor 1930-ban a csomagolóanyag nyomtatással elindultak, az alapító Liugi Ceruttinak víziója az volt, hogy „Ne félj jónak lenni”.

Térjünk vissza az előadásokhoz:

Thomson Gary, az Emge&Co Ltd vezető elemzője az egész papíripar helyzetéről alkotott véleményét. A nyomtatott hirdetések és az elektronikus hirdetések az USA-ban az ábra szerint alakultak. A trend korábbi megtörése az IT buborék kipukkanásakor volt. A jelen években még nem volt mind a papír, mind az internetre vonatkozó visszaesés, de ez 2009 első negyedében bekövetkezett. Ugyancsak változó trend a mázolt famentes papírok áralakulása, mely csak az utóbbi 10 évben fut szorosan együtt az igényingadozással. Bemutatta, hogy eltérő mértékben, de a világ minden régiójában az újság és folyóirat példányszámok, a DM hirdetések, vásárolt könyvek darabszáma 2-4 %-kal esett tavaly. Míg a fejlődő régióban csak lassulásról van szó, a telített, fejlett piacokon 2-8%-os visszaesés van a teljes kommunikációs papírfajták felhasználásában. Ez nem hagyja érintetlenül a nyomdaipart sem. Meggyőződése, hogy 2010 csak a konszolidáció éve lesz, a két nagy régió eltérő fejlődése nulla eredőjét 2011-re várható abszolút növekedés követi. Az író-nyomó papír szektor átlagos növekedése a következő 4 évre 2% körülire becsülhető. Az ezzel szemben álló 0,1%-os kapacitás bővülés a felesleg eltűnéséhez vezethet. Így – bár csökkenő léptékben - megmarad az ár volatilitása, NYE író-nyomó nettó exportja továbbra is a legmagasabb lesz a világ régiói között, míg É-Amerika az újságpapír nettó exportőre marad.

Az előadások részletei a Papíripari Kutató Intézet Kft. könyvtárában megtalálhatók.

Szerző: Szőke András, Szerkesztette: Faludi Viktória