

Papírfelhasználás digitálisan

A magyar piacon a digitális papírok iránti igény és piaci kereslet nagyobb mértékben nő még mindig, mint a klasszikus papírok iránti kereslet. A válság hatására a papírok iránti kereslet visszaesett, amely össz-papírfronton 15-16% volt éves szintén, viszont kisebb mértékben érintette ez a digitális szegmenst – kezdte a beszélgetést Erdély Zsolt, a Budapest Papír Kft. igazgatója, akitől további információkat is megtudhattunk a hazai papírfelhasználásról a digitális technológia tükrében.

A magyar piacon milyen trendeket, tendenciákat láttok kirajzolódni a papírfogyasztás tükrében a digitális nyomtatási eljárást használó vevők körében?

Egzaktul meghatározni, hogy ténylegesen mekkora a digitális papír piac, nagyon nehéz. Ennek oka az, hogy az ily módon nyomtatott papírok volumene még mindig több, mint a tényleges digitális papír eladás, hiszen jelentős mennyiségű nem kifejezetten digitális nyomtatásra ajánlott vagy ezen nyomtatási specifikációra fejlesztett papír is kerül feldolgozásra, amely nem a digitális papír felhasználásként jelenik meg a statisztikákban. Mindezek ellenére és mellett már ezelőtt öt-hat évvel is a digitális célra történő papírfelhasználás 20–25%-ot is növelt éves szinten, de jelenleg is 18-20% körülire becsülhető. Ezen vevői szegmens igénye is kettéválik, hiszen van az egyedi nyomtatásokat értékesítő és erre specializálódott vevőkör (kis digitális nyomdák, copy shop-ok, digitális stúdiók), illetve a nyomdaipari termelésben nagy volument képviselő klasszikus nyomdák digitális gépekkel kiegészített termelése. Klasszikusan csak a digitális nyomtatásra fókuszáló és nagy volument képviselő nyomdai vállalkozás a hazai piacon egy van a többi feltörekvő kisebb nagyságrendű, de dinamikusan fejlődő cégek mellett. Tény és való, hogy a digitális nyomtatási technológiával történő papírfelhasználás igen dinamikusan és szépen fejlődik, meg-

előzve szinte mindegyik technológia papírfelhasználási igénynövekedését.

Van egy tendencia, ami arra irányul, hogy az egyéb nyomdai eljárásokkal, de jellemzően ofszettechnológiához használt nyomathordozók problémamentesen használhatók legyenek digitális nyomtató berendezéseken.

Akárcsak az ofszet nyomógépek, nagyon sokféle papír- és kartonféleséget képesek megnyomtatni. De még mindig ki kell azt emelni, hogy nem minden papírféleség nyomtatható digitális technológiával. Ezt a kérdéskört oly módon lehet összefoglalni, hogy vannak nyomathordozó papírok, amelyek kifejezetten erre a technológiára lettek fejlesztve, azaz ezekkel a digitális gépek adta lehetőségek maximálisan kihasználhatók. Van a nyomathordozóknak egy olyan szegmense, amely annak ellenére, hogy nem kifejezetten digitális nyomtatásra készült, a papírgyártási technológia mind a natúr, mind pedig a mázolt papír esetében elért egy olyan gyártási receptúrát, amely a használt anyagok, gyártási eljárások fejlesztése miatt lehetővé teszi ezen termékek akár digitális nyomtathatóságát. Természetesen kisebb-nagyobb sikerrel, de itt a produktum színvonala és az elért eredmény nem éri el a speciális papírok produktumát, tény viszont, hogy bizonyos alkalmazások és termékek gyártására megfelel. Ezen termékek kiszűrésének a legjobb módja a tesztelés, természetesen, ha lehet ipari mennyiségben, hogy a tényleges gyártás során ne érje meglepetés sem a megrendelőt, sem a nyomtatást produkáló céget. Mi a Budapest Papír Kft. esetében ezen célból készítettük a digitális papírok katalógusát, amelyben tesztelt, nyomtatott minták találhatóak az általunk forgalmazott termékekből, amely egyértelműen bizonyítja a termék digitális megfelelőségét mind nyomatlan, mind pedig nyomott mintával. Nem beszélve arról az előnyről, hogy ily módon az adott papír, mint nyomtatminta is a vevő számára vi-

zuálisan is egy produktumot bemutat, azaz megkönnyíti a választást. Utoljára természetesen vannak azok a termékek, amelyek nem javasoltak digitális gépben való felhasználásra, vagy hiába próbálkoznánk, az eredmény nem megfelelő lenne, illetve a nyomtatási folyamat nem zökkenőmentesen valósulna meg és sok esetben még gépkárosodást is okozhatnak. Mindezen választási lehetőségek, illetve az adott végtermékre vonatkozó legjobb és nem utolsó sorban a legmegfelelőbb választást azonban természetesen a papírok és a gépek minél nagyobb ismerete teszi csak lehetővé, amelyet mind a technológia, mind pedig a papírok iránti speciális elvárással kapcsolatos tudás tudja csak biztosítani. Ez egy új terület még mindig, ahol a szakmai tudást, speciális know-how hátteret mindenkinek meg kell szereznie, és folyamatosan naprakésznek kell lenni ahhoz, hogy a lehetőségek széles tárházából a legjobbat és az adott vevőnek legmegfelelőbbet ki tudja választani.

A másik megközelítés egyre inkább a célnak megfelelő speciális nyomathordozók kifejlesztése a digitális piac számára. Mint papírkereskedő melyik megoldást tartod célravezetőbbnek?

Azt hogy mit ajánlunk, az dönti el, hogy mit akarunk elérni, milyen nyomtatott akarunk produkálni, azaz mi a megrendelő elvárása a termékkel szemben. Mindig a nyomtatáshoz válasszuk a papírt, és ne fordítva, hogy van egy papírunk és azal egy adott digitális berendezésen mindenáron el akarunk érni egy adott produktumot, hisz ez így nem fog menni. A papírok vonatkozásában mindig lesz még így is egy széles választék a top-top kategóriától a jó, illetve az éppen csak elfogadható produktumig, itt viszont a lehetőségek felvázolása után az ügyfélnek kell döntenie elképzelése, a célközönsége, a végcélja és természetesen a „pénztárcája” alapján.

Van-e statisztikátok a digitális papír felhasználás hazai változásairól az elmúlt öt évre visszatekintve?

Ahogy korábban már jeleztem, a ténylegesen digitális termékként eladott papírokra vonatkozóan nagyságrendileg van kialakult statisztika, amely a top kategóriába sorolt digitális papírok eladását jelenti, de ennél jóval többet dolgoznak fel digitális gépeken. Az így eladott termékkör

nagyságrendileg éves szinten mintegy 750–800 tonnát képvisel, amely kifejezetten digitális top és kifejezetten digitális termékként kerül kiszállításra és felhasználásra. A válság ezt a szegmenst is megtépázta, de nem olyan mértékben, mint a többi területet, azaz itt éves szinten mintegy 15–20%-os növekedés azért még elvárható a következő években.

Mennyire megosztott a piac a felhasználási igényeket tekintve?

Nagyon jó kérdés, teljesen megosztott. Van aki teljesen tisztában van a papír és gép adta lehetőségekkel, van aki pedig még a sötétben tapogatózik, van aki látja a lehetőséget, és szinte biztos, hogy a digitális felé már nyitni kell és érdemes, de még nem hisz benne. Szóval nagyon vegyes a kép, de azt hiszem, hogy a nyomás a piac részéről adott, és nő, a nyomdáknek és a kereskedőknek meg a gyáraknak válaszolniuk kell rá, és teszik is. Tipikus terület, ahol a marketing PULL stratégia érvényesül, mind a papírgyártók, mind pedig a papírkereskedők részéről, azaz oktatással, termékbemutatókkal és reklámmal megerteremtjük az új vagy „trendibb” piaci igényt. Tény, hogy ez a tendencia és érdeklődés az elmúlt három-négy évben még a válság ellenére is tovább és látványosan erősödött, azaz elfogadtuk, hogy itt van a digitális vonal, most már nem új, nem is jobb vagy rosszabb, mint az ofset, hanem más.

A Budapest Papír hogyan segíti a felhasználókat a számukra legmegfelelőbb nyomathordozó kiválasztásában és az újdonságok megismertetésében?

Mindenképpen elsőként emelném ki a Digitális katalógusunkat, amely rendkívül népszerű és hasznos mintakönyv. 2010-ben kiváló minősítést nyert a Budapest Papír Kft. ezzel a marketingeszközzel a Prompt 2010 kiállítási marketing versenyen. Minden évben elkészítjük, így mindig bele tudjuk tenni az újdonságokat is, aminek nagyon örülnek a vevőink is, mivel „kézzel fogható”.

A másik aktivitásunk az országos roadshow-k, aminek keretében minden vevőhöz eljutunk kb. 1–1,5 évente. Itt interaktív előadás keretében tudjuk bemutatni az aktualitásainkat és újdonságainkat. Mindig rengeteg mintával érkezünk, amiből természetesen haza is vihetnek a meghívottak. Legközelebb Debrecenben, majd Tatán találkozunk a partnereinkkel.