

Az „üzleti randi” műfaját tesztelték Közép-Európa legjelentősebb polimer gyártói és disztribútorai

Az I. Central European Plastics Meeting díszvendége Oroszország volt. A siófoki találkozóra 80 hazai és közép-európai cég delegálta képviselőjét, a B2B találkozókra mintegy 600 tárgyalást bonyolítottak le.

A szervezők azt ígérték, az I. CENTRAL EUROPEAN PLASTICS MEETING több lesz, mint egy kiállítás és más, mint egy konferencia. *Büdy László* a rendezvény szervezője, a myCEPPI igazgatója összeigazította a szükségletet a megszokott formákkal. A szakmai előadások mellett a B2B találkozók hasznos kapcsolatépítési lehetőségeit kiaknázva ültette tárgyalóasztalhoz azoknak a



műanyagipari cégeknek a képviselőit és üzletbereküket, akik értékesíteni, vásárolni, kapcsolatot építeni, együttműködni, befektetni szeretnének Közép-Kelet-Európában. A hatékony és célirányos „üzleti randikon” 18 Házigazda „Host” cég – többségükben alapanyag-, mesterkeverék gyártók vagy -kereskedők – fogadták 20 perces tárgyalásokra, előzetes online regisztráció alapján, a potenciális üzleti partnereiket. A régió műanyagipari cégei közül érkeztek résztvevők hazánk mellett Szlovéniából, Horvátországból, Szerbiából, Ukrajnából, Romániából, Csehországból, Szlovákiából, sőt jöttek Olaszországból, Belgiumból, Törökországból és Finnországból is. Az idei díszvendég Oroszország volt, mint ötletadó gazda, ők tíz fős magas szintű delegációval érkeztek a találkozóra. *Büdy László* azt mondta, egyszerűen pótolta azt a hiányt, amit napi munkája során megérezett. A rendezvényük gerincét alkotó B2B tárgyalássorozat az angolszász világban elterjedt „speed networking” továbbgondolt, kifejezetten üzletorientált változata: – Orosz partnerünk az MNPC, évek óta járunk hozzájuk konferenciákra. Tőlük jött az ötlet, hogy ezt a konferenciát, amit ők addig Kazanyban, Szentpétervárott, Moszkvában rendeztek, hozzuk el Magyarországra. Ezt az ötletet gondoltuk tovább, hogy tulajdonképpen az ember azért jár konferenciákra, hogy szünetekben ismerkedjen és névjegyet cseréljen, új üzleti kapcsolatokat szerezzen. Tehát, ha ez a fő cél, akkor ne leplezzük az igazi szándékot, hanem fordítsunk a dolgon. Legyen ez a fő program, a konferencia pedig a kísérő rendezvény. A B2B rendezvény nem új dolog, amit mi fejlesztettünk rajta, hogy mögé tettünk egy komoly szoftvert, így online lehetett befoglalni a meetingeket. Azok

akik „Host”-nak jöttek, pontosan tudták, hogy a két nap alatt kikkel fognak találkozni és hány tárgyalásuk lesz. Amit mi kínáltunk, hogy a résztvevők költséghatékony módon viszonylag sok új és régi partnerrel tudjanak rövid idő alatt találkozni.

Közép-Európa legjelentősebb polimer gyártói és disztribútorai mellett gépgyártók és forgalmazók is bemutatkoztak a konfe-

rencián. A FANUC és a WITTMANN gépek mellett a török HÜRMAK, illetve magyar képviselőjük, az EXTREMLAST standjánál is folyamatos volt az érdeklődés. *Jakub Macka*, a HÜRMAK igazgatója nem titkolta, szeretnének betörni a magyar piacra: – A műanyagiparban két réteg van – mondta. – Az egyik a legolcsóbbat keresi, a másik a magas minőséget, amiért megfizeti a magas árat. Mi a középkategóriát céloztuk meg. Nagyon nehéz azonban betörni egy olyan piacra, ami már telített, ezért próbálkozunk minél több helyen bemutatkozni. Az emberek félnek az új dolgoktól, bár a visszajelzések a már meglévő vásárlóinktól pozitívak. Magyarországon eddig két gépet sikerült eladni, ezen a konferencián azonban célzottan volt lehetőségünk a bemutatkozásra.

Jelena Repac, a szerb PETROHEMIJA osztályvezetője meörült, amikor hallották a myCEPPI konferenciájának híreit, ami szerintük hiánypótló Európában. Komoly lehetőségnek tartják, hogy Közép-Európa műanyagipari cégei ilyen koncentráltan vannak jelen. Folyamatos volt az érdeklődés náluk, mindenekelőtt Magyarországról, Csehországból és Szlovákiából. *Ljiljana Pop-Manic*, a cég marketing menedzsere hozzátette: eddig is volt kapcsolatuk magyar műanyag-gyártó cégekkel, jó együttműködő partnereket találtak a magyarokban, de mindenképpen szeretnék tovább bővíteni kapcsolataik számát. Azt mondta, a PETROHEMIJA erőssége alapanyagaik minősége, illetve, hogy maximálisan alkalmazkodnak a partnerek és a piac elvárásaihoz.

A szervezők ígérete szerint, jövőre a fröccsöntőkkel bővítik a konferencia résztvevőinek körét. *Lükő Barna*, az ALBIS PLASTIC

KERESKEDELMI KFT. ügyvezető igazgatója tapasztalatot gyűjteni érkezett a rendezvényre: - Jövőre egészen bizonyosan fogunk előadást tartani, illetve részt veszünk a B2B találkozón is. Azt gondolom, hogy mindenképpen szükség van ilyen jellegű konferenciákra, tekintettel arra, hogy itt Közép-Európában hasonló rendezvény, vagy egy igazi műanyagipari szakkiallítás nincs. Nyugati országokban, ismereteim szerint, hagyomány, hogy a cégek összejönnek, tapasztalatot cserélnek, a myCEPPI ezen a területen óriási hiányt pótol.

Közép-kelet-európai poliolefin piac, kilátások és függőség

Búdy László (myCEPPI, igazgató) előadásából

A közép- és kelet-európai polimer piac jelentős fejlődést mutat évről évre. A poliolefin felhasználás a nyugat-európainál sokkal jobban, átlagosan 4%-kal nő. A piac ugyanakkor rendkívül fragmentált. 42%-át Oroszország, 19%-át Lengyelország, Csehország a 8,2%-át, míg Magyarország az 5,1%-át adja. A piac nettó exportőr HDPE-ből és PP-ből, de nettó importőr LDPE-ből és LLDPE-ből. A commodity műanyagtermékek gyártása Nyugat-Európából egyre inkább Közép-Európába tevődik át, jó példa erre a PPR csőgyártás. Oroszországban és a CIS államokban pedig a következő 5 évben jelentős kapacitások jönnek a termelésbe. Így természetes, hogy az alapanyag ellátás megoldható ebből az irányból is. Azonban, jelenleg erősen tapasztalható az a tendencia, hogy Európa és Közép-Európa ellátását inkább Európán kívüli, tengerentúli forrásokból kívánják megoldani. Ez súlyos fennakadásokhoz vezethet a szállításokban – lásd Harvey hurrikán. Ezért természetesebb és biztonságosabb Közép-Európa számára megőrizni, fejleszteni az együttműködést Oroszországgal és a CIS államokkal.

Alapvetően azonos területen működő cégek jelentek meg ezen a konferencián – folytatta *Lükő Barna* –, de rivalizálásnak nyomát sem láttam. Itt mindenkinek megvan a saját célja, elképzelése, és inkább odafigyelnek egymásra az emberek, próbálnak információt gyűjteni ki-mit-hogyan csinál, hogyan végzi például az alapanyagbeszerzést, a különböző adagolást, ki milyen gépekkel dolgozik. Beszélgetés, kapcsolatépítés van, mégpedig regionális szinten. Amit hiányolok, hogy a külföldiek és a magyarok beszélgetése lehetne intenzívebb, talán az esti hajtóparti és a közös vacsora felszabadítja a még meglévő gátlásokat.

Lengyel partnerétől hallott a konferenciáról *Lieven Van Nevel*, a belga BREMSTEIN cég tulajdonosa, akinek első benyomása, hogy minden gyors és fókuszált. Kereskedelemmel foglalkozik, a két nap alatt 25 használható kontaktot szerzett. Különösen hasznosnak érzi, hogy rálátást kapott az európai piacra: – Vannak piaci elemzők, akik egész Európát egynek veszik. Globális célokról beszélnek, egységes piacot látnak benne, holott nem az. A közép-kelet-európai piacnak egészen más a viselkedése, mint a nyugatinak, és éppen emiatt örülök annak a lehetőségnek, hogy ezen a konferencián kinyílt előttem egy ablak, amin át reálisan láthatom a lehetőségeimet.

A LOTTE CHEMICAL varsói központjából érkező *Minsue Hong*, a műanyagipari divízió igazgatója, két nap alatt közel 30 találkozót bonyolított le. Figyelemre méltónak érzi a közép-európai régió felemelkedését, különösen Magyarország, Szlovákia, Csehország és Románia irányába keresik az üzleti kapcsolatokat.

Fókuszba került a konferencián az újrahasznosított műanyag alapanyag is. *Busa István*, az EVERPLAST ZRT. vezérigazgatója azt mondta, termékük iránt elsősorban román, szerb, cseh és szlovák partnerek érdeklődtek. Érdekességként említette, hogy olyan cégek is megismerkedtek alapanyagaikkal, akik eddig „orig” műanyaggal dolgoztak, de most elgondolkodtak jövőbeni portfóliójuk bővítésén.

Az orosz iparban jelenleg nagyon kevés műanyagfajtát állítanak elő, mert a Szovjetunió széthullása után más tagállamokba került ez a technológia – mondta *Igor Tsapenko*, az ASSOCIATION OF PLASTIC PROCESSORS OF RUSSIAN FEDERATION elnöke: – Oroszországban csak a 2000-es években kezdődött el a fejlődés a műanyag-gyártásban. Ma hét cég gyárt polipropilént, ők fedik le csaknem egész Oroszország szükségletét, és négy polietilént. Hét évvel ezelőtt épült fel az a gyár, ahol megkezdődött a poliamid gyártás, Kazahsztánban van a polikarbonát, a polisztirol és a műszaki műanyag gyártása. Három olyan cégünk maradt még a szovjet időből, ahol PVC, valamint

Az orosz műanyagfeldolgozó ipar – versenyképesség és kihívások

Katsevman Mikhail (ARP Russia, elnök) előadásából

Oroszország a világ termoplasztikus keresletének 2,2%-át adja. Az éves növekedési ütem 4–6%. A teljes alapanyag kereslet mintegy 5,6 millió tonna volt 2016-ban, míg a teljes polimer termelés 5 millió tonna volt. Ezen túlmenően mintegy 1 millió tonnányi műanyag készterméket importáltak külföldről. A polimer termelés jelentős mértékben, 8–13%-kal nő, és nagyobb termelés növekedés várható 2021 után, amikor új kapacitások lépnek be a termelésbe. A feldolgozás területén a nagy cégek adják a kereslet nagy részét. Az orosz műanyagipar 200 000 embert foglalkoztat, az egy műanyagfeldolgozóra jutó kibocsátás mintegy 25 tonna. Ugyanez az Európai Unióban 30 tonna/fő. Fokozatos a felzárkózás, 5 éven belül eléri az európai átlagot hatékonyságban. Az orosz műanyagipar egyre hatékonyabb, az ipar és a gazdaság fejlődése multiplikálja a műanyag-felhasználást, -termelést. Az alapanyagárakat tekintve Oroszország már nem a legolcsóbb anyagok hazája, sőt időnként az orosz árak magasabbak az európainál, mindez az egyre erősödő kereslet miatt. A csomagolás és az építőipar a húzóágazat, de jelentősen fejlődik az autóiipari beszállítás is. Az orosz gazdaság átmeneti visszaesés után jelentős fejlődésnek indult, a növekedés 6–7%, ezzel együtt nő a műanyagipar is, az elemzői várakozások 3–5%-os átlagos növekedést jeleznek előre 2016–2020 között. Az oroszok nyitottak az együttműködésre nem csak az alapanyagok, hanem a termelés területén is. Kulturálisan még mindig közel vagyunk egymáshoz, mint ahogy az 1.st CENTRAL EUROPEAN BUSINESS MEETING is bizonyítja.

polisztirol előállítás folyik, és most nyílt egy gyárunk, ahol PET-et gyártanak, ami az orosz szükséglet 40 százalékát fedezi. A többi iparághoz képest a műanyagipar tartotta magát legjobban, indexe nem esett a széthullás után. Erre a konferenciára azért jöttünk, mert informálódni kívánunk, mi történik Európában a műanyag-előállítás és -feldolgozás terén. Szuper mérnöki műanyagra van szükségünk, ami helyettesíti a vasat, az alumíniumot.

A keresletet és a kínálatot hozza össze a műanyagipar területén az MNPC Oroszországban, amelynek igazgatója *Inna Artyomenkova* azt mondta, most kezdtek el ismerkedni a magyar piaccal: – Amit jelenleg erősnek látunk, az a csomagolóipar és a mezőgazdasági fólia gyártás, illetve autóalkatrészeket gyártó cégeket keresünk beszállítóként a járműiparba. Fantáziadús dizájnt fedeztem fel a háztartási eszközök gyártásában, olyan szerszámokat bérelnénk vagy vásárolnánk, amelyek az európai piacon már elavultak, de Oroszországban még innovatív újdonságot jelentenek formájukkal, mindenekelőtt műanyag étkészletekre, tányérokra, poharakra, edényekre gondolok. Azt tapasztaltuk, hogy az agráripár igen fejlett Magyarországon, ezen a területen is együttműködést keresünk mezőgazdasági gépekhez műanyag alkatrészeket gyártó cégekkel. Érdekes lehet számunkra az egészségügyben használatos eszközök, orvosi kellékek piaca, felvinnénk a kapcsolatot veszélyes hulladékot tároló dobozok gyártóival. Az a célunk, hogy ne csak ismerkedjünk egymással, legyen közöttünk előrelépés is. A konferencia lassan véget ér, de nekünk ez most a kezdet. Dolgozunk a továbblépésen.

J. Mező Éva

A magyar műanyagipari alapanyagok piaca és fejlesztések

Farkass Gábor (MMSZ, igazgató) előadásából

Hazánkban 2016-ban 1512 ezer tonna műanyag alapanyagot állítottak elő, ami majdnem 6%-kal kevesebb az egy évvel korábbi szinthez képest. A feldolgozási területen 2016 néhány nagyobb nemzetközi cégnél erőteljes növekedést hozott, érdekes módon a csomagolóanyag- és az alkatrész gyártóknál, másoknál viszont nagyobb visszaesést tapasztalhattunk. Így 2015-höz képest 2%-os feldolgozási növekedést regisztrálhattunk. A látszólagos felhasználást mutató adatokkal összehasonlítva az értékeket, a hulladék-viszszadolgozás növekedése is állhat a háttérben.

A termékek típus szerinti megoszlásának növekedési adatai 2015/2016 vonatkozásában: fröccstermék (+5,8%), fólia (+0,5%), üreges test (+6,9%), szál, tubus (+5,1%), hab (+3,2%), kábel/huzal (–5,1%), cső (–26%), lemez (változatlan), padló (+5,6), profil (+16%). Mindez azt mutatja, hogy az építőipar stagnálásán túl valamennyi felszívó gazdasági szektor növekvő, fellendülési szakaszban van.

Az MMSZ a termékek felhasználás szerinti besorolását az adatszolgáltató feldolgozó vállalatok adatai alapján végezte el, ami nem esik egybe teljesen a tényleges felhasználással, mert jelentős mennyiségű termék-exportot is tartalmaz, és nem szerepel benne az import. 2015-höz viszonyítva növekedett a csomagolás 2%-kal, a járműipar és a

sport-játék részesedése 1%-kal, az elektronikai-, az építőipar, a háztartási és az egyéb cikkek 1%-kal csökkentek. Szinten maradt a bútorigipar, valamint a mezőgazdasági cikkek részesedése.

A 2016-ban előállított műanyagtermékek mennyisége 2%-kal növekedett 2015-höz képest. Korszerűsödött a termékválaszték, továbbra is jelentős mennyiségű a nagy értékű műszaki műanyagok felhasználása. Az ágazat értékben bemutatott erősödése, a KSH adatok alapján, 0,4% az egész műanyagiparra vonatkozóan, a feldolgozók pedig 3,7%-os előnyt mutattak az ipari átlag növekedésével szemben. A 2016. évi termelési érték, illetve az összes nettó árbevétel 2001-hez képest több mint háromszorosára nőtt, 2015-höz viszonyítva pedig a feldolgozás 3,1%-kal bővült. Az általunk nyomon követett műanyag-feldolgozás, a mennyiségi adatok szerint, az elmúlt 8 évben 39,2%-kal erősödött.

Az MMSZ a KSH-tól származó adatok mellett saját adatgyűjtéssel (ez 2016-ban 354 magyar műanyag-feldolgozó céget jelentett, e szám növekedett a megelőző évhez képest is) és adatbázis fenntartásával teszi teljessé az évente, nagy részletességgel közzétett adatokat. A magyar műanyagpiac részletes számait és adatait minden évben a POLIMEREK szaklap nyári számaiban találják az érdeklődők.