

## Press Information

**I produttori europei di tubetti di alluminio presentano risultati positivi per il primo semestre del 2007: la domanda già alta dell'anno precedente ha conosciuto nel 2007 un ulteriore aumento, facendo registrare punte di vendita storiche, malgrado gli alti costi di produzione del momento.**

Dopo una positiva crescita del 3 per cento nel 2006, la domanda di tubetti di alluminio presso i produttori europei continua ad aumentare. Nel primo semestre del 2007, rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente, l'indice di produzione è riuscito a crescere di un ulteriore 3 per cento.

**Düsseldorf, 15 ottobre 2007.** I produttori europei di tubetti di alluminio hanno presentato oggi a Düsseldorf i risultati di vendita per il primo semestre del 2007. Con un ulteriore aumento del 3 per cento rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente, le imprese hanno potuto tirare un bilancio positivo per i primi sei mesi dell'esercizio in corso. „La domanda ha raggiunto punte storiche e questo nonostante gli alti costi di produzione del momento“ sostiene Gregor Spengler, segretario generale dell'associazione dei produttori europei di tubetti di alluminio (European Tube Manufacturers Association – ETMA). L'aumento delle vendite è soprattutto dovuto ad una maggiore domanda rivolta a soluzioni di imballaggio nei settori chiave rappresentati dall'industria farmaceutica, alimentare e dei cosmetici.

### **Innovazione produttiva come motore di crescita per il settore**

Ecco una notizia che rallegra non poco le imprese produttrici di tubetti di alluminio: grazie soprattutto a nuove e innovative soluzioni, si è potuto superare il già alto livello di produzione del 2006. Gli impulsi di crescita di quest'anno sono soprattutto il risultato del fatto che l'industria ha saputo riconoscere e sfruttare la forza innovativa di questa eccezionale possibilità di imballaggio a beneficio della differenziazione dei propri prodotti. „Per il settore, l'unicità qualitativa del tubetto di alluminio è sempre stata fuori discussione. Adesso i produttori di beni di consumo, come ad esempio l'azienda leader in Europa per la produzione di burro alle erbe, riconoscono anche la potenzialità di differenziazione offerta da questo tipo di confezionamento di alta qualità. Burro alle erbe confezionato in un tubetto di alluminio diventa un prodotto del tutto nuovo con degli argomenti di vendita tutti suoi“ riassume Spengler volendo fare un esempio dei fattori che hanno portato al successo di questo primo semestre 2007.

### **Settori chiave a livello zonale assicurano un clima favorevole per la domanda**

Il tubetto di alluminio, per così dire il talento universale tra i contenitori da imballaggio, soddisfa le richieste di quasi tutte le industrie del settore dell'imballaggio, che si tratti di produttori svedesi di generi alimentari, di imprese francesi operanti nel campo dei cosmetici o di aziende farmaceutiche svizzere. I Paesi produttori più importanti sono La Germania, l'Italia, la Francia, la Spagna e la Svizzera con i settori chiave rappresentati dalle industrie cosmetica, farmaceutica e alimentare. Qui il numero di pezzi prodotti per il primo semestre è di oltre 1,37 miliardi, nel mercato globale di complessivamente 2,2 miliardi e quindi decisamente in aumento

rispetto all'anno precedente. „Se si riuscirà a portare a termine l'esercizio in corso mantenendo questo livello – e su questo, stando al volume di ordini pervenuti, pare non esserci alcun dubbio –, nei Paesi e nelle industrie chiave del nostro settore, nel 2007 andremo ben al di là dei già ottimi risultati ottenuti l'anno precedente“ afferma Spengler dando una valutazione dei risultati del primo semestre.

### **Il settore punta sugli investimenti per seguire la crescita del mercato**

Questo ulteriore aumento della già buona domanda del 2006 ha "strapazzato" fino al suo limite massimo la per altro ottima capacità produttiva degli impianti di produzione. „Malgrado gli altissimi prezzi che si registrano al momento quando si tratta di valutare i costi delle materie prime e di produzione, alcuni membri dell'associazione, in questo primo semestre, segnalano già dei colli di bottiglia nella produzione“ informa Spengler. Ecco che, per evitare colli di bottiglia nelle consegne o addirittura situazioni di „out-of-stock“ da parte del cliente, il settore ha deciso di affidarsi agli investimenti. Questo boom nello sviluppo del volume di produzione in seguito ad una maggiore domanda fa ben sperare il settore per l'esercizio 2007, auspicando che i tubetti di alluminio continuino ad essere di grande interesse sia per le aziende clienti che per i consumatori. Al tempo stesso, più di un'impresa del settore riferisce di una maggiore pressione esercitata dalla necessità di ottenere risultati, dato che i costi in crescita possono essere trasferiti nel mercato solo limitatamente. „La chiave è data dalla forza innovativa delle aziende e da una crescita di interesse per il prodotto grazie ad accessori sempre più pregiati che siano in grado di convincere industria e consumatori“ puntualizza Spengler prospettando l'orientamento strategico per il futuro. I produttori europei di tubetti di alluminio guardano quindi con ottimismo alla seconda metà del 2007 e al 2008. Se si manterrà viva la forza innovativa già dimostrata in passato e si tenterà un approccio coraggioso a nuovi mercati, i tubetti di alluminio saranno anche negli anni a venire la prima scelta in fatto di imballaggio di merci di alta qualità.