



ASSOGRAFICI - Associazione Nazionale Italiana Industrie Grafiche Cartotecniche e Trasformatrici

AR/em
Prot. n. 40/V/13
Milano, 3 Maggio 2017

AGLI EGREGI SIGNORI COMPONENTI LA GIUNTA
ALLE AZIENDE GRAFICHE, CARTOTECNICHE
E TRASFORMATRICI ASSOCIATE
ALLE ASSOCIAZIONI TERRITORIALI ADERENTI
LORO SEDI

OGGETTO: **Risultati dell'indagine congiunturale sull'anno 2016
e tendenze del 1° trimestre 2017**

Ci è gradito trasmettere in allegato i **risultati dell'indagine Osi (Osservatorio stampa ed imballaggio)**, relativa al 4° trimestre del 2016, che sono stati ottenuti dall'elaborazione di un campione di una cinquantina di imprese di piccole, medie e grandi dimensioni, che rappresentano circa il 25% degli occupati e del fatturato delle imprese associate.

Riguardo all'**industria grafica**, nel 2016, sulla base degli indici Istat rielaborati dal Centro Studi Assografici, la produzione ha una diminuzione del 6,2%, mentre il fatturato cala del 2,1%, rispetto al 2015. Le esportazioni chiudono con una modesta, ma positiva, crescita dell'1,7% sull'anno precedente.

Nel 2016 prosegue ancora quindi, ma si attenua, almeno dal lato del giro d'affari, la crisi (ed evoluzione) del settore grafico, iniziata nel lontano 2006; dopo un 2015 caratterizzato da molteplici cambiamenti strutturali nel comparto (in particolare chiusure di aziende anche storiche) si assiste nel 2016 a una maggiore stabilizzazione, seppure con diversi spostamenti di macchinari e management. Restano in difficoltà sui margini operativi le imprese grafiche che non sanno trasferire sui prezzi di vendita gli aumenti dei prezzi delle materie prime, mentre altre sono favorite su questo fronte dalla ridotta competizione fra gli operatori, connessa alla ristrutturazione settoriale; più stabile anche la situazione degli incassi dai clienti. Sia il leggero miglioramento sul fronte del credito, sia soprattutto gli incentivi del Governo sul super ammortamento, favoriscono gli investimenti in macchinari nel comparto grafico, che hanno nuovamente una crescita a due cifre nel 2016.

Il calo della produzione del settore grafico nel 2016 è dovuto alla diminuzione sia della grafica editoriale (-5,4%), sia della grafica pubblicitaria e commerciale (-6,9%). La flessione produttiva va però interpretata alla luce del ridotto numero di aziende 2016, per le suddette chiusure 2015, che può avere influenzato il confronto tendenziale delle quantità prodotte di stampati.

Nell'area grafica editoriale è peggiore il risultato produttivo dei libri (-14,3%), rispetto a quello delle riviste (-3,4%). Dal lato della domanda, si rileva nel 2016 un discreto incremento della spesa delle famiglie complessiva (+1,3%), quasi in linea con il trend dei consumi nazionali (+1,2%), ma va detto che resta bassa la spesa per acquisti di prodotti culturali, quali libri e giornali, che rappresenta circa lo 0,9% del totale e che si è quasi dimezzata negli ultimi vent'anni. Sempre riguardo ai libri, il calo della produzione si può collegare all'incremento dell'import (+16,1% in peso nel 2016 su 2015) ma anche al fatto che continua a calare il numero dei lettori, scesi dal 46,8% del 2010 al 42% del 2015 e al 40,5% del 2016 (fonte Aie), con ricadute negative in termini di copie vendute, seppure con una positiva tenuta delle vendite a valore. Serve un impulso al consumo dei prodotti culturali da parte delle famiglie e all'incremento dei tassi di lettura (su cui siamo agli ultimi posti a livello Ue) per cui Assografici, insieme ad altre 6 Associazioni della Filiera, ha proposto in un incontro pubblico a Milano il 20 aprile 2017 una detrazione dalle imposte sul reddito delle persone fisiche per gli acquisti di libri, quotidiani e periodici in formato cartaceo o digitale, pari al 19% dell'importo speso nel corso dell'anno, come già avviene per le spese sanitarie.

Per quanto riguarda le riviste, oltre al calo del numero dei lettori abituali, la cui quota, che nel 2014 era del 50,5% è scesa nel 2016 appena al 44,5% (fonte Audipress), incide anche, a fronte del miglioramento del mercato pubblicitario complessivo, la prosecuzione della caduta della pubblicità su stampa. Secondo Nielsen, il mercato degli investimenti pubblicitari nel 2016 chiude nel complesso a 6,4 miliardi di euro circa, risultando in ripresa, dell'1,7% superiore al 2015.



Ma la pubblicità su stampa ha un andamento ancora negativo (-5,6%): nello specifico la pubblicità sui periodici, nel 2016 rispetto al 2015, cala del 4% e quella sui quotidiani del 6,7%, mentre cresce significativamente l'advertising in TV (+5,4% con un 60% di quota sul totale della pubblicità nazionale). Per fronteggiare la forte caduta della pubblicità sulla stampa negli ultimi anni (quasi dimezzata, -48%, dal 2011), è attesa l'emanazione del Decreto attuativo sulla deduzione fiscale degli investimenti in pubblicità incrementale delle aziende, già recepita nella Legge per il Fondo per il pluralismo dell'informazione.

Tornando alla produzione del settore grafico, nel comparto della grafica pubblicitaria e commerciale la produzione di stampati pubblicitari e commerciali nel 2016 ha una flessione tendenziale del 9,1%, mentre la modulistica diminuisce ulteriormente le già limitate quantità prodotte del 6,1% sull'anno precedente. In termini di domanda, nel 2016 si riduce ancora la pubblicità sul direct mail (-4,2% sul 2015) e, dopo il positivo rimbalzo dell'anno prima, cala anche la pubblicità in affissioni (-4,3%). Tutto ciò avviene nonostante la significativa crescita dell'advertising della grande distribuzione, che secondo Nielsen cresce dell'11,2% tra 2015 e 2016, ma non sulla stampa.

Osservando in termini di prodotto, si conferma nel 2016 la crescita di alcuni segmenti come l'imballaggio stampato, soprattutto flessibile, e il labelling, che vanno meglio della stampa tradizionale. Prosegue la trasformazione di diverse imprese grafiche tradizionali in fornitori di servizi integrati di comunicazione. Il 2016 vede inoltre venire alla ribalta la stampa industriale, decorativa e 3D.

Sul fronte del commercio estero, le esportazioni in valore del settore grafico, per gli aumenti conseguiti nei primi 3 trimestri dell'anno, chiudono il 2016 con una modesta crescita dell'1,7% sul 2015, a fronte di una diminuzione complessiva del 4,3% delle importazioni in valore. Considerando i prodotti, nel 2016 si osserva una significativa crescita dell'export in valore delle riviste (+4,8%), mentre più modesta è quella degli stampati pubblicitari e commerciali (+0,9%) e dei libri (+1,8%). Dal punto di vista geografico, le esportazioni grafiche in valore 2016, rispetto al 2015, calano leggermente verso il principale paese di destinazione, ovvero la Francia (-0,6%) mentre si incrementano lievemente verso il secondo paese, cioè la Germania (+0,9%); vi è un calo più significativo dell'export verso il Regno Unito (-3,4%). Fra gli altri paesi di destinazione, è significativa la crescita dell'export verso i Paesi Bassi (+21,7%), il Belgio (+19,7%) e soprattutto la Repubblica Ceca (+247,1%).

Le ore autorizzate di CIG nel settore "Editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati" si riducono nella parte iniziale e finale del 2016, per cui nell'arco dell'anno la riduzione complessiva rispetto al 2015 è del 13,8%, fissandosi intorno ai 12,7 milioni di ore.

A livello di Unione Europea (28 paesi), nel 2016 si assiste a un lieve calo sia della produzione (-0,8%) sul 2015, sia del fatturato (-0,4%) del settore grafico. Fra i paesi più importanti, una diminuzione del giro d'affari piuttosto omogenea, intorno al -1,5%/-2,5%, si avverte in Spagna, Italia, Francia e Germania mentre vi è una crescita dell'1,6% nel Regno Unito.

Per quanto concerne il **1° trimestre 2017**, rispetto al 4° trimestre 2016, i giudizi delle aziende grafiche sono nel complesso negativi su quasi tutti gli indicatori (produzione, fatturato ed ordini interni) e positivi solo sugli ordini esteri.

Nel 2016 la produzione dell'**industria cartotecnica trasformatrice** ha una crescita del 2,2% rispetto al 2015, mentre il fatturato ha un incremento del 2,1%, determinato da un primo semestre all'insegna della crescita sostenuta, cui è seguito un secondo semestre più lento. Allineato il sostegno delle esportazioni che crescono del 2,3%.

Dal punto di vista strutturale, il 2016 si caratterizza per alcune importanti acquisizioni ed integrazioni aziendali, in particolare nel comparto del packaging.

Dal lato della domanda, il settore cartotecnico trasformatore ottiene un risultato superiore a quello complessivo della produzione industriale italiana, che chiude l'anno 2016 con una crescita dell'1,2% sul 2015. La maggioranza dei settori manifatturieri rilevati dall'Istat (9 su 13) accresce nel 2016 le quantità prodotte; l'oscillazione dei risultati settoriali è modesta, fra il -2% e il +5,1%. Considerando i comparti di maggiore interesse per l'imballaggio in carta e cartone, si osserva una modesta crescita per alimentari, bevande e tabacco (+1,1%), mentre migliore è il risultato della farmaceutica (+2,2%) e della cosmesi-profumeria.



Il risultato del settore cartotecnico trasformatore è favorevole anche osservando il trend dei consumi nazionali (+1,2%), allineato all'incremento della spesa delle famiglie (+1,3%). Le famiglie, in un contesto di miglior clima di fiducia rispetto agli anni della crisi, e a fronte di una inflazione addirittura negativa (-0,1%) che favorisce il potere d'acquisto, si riavvicinano all'acquisto di beni.

Sul fronte della situazione finanziaria delle imprese cartotecniche trasformatrici, in termini di margini operativi, nel 2016 le imprese hanno situazioni differenziate in base al segmento produttivo, a fronte della diversa variazione dei prezzi delle materie prime. Migliora leggermente la situazione sul fronte del credito ma soprattutto proseguono gli incentivi del Governo sul super ammortamento, per cui continua anche nel 2016 il ciclo positivo degli investimenti in macchinari cartotecnici più aggiornati e performanti.

Tornando al settore cartotecnico trasformatore, nel 2016 aumenta del 2,3% la produzione di imballaggi in carta e cartone (e flessibili), a fronte di un simile incremento tendenziale dell'1,7% delle altre produzioni cartotecniche. Il cartone ondulato cresce nel 2016, in termini di quantità prodotte, intorno al 2,5%, un dato migliore del 2015 e di quello del settore alimentare e bevande. Gli astucci e scatole pieghevoli, sostenuti dal favorevole andamento dei comparti alimentare, farmaceutico e della cosmesi-profumeria, hanno un modesto aumento 2016 delle quantità prodotte (+0,7%), dopo però un biennio di intensa crescita. La produzione di sacchi di carta ha una diminuzione dell'1,3% rispetto al 2015, per la diminuzione della domanda del settore costruzioni e mangimi. La produzione degli imballaggi flessibili cresce intorno al 2,5% nel 2016, per la continua domanda sia sul mercato interno che estero. Nell'area della cartotecnica, nel 2016 sul 2015, prosegue il ciclo positivo produttivo etichette autoadesive (+4,4%), delle carte trattate per uso industriale (+4%) e degli articoli igienici e sanitari (+1,2%); cresce anche la produzione di tubi in cartone e articoli di cartoleria. Forte arretramento produttivo 2016 per le buste da corrispondenza (-19,6%) e le carte da parati (-20% circa).

Le esportazioni in valore del settore cartotecnico trasformatore nel 2016 crescono del 2,3% rispetto al 2015, mentre le importazioni in valore aumentano leggermente dello 0,5%. A livello di prodotto, nel 2016 l'export in valore di scatole, sacchi ed imballaggi vari in carta e cartone aumenta del 3,2% sul 2015 e crescono anche le esportazioni di articoli igienici e sanitari (+3,1%) ed etichette (+2,7%). Analizzando la destinazione verso i principali paesi, le esportazioni cartotecniche verso la Francia crescono del 4,6%, cosiccome quelle verso la Germania (+4,9%); c'è una lieve diminuzione delle esportazioni solo verso il Regno Unito (-1,5%). Fra gli altri paesi si nota una buona crescita dell'export italiano verso la Romania (+9,9%), la Slovenia (+5,1%) e in particolare la Tunisia (+17,2%).

Le ore autorizzate di CIG nel settore "Pasta carta, carta, cartone e prodotti di carta" nel 4° trimestre 2016 hanno una crescita a due cifre ma, a seguito di un andamento altalenante in corso d'anno, la variazione rispetto al 2015 è alquanto modesta (+0,8%), con una crescita intorno ai 5 milioni di ore circa.

Nell'Unione Europea (28 paesi) la produzione del settore cartotecnico trasformatore ha un leggero calo dello 0,8%, nel 2016 rispetto al 2015, a fronte di un modesto aumento del fatturato (+0,3%): risultati medi inferiori a quelli italiani. Sul giro d'affari, fra i principali paesi, l'Italia ha la performance migliore, seguita dalla Spagna (+0,5%), mentre la Germania, la Francia e il Regno Unito arretrano tra lo 0,5% e l'1,5% circa.

I giudizi delle imprese cartotecniche trasformatrici sul **1° trimestre 2017**, rispetto al trimestre precedente, sono ottimistici e in miglioramento su tutti gli indicatori ovvero produzione, fatturato, ordini interni ed esteri.

Ci è gradito porgere i più cordiali saluti.

IL RESPONSABILE CENTRO STUDI
(Dott. Alessandro Rigo)

Indagine Congiunturale

Situazione al 4° trimestre 2016 e tendenze del 1° trimestre 2017

Industria Grafica

Nel 4° trimestre 2016, il **fatturato** del Panel delle aziende grafiche evidenzia un rallentamento, con una flessione del 3,9% rispetto al 4° trimestre 2015, ma a seguito della tendenza meno negativa che ha caratterizzato in particolare il primo semestre dell'anno, il 2016 si chiude con una diminuzione complessiva modesta, del 2,1% sul 2015. Dall'analisi dei risultati aziendali nel 2016 si rileva una differenziazione fra le imprese: il 60% delle aziende del Panel Osi subisce un calo dei ricavi, in media dell'8,2%, mentre il 40% delle imprese incrementa il giro d'affari, mediamente del 6,7%.

Nel 4° trimestre 2016 l'andamento dei **prezzi di vendita** è stabile per il 60% delle imprese ed in calo per il restante 40% delle aziende.

Sul fronte delle materie prime, si osservano nel 2016 variazioni dei prezzi delle principali carte ad uso grafico, in base al tipo di carta, piuttosto omogenee, mediamente tra il +2,1% ed il +3,2% sul 2015, come rileva la Camera di Commercio di Milano, mentre i prezzi degli inchiostri, sulla base delle rilevazioni Assografici, hanno un lieve calo tendenziale dello 0,8%.

Nel 2016 si è confermata una difficoltà sui margini operativi per le imprese grafiche che non hanno saputo trasferire gli aumenti dei prezzi delle materie prime sui prezzi finali di vendita, mentre diverse aziende hanno saputo approfittare, su questo fronte, della ridotta competizione fra gli operatori, connessa alle numerose chiusure di imprese grafiche che hanno caratterizzato gli ultimi anni. La situazione sul fronte degli incassi dei clienti sembra inoltre più stabile rispetto a quella di difficoltà del 2015.

Sia il leggero miglioramento sul fronte del credito, sia soprattutto gli incentivi del Governo sul super ammortamento favoriscono gli investimenti in macchinari nel comparto grafico, che hanno nuovamente una crescita a due cifre nel 2016.

I dati della **produzione** dell'industria grafica, in base agli indici Istat, rielaborati dal Centro

Studi Assografici, nel 4° trimestre 2016 mostrano, in linea col peggioramento del fatturato, una flessione del 4,7% sul 4° trimestre 2015, dovuta alla diminuzione sia della grafica editoriale (-8%), sia della grafica pubblicitaria e commerciale (-2,5%).

La produzione del settore grafico nel 2016 diminuisce complessivamente del 6,2% rispetto al 2015, per il calo della grafica editoriale (-5,4%) e della grafica pubblicitaria e commerciale (-6,9%).

Tale flessione produttiva va però interpretata alla luce della chiusura, soprattutto durante il 2015, di alcune importanti aziende del settore, che può avere influenzato il confronto tendenziale dei dati con il 2016, in termini di quantità prodotte di stampati.

Nell'area grafica editoriale nel 2016 è peggiore il risultato produttivo dei libri (-14,3%), rispetto a quello delle riviste (-3,4%).

Dal lato della domanda, si rileva nel 2016 un discreto incremento della spesa delle famiglie complessiva (+1,3%), quasi in linea con il trend dei consumi nazionali (+1,2%), ma va detto che resta bassa la spesa per acquisti di prodotti culturali, quali libri e giornali, che rappresenta circa lo 0,9% del totale e che si è quasi dimezzata negli ultimi vent'anni (fonte Istat).

Sempre riguardo ai libri, il calo della produzione si può collegare sia all'incremento dell'import (+16,1% in peso nel 2016 su 2015), sia al fatto che il mercato editoriale continua a soffrire della continua riduzione del numero dei lettori, scesi dal 46,8% del 2010 al 42% del 2015 e al 40,5% del 2016 (fonte Aie), con ricadute negative in termini di copie vendute, seppure con una positiva tenuta delle vendite in valore.

Per dare nuovo impulso al consumo dei prodotti culturali da parte delle famiglie e incrementare i tassi di lettura (su cui siamo agli ultimi posti a livello Ue), Assografici, insieme ad altre 6 Associazioni della Filiera, ha proposto in un incontro pubblico a Milano il 20 aprile 2017 un'iniziativa forte di politica fiscale, ovvero una detrazione dalle imposte sul reddito delle persone fisiche per gli acquisiti di



libri, quotidiani e periodici in formato cartaceo o digitale, pari al 19% dell'importo speso nel corso dell'anno, come già avviene per le spese sanitarie.

La parificazione del regime fiscale agevolato coi libri cartacei (Iva al 4% dal 1° gennaio 2015) ha favorito inoltre nell'ultimo biennio la crescita del mercato digitale degli e-book, che rappresentavano a fine 2015 il 4,2% delle vendite trade (fonte Aie).

Per quanto riguarda le riviste, oltre al calo del numero dei lettori abituali, la cui quota che nel 2014 era del 50,5% è scesa nel 2016 appena al 44,5% (fonte Audipress), incide, a fronte del miglioramento del mercato pubblicitario complessivo, anche la prosecuzione della caduta della pubblicità su stampa.

Secondo Nielsen, il mercato degli investimenti pubblicitari nel 2016 chiude nel complesso a 6,4 miliardi di euro circa, risultando in ripresa, dell'1,7% superiore al 2015. Ma la pubblicità su stampa ha un andamento ancora negativo (-5,6%): nello specifico la pubblicità sui periodici, nel 2016 rispetto al 2015, cala del 4% e quella sui quotidiani del 6,7%. In un mercato pubblicitario in cui cresce l'advertising su circa la metà dei mezzi classici, la TV fa la parte del leone, in incremento del 5,4%, raggiungendo ben il 60% in termini di quota sul totale della pubblicità nazionale; al contrario Internet sul web fa vedere una ulteriore flessione dell'Adv (-2,3%) ma cresce su search e social.

In termini di principali settori merceologici investitori in pubblicità, torna a crescere nel 2016 l'advertising di automobili e telefonia, mentre frena la finanza.

Per fronteggiare la forte caduta della pubblicità sulla stampa negli ultimi anni (quasi dimezzata, -48%, dal 2011) è attesa l'emanazione del Decreto attuativo sulla deduzione fiscale degli investimenti in pubblicità incrementale delle aziende, già recepita nella Legge per il Fondo per il pluralismo dell'informazione: una misura che premia le imprese che investano in pubblicità più che in passato.

Tornando alla produzione del settore grafico, nel comparto della grafica pubblicitaria e commerciale la produzione di stampati pubblicitari e commerciali nel 2016 ha una flessione tendenziale del 9,1%, mentre la

modulistica diminuisce ulteriormente le già limitate quantità prodotte del 6,1% sull'anno precedente.

In termini di domanda, nel 2016 si riduce ancora la pubblicità sul direct mail (-4,2% sul 2015) e, dopo il positivo rimbalzo dell'anno prima, cala anche la pubblicità in affissioni (-4,3%).

Tutto ciò avviene nonostante la significativa crescita dell'advertising della grande distribuzione che, secondo Nielsen, cresce dell'11,2% tra 2015 e 2016, ma non sulla stampa.

Osservando in termini di prodotto, si conferma nel 2016 la crescita di alcuni segmenti come l'imballaggio stampato, soprattutto flessibile, e del labelling che negli anni più recenti hanno avuto risultati migliori della stampa tradizionale.

Prosegue il mutamento di diverse imprese grafiche tradizionali in fornitori di servizi integrati di comunicazione, allargando il business ai servizi legati al web. Il 2016 vede inoltre venire alla ribalta la stampa industriale, decorativa e 3D.

Il tasso di utilizzo degli impianti, rilevato dall'Istat, nel 4° trimestre 2016 si cifra al 75,2%, in aumento di 3,2 punti rispetto al 4° trimestre 2015 e di 0,3 punti rispetto al trimestre precedente; la media del 2016 è del 72,9%, in diminuzione di 0,8 punti rispetto al 2015.

Sul fronte del commercio estero, le **esportazioni** in valore confermano l'andamento negativo del settore grafico nel 4° trimestre 2016, poiché dopo 3 trimestri di crescita flettono del 10,7% rispetto al 4° trimestre 2015.

Nel complesso l'anno 2016 si chiude comunque con una modesta crescita dell'1,7% sul 2015, con effetti favorevoli sul fatturato complessivo del comparto.

L'export in valore nel 2016 cresce quindi moderatamente al 16,4% del fatturato nazionale grafico stimato da Assografici, dal 15,8% dell'anno precedente.

Considerando i prodotti, nel 2016 si osserva una significativa crescita dell'export in valore delle riviste (+4,8%), mentre più modesta è quella degli stampati pubblicitari e commerciali (+0,9%) e dei libri (+1,8%). Cresce notevolmente l'export di francobolli e, più moderatamente, quello di decalcomanie,

calendari e cartoline. In calo invece a due cifre le esportazioni di musica manoscritta o stampata, lavori cartografici e album-libri di immagini.

Dal punto di vista geografico, le esportazioni in valore 2016 del settore grafico calano leggermente, rispetto al 2015, verso il principale paese di destinazione, ovvero la Francia (-0,6%) mentre si incrementano lievemente verso il secondo paese, cioè la Germania (+0,9); vi è un calo più significativo dell'export verso il Regno Unito (-3,4%); in crescita invece le esportazioni verso la Svizzera (+1,6%) e, a due cifre, verso gli Stati Uniti (+13,5%). Volgendo lo sguardo ai primi 15 paesi di destinazione, è significativa la crescita dell'export verso i Paesi Bassi (+21,7%), il Belgio (+19,7%) e la Repubblica Ceca (+247,1%) mentre diminuiscono le esportazioni verso la Spagna (-2%) e la Svezia (-16,8%).

Le **importazioni** in valore del settore grafico diminuiscono nel 4° trimestre 2016 dell'1,2% sul 4° trimestre 2015, per cui l'anno 2016 si chiude con una diminuzione complessiva del 4,3% rispetto all'anno precedente, per la flessione dell'import degli stampati pubblicitari e commerciali (-15,6%) e delle riviste (-7,2%), a fronte dell'aumento dell'import dei libri (+8,4%).

Dal punto di vista geografico, analizzando i cinque principali paesi di provenienza, diminuiscono moderatamente le importazioni di stampati dalla Germania (-3,7%) mentre più intenso è il calo dal Regno Unito (-28,3%); cala significativamente anche l'import dalla Francia (-11,6%), dalla Cina (-13,5%) e dagli Stati Uniti (-12,6%). Volgendo lo sguardo ai primi 15 paesi di provenienza di stampati, è a più cifre la crescita delle importazioni di stampati dai paesi di seconda fascia: in primis Repubblica Ceca (+341,8%), ma anche Austria (+31,2%), Slovacchia (+10,1%) e Hong Kong (+61,7%). Vi sono cali modesti dell'import da Spagna (-1%) e Svizzera (-4%).

A fine dicembre 2016, la **durata della produzione assicurata** era di 54 giorni, in crescita di 2 giorni rispetto a fine settembre 2016 e di 1 giorno rispetto a fine dicembre 2015.

Sul fronte degli ordini, nel 4° trimestre 2016 gli **ordini interni** si riducono del 6,1%, rispetto al 4° trimestre 2015, mentre gli **ordini esteri** calano dell'8,5%, per cui gli **ordini totali** diminuiscono del 6,6%.

Per quanto concerne il **1° trimestre 2017**, rispetto al 4° trimestre 2016, i **giudizi** delle aziende grafiche del Panel Osi sono nel complesso negativi su quasi tutti gli indicatori (produzione, fatturato ed ordini interni) e positivi solo sugli ordini esteri.

La **produzione** è indicata stazionaria dal 50% delle imprese, in calo dal 30% e in crescita dal restante 20% delle aziende.

Peggiori le attese sul **fatturato**: prevale la stabilità (60%), con i pessimisti (30%) superiori agli ottimisti (10%).

Sul fronte degli **ordini interni** la netta maggioranza delle aziende (70%) stima una stazionarietà dei livelli rispetto al trimestre precedente, mentre le previsioni di calo sono al 30%.

Gli orientamenti sugli **ordini esteri** sono invece favorevoli: il 67% di imprese si esprime per la stazionarietà, mentre il 33% per l'aumento.

Industria Cartotecnica Trasformatrice

Nel 4° trimestre 2016 il **fatturato** del Panel delle aziende cartotecniche trasformatrici rallenta, calando dello 0,4% rispetto al 4° trimestre 2015.

La dinamica complessiva del giro d'affari dell'anno 2016 si conferma comunque positiva (+2,1% sul 2015), determinata da un primo semestre all'insegna della crescita sostenuta, cui è seguito un secondo semestre più lento.

Raffrontando i risultati delle singole imprese, nel 2016 rispetto al 2015, si nota che il 60% delle aziende del Panel Osi aumenta il fatturato, in media del 6%, mentre il 40% delle aziende lo riduce, mediamente del 3,9%.

Nel 4° trimestre 2016 si evidenzia un 54% di imprese che mantiene stabili i **prezzi di vendita** dei prodotti trasformati, a fronte di un 25% che li diminuisce ed un 21% che li accresce. Considerando il 2016 nel complesso, i prezzi di vendita per le imprese considerate sono in calo dello 0,7% circa sul 2015.

Dal lato delle materie prime, i prezzi delle

carte e dei cartoni, secondo la Camera di Commercio di Milano, risultano differenziati nei principali segmenti produttivi, nella media del 2016 sul 2015; vi sono trend differenziati nelle quotazioni delle carte per cartone ondulato (fra -4% e +2% circa), leggeri cali nei prezzi dei cartoncini per astucci (tra 0 e -1%), mentre vi è stabilità o crescita modesta (tra 0 e +1,5%) nelle quotazioni delle carte per gli altri segmenti. Risultano in diminuzione, sulla base delle rilevazioni Assografici, i costi dell'energia (-7,4%) e dei trasporti (-4,1%).

Sul fronte della situazione finanziaria delle imprese cartotecniche trasformatrici, in termini di margini operativi, nel 2016 le imprese hanno situazioni differenziate in base al segmento produttivo, a fronte della diversa variazione dei prezzi delle materie prime. Migliora leggermente la situazione sul fronte del credito ma soprattutto proseguono gli incentivi del Governo sul super ammortamento, per cui continua anche nel 2016 il ciclo positivo degli investimenti in macchinari cartotecnici più aggiornati e performanti.

Le stime sul 2016, in base alle indagini di Assografici, evidenziano per il settore cartotecnico trasformatore una crescita tendenziale della **produzione** del 2,2% sul 2015. Nello specifico aumenta del 2,3% la produzione di imballaggi in carta e cartone (e flessibili), a fronte di un simile incremento dell'1,7% delle altre produzioni cartotecniche. Dal lato della domanda, il settore cartotecnico trasformatore ottiene un risultato superiore a quello complessivo della produzione industriale italiana che chiude l'anno 2016 con una crescita dell'1,2%. La maggioranza dei settori manifatturieri rilevati dall'Istat (9 su 13) accresce nel 2016 le quantità prodotte; l'oscillazione dei risultati settoriali è modesta, fra il -2% ed il +5,1%. Considerando i comparti di maggiore interesse per l'imballaggio in carta e cartone, si osserva una modesta crescita produttiva per alimentari, bevande e tabacco (+1,1%), mentre migliore è il risultato della farmaceutica (+2,2%) e della cosmesi-profumeria.

Il risultato del settore cartotecnico trasformatore è favorevole anche osservando il trend dei consumi nazionali (+1,2%),

allineato all'incremento della spesa delle famiglie (+1,3%), secondo l'Istat. Le famiglie, in un contesto di miglior clima di fiducia rispetto agli anni della crisi e a fronte di una inflazione addirittura negativa (-0,1%), che favorisce il potere d'acquisto, si riavvicinano all'acquisto di beni. Il consumo di imballaggio in ambito alimentare, come negli anni precedenti, è favorito dalla tendenza a moltiplicare gli acquisti di piccole porzioni (fino alla monoporzione) e di piatti pronti.

Analizzando il comparto dell'imballaggio in carta e cartone (e flessibile), i produttori di imballaggi di cartone ondulato, rappresentati dal Gifco (Gruppo Italiano Fabbricanti Cartone Ondulato), segnalano nel 2016 una crescita complessiva tendenziale delle quantità prodotte intorno al 2,5%, un dato in miglioramento rispetto a quello conseguito nel 2015 e migliore anche del seppure positivo trend del comparto alimentare e bevande.

Gli astucci e scatole pieghevoli, rappresentati dal Gifasp (Gruppo Italiano Fabbricanti Astucci e Scatole Pieghevoli), sostenuti dal favorevole andamento dei comparti alimentare, farmaceutico e della cosmesi-profumeria, hanno un aumento delle quantità prodotte 2016 modesto (+0,7% tendenziale per Istat) che segue però l'intensa crescita del biennio 2014-2015.

La produzione di sacchi di carta, sulla base delle statistiche del Gipsac (Gruppo Italiano Produttori Sacchi Carta), ha invece una diminuzione dell'1,3% rispetto al 2015, principalmente per l'ulteriore calo della domanda del settore costruzioni e la più intensa riduzione del comparto mangimi.

La produzione degli imballaggi flessibili, secondo il Giflex (Gruppo Imballaggio Flessibile), cresce intorno al 2,5% nel 2016, per la continua domanda sia sul mercato interno, sia su quello estero, su cui comunque il segmento continua a realizzare la maggior parte del giro d'affari.

Nell'area della cartotecnica, nel 2016 sul 2015, prosegue il ciclo positivo produttivo delle etichette autoadesive (+4,4%), secondo Gipea (Gruppo Italiano Produttori Etichette Autoadesive); cosiccome aumenta la produzione delle carte trattate per uso industriale (+4% per l'Istat) e, in minor misura, degli articoli igienici e sanitari (+1,2% per l'Istat). In crescita anche la produzione di

tubi in cartone e di articoli di cartoleria. Forte arretramento produttivo 2016 invece per le buste da corrispondenza (-19,6% per l'Istat) che subiscono la digitalizzazione degli invii postali. Negativa, per la difficile situazione sui mercati esteri (cui viene destinato oltre il 95% della produzione), anche la produzione di carte da parati, in calo nel 2016 intorno al 20%.

Il **tasso di utilizzo degli impianti**, rilevato dall'Istat, si colloca all'82,2% nel 4° trimestre 2016, in lieve calo di 0,3 punti rispetto al corrispondente periodo del 2015, ma in aumento di 1,3 punti rispetto al trimestre precedente; la media del 2016 si fissa all'81,7% un livello leggermente più basso (-0,5 punti) di quello dell'anno prima.

Considerando il commercio estero, i dati dell'export in valore del comparto, come quelli del fatturato totale, mostrano un rallentamento nel 4° trimestre 2016, con una lieve diminuzione tendenziale dello 0,7%; ciononostante, nell'anno 2016, le **esportazioni** in valore del settore cartotecnico trasformatore crescono del 2,3%, rispetto al 2015, soprattutto per i positivi risultati conseguiti nella prima parte dell'anno.

La quota dell'export in valore nel 2016 cresce quindi al 37,1% sul totale del giro d'affari del comparto cartotecnico trasformatore stimato da Assografici, dal 37% dell'anno prima.

A livello di prodotto, nel 2016 l'export in valore di scatole, sacchi ed imballaggi vari in carta e cartone aumenta del 3,2% sul 2015 e crescono anche le esportazioni di articoli igienici e sanitari (+3,1%), etichette (+2,7%), prodotti cartotecnici per corrispondenza (+2,9%), tubi di cartone (+6,5%) e articoli per scuola, ufficio e cartoleria (+0,7%). In flessione invece le esportazioni di carte da parati (-17,6%).

Analizzando la destinazione verso i principali 5 paesi, il 2016 si caratterizza per una crescita quasi generalizzata dell'export in valore: le esportazioni verso la Francia crescono del 4,6%, cosiccome quelle verso la Germania (+4,9%); c'è una lieve diminuzione delle esportazioni solo verso il Regno Unito (-1,5%); aumenta l'export anche verso la Svizzera (+6,1%) e la Spagna (+5,4%).

Allargando l'analisi ai primi 15 paesi, si nota una buona crescita dell'export italiano verso

la Romania (+9,9%), la Slovenia (+5,1%) e in particolare la Tunisia (+17,2%), mentre flettono le esportazioni verso i Paesi Bassi (-5,4%), il Belgio (-3,1%) e soprattutto gli Stati Uniti (-9,8%).

Analizzando le **importazioni** in valore del settore cartotecnico trasformatore, vi è una crescita piuttosto intensa nel 4° trimestre 2016 (+5,6%), che determina una chiusura d'anno in leggero aumento sul 2015 (+0,5%). Considerando i principali prodotti, cresce sia l'import in valore di scatole, sacchi ed imballaggi vari in carta e cartone (+3,2%), sia di articoli igienici e sanitari (+5,7%), mentre si riduce quello di etichette (-2,6%).

Osservando i più importanti paesi di provenienza, le importazioni in valore della cartotecnica trasformazione, nel 2016 sul 2015, crescono dalla Germania (+4,5%), si riducono dalla Cina (-4,1%) e più moderatamente dalla Francia (-1,9%), aumentano dal Regno Unito (+1,6%) e, a due cifre, dai Paesi Bassi (+13%), che superano in questa classifica l'Albania e l'Austria.

Volgendo lo sguardo ai primi 15 paesi di provenienza di prodotti della cartotecnica trasformazione, la crescita delle importazioni è significativa dagli Stati Uniti (+8,4%), dalla Romania (+17,4%) e soprattutto dall'Ungheria (+49,2%); vi sono cali intensi dell'import invece dall'Albania (-12,8%) e dalla Svizzera (-15%).

A fine dicembre 2016 la **durata della produzione assicurata** era di 23 giorni, di 9 giorni inferiore rispetto a fine settembre 2016, e di 3 giorni minore rispetto a fine dicembre 2015.

Nel 4° trimestre 2016 le imprese segnalano una favorevole crescita tendenziale degli **ordini interni** (+3%), con un rallentamento degli **ordini esteri** (-6,8%), per cui gli **ordini totali** hanno un leggero calo (-0,8%) sullo stesso periodo 2015.

I **giudizi** delle imprese cartotecniche trasformatrici del Panel Osi sul **1° trimestre 2017**, rispetto al trimestre precedente, sono ottimistici e in miglioramento su tutti gli indicatori ovvero produzione, fatturato, ordini interni ed esteri.

Riguardo alla **produzione**, il 42% delle imprese ipotizza una crescita delle quantità prodotte, il 42% valuta una stabilità ed il 16% delle aziende stima un calo.



Le tendenze rispetto al **fatturato** vedono prevalere la stabilità (46%), con un 37% di ottimisti ed un 17% di pessimisti.

Sul fronte degli **ordini interni** il 39% delle aziende li stima in crescita, il 39% li valuta stabili ed il 22% delle imprese li giudica in calo.

Riguardo ai giudizi sugli **ordini esteri**, la maggioranza delle aziende (54%) si orienta su una stabilità dei livelli rispetto al trimestre precedente, il 33% indica un miglioramento ed il 13% delle imprese stima un regresso.

A cura del Centro Studi

Responsabile: Alessandro Rigo

Segreteria: Elena Maddalena

E-mail: centrostudi@assografici.it

Telefono: 02 4981051



Indagine Congiunturale

Situazione al 4° trimestre 2016 e tendenze del 1° trimestre 2017

Tendenze del 1° trimestre 2017

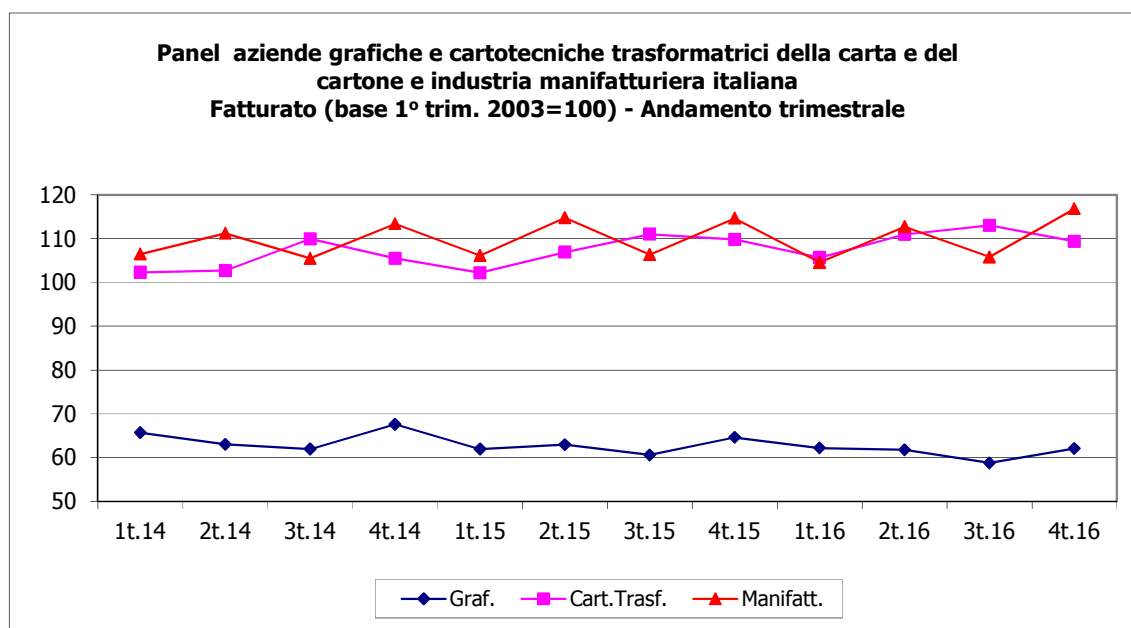
Percentuali e saldi	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
---------------------	---------	-----------	-------------	-------

Industria grafica

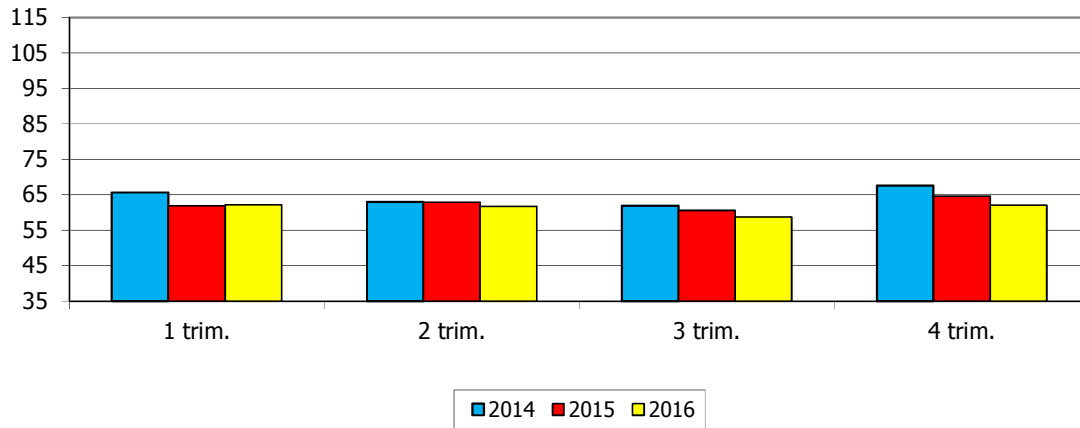
Produzione	20	50	30	-10
Fatturato	10	60	30	-20
Ordini interni	0	70	30	-30
Ordini esteri	33	67	0	33

Industria cartotecnica trasformatrice

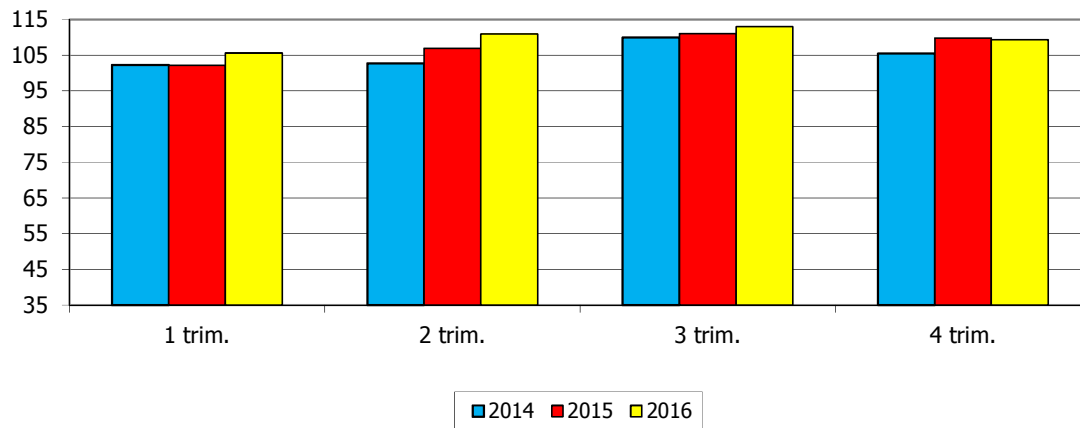
Produzione	42	42	16	26
Fatturato	37	46	17	20
Ordini interni	39	39	22	17
Ordini esteri	33	54	13	20

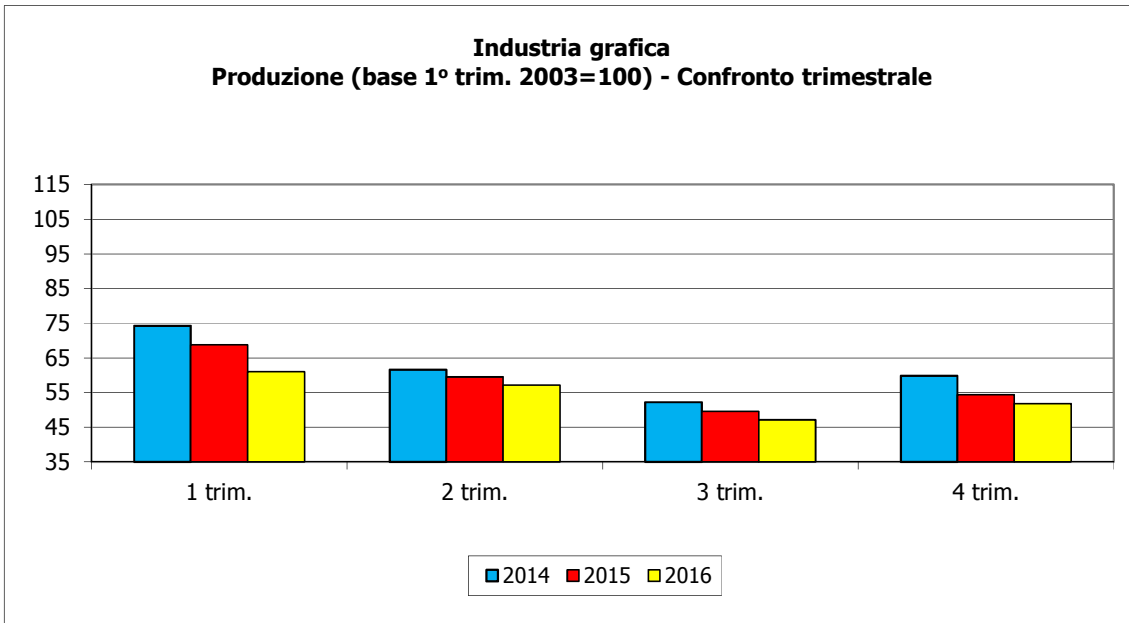


Panel aziende grafiche
Fatturato (base 1° trim. 2003=100) - Confronto trimestrale

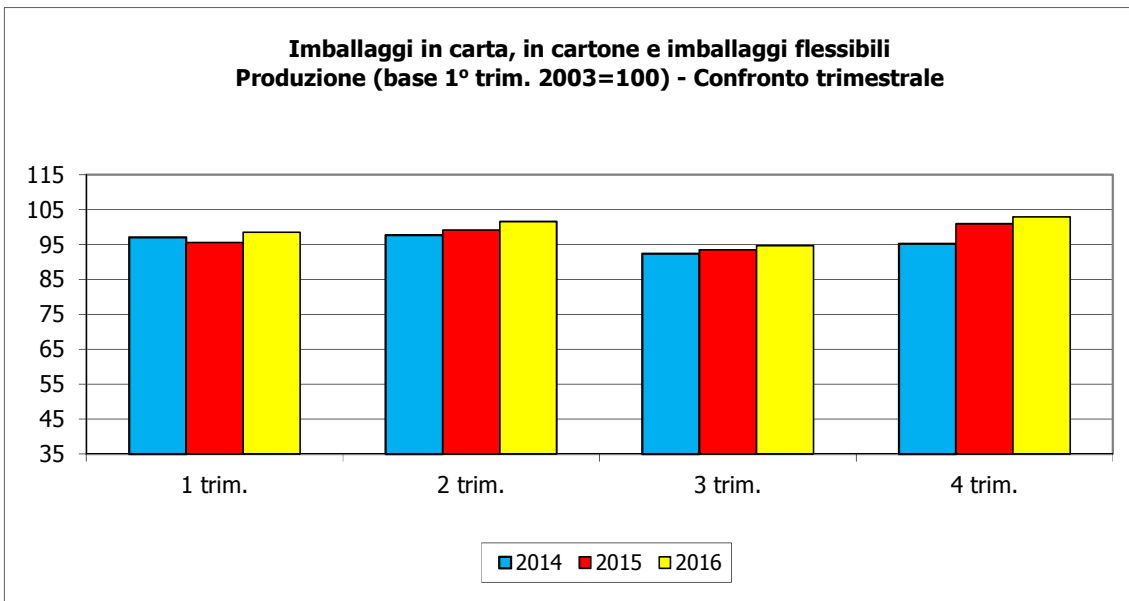


Panel aziende trasformatrici della carta e del cartone
Fatturato (base 1° trim. 2003=100) - Confronto trimestrale





La serie, elaborata sotto forma di indici, aggrega gli indici elementari grezzi della produzione industriale rilevati mensilmente dall'Istat per la stampa e le attività connesse utilizzando il modello di ponderazione realizzato dal Centro Studi Assografici.



La serie, elaborata sotto forma di indici, aggrega gli indici elementari grezzi della produzione industriale rilevati mensilmente dall'Istat e gli indici trimestrali dei Gruppi di Specializzazione del comparto dell'imballaggio presenti in Assografici (Gifasp, Gifco, Giflex e Gipsac) utilizzando il modello di ponderazione realizzato dal Centro Studi Assografici.

Quadro Congiunturale

Dati dell'Osservatorio Assografici

Industria grafica

(variazione % sul periodo precedente)

Industria grafica	2012	2013	2014	2015	2016
Fatturato totale (in valore)	-12,8	-7,0	-1,6	-3,1	-2,1
Produzione totale (in quantità)	-11,8	-11,7	-1,9	-6,2	-6,2
Produzione segmentata (in quantità):					
- grafica editoriale	-8,7	-22,8	-4,9	-3,4	-5,4
- grafica pubblicitaria e commerciale	-14,6	-4,6	-0,5	-7,5	-6,9

Industria cartotecnica trasformatrice

(variazione % sul periodo precedente)

Industria cartotecnica trasformatrice	2012	2013	2014	2015	2016
Fatturato totale (in valore)	-4,4	-0,6	3,3	2,3	2,1
Produzione totale (in quantità)	-4,1	0,7	2,4	1,8	2,2
Produzione segmentata (in quantità):					
- imballaggi	-4,0	0,8	2,6	1,8	2,3
- altre lavorazioni	-5,1	-0,5	1,0	1,8	1,7