

Nota de prensa

Industria de la tinta de imprenta: precios de las materias primas a niveles récord

El fabricante líder Siegwerk obligado a repercutir costes

Siegburg, 18 de septiembre de 2012 – La industria de la tinta de imprenta alemana da la voz de alarma. Los precios de las materias primas aumentan a nivel mundial. En el plazo de tres años, el precio medio anual de la colofonia realizada a partir de la pez se ha duplicado .Y sin colofonia no hay tinta ni para imprimir periódicos ni para embalajes. También los costes del transporte y la energía, que han aumentado de forma dramática, están castigando la industria.

"La espiral de subida de precios no tiene perspectiva de acabarse, por lo que ahora nos vemos obligados a repercutir los costes de compra cada vez mayores a nuestros clientes" afirma Michael Müller-Samson, jefe de la rotativa offset del Grupo Siegwerk de proyección internacional con sede en Renania del Norte-Westfalia. "Nuestro sector lleva años encerrado en la trampa de las materias primas. La demanda aumenta a nivel mundial, especialmente en los mercados florecientes, mientras disminuye la capacidad de producción de los proveedores. La curva ascendente de los precios ha superado todos los récords en los mercados durante los pasados meses y continúa en niveles muy fluctuantes. Debido al enorme aumento de los precios, la fabricación de algunos productos ha ido perdiendo toda rentabilidad", informa Müller-Samson. Las perspectivas no auguran nada bueno: la situación seguirá agravándose. Los márgenes de los proveedores de materias primas se han reducido enormemente al igual que las cantidades demandadas. Los proveedores buscan otros mercados de consumo que les reporten mayores beneficios y donde tengan la posibilidad de consolidarse. Las consecuencias para la industria gráfica serán: mayor escasez y precios en alza.

Herbert Forker, Presidente y director ejecutivo de Siegwerk. "Quien no gana lo suficiente, deja de invertir, con lo que pierde competitividad. Por este motivo, para

muchas empresas la evolución de los precios de la energía y las materias primas pone en peligro su existencia".

"En gran medida no hemos quedado atrapados en la subida de los costes, ya que durante los pasados años no lo hemos repercutido a los clientes", informa Forker. De este modo, se ha contribuido de forma consciente a fortalecer la competitividad del sector publicitario y las editoriales estrechamente ligados con la industria de la tinta frente a los medios digitales. "Nuestro objetivo común es conservar el atractivo de los productos impresos como embalajes, periódicos y folletos publicitarios con un diseño de gran calidad y seguir mejorándolos, donde sea posible", aclara Forker.