

PaperChainManagement informeert u over de zaken die ertoe doen

Prijsstijgingen aangekondigd

Pulpprijzen onvoorspelbaar

Karton wordt steeds duurder

EU-Ecolabel voor UPM

Recycling oud papier in Duitsland boven target

Rechtszaak: Zeg maar ja tegen de folder

200 miljoen Ikea-gidsen duurzamer

Aldi stopt met verkoop plastic tasjes

NOM: folder blijft een krachtig medium

Online-NL aankopen booming

Column P(r)ietpraat: Duurzaam als volksverlakerij

Informatie over PaperChainManagement

Door grotere vraag en toenemende reductie van capaciteit

Prijsstijgingen aangekondigd

De Zwitserse papierfabriek Utzendorf legt de productie (200.000 ton) eind dit jaar stil. Laakirchen in Oostenrijk is begonnen aan de ombouw van een machine, waardoor er ruim 200.000 ton SC-capaciteit uit markt verdwijnt. Anderzijds is dit concern met extra investeringen in capaciteit bezig haar portfolio op te schudden en meer focus aan te brengen in vier basiskwaliteiten SC-papier.

Stora Enso

De Finse firma Stora Enso heeft in Finland een machine stilgelegd, waardoor er ook 100.000 ton

De papierindustrie probeert door forse reducties van de capaciteit en de ombouw van papiermachines (naar de verpakkingindustrie) de verhouding tussen vraag en aanbod met elkaar in balans te brengen. Over een breed front zijn met veel bravoure prijsstijgingen aangekondigd.

capaciteit voor SC-papier verdwijnt.

Tijdschriften

De SC-markt staat wat betreft de afzet in de tijdschriftenmarkt onder druk: steeds minder titels en afkalkende oplages. Hetzelfde beeld zien we in de krantenmarkt.

Papierleveranciers kondigen prijsstijgingen aan omdat door de reductie van capaciteit en de oplopende vraag naar pa-

pierkwaliteiten in het SC/SC-B segment én verbeterde krantensoorten (populair bij retailers). In beide segmenten is de bezettingsgraad tot eind 2017 hoog en door deze schaarste stijgen de prijzen.

Vooralsnog lijkt het er op dat prijsverhogingen met name in het Verenigd Koninkrijk doorzetten, zowel voor SC-kwaliteiten als ook de ongestreken soorten.

De groothandels die niet actief zijn op de SC- en SC-B markten hebben daarentegen zowel in Duitsland als ook andere Europese landen hun papierprijzen verhoogd met percentages tussen de 5% en 8%.

In diverse landen zijn verhogingen aangekondigd voor houtvrije soorten van 3% tot 5%. Hoewel de papierindustrie een paar maanden geleden als gevolg een duidelijk toenemende vraag nog fors inzette op stijgingen, is het maar de vraag of deze gerealiseerd kunnen worden.

Vervolg op pagina 2

Pulpprijzen onvoorspelbaar

De ontwikkeling van de pulpprijzen is dit jaar erg onvoorspelbaar en blijft leveranciers verrassen, zowel qua hoogte als qua snelheid van implementatie. Met name het aankoopbeleid van China op de pulpmarkt blijkt erg grillig en stuwt de

pulpprijzen tot grote hoogte. Een paar maanden geleden nog werd bij papierleverancier Sappi gedacht dat de toen aangekondigde prijsverhogingen (per 18 april en per 1 juni) wel voldoende zouden zijn om de kostprijsstijgingen te dekken voor

de rest van het jaar. Nu stelt Sappi vast dat die voor ongestreken papier onvoldoende zijn geweest omdat er diverse prijsverhogingen voor pulp zijn in september en oktober. Sappi verhoogt daarom de papierprijzen voor houtvrij ongestreken (in

zowel rotatie als formaten) voor alle leveringen vanaf 2 oktober nogmaals met 30 euro/ton. Bij Sappi wordt er van uitgegaan dat voor houtvrij gestreken papieren een soortgelijke beweging noodzakelijk zal zijn.

vervolg van pagina 1

Karton wordt steeds duurder

Als gevolg van sterk gestegen prijzen van celstof, pulp en ook oud papier worden kartonproducten (liners, etc.) steeds duurder.

Vooralsnog laat het spectrum van prijsverhogingen een wisselend beeld zien op de papiermarkt, maar bij de kartonprijzen is het veel duidelijker. De vraag naar karton neemt een enorme vlucht, waardoor ook de levertijden oplopen, soms wel meer dan twee maanden. De verpakingsdrukkers zijn dan ook medio 2017 geconfronteerd met prijsverhogingen van 5% tot 8%.

Importregels China

De export van oud papier naar China blijft onveranderd sterk. Maar de Chinese overheid legt via nieuwe importregels de toevoer van gemixt oud papier wel aan banden. Dit soort maatregelen zorgen voor nog meer opwaartse druk op de oud papierprijzen. Nevenstaande grafiek geeft het verloop van waste paper prices over de laatste twee jaar weer. Afhankelijk van vraag en aanbod is er sprake van een grillig verloop, maar deze prijzen zijn wel met meer dan 30% gestegen in ruim twee jaar tijd.

Test- en kraftliners

In de markt voor test- en kraftliners - basisgrondstoffen voor de karton- en verpakingsindustrie - is de prijsontwikkeling zeer gestaag stijgend, zoals

ook in nevenstaande grafiek goed is te zien. Over heel Europa zijn prijsstijgingen voor kraftliners en testliners voor de tweede helft van dit jaar doorgezet van 8% tot 10%. Ook de prijzen van energie en logistiek hebben een opdrijvend effect teweeg gebracht. De verwachting is dat in het laatste kwartaal de prijzen voor zowel grafisch papier (gestreken en ongestreken offset) als ook de grondstoffen voor de verpakkingindustrie zullen toenemen.

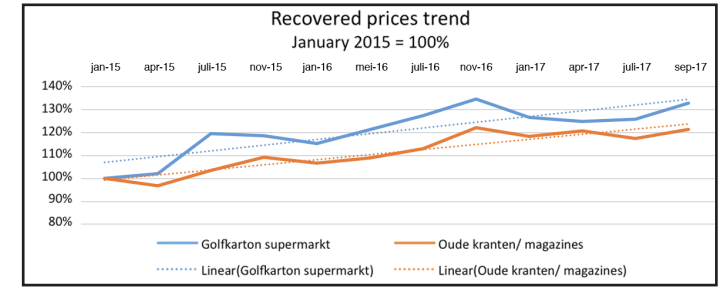
EU-Ecolabel voor UPM

Het productpallet van de Finse firma UPM Paper ENA is voorzien van het EU-Ecolabel: meer dan 200 producten leveren een positieve bijdrage daar waar het gaat om het terugdringen van emissie, mede ook door overstap op andere energiebronnen.

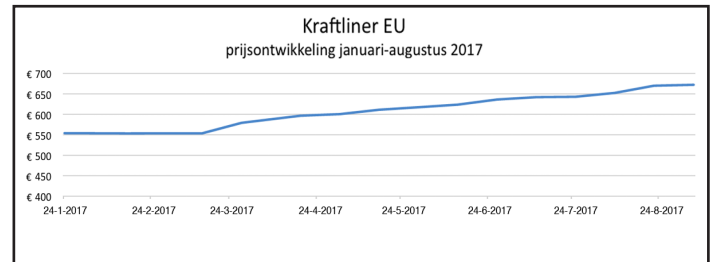
Recycling oud papier in Duitsland boven target

In Duitsland is de inzet van oud papier bij de papierproductie over een periode van zeven jaar met bijna 20% gestegen.

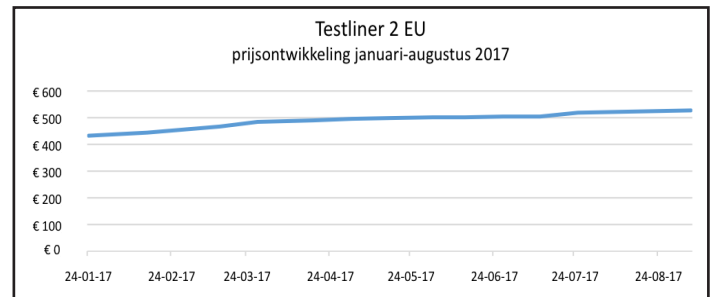
Gekeken is naar inzet van recyclebare papierkwaliteiten bij bedrijven, overheidsinstanties



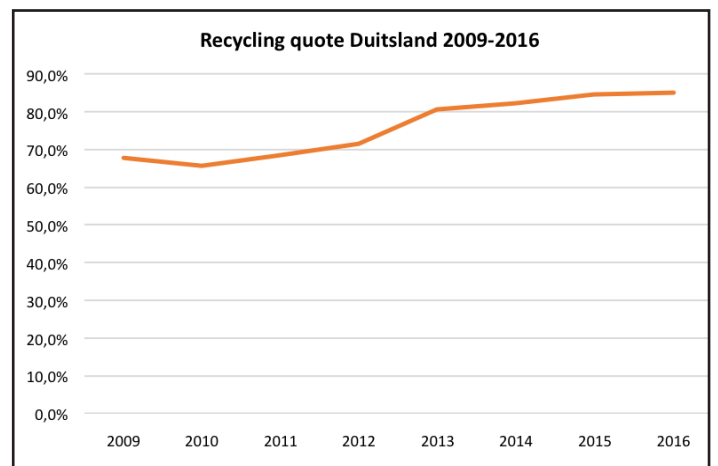
Bron: PaperChainManagement/FOEX 2017



Bron: PaperChainManagement/FOEX 2017



Bron: PaperChainManagement/FOEX 2017



Bron: PaperChainManagement 2017

en scholen in 123 grote en kleine steden. Het gebruik en de inzameling van oud papier door de papierindustrie in Duitsland is op een niveau van ruim 83% terecht gekomen en daarmee wordt aan de milieudoelstelling (80%)

van de overheid voldaan. In 1990 was het amper 49%. Grote steden als Keulen en München halen een recyclingquote van rond de 96%.

In 2016 werd in Duitsland 22,6 miljoen ton papier geproduceerd.

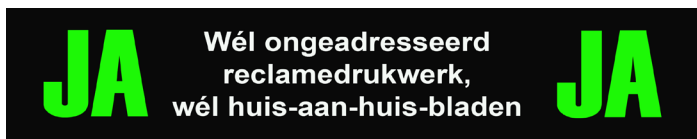
Rechtszaak: Zeg maar ja tegen de folder

De rechtbank in Amsterdam heeft 11 september tijdens een vier uur durende zitting het beroep behandeld van het Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen (KVGGO) en MailDB tegen het plan van de gemeente.

De verspreiders van het drukwerk menen op basis van onderzoek door deskundigen dat het invoeren van het 'opt in'-systeem de hoeveelheid papier niet doet afnemen. Volgens de gemeente Amsterdam ontvangen mensen zonder sticker gemiddeld 34 kilo aan folders per jaar en wordt een groot deel daarvan niet gelezen. Door de invoering van de JA/JA-sticker hoopt de gemeente dat 1,8 miljoen kilo papier per jaar bespaard kan worden.

Overhevelen

Het KVGGO spreekt van ongewenste gevolgen waar de raad tot nu toe nauwelijks of geen aandacht aan heeft besteed. De plannen kunnen



Voor de partijen die betrokken zijn bij brievenbus-reclame in Amsterdam is 8 november het uur van de waarheid. De rechtbank doet dan uitspraak over het besluit van de gemeenteraad van Amsterdam om het verspreiden van ongeadresseerd drukwerk te verbieden. Bij uitsluitend mensen met een JA/JA sticker op de brievenbus mag volgens de gemeente dit drukwerk bezorgd worden.

bijvoorbeeld leiden tot het overhevelen van reclamecontent van de folder naar (bestaande en zelfs nieuw op te zetten) huis-aan-huisbladen. Daarbij wordt ook gekeken naar het zogenoemde Waalse model. Daarbij wordt de reclamefolder voorzien van redactionele tekst, waardoor het een huis-aan-huisblad genoemd kan worden. Bestaande reclamepakketten kunnen ook zonder al te veel moeite geadresseerd worden zodat ze op elk adres bezorgd mogen worden.

Banen op de tocht

Ook MKB-Neder-

land is niet blij met de maatregel. Vorig jaar waarschuwde de branchevereniging voor het midden- en kleinbedrijf dat deze maatregel banen kost omdat veel mensen geen ja-ja-sticker op hun deur zullen plakken. Daardoor kunnen kleinere ondernemingen hun klanten niet meer bereiken met aanbiedingen. MailDB denkt verder dat de maatregel 2500 bezorgers in Amsterdam hun bijbaan kan kosten.

Folders geliefd

Uit een onderzoek dat Spotta, de distributietak van PostNL, liet uitvoe-

ren blijkt dat de consument van folders houdt: meer dan de helft van de ondervraagden GAAT een JA-sticker op de brievenbus plakken om folders te blijven ontvangen.

Retail Media Initiatief ontwikkelde een app en website Allefolders.nl. Daarop kunnen consumenten alle recente folders in Nederland online bekijken. Het Retail Media Initiatief is een vereniging van 80 grote en middelgrote retailers die samenwerken op het gebied van media.

Op de website Kiesjefolders.nl kan de consument kiezen welke folders hij of zij wil ontvangen, zodat de gewenste folder in de bus valt.

Overname platform

De website Reclamefolder.nl, in de lucht sinds 2014, is deze maand overgenomen door De Persgroep Nederland, uitgever van onder andere dagbladen AD, Volkskrant, Het Parool en Trouw. Maandelijks bekijken 2 miljoen mensen hier ruim 25 miljoen digitale folders.

200 miljoen Ikea-gidsen duurzamer

Ondanks de opmars van internet als informatiebron, houdt Ikea vast aan een dikke catalogus in print. Maar liefst 200 miljoen exemplaren worden er gedrukt van de 326 pagina's tellende gids voor 2018, de grootste jaarlijkse print run ter wereld. De Zweedse meubelgigant zegt er wel in geslaagd te zijn de

impact op het milieu van het boekwerkje terug te brengen.

De CO2-uitstoot is met 28 procent gedaald en het energieverbruik nam tussen 2014 en 2016 met 5 procent af. Ikea maakt ook steeds meer gebruik van duurzame energie. In het laatste jaar nam dat met 30 procent toe, terwijl de waterconsumptie met

35 procent daalde. Deze milieuwinst is te danken aan de inzet van visuele tools die Ikea samen met Except, Trade Extensions en Deloitte ontwikkelde. Door alle elementen in de supply chain onder de loep te nemen met behulp van big data, werden die meer inzichtelijk. Alle toeleveranciers kunnen over de informa-

tie beschikken en worden gestimuleerd milieubewuster te werken.



Aldi wil de trend zetten als het om duurzaamheid gaat en biedt shoppers als alternatief tegen betaling een tas aan die voor 80 procent uit gerecycled materiaal bestaat. Deze nieuwe boodschappen-tas (zie foto), groter en steviger dan het eenmalige draagtasje, wordt vanaf 2018 gefaseerd ingevoerd. Een eenmalige papieren tas is in de ogen van Aldi geen goed alternatief vanwege het hoge energie- en waterverbruik bij de productie en de geringe levensduur.

Om klanten in de overgangsfase te stimuleren een milieuvriendelijke herbruikbare tas mee te nemen, verhoogt Aldi de prijs van het eenmalige boodschappentasje. De meeropbrengst van

Aldi stopt met verkoop plastic tasje

Aldi stopt in Nederland in 2018 met de verkoop van plastic tasje voor de boodschappen. Het betekent een aderlating voor de Duitse supermarktketen omdat de winstmarge op een tasje van 25 cent circa 50 procent is.

deze prijsverhoging komt volgens de supermarkt volledig ten goede aan duurzaamheidsprojecten.

Jaarlijks worden circa 360 miljoen plastic tassen in Nederland verkocht. In 2016 werd een verbod op het gratis tasje ingevoerd, waardoor het aantal weggegooid plastic tasje per persoon daalde van 170 naar 50. Uit een onder-

zoek dat eerder dit jaar in opdracht van voor het ministerie van Infrastructuur en Milieu werd uitgevoerd, blijkt dat consumenten hun gedrag aanpassen. Er gaan 71 procent minder plastic



tassen over de toonbank nu de consument ervoor moet betalen. Uit een landelijke inventarisatie van Rijkswaterstaat blijkt dat sinds het verbod al 40 procent minder plastic tassen als zwerfafval eindigt.

Food-retailers zoals bakkers en slagers, maar ook markthandelaren, zien dat zes op de tien klanten nu een eigen tas meenemen. Bij warenhuizen komt dit uit op ongeveer 40 procent. Uit het onderzoek blijkt bovendien dat drie op de tien winkeliers een gratis papieren tas aanbieden ter vervanging van de plastic tas. Als voornaamste reden hiervoor geven ze dat zij het klantvriendelijker vinden dan geld vragen voor een plastic variant.

NOM: folder blijft een krachtig medium

De NOM Folder Monitor 2016 wijst uit dat de folder een krachtig medium blijft. 95% van de Nederlanders leest wel eens een folder. In vergelijking met andere mediatypen is dit het hoogste bereik. De digitale folder en traditionele folder blijken goed naast elkaar te kunnen bestaan. 62% van de Nederlanders leest alleen de papieren folder. Zij doen dit om op de hoogte te zijn van aanbiedingen, maar ook ter ontspanning, vooral in de avonden. Ruim 20% van de Nederlanders leest zowel papieren als digitale folders. Gemiddeld besteden folderlezers 17 minuten per week aan

het lezen van papieren folders en 12 minuten aan digitale folders. Uit de resultaten blijkt de digitale folder door 3,5 miljoen Nederlanders wordt gelezen. De app is vooral populair onder 20-

49 jarigen. Wekelijks bezoeken zelfs 1,7 miljoen mensen een verzamelwebsite en/of gebruiken een folder app. Onder digitale folderlezers zijn meer boodschappers, namelijk 64% t.o.v. 54%

bij papieren folders. Lezers van folders blijven graag op de hoogte van de aanbiedingen die erin staan. Met effect, want 46% koopt regelmatig een product uit een folder.

Online-NL aankopen booming

De verwachting is dat het online aankopen van producten en diensten in Nederland voor heel 2017 uitkomt op ongeveer € 22,6 miljard, wat een stijging zou betekenen van 12% ten opzichte van vorig jaar.

Met het aantal aankopen wordt waarschijnlijk de grens van 200 miljoen bijna gehaald (+13%). In het eerste half jaar van 2017 hebben Nederlandse consumenten

€ 10,66 miljard online besteed, 13% meer vergeleken met de eerste helft van 2016. Het totaal aantal online aankopen komt in deze periode uit op 92,59 miljoen.

Dit blijkt uit cijfers van de Thuiswinkel Markt Monitor, uitgevoerd door GfK uitgevoerd, in opdracht van Thuiswinkel.org en in samenwerking met PostNL.

P(R)IETPRAAT

Duurzaam als volksverlakkerij

In een annonce beweren Stichting Golfkarton en Corrugated Benelux Association dat bedrijven een bijdrage kunnen leveren aan de groene (lees: circulaire) economie. En hoe dan wel? Door simpelweg oud papier op kantoor in te zamelen en dat vervolgens ter recycling aan te bieden. Zo geef je een nieuw leven aan oud papier, aldus het berichtje.

Het oud papier wordt opgehaald door een bedrijf dat archieven vernietigt en het - indien gewenst - tot balen perst. Dat wordt vervolgens als grondstof aangeboden aan de papierindustrie voor de productie van hygiënapapier en kantoorpapier. En dan komt het: deze laatstgenoemde producten kun je opnieuw aankopen en laten leveren. Een bedrijf dat hieraan deelneemt onder de noemer van 'paper for paper' en dus ook nog (betaald) lid wordt van dit platform, bespaart op het aantal bomen dat moet worden gekapt, op elektriciteit, water en CO2.

Oud papier wordt al jaren ingezameld bij zowel bedrijven als gemeenten, wordt gerecycled en komt dus uiteindelijk weer in het nieuwe papier terecht. Dat komt weer terug in nieuwe producten (zoals toilet papier) en wordt dus aangeboden aan de markt. Maar de tekst wil doen geloven dat bedrijven hun eerder ingezamelde oud papier dus weer terug krijgen in de vorm van kant-en-klare (gebruiks)producten. Technisch is dit niet mogelijk en dus ook onwaar. Het zet bedrijven op het verkeerde been. De redenering dat een oude auto wordt gerecycled en ook weer als nieuwe auto wordt aan-

geboden, is net zo ridicuul.

Voor papierproductie wordt oud papier weliswaar als grondstof gebruikt, maar het is schier onmogelijk om dit op dezelfde manier weer terug te laten komen bij degene die het heeft ingezameld. Met duurzaam ondernemen heeft het uitgangspunt van 'paper for paper' dus helemaal niets te maken.

Bedrijven die hier aan meedoen, worden lid van deze inzamelgemeenschap en moeten daarvoor betalen. Het initiatief wordt ondersteund door een leverancier van hygiënapapier, een papiergroothandel en een bedrijf dat zich toelegt op archiefvernietiging, tevens leverancier van kantoorbenodigdheden. De deelnemende bedrijven 'kopen het gerecyclede papier weer terug als hygiënapapier en kantoorpapier', aldus de website. Een staaltje volksverlakkerij onder het mom van het Groene Milieu.

De werkelijkheid is anders. Ingezameld oud papier wordt ingezet als basisgrondstof voor papierproductie, maar er wordt ook hout van nieuwe bomen aan toegevoegd. Van de hiervoor gekapte bomen wordt slechts het bovenste deel gebruikt voor de papierproductie; de rest gaat naar de meubelindustrie en Ikea. De papierindustrie is bezig met duurzaam én milieuverantwoord ondernemen en voegt de daad bij het woord door jaarlijks meer nieuwe bomen aan te planten dan überhaupt voor de papierindustrie nodig zijn. En zo zie je dus maar dat papier en papierproductie een industrie is met een januskop. Maar dat moet je dan wel weten.

Informatie over PaperChain-Management

PaperChainManagement BV maakt de hele supply chain transparant én creëert meetbare verbeteringen bij tenminste gelijkblijvende kwaliteit. Heldere systematiek en transparantie in procedures met betrekking tot procurement hebben een enorme financiële impact en positief effect op het rendement van onze opdrachtgevers. PaperChainManagement ziet procurement als een strategische pijler onder de inkoopstrategie van een onderneming.

PaperChainManagement is ook gespecialiseerd in:

- Papierinkoop: zelf doen, minder risico's én goedkoper
- Huis-aan-huisverspreidingen: meer inzicht en verbetering van prijs/kwaliteit
- Point of sale materiaal: optimalisering inkoop en kostenbesparing
- Drukwerkinkoop en begeleiding: kostenbesparingen door outsourcing
- Verpakking: transparantie, outsourcing en kostenbesparing

Meer weten over deze onderwerpen? Of informatie over onze aanpak en werkwijze? Neem dan contact op met directeur drs.ing. P.T. Jorritsma van PaperChainManagement BV.

CONTACT

tel. +31(0)23 576 22 68
fax +31(0)23 544 19 46

kantooradres:
Zijweg – Zijweg 2
2015 BK Haarlem

postadres:
Postbus 1190
2001 BD Haarlem

webadres:
www.papercm.com