

Εισηγητής: Κ. Οικονόμου, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, ΜΕΛ –
ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΧΑΡΤΟΥ Α.Ε.

Αξιότιμοι σύνεδροι, αγαπητοί συνάδελφοι.

Με μεγάλη χαρά και ιδιαίτερη ικανοποίηση χαιρετίζω την πρωτοβουλία του συνδέσμου μας για τη διενέργεια του σπονδυλωτού αυτού συνεδρίου, στις εργασίες του οποίου αναπτύσσονται προβληματισμοί και προτάσεις από τους διαφορετικούς αλλά και αλληλένδετους κλάδους της Ελληνικής βιομηχανίας.

Η παραγωγή χαρτιού και προϊόντων από χαρτί καταγράφεται ως μία από τις πρώτες συστηματοποιημένες παραγωγές κλίμακας.

Το ευρύ πεδίο χρήσης του, από τη διαφύλαξη και τη μεταφορά της γνώσης, έως τη συσκευασία αγαθών όλων των τύπων, αιτιολογεί επαρκώς τον χαρακτηρισμό του προϊόντος και των μονάδων παραγωγής αυτού, ως «στρατηγικές» για την οικονομία.

Όσον αφορά στην πατρίδα μας, η απελευθέρωση του εμπορίου κατά τις τελευταίες δεκαετίες σε συνδυασμό με τις τεράστιες κεφαλαιουχικές δαπάνες που απαιτούνται για την παραγωγή του, καθώς και ο έντονος ανταγωνισμός από παγκόσμιους κολοσσούς, οδήγησε τον κλάδο σε υποτονικότητα, εάν όχι σε μαρασμό, με ελάχιστες φωτεινές εξαιρέσεις.

Χαρακτηριστικά θα ήθελα να αναφέρω πως στην Ελλάδα δεν παράγεται πλέον χαρτί γραφής ή εφημερίδας – το εργοστάσιο της Αθηναϊκής στη Δράμα διέκοψε τη λειτουργία του πριν από μερικά χρόνια για λόγους που θα μπορούσαν να αναλυθούν – ενώ η παραγωγή χαρτιού υγείας και βιομηχανικής συσκευασίας (χαρτοκιβωτίου) συρρικνώνεται.

Εξαιρεση αποτελεί το ανακυκλωμένο χαρτόνι εκτυπώσεων, και αυτό όσον αφορά στην πρωτογενή παραγωγή του καθώς, δυστυχώς, διαπιστώνεται πως ο μεγαλύτερος αριθμός των εταιρειών επεξεργασίας (κυτιοποιία, τυπογραφεία) παρουσιάζουν ανησυχητική εσωστρέφεια.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι βιομηχανίες παραγωγής χάρτου – χαρτονιού αποτελούν κατεξοχήν εταιρείες εντάσεως κεφαλαίου. Συνεπώς, η επίτευξη οικονομικών κλίμακας είναι ουσιαστικά μονόδρομος. Καθώς λοιπόν το μέγεθος της εγχώριας αγοράς δεν επιτρέπει τέτοιες τακτικές, η εξωστρέφεια είναι επιβεβλημένη, με ταυτόχρονη βέβαια περιφρούρηση της ντόπιας αγοράς.

Οι δυσκολίες που συναντώνται στην χάραξη και εφαρμογή τέτοιων στρατηγικών χαρακτηρίζονται είτε αντικειμενικές, με αναφορά στο διεθνές περιβάλλον, είτε ενδογενείς που αφορούν στα χαρακτηριστικά της Ελληνικής πραγματικότητας.

Αντικειμενικές, όπως η καταδικαστική για τις εξαγωγές μας ισοτιμία Ευρώ – Δολαρίου, η άνιση αντιμετώπιση προϊόντων και υπηρεσιών με τρίτες χώρες με την επιβολή δασμών, καταστρατηγώντας τη βασική αρχή αμοιβαιότητας εμπορίου, ακόμη και η τεράστια διαφορά «νομοθετικού» κόστους μεταξύ των Ευρωπαϊκών και Ασιατικών βιομηχανιών, καθώς δεν επιβάλλονται εναρμονισμένες προδιαγραφές παραγωγής.

Ενδογενείς, που αντανakλούν τον κατακερματισμό του κλάδου των επεξεργαστών προϊόντων χάρτου αφού με κύκλο εργασιών που δε ξεπερνά το ένα εκατομμύριο ευρώ, στη μέση επιχείρηση, γίνεται εύκολα αντιληπτή η δυσκολία ανάπτυξης τεχνολογιών εξωστρέφειας και καινοτομίας. Συνεπώς η όποια εξέλιξη στον κλάδο αναμένεται μάλλον από τους πρωτογενείς προμηθευτές (push) παρά προκαλείται από τους χρήστες (pull).

Η διαχρονικότητα του χάρτου ως προϊόντος χαρακτηρίζεται και από σταθερές που αφορούν τόσο στις μεθόδους παραγωγής του όσο και στις χρήσεις του.

Εξαιρεση αποτελεί το χαρτόνι συσκευασίας το οποίο εξοπλίζει μία από τις βασικές παραμέτρους του marketing, τη συσκευασία. Αποτέλεσμα η διαρκής εξέλιξη και τροποποίηση χαρακτηριστικών του ώστε να εξυπηρετούνται οι στόχοι αυτής σε επίπεδο επικοινωνίας με τον καταναλωτή, προστασίας του προϊόντος, διασφάλιση ασφαλούς μεταφοράς και επίτευξη οικονομιών (Shelf Ready Packaging) και λειτουργικότητας τόσο στους χώρους παραγωγής όσο και στα σημεία πώλησης.

Οι περισσότεροι τύποι χάρτου – χαρτονιού θα μπορούσαν με σχετική ευκολία να χαρακτηριστούν ως “commodities” λόγω των σχεδόν ενιαίων χαρακτηριστικών παραγωγής και χρήσης. Τα χαρτιά γραφής – φωτοτυπίας – εφημερίδας, τα χαρτόνια από πρωτογενή πρώτη ύλη παράγονται σε γιγαντιαίες μονάδες παραγωγής και διατίθενται από αυτές σε όλο τον κόσμο. Η αδυναμία πρόσβασης σε πηγές πρώτων υλών, αλλά και η απουσία γενικότερων βιομηχανικών υποδομών, έχει ως αποτέλεσμα τη μη ύπαρξη τέτοιων μονάδων στη χώρα μας.

Ευκαιρία για κατά τόπους ανάπτυξη βιομηχανικών μονάδων δίνουν τα χαρτιά ατομικής φροντίδας (υγείας) λόγω του μεγάλου όγκου και του χαμηλού βάρους που καθιστά τη μεταφορά τους από μεγάλες αποστάσεις, και άρα την εισαγωγή τους, ασύμφορη και το ανακυκλωμένο χαρτόνι συσκευασίας λόγω της επιβεβλημένης πολυποικιλότητας των διαστάσεων και της αμεσότητας της παραγωγής – παράδοσης στον πελάτη (Just in Time).

Και οι δύο τελευταίοι κλάδοι όμως μειονεκτούν στο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον καθώς ανταγωνίζονται με μονάδες σε χώρες χαμηλού εργατικού κόστους, ευμετάβλητου νομίματος – που κατά συνθήκη αποτελεί πλεονέκτημα- γενικότερου σχεδιασμού της βιομηχανικής παραγωγής με αποτέλεσμα την επίτευξη συνεργειών που οδηγεί σε εντυπωσιακή μείωση του κόστους παραγωγής.

Η ιστορία της σχέσης του ανθρώπου με το χαρτί, παρότι μακράιωνη φαίνεται πως βρίσκεται ακόμη στην αρχή.

Χαρακτηριστικά θα ήθελα να αναφέρω πως η ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση χάρτου στην Ιαπωνία και στην Β. Αμερική ξεπερνά τα 300 κιλά, στην Ευρωπαϊκή ένωση τα 250, στην πατρίδα μας μόλις και μετά βίας αγγίζει τα 110 ενώ στη γειτονική Τουρκία δε ξεπερνά τα 40 κιλά.

Τα παραπάνω αποδεικνύουν την άμεση συνάρτηση της κοινωνικοοικονομικής κατάστασης ενός κράτους με την κατανάλωση χάρτου αλλά και τα μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης στην περιοχή μας.

Περιθώρια τα οποία θα πρέπει να καλλιεργηθούν σε εθνικό επίπεδο με την αποφυγή δαιμονοποίησης της βιομηχανίας, που άλλωστε αποτελεί το βασικό μοχλό ανάπτυξης της χώρας σε πείσμα άλλων, πολυδιαφημισμένων κλάδων. Με την κατάρτιση της νεολαίας μας σε εκπαιδευτικά ιδρύματα συνδεδεμένα με τη βιομηχανία, με την εμπέδωση της σημασίας της ανακύκλωσης και της χρήσης ανακυκλώσιμων υλικών, αλλά και με πιο άμεσα και χειροπιαστά μέτρα, όπως επιβράβευση από το Τραπεζικό σύστημα των εταιρειών που προτιμούν Έλληνες προμηθευτές, ειδικά όταν αυτό ενισχύεται από τον κρατικό προϋπολογισμό, απελευθέρωση των ναύλων προς τις εξόδους της χώρας κατά την εξαγωγή, θέσπιση προδιαγραφών για την αδειοδότηση εισαγωγών προϊόντων τρίτων χωρών.

Τέλος θα ήθελα να επισημάνω και τη σημασία δημιουργίας κλαδικής συνείδησης μεταξύ των επιχειρηματιών αλλά και την εξατομικευμένη δραστηριοποίηση.