

Comunicato stampa

Industria degli inchiostri da stampa: prezzi delle materie prime a livelli record

Il produttore leader Siegwerk si vede obbligato a riversare i costi

Siegburg, 18 settembre 2012 – L'industria tedesca degli inchiostri da stampa suona l'allarme. I prezzi delle materie prime crescono in tutto il mondo. Nel giro di tre anni, il prezzo medio annuale della colofonia, sostanza ottenuta dalla resina di alcuni alberi, è raddoppiato. Ma senza colofonia è impossibile fabbricare gli inchiostri da stampa per giornali e imballaggi. A ciò si aggiungono le difficoltà causate dal drammatico aumento dei costi dell'energia e dei trasporti affrontati dal settore.

"La fine della spirale dei prezzi non è in vista, ormai ci vediamo costretti a trasferire l'aumento dei costi di acquisto ai nostri clienti", afferma Michael Müller-Samson, responsabile dell'Offset a Bobina del gruppo Siegwerk, un gruppo con sede in Renania Settentrionale-Vestfalia e attivo in tutto il mondo. "Il nostro settore è imbrigliato ormai da anni nella trappola delle materie prime. La domanda cresce in tutto il mondo, specialmente nei mercati in pieno sviluppo, mentre le capacità produttive dei fornitori diminuiscono. Nei mesi scorsi, il diagramma della febbre dei prezzi nei mercati ha battuto tutti i record e resta estremamente variabile. L'enorme aumento dei costi ha ormai reso non redditizia la fabbricazione di alcuni prodotti", riferisce Müller-Samson. Le prospettive sono cupe: la situazione s'inasprirà ulteriormente. I fornitori di materie prime hanno visto ridursi i loro margini, e la riduzione ha interessato anche le quantità richieste. I fornitori cercano altri mercati di sbocco, con ricavati per loro maggiori e la possibilità di consolidarsi. Le conseguenze per l'industria della stampa saranno un'ulteriore scarsità e un aumento dei prezzi.

Herbert Forker, presidente del consiglio di amministrazione di Siegwerk: "Chi non guadagna abbastanza non investe, e quindi si riduce la concorrenzialità. È per questo che lo sviluppo dei prezzi delle materie prime e dell'energia costituisce una minaccia per l'esistenza di molte aziende".

"In gran parte ci siamo fatti carico degli aumenti dei costi, negli anni passati non li abbiamo riversati sui nostri clienti", riferisce Forker. In questo modo si è contribuito con ferma consapevolezza a rafforzare la concorrenzialità dell'editoria e della pubblicità, settori strettamente legati all'industria degli inchiostri da stampa, rispetto ai media digitali. "Il nostro obiettivo comune è quello di preservare l'attrattiva di prodotti stampati quali gli imballaggi di qualità, i giornali o i supplementi pubblicitari, migliorandola ulteriormente laddove possibile", chiarisce Forker.