

COMUNICATO STAMPA

Milano, 18 ottobre 2021 - **Il flessibile è sano. I bilanci dei produttori italiani di packaging flessibile confermano le caratteristiche a-cicliche del settore: nel 2020 il fatturato supera i 3 miliardi di euro con una lieve flessione dell'1.5% contro il -9.1% del manifatturiero. In crescita anche i livelli occupazionali.**

Il mercato del Flessibile non sconta in modo rilevante gli effetti della pandemia. I bilanci dei produttori italiani confermano le caratteristiche a-cicliche del settore: nel 2020 il fatturato supera 3 miliardi di euro con una flessione dell'1.5% contro il -9.1% del manifatturiero.

Positivi anche i livelli di crescita occupazionale che raggiungono, nel 2020, quasi le 10.000 unità consolidando la tendenza positiva degli ultimi anni (2007-2020 +17%).

È quanto emerge dall'analisi di **Prometeia** *"I bilanci dell'imballaggio flessibile. Le condizioni economico finanziarie delle imprese italiane nel 2020 e le attese per il futuro"*, presentata oggi a Milano, in occasione del Congresso GIFLEX (Associazione Produttori Imballaggio Flessibile) dal titolo: *"Parole e Orizzonti per un Futuro Flessibile"*.

Le imprese italiane del Flessibile, dunque, seppur più piccole rispetto ai competitor internazionali, ma con una produttività per addetto allineata a quella delle imprese tedesche, si confermano in salute.

Soprattutto sul fronte dell'export alla luce di una ripresa dell'economia internazionale che si sta rivelando più vivace delle attese. Nei primi 6 mesi del 2021, le vendite estere di Flessibile sono aumentate di oltre il 16% recuperando ampiamente la flessione del 2020 e confermando un'evoluzione più vivace della media UE.

In crescita tutti i principali mercati di sbocco con tassi tra il 21 e il 31% in Polonia, Belgio e Spagna. Ottime performance anche per Germania e Francia.

Registrano vendite a doppia cifra i prodotti di specializzazione dell'export italiano: film (+22%) e flessibile per trasporto, ma mostrano andamenti positivi anche le esportazioni di flessibile in carta (+8,6%) e in alluminio (+2,5%).

Sul mercato interno la crescita appare condizionata dall'incertezza che ancora domina le scelte dei consumatori. Le preoccupazioni sulle prospettive occupazionali, unite al permanere di restrizioni alla socialità, mantengono prudenti e selettivi i consumatori; la propensione al risparmio si mantiene elevata e permarrà anche il prossimo anno.



I mercati di sbocco del Flessibile - alimentare, farmaceutica, igiene e i settori della chimica per il consumo - che nel 2020 avevano mantenuto un'evoluzione meno penalizzante della media, mostreranno dinamiche positive seppur inferiori alla media manifatturiera (con andamenti differenti a livello microsettoriale). Da segnalare il recupero del canale Ho.Re.Ca. che però non ritornerà ai livelli pre-crisi, dato il lento recupero del turismo e dei viaggi d'affari, e le modificazioni (in parte) strutturali delle modalità di lavoro e di socialità.

Forti mutamenti si segnalano sul fronte distributivo causa la polarizzazione fra i format di vendita, con lo sviluppo dell'on-line e dei discount; le piccole superfici alimentari (grazie alla localizzazione di prossimità e al veloce riadattamento del servizio) hanno invece ritrovato vitalità nel 2020.

A fronte di scenari di ottimismo sull'andamento del settore e sulla ripresa economica del Paese, gravano sulle imprese i prezzi di gas ed energia elettrica saliti alle stelle, di logistica, il brusco aumento dei prezzi delle commodity e le problematiche di approvvigionamento di materie prime (più intensi per le plastiche, ma difficile reperire anche carta e alluminio).

Ufficio stampa:

Lucia Lamonarca, e-mail: llamonarca62@gmail.com

Cell 335 1382740