

REACH - zakon o kemikalijama

Pozitivni učinci u EU su i dalje teško uočljivi

Europsko zakonodavstvo vezano za REACH – oznake (REACH – Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) ušlo je u prvu fazu, ali je sam proces i dalje nejasan. Prvog lipnja o.g. otvoreno je petomjesečno razdoblje u kojem su tvrtke bile dužne identificirati kemikalije koje bi trebale biti registrirane u skladu s novim zakonom. Europska unija i industrije tvrde kako je to važna faza, jer kemikalije koje nisu preliminarno registrirane moraju biti uklonjene s tržišta, barem privremeno. Međutim, čak i nakon isteka spomenutog razdoblja, teško će se moći predvidjeti hoće li će sve to i kako utjecati na industriju maziva. Proizvođači maziva i tvrtke koje posluju s aditivima tvrde kako nisu dobili konkretne odgovore o tome hoće li bazna ulja i kemijske komponente koje koriste biti dostupni nakon 01. prosinca. Većina tvrdi da su do sada dobili neodređena jamstva kako neće biti problema, ali mnogi smatraju da bi se problemi mogli pojaviti u lancu opskrbe.

Ostala pitanja su konstantna. Koliki će teret REACH biti za poslovanje? Je li industrija spremna za vremenske rokove, od kojih je prvi rok 01. prosinac za preliminarnu registraciju kemikalija? Je li birokracija dorasla zadatku provedbe zakonskih propisa? Prirodno je da tvrtke s nestrpljenjem očekuju da s početkom važenja novih propisa prođe neizvjesnost.

Unutar REACH-a

REACH je prihvaćen na kraju 2006. godine i predstavlja pokušaj Europske unije da na sveobuhvatan način zaštiti ljude i okoliš od potencijalnih opasnosti uzrokovanih kemikalijama. Općenito, dobavljači kemikalija bit će obavezni identificirati svoj proizvod, dokumentirati je li proizvod opasan te dokazati da su informirali kupce o sigurnom načinu uporabe.

Prepoznajući veličinu zadatka zakonodavstvo daje industrijama duže vremensko razdoblje za ispunjenje naloga. Ovisno o količinama s kojima posluju, te o kategoriji kemikalija, dobavljači imaju vremena do kraja 2010., 2013, ili 2018. godine završiti s registracijom. Tvari, kemijski spojevi visoke važnosti imaju najkraći vremenski okvir.

S druge strane, Europska komisija htjela je ohrabriti industriju na pokretanje prema novim propisima. Razdoblje preliminarne registracije počelo je 01. lipnja o.g. Preliminarna registracija nalaže tvrtkama koje trenutačno proizvode ili uvoze godišnje najmanje 1 tonu bilo koje tvari obuhvaćene spomenutom regulacijom da za potrebe European Chemicals Agency-ECHA čije sjedište je u Helsinkiju, pripreme dosje s minimalnim informacijama, naziv dobavljača i podatke o kontaktu, nazivu tvari i rasponu količina s kojima dobavljač posluje. Stoga preliminarna registracija za mnoge predstavlja policu osiguranja. Nema troškova, ali barem se dobiva na vremenu za nastavak poslovanja dok se bliži zadnji rok za potpunu registraciju.

Dobavljačima koji se registriraju do 01. prosinca bit će dopušten nastavak poslovanja s preliminarno registriranim tvarima do isteka roka za registraciju. Onima koji preliminarno ne registriraju tvari s kojima posluju bit će zabranjeno daljnje poslovanje sve do završetka kompliciranijeg procesa registracije/upisa.

Spekulacije oko dobavljača

Komisija je čvrsto naglasila svoju krilaticu, «nema podataka, nema trgovanja». Stoga se za proizvođače maziva, kao i za ostale korisnike maziva, postavlja pitanje hoće li spomenute tvari biti i dalje dostupne? Hoće li dobavljači i dalje prodavati spomenute tvari u Europi s obzirom na troškove preliminarnе registracije i registracije? Zbog svih ovih dilema gotovo je nezamislivo da cijeli proces prođe bez poteškoća.

Postoje objave nekih proizvođača o prestanku proizvodnje nekih proizvoda obuhvaćenih REACH-om. Neizvjesno je hoće li se pojaviti proizvodi iz drugih izvora koji će popuniti nastalu prazninu u ponudi. Navedeno uvelike ovisi o tome radi li se o posebnim, specijalnim kemikalijama ili ne i hoće li se za njih naći odgovarajuća zamjena. U većini dogovora o nabavi i ponudi, dobavljači baznih ulja i aditiva potrudili su se osigurati kupcima preliminarnu registraciju svih tvari s kojima posluju.

Postoji određena logika koja podržava navedene tvrdnje. Troškovi registracije bit će veći u novcu i vremenu, a tvrtke koje ne registriraju/upišu svoje kemikalije morat će platiti kaznu kako bi ostale na tržištu odnosno kako bi ponovno ušle na tržište. Dodatno, zakonski propisi ohrabruju dobavljače kemikalija na osnivanje konzorcija radi suradnje oko razmjene informacija o registraciji pojedinih tvari. Ako dvije ili više tvrtki proizvode isti proizvod, trebale bi dijeliti troškove procjene i na taj način smanjiti vlastite troškove REACH-a za spomenuti proizvod.

Je li industrija spremna

Ipak, većina kupaca je zabrinuta jer smatraju kako neće sve teći tako glatko kao što ih uvjeravaju. PricewaterhouseCoopers, autor nedavnog istraživanja o korporativnoj spremnosti na prihvaćanje REACH-a, utvrdio je da dvije trećine tvrtki u svim industrijama diljem svijeta smatraju kako je najvažnije osigurati da se dobavljači pridržavaju REACH-ovih usklađenih krajnjih rokova, takozvano osiguranje lanca opskrbe. Gotovo polovica je izjavila da će poduzeti određene korake kako bi pomogli dobavljačima prilikom usklađivanja, dok druga polovica smatra kako će zbog novih propisa morati ponovno pregovarati s dobavljačima ili modificirati postojeće ugovore.

Drugim riječima, korisnici kemikalija žele unaprijed indikacije da će lanac opskrbe ostati nepromijenjen. Međutim, proizvođači maziva i paketa aditiva tvrde da ne mogu zasigurno znati da li će biti problema u njihovom lancu opskrbe prije nego što dobavljači završe s preliminarnom registracijom. Čini se da dobavljači čekaju zadnju minutu za obavljanje registracije.

Industrija je prilično tradicionalna te se očekuje da dobavljači obavijeste kupce o tome da li će im tvar biti dostupna ili ne. Međutim, neke će tvrtke oklijevati pri identifikaciji tvari koje ne namjeravaju preliminarno registrirati s obzirom da ih to odmah stavlja u nepovoljan tržišni položaj. Svakako je prerano za bilo kakve

komentare o tome koje kemikalije će se preliminarno registrirati ili upisati. S obzirom na prijašnje iskustvo s Biocidal Products Directive, koja se provodila u Zapadnoj Europi između 1998. i 2000., dobavljači kemikalija će ostaviti sektor maziva u nedoumici do zadnje minute. Dok dobavljači ne ispituju konzorcij i sve ostale mogućnosti, neće se opredijeliti. Mnogim tvrtkama još nije potpuno jasno što točno moraju napraviti.

Ipak, svi ne očekuju tolike probleme. Mike Moris, konzultant o REACH-u za European Lubricating Grease Institute, osnovao je konzorcij gdje članovi surađuju po pitanju preliminarnog registriranja tvari od kojih se dobivaju masti. On tvrdi da se poslovanje kreće u uobičajenom smjeru te da su oni identificirali proizvode koje žele preliminarno registrirati/upisati. Smatra da je industrija maziva općenito pristupila REACH-u na pozitivan način, kao nečemu što se mora napraviti. Konzorcij je bio velika pomoć, jer na jednom mjestu spaja mnogo tvari i mnogo tvrtki koje odgovaraju na teška pitanja. Spomenuti kolektivni pristup važan je s obzirom da propuštanje krajnjeg roka nije opcija.

Malo je čvrstih dokaza u utvrđivanju pripremljenosti dobavljača na REACH. PricewaterhouseCoopers je zaključio kako je svijest o REACH-u najveća kod europskih tvrtki, dok sjevernoameričke tvrtke zaostaju. Također, svijest o REACH-u je veća kod velikih tvrtki nego kod malih. Zbog raširenog nedostatka svijesti o REACH-u počinje se stvarati mišljenje kako će, posebno sjevernoameričke tvrtke, propustiti važne krajnje rokove REACH-a te kao rezultat toga pretrpjeti znatne poteškoće.

Očekivani problemi

Vezano za tematiku oko lanca opskrbe neki izvori predviđaju da će REACH biti veliki teret. Na individualnoj osnovi tvrtke će biti prisiljene trošiti dragocjeno vrijeme i resurse u svrhu dokumentiranja proizvoda te komuniciranja s kupcima. Zbog složenosti problematike stvarnog života usklađenost postaje značajan administrativni pothvat, izjavio je Mick Wragg, europski product manager i REACH-ov ekspert tvrtke Lubrizol, dobavljača aditiva za maziva sa sjedištem u Derbyu, Velika Britanija.

U cjelokupnoj industriji, zakonski propisi predstavljaju zastrašujući zadatak, zahtijevajući registraciju više od 30000 kemijskih tvari tijekom razdoblja od 11 godina. Neki predviđaju da će posao zadržati European Chemicals Agency (ECHA) kao i da će se na poslovnom planu, osobito u manjim tvrtkama, stvoriti jaki pritisak na uposlenike kako bi se udovoljilo obvezama. ECHA ima premali broj zaposlenih i neće imati potrebnu stručnost kad počne novo razdoblje odnosno nakon završetka petomjesečnog preliminarnog ciklusa, smatraju mnogi koji se bave mazivima. Zadatak koji stoji pred industrijom je ogroman. Nema, niti će biti dovoljno kvalificiranih laboratorijskih resursa koji mogu osigurati kompletne podatke potrebne za registraciju na vrijeme. Nedostatak stručnosti, teret preliminarnog registriranja i zatim registracije opteretit će najviše mala i srednja poduzeća. Ostali smatraju da su navedene brige prenapuhane, jer ako je tvrtka sposobna za preliminarnu

registraciju, ima nakon toga razdoblje od 11 godina za dovršenje same registracije. Mnogi se pak nadaju se da će Komisija produžiti rok za preliminarnu registraciju ukoliko se ispostavi da su birokracija ili industrija bile očito nespreme.

Struka očekuje pozitivne učinke REACH-a. Gospodin Wragg vjeruje kako bi zakonski propisi mogli ohrabriti tvrtke da razviju novu kemiju za rješavanje tehničkih problema umjesto da preformuliraju stariju kemiju kao što je običaj danas. Navedeno bi moglo dovesti do novih inovacija na tržištu maziva. Razlika u troškovima između korištenja stare kemije i razvoja nove tehnologije bit će manja pod REACH-om u usporedbi s trenutačnom situacijom, posebno za specijalizirane niše poslovanja manjeg volumena. Smatra se da će poslovanje imati koristi od REACH-a ukoliko se kupcima pruži sigurnost u korištenju kemikalija. Spomenute zasad neopipljive koristi smanjit će se ukoliko tvrtke nakon završetka preliminarne registracije i upisa odjednom ne budu u mogućnosti doći do sirovina potrebnih za proizvodnju proizvoda. Prerano je da se utvrdi kakve bi razmjere u industriji maziva tako nešto moglo poprimiti.

Važno je naglasiti da je trenutačno pažnja uglavnom usmjerena na razdoblje preliminarne registracije i upisa koji je u tijeku. Zakon uključuje odredbe za buduće faze koje bi, u najmanju ruku, mogle biti zanimljive. Naime, nakon razdoblje preliminarne registracije i upisa dolazi razdoblje registracije i upisa kada su dobavljači kemikalija obavezni dostaviti dosjee koji dokazuju ili potvrđuju da su njihovi proizvodi prošli testiranja procjene rizika (risk-assessment testing) te da su dobavljači komunicirali s kupcima ili lancem kupaca vezano za kontrolu svih rizika. Zahtjev se odnosi na tvari proizvedene unutar ili uvezene u Europsku uniju u količinama od minimalno 1 metričku tonu godišnje. Krajnji rokovi variraju ovisno o količinama i vrsti tvari.

European Chemicals Agency (ECHA) procijenit će dokumentaciju i odlučiti, između ostalog, jesu li testiranja obuhvaćena unutar procjene rizika potrebna. Jedan od primarnih ciljeva spomenute procjene je spriječiti nepotrebna testiranja na životinjama. Prema zakonskim propisima nadležne institucije mogu zahtijevati opširniju procjenu 'tvari koje su od interesa'. Nadležne institucije će također identificirati tvari za koje se smatra da nose veći rizik, „tvari od vrlo velikog interesa,“ te eventualno zahtijevati autorizaciju za njihovu uporabu. Namjera je kontrolirati uporabu spomenute grupe tvari te olakšati i omogućiti zamjenu sigurnijim alternativama. Osim toga, REACH predviđa i mogućnost da tvrtke za neke kemikalije dobiju izuzeće od obveze zakonskih propisa

Izvor: Webb, *Lubes'n'Greases*, srpanj/kolovoz 2008.

Verkolov Vektor - Baskijska prerađivačka tvrtka nastavlja rasti

Posljednih pet godina bile su unosne za španjolsko tržište maziva. Jedna od ekonomija u Zapadnoj Europi koja se najbrže razvija, stvorila je mogućnosti za

prerađivače koje je tvrtka Verkol Lubricantes iskoristila i povećala svoje poslovanje za više od 50 % u spomenutom razdoblju. Trenutačno, tržište je sve manje plodno kako privredni rast u Španjolskoj usporava, a troškovi proizvodnje maziva rastu. Umjesto da bude vođena ekonomskim ciklusima, tvrtka Verkol odlučila je nastaviti s rastom. U namjeri da se omogući rast tvrtke, Verkol mora sam ulagati u tvornice te staviti naglasak na izvoz i suradnju s krajnjim korisnicima i organizacijama za istraživanje kako bi razvili nove proizvode.

Tvrtka Verkol smještena je u malom gradu Bera u srcu Baskijske regije u pokrajini Navarre, Španjolska. Na području veličine 40000 m² smještena je tvornica s laboratorijima i uredima. 85 godina stara javna tvrtka očekuje da će ostvariti prodaju u visini 30 milijuna €. Većina maziva koje tvrtka proizvodi namijenjena je primjeni u industriji, a u primarnu potrošačku grupu spadaju tvornice papira, tvornice betona, proizvođači dijelova za automobilsku industriju, proizvodnja čelika, rudarske i građevinske tvrtke. Tvrtka Verkol procjenjuje kako se nalazi među 5 najvećih dobavljača maziva u Španjolskoj i zauzima 35 % tržišta mazivih masti u Španjolskoj. Verkolova orijentacija na industrijska maziva utjecala je na dobru poziciju tvrtke na način da tvrtka ima koristi od španjolskog gospodarstva, koje je u posljednje vrijeme na visokom mjestu u Europskoj uniji. Potaknut dijelom rastom u stambenoj izgradnji, državni *stvarni* domaći proizvod (RDP-real domestic product) od 2003. do kraja 2007. rastao je po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,5 %. Bila je to značajno bolja prosječna godišnja stopa od one koju je objavilo preostalih 25 članica Europske unije u istom razdoblju, a koja je iznosila 2,3 %.

Rastuća gospodarstva obično čine zdrava tržišta maziva, a prema dužnosnicima tvrtke Verkol bio je to slučaj i u Španjolskoj. Tvrtka Verkol rasla je mnogo brže od gospodarstva u Španjolskoj. Tvrtkin godišnji prihod od prodaje narastao je s 17,5 milijuna € u 2002. godini na 27 milijuna € u 2007. godini, uz prosječni godišnji rast od 9,3 %. Međutim, španjolski gospodarski zamah usporio se u 2008. kad su valovi dužničke krize iz SAD-a prešli Atlantik i usporili gospodarski rast u EU na 1,7 % u drugom kvartalu 2008. godine. Dužnički problemi snažno su udarili Španjolsku zbog velike uloge koju je stambena izgradnja zauzela u gospodarskom rastu. U drugom kvartalu španjolski BDP (bruto domaći proizvod) narastao je na godišnjoj osnovi samo 1,8 %. Naravno, prethodno navedeno potiče mogućnost smanjenja potražnje za mazivima, ali to je samo jedan od problema s kojima se suočavaju proizvođači maziva trenutačno. Od veće važnosti bio je nagli rast cijena baznih ulja i kemijskih aditiva. Unatoč velikom ljetnom padu cijena sirove nafte, troškovi primjene aditiva i dalje ostaju mnogo viši nego što su bili prije godinu dana.

Neke tvornice mogle bi smanjiti proizvodnju u spomenutim uvjetima samo zbog nastojanja da zadrže poziciju, ali ne i tvrtka Verkol. Rukovodstvo tvrtke predviđa rast prodaje od 13 %, tj. na 30,5 milijuna €. Također, tvrtka planira razvoj na temelju dugoročnih investicija. Verkol u 2008. godini namjerava potrošiti 800000 € na zamjene postojećih spremnika za bazna ulja spremnicima od nehrđajućeg čelika, te dvostruko povećavajući kapacitete skladišta. Tvrtka će potrošiti 550000 € više kako bi instalirala još jednu liniju za proizvodnju masti, s maksimalnim kapacitetom

proizvodnje od 10000 tona za jedan tip masti. Rukovodstvo tvrtke izjavilo je kako se nada da će tvrtka održati trenutačnu stopu rasta. Dijelom se njihova strategija svodi na traženje mogućnosti izvan Španjolske. Smatraju da je tržište maziva u Španjolskoj izgrađeno, pa se sada više trude biti prisutni u drugim državama. Rukovodstvo je odlučilo Aziju i Južnu Ameriku postaviti kao primarne ciljeve. Naravno, tvrtke diljem svijeta ciljaju na Aziju zbog snažnog i čvrstog rasta na velikim tržištima poput Kine i Indije. Južna Amerika je također logičan izbor za Verkol zbog toga što je primarni jezik u većini regija španjolski. Verkol je osnovao podružnice u Čileu i Argentini te ima distributerske ugovore s Urugvajem, Brazilom, Kostarikom i Meksikom.

Tvrtka Verkol naglašava važnost investiranja u istraživanje novih proizvoda te često djeluje putem partnerstava. Na primjer, Verkol je jedna od pet španjolskih tvrtki koje sudjeluju u AVI 2015, inicijativi koju vode proizvođači vlakova, Construcciones y Auxiliar Ferrocarriles (CAF), u namjeri da se proizvedu brzi vlakovi (high-speed trains) koji će voziti od Gibraltara do Moskve. Glavni izazov je premostiti tehničke barijere za zajedničko djelovanje, poput razlika u naponima, željezničkim kolosijecima te signalnim sustavima od države do države. Tvrtka Verkol pomaže u definiranju zahtjeva vezanih za maziva za spomenute vlakove te razvoja maziva i testiranja radi procjene. Verkol također surađuje s odjelom za tribologiju iz Tekniker Centro Tecnológico, neprofitnog tehničkog centra smještenog blizu grada Eibara, kako bi razvili biorazgradljivo mazivo biljne osnove te mazivo za turbine pogonjene vjetrom. Jedan od ciljeva spomenute inicijative je identifikacija ulja biljne osnove koja bi najbolje odgovarala različitim primjenama.

Verkolova usmjerenost na servisiranje industrije nije nikakvo iznenađenje s obzirom na nasljeđe. Baskijska regija dugo je bila industrijsko središte Španjolske, još od početka 20. stoljeća, kada su velika nalazišta željeznih ruda potaknula nastanak čeličana i brodogradilišta. Brodogradnja se s vremenom smanjila, ali ostale industrije su i dalje uspješno zastupljene. Verkol nema intenciju orijentacije na tržište maziva za vozila u okviru djelatnosti maziva. Desetljećima tvrtka nije imala posebne odluke za spomenuto pitanje. Početkom španjolskog građanskog rata, tvrtka Campsa, u vlasništvu države, dobila je ekskluzivan pristup na 90 % državnog tržišta motornih ulja. Međunarodne tvrtke su nagrađene s preostalih 10 %, dok su Verkol i ostali domaći proizvođači izuzeti. Monopol je završio 1972. godine, ali je Verkolova uprava odlučila zadržati stratešku orijentaciju na industrijski segment, iako su počeli nuditi neka maziva za vozila.

Razmatra se mogućnost uključenja na tržište motornih ulja, međutim, prepoznavanje trgovačke marke je iznimno važno na tržištu motornih ulja i potreban je mnogo veći kapacitet od onoga kojeg tvrtka ima kako bi se kupovalo u velikim količinama i ostvarivalo dobru cijenu. Zato je industrijski segment mnogo bolje tržište za tvrtku. Fokus na industriju definitivno je dobro funkcionirao zadnjih godina. Verkol nastoji osigurati da i dalje u budućnosti spomenuti fokus bude uspješan kao do sada.

Izvor: Tim Sullivan, *Lubes'n'Greases*, rujan/listopad 2008.

Prodaja i kupovina na tradicionalan način

Svjedoci smo brojnih promjena na europskom tržištu baznih ulja. Bazna ulja Grupe II više su prisutna na tržištu. Zapadna Europa izgubila je dugo čuvanu poziciju dobavljača viškova, a proizvođači maziva prisiljeni su tražiti udaljene dobavljače kako bi udovoljili potrebama potražnje. Temeljni način kupovine i prodaje na tržištu maziva obavlja se na tradicionalan način. 'Uobičajen' je pridjev koji također odgovara ovom načinu odvijanja poslovanja. Kada se radi o porijeklu sirovina, mnogi kupci prići će samo uskom krugu proizvođača, a u nekim slučajevima držat će se jednog dobavljača iako taj dobavljač nije povoljniji za njih u pogledu trenutčne cijene u odnosu na ostale dobavljače koji su lako dostupni i pristupačni. Jedan od razloga je ograničen broj proizvođača u regiji koji su u mogućnosti kontinuirano opskrbljivati vanjske kupce te udovoljavati zahtjevima za radnim svojstvima maziva koja se stalno poboljšavaju. Ostali čimbenici također imaju utjecaj, kao na primjer ISO 9000 akreditacije koje mogu ograničiti proizvođačevu mogućnost korištenja alternativnih izvora.

Izvoz možda djeluje fleksibilnije zato jer su mnogi proizvođači izvan Zapadne Europe u mogućnosti koristiti različite kvalitete baznih ulja iz različitih izvora. Međutim, čak i za izvozno tržište postoje temeljna pravila i okvir poslovanja za kupce i prodavače. Ako su bazna ulja uobičajena roba, a već se duže vrijeme vodi rasprava o spomenutoj temi, onda je iznenađujuće da se još nije pojavila internetska kupovina i prodaja poput one koja se obavlja na Alibaba.com. Naime, ta internetska stranica služi kao *business-to-business* prodajna platforma za sve proizvode od pigmentata za boje preko uređaja za mjerenje tlaka do osobnih kompjutora. Na spomenutoj internetskoj stranici, kao i na sličnim stranicama, materijali koji udovoljavaju standardnim specifikacijama nude se na prodaju od 'prodavača' koji nemaju nikakvu stvarnu kontrolu nad materijalom, a potražuju ga često 'kupci' s malim budžetom koji traže posao samo zato da njime namame prave kupce. Bilo je već pokušaja da se kreira spomenuta platforma za trgovanje baznim uljima. Često su se takvi pokušaji srušili opet u tradicionalni *modus operandi* u kojem kupci znaju u svakom trenutku tko ih može opskrbiti uljima koja trebaju, a prodavači su u mogućnosti identificirati potencijalne kupce uz uobičajenu procjenu. Možda je to zato jer se bazna ulja smatraju specijalnim proizvodima. Prodavači baznih ulja su suzdržani glede oglašavanja cijena u javnosti vjerujući da bi time mogli naštetiti vrijednosti ulja. Međutim, zbog toga se stvara dojam da poslovanje nije transparentno, te da su poslovi vođeni i sklopljeni na privatnoj i povjerljivoj osnovi.

Nizozemska tvrtka, Losiwo B.V., nedavno je lansirala *BaseOilMarket.com*, internetsku stranicu na kojoj kupci i prodavači mogu objaviti dostupnost i zahtjeve. Na prvi pogled, može se činiti kao dobra prilika, jednostavan način na koji kupci mogu ostvariti dobar posao po niskoj cijeni. Problem za većinu ugovornih europskih proizvođača jest to što ne mogu odlutati daleko od isprobanih izvora jer bi to ugrozilo njihovu sigurnost u vremenima slabe ponude. Pravila poslovanja na tzv. „tender poslovima“ ili poslovima preko javnih natječaja ne dopuštaju da proizvođači baznih ulja budu previše uvučeni na spomenuto tržište s obzirom da organizatori javnih

natječaja u pravilu imaju popis atestiranih odobrenih ponuđača. Spot tržište, inače carstvo trgovaca, može imati koristi od takve otvorenosti, ali opet je riječ o konzervativnoj okolini.

Na kraju dana, internetske stranice ohrabruju pregovore o cijeni te pozivaju sudionike koji nisu izravno uključeni u posao. Navedeni elementi mogu djelovati kao zbunjujući potrošači vremena koji se petljaju u posao. Dodatno, pomorski agenti, posrednici u zaključivanju ugovora i prodaji su do sada izbjegavali oglašavanje informacija na spomenutim internetskim stranicama. Navedene stranice ne mogu pružiti uvid u detalje potencijalnih transakcija kao što su specifikacije ili ograničenja vezana za brodove i otpremu brodovima u različitim lukama i pristaništima. Ne mogu razjasniti određene lokalno ograničene trendove i razlike između proizvoda koje prepoznaju oni koji se razumiju u navedene proizvode, dok su spomenute razlike misterija za ostale.

Neki smatraju kako bi Europa mogla imati koristi od oglašavanja cijena, poput onih u SAD-u. U SAD-u dobavljači baznih ulja oglašavaju cijene objavljene u stručnim novinama omogućavajući na taj način kupcima, manje ili više, uvid u kretanje cijena. Europa, poput Bliskog istoka i Afrike, nema praksu oglašavanja cijena baznih ulja, što također utječe na stvaranje tajnovitog ozračja na tržištu. ICIS objavljuje tjedne izvještaje o cijenama baznih ulja u Europi, međutim oni se temelje na informacijama iz zasebnih transakcija i ugovornih sporazuma koji su plaćeni. Ideja o utvrđivanju prakse oglašavanja cijena u Europi bila je s vremena na vrijeme osporavana, više zato jer su tvrtke naviknute na oglašavanje počele uvoziti bazna ulja Grupe II i III. Do danas konceptu su se protivili proizvođači, trgovci i prerađivači.

Možda će europska scena nastaviti postojati izvan internetskog svijeta. Možda će vjetrovi promjene donijeti internetske dražbe i on-line javne natječaje koje organiziraju proizvođači, a ne kupci. Što će se dogoditi, kada proizvođači ne postignu ciljanu cijenu i 'zapnu' s neprodanim količinama? Mogli bi se vratiti starim metodama prodaje i kupovine. Smatra se da će europsko tržište ipak malo dulje trgovati na konzervativan način.

*Izvor: Ray Masson, *Lubes'n'Greases*, rujan/listopad 2008.*

Priredila Silva Mandaković