

Fabricantes europeos de tubos de aluminio presentan informe semestral positivo para el 2007:

La alta demanda del año anterior aumenta de nuevo en el año 2007.

Máximo de ventas histórico a pesar de los altos costes de producción actuales.

Tras un aumento de ventas positivo del 3 por ciento en el año 2006, vuelve a aumentar la demanda de tubos de aluminio por parte de los fabricantes europeos. En el primer semestre de 2007, el índice de producción aumentó 3 por ciento más frente al primer semestre de 2006.

Düsseldorf, 15 de octubre de 2007: los fabricantes europeos de tubos de aluminio presentaron hoy en Düsseldorf sus cifras de venta para el primer semestre de 2007. Con un nuevo incremento en la producción del 3 por ciento comparado con el semestre anterior, esto representa un balance positivo para las empresas en el semestre previo del ejercicio económico. "La demanda se encuentra en un máximo histórico y esto a pesar de los altos costes de producción actuales", indicó Gregor Spengler, secretario general de la asociación europea tube manufacturers association (ETMA). El superávit en las ventas se debe sobre todo a la creciente demanda de soluciones de envases en las industrias clave del sector de cosmética, farmacia y productos alimenticios.

La innovación de productos es el motor de crecimiento del sector

Las empresas productoras de tubos de aluminio están satisfechas especialmente porque el alto nivel de producción del año 2006 incluso se pudo superar gracias a las nuevas e innovadoras soluciones. Los impulsos de crecimiento del presente año se deben especialmente a que la industria reconoció y aplicó la fuerza innovadora del envase de calidad superior para diferenciar sus productos. "La extraordinaria calidad del tubo de aluminio estuvo siempre fuera de cuestión. Ahora los productores de bienes de consumo, como por ejemplo un productor europeo líder de mantequilla a las

hierbas, reconocen el potencial de diferenciación de los envases de calidad superior. Mantequilla a las hierbas envasada en un tubo de aluminio constituye un producto completamente nuevo con argumentos de venta propios" resume Spengler los factores del éxito del primer semestre de 2007, valiéndose para ello de dicho ejemplo.

Industrias regionales clave aseguran la positiva situación de la demanda

El envase universal de tubo de aluminio satisface las necesidades de prácticamente todas las empresas envasadoras, bien sean fabricantes suecos de productos alimenticios, productores franceses de cosméticos o bien empresas farmacéuticas suizas. Los países productores líder son Alemania, Italia, Francia, España y Suiza con sus industrias clave de productos cosméticos, farmacéuticos y alimenticios. Aquí las unidades producidas en el primer semestre de 2007 asciende a 1,37 mil millones; el mercado total asciende a 2,2 mil millones, siendo por lo tanto un plus evidente comparado con el año anterior. "Si se consigue concluir este ejercicio económico manteniendo este nivel –y así parece si se hecha un vistazo a los libros de pedidos–, en el año 2007 nuestras industrias y países clave superarán claramente los excelentes resultados del año anterior" analiza Spengler las cifras del informe semestral.

El sector apuesta por la inversión para continuar el crecimiento del mercado

El incremento adicional de la positiva demanda del año 2006 hizo que el ya excelente aprovechamiento de la capacidad de las plantas de producción llegara en parte hasta sus límites. "A pesar de un nivel de precios actualmente muy alto en los costes de producción y de materia prima, algunos socios informaron sobre la existencia de dificultades para satisfacer la alta demanda en el primer semestre", manifiesta Spengler. Con el objeto de evitar dificultades de suministro, o incluso situaciones de "falta de existencias", el sector apuesta por las inversiones. El sector ve con optimismo para el ejercicio 2007 la creciente evolución de la cifra de ventas, pues los tubos de aluminio son cada vez más atractivos entre los clientes y consumidores. A su vez, algunos sectores informan sobre la fuerte presión en el mercado, con lo cual el aumento de costes de producción apenas puede ser pasado al cliente. "La clave radica en la fuerza innovadora de las empresas y en el aumento de atractivo de los productos, por medio de equipos de mayor calidad que

convenzan a la industria y a los consumidores", comenta Spengler en referencia a las estrategias comerciales del futuro. Los fabricantes europeos de tubos de aluminio tienen muchas esperanzas para el segundo semestre de 2007 y para el año 2008. Con la fuerza innovadora que le ha caracterizado en el pasado y la osadía de conquistar nuevos mercados, los tubos de aluminio van a seguir siendo líder en el futuro para el envasado de primera calidad de bienes de consumo.