

Aumenti inevitabili per le vernici



Abbiamo chiesto ai produttori di vernici e di materie prime un parere sull'andamento del mercato e sulle prospettive future, rispondendo a una serie di quesiti

A cura della redazione

LE PREVISIONI DEGLI ECONOMISTI

Secondo Prometeia, l'associazione per le ricerche econometriche che svolge ricerche ed analisi di macroeconomia, i prezzi delle materie prime quest'anno cresceranno mediamente dal 10 al 20%, anche se l'impatto sui costi operativi delle aziende varierà a seconda dei settori.

Nel 2016 c'erano stati segnali su tutti i mercati internazionali delle materie prime che, dopo un inizio incerto, erano cresciute nell'ultima parte dell'anno, recuperando quasi tutto il terreno perso nel 2015. La crescita è continuata anche quest'anno e non ci si attendono inversioni di tendenza, complice anche l'effetto del deprezzamento del cambio dell'euro rispetto al dollaro che proseguirà fino al 2018. Tutto il settore manifatturiero europeo, i cui costi di approvvigionamento in euro tra il 2013 e il 2015 erano scesi, ha dovuto quindi correre ai ripari, cercando di riversare l'aumento dei costi sulla clientela. Le conseguenze dei rincari non sono state omogenee per le diverse filiere produttive, a seconda delle caratteristiche strutturali delle imprese che ne fanno parte e delle strategie di approvvigionamento perseguite. L'incidenza dei costi di acquisto delle materie prime infatti è diversa nei vari settori: strutturalmente più elevata per le imprese della prima trasformazione, a monte dei processi produttivi, e più bassa per chi opera in prossimità dei mercati finali o si caratterizza per lavorazioni a maggior valore aggiunto.

Nel settore delle vernici, in uno scenario come quello attuale, caratterizzato dalla persistente debolezza della domanda finale, risulta comunque difficile trasferire gli aumenti sui listini di vendita, per cui nella prima parte dell'anno i rincari sono stati rimandati.

Secondo le stime di Prometeia, l'incremento dei prezzi delle ma-

terie prime nel 2017 farà crescere i costi in media del 2,7%, ma saranno i settori caratterizzati da una maggiore incidenza di materie prime energetiche e dei metalli sul totale a pagare il prezzo più alto, con incrementi potenziali dei costi operativi del 6% (metallurgia), e compresi tra il 2.4 e il 3.8% per autoveicoli e moto, elettronica, elettrotecnica ed elettrodomestici, in ordine crescente.

Il settore che accuserà maggiormente le tensioni sui mercati sarà quello degli "Altri intermedi" (materie plastiche in forme primarie, caucciù, fibre tessili, carta ecc.), perché l'elevato peso dei costi di approvvigionamento sul totale e il brusco apprezzamento faranno aumentare i costi operativi totali del settore dell'8% circa.

Tensioni meno consistenti sono previste per gli altri settori, con aumenti in linea con la media del manifatturiero o addirittura marginali, come nel caso della farmaceutica.

Sempre secondo Prometeia, gli aumenti dei costi potranno incidere sull'evoluzione dei margini delle imprese a seconda del loro potere contrattuale, del posizionamento lungo la filiera, del tipo di lavorazione realizzata e dalle tempistiche di fissazione dei listini di vendita. Tutti comunque dovranno, molto più che negli anni scorsi, adottare strategie di approvvigionamento più attente, monitorando costantemente la situazione di mercato per coprirsi dai rischi.

Anche la crescente incertezza politica internazionale (a partire dalle strategie del presidente statunitense, Donald Trump) si riflette nell'elevata volatilità dei prezzi delle materie prime, condizionando le politiche di gestione delle scorte a valle della filiera. D'altro canto, la bassa crescita della domanda mondiale e interna manterrà ridotti gli spazi per trasferire le variazioni dei costi sui listini di

vendita: navigare a vista, in una situazione così complessa, è un lusso che sempre meno imprese, specialmente quelle dotate di minor potere contrattuale, potranno permettersi.

In base agli ultimi dati in nostro possesso (luglio), nonostante il calo delle quotazioni del Brent (scambiato nella media di luglio a 46,6 dollari/barile, quindi con una riduzione del 6.6% rispetto al mese precedente), l'ascesa dei costi di approvvigionamento della chimica non si è fermata, a causa delle tensioni sui mercati degli organici di base, nonché al ritardo nella trasmissione sul prezzo dell'energia elettrica dei rincari petroliferi dei mesi scorsi.

Gli indici della meccanica e della filiera del legno non hanno invece evidenziato variazioni di rilievo.

LE PREVISIONI DEI PRODUTTORI DI VERNICI E MATERIE PRIME

Il vertiginoso aumento dei prezzi delle materie prime, ha creato molte preoccupazioni tra gli utilizzatori di vernici, che si stanno chiedendo quali saranno le conseguenze, a breve e medio termine, sui prezzi dei prodotti che acquistano.

Abbiamo quindi chiesto ai produttori di vernici e di materie prime un parere sull'andamento del mercato e sulle prospettive future, rispondendo a una serie di quesiti

Le domande

- 1) Concordate con le motivazioni che abbiamo elencato negli articoli pubblicati dalla nostra rivista nei mesi scorsi, per spiegare le cause degli aumenti delle materie prime?
- 2) Ci sono altre cause?
- 3) Nei primi 6 mesi del 2017 le vendite di prodotti vernicianti sono diminuite o aumentate rispetto al 2016? In che percentuale?
- 4) Gli aumenti delle materie pri-



- me hanno avuto conseguenze sulle vendite?
- 5) Da gennaio 2017 avete aumentato o pensate di aumentare i prezzi dei vostri prodotti? In che percentuale? In quale periodo?
 - 6) Ritenete che se non saranno aumentati i prezzi dei prodotti vernicianti si abbasserà il livello dei servizi e della qualità offerta?
 - 7) È possibile che i prezzi non siano ancora aumentati perché qualche produttore di vernici ha in magazzino scorte di lungo periodo? Se ciò non è possibile, vuol dire che chi non ha fatto aumenti sta lavorando in perdita, per mantenere la clientela o acquisirne nuova?

Le risposte generali

La maggior parte dei produttori che hanno risposto ci ha chiesto di non citare il nome dell'azienda, per motivi di riservatezza, per cui ci limitiamo a sintetizzare i pareri pervenuti, per altro abbastanza omogenei.

Quasi tutti concordano con le motivazioni che abbiamo elencato nell'articolo diffuso nei mesi scorsi per spiegare le cause degli aumenti delle materie prime. I produttori di materie prime hanno sottolineato in particolare l'oggettiva carenza dei prodotti intermedi, dovuta all'aumento della domanda internazionale e alla chiusura degli impianti.

E' stato inoltre segnalato che i

produttori di materie prime hanno diffuso quasi un centinaio di "dichiarazioni forza maggiore" dei primi 6 mesi dell'anno. Ricordiamo che il concetto di "forza maggiore" è definito dall'art. 1467 del codice civile (che riguarda i contratti con prestazioni corrispettive), che riconosce al debitore la facoltà di richiedere la risoluzione del contratto nel momento in cui la prestazione da lui dovuta sia diventata eccessivamente onerosa per fatti straordinari ed imprevedibili, estranei alla sua sfera d'azione. Sono essenzialmente tre le caratteristiche principali che devono essere presenti affinché la clausola di forza maggiore possa trovare concreta applicazione:

MAURIZIO POLETTI, SWEA CHIEF OPERATING OFFICER DI IVM CHEMICALS

D-Concordate con le motivazioni che abbiamo elencato negli articoli pubblicati dalla nostra rivista nei mesi scorsi, per spiegare le cause degli aumenti delle materie prime?

R-Sì, sono motivazioni che in parte spiegano ciò che sta accadendo.

D-Ci sono altre cause?

R-In un mondo globalizzato la concorrenza è più accentuata e quindi la competizione sui prezzi è fortissima. Negli ultimi 10 anni, e anche più di recente, i prezzi reali, ovvero al netto dell'inflazione, hanno continuato a diminuire, mentre i costi hanno continuato a lievitare, e questo soprattutto in Italia. Quando i prezzi non seguono per molto tempo l'andamento dei costi, si arriva a cambiamenti improvvisi, come è successo con le quotazioni delle materie prime. Inoltre oggi, con una diffusione globale immediata dell'informazione grazie ad internet, e con materie prime che hanno quotazioni mondiali, basta molto poco a far sì che i mercati subiscano repentini aumenti, anche in caso di lieve carenza o maggiore domanda delle stesse.

D-Nei primi 6 mesi del 2017 le vendite di prodotti vernicianti sono diminuite o aumentate rispetto al 2016? In che percentuale?

R-In Italia il mercato è sostanzialmente alla pari con lo stesso periodo dell'anno precedente, in leggero au-

mento in Europa.

D-Gli aumenti delle materie prime hanno avuto conseguenze sulle vendite?

R-No, sui manufatti la vernice incide in modo irrilevante e il mobile italiano continua ad esser venduto ad un prezzo competitivo, sia in Italia sia all'estero.

D-Da gennaio 2017 avete aumentato o pensate di aumentare i prezzi dei vostri prodotti? In che percentuale? In quale periodo?

R-Ovviamente sì. Non sono solo le materie prime ad aumentare, ma anche gli altri costi, come per tutti. Abbiamo prodotti che sono aumentati più o meno come l'inflazione e altri anche del 20-30%. Dipende dalle materie prime che si utilizzano. Non facciamo aumenti generalizzati, che non hanno significato, ma ricalcoliamo sempre i costi di ogni singola formulazione e, laddove la reazione chimica lo permette, studiamo eventuali sostituzioni di materie prime.

D-Ritenete che se non saranno aumentati i prezzi dei prodotti vernicianti si abbasserà il livello dei servizi e della qualità offerta?

R-Se i costi delle materie prime aumentano è evidente che questo maggior onere va a riflettersi sui prezzi di vendita. Il livello del servizio deve comunque restare eccellente, soprattutto per un'azienda come la nostra, prima in Italia e fra le prime al mondo.

- l'estraneità dell'accadimento dalla sfera di controllo dell'obbligato;
 - la non prevedibilità dell'evento al momento della stipulazione del contratto;
 - l'insormontabilità del fatto impendente o dei suoi esiti.
 Spesso la scarsità di informazioni contenute in numerose dichiarazioni di forza maggiore rende difficile accertare se sussistano i criteri per la validità di tale stato, che costringono comunque l'industria della trasformazione ad approvvigionarsi altrove con mille difficoltà. Per quanto riguarda l'effetto degli aumenti dei prezzi sulle vendite, sia i produttori di materie prime, sia i produttori di vernici hanno evidenziato una sostanziale sta-

bilità del mercato; solo un paio di aziende hanno avuto una crescita media del 2-3%, per cui finora i rincari non hanno avuto conseguenze sulle vendite.

Su venti produttori di vernici che hanno risposto al nostro questionario, solo 11 hanno praticato un aumento a partire da aprile e maggio, ma tutti sono convinti che sarà necessario applicare ulteriori aumenti negli ultimi mesi dell'anno. In particolare sui prodotti a solvente gli aumenti medi sono stati i seguenti:

- fondi e finiture poliuretanic trasparenti e pigmentati = dal 3 al 7%;
- fondi e finiture acrilici trasparenti e pigmentati = dal 3 al 7%;

- fondi e finiture poliesteri trasparenti e pigmentati = dal 4 all'8%;
 - diluenti = dal 7 al 12%;
 - additivi = dal 6 al 13%;
- Per i prodotti all'acqua gli aumenti sono rimasti contenuti dal 2 al 4%. Per i prodotti in polvere gli aumenti sono variati dal 3 al 5%. Nessuno ritiene che se non saranno aumentati i prezzi dei prodotti vernicianti si abbasserà il livello dei servizi e della qualità offerta, e ormai non è possibile che chi non ha ancora aumentato i prezzi abbia in magazzino scorte di lungo periodo, per cui è inevitabile che qualche azienda stia lavorando in perdita, per mantenere la clientela o acquisirne nuova.

Non credo sia ipotizzabile uno scenario in cui i produttori italiani di vernici per legno, per sopravvivere, decidano di diminuire la qualità dei loro prodotti o del loro servizio invece di alzare i prezzi. Ricordiamo che la vernice incide molto marginalmente sul costo del prodotto finito, ma è fondamentale per determinarne il valore. L'industria e l'artigianato italiani non farebbero una scelta vincente se rinunciassero all'eccellenza, diminuendo la distanza qualitativa fra le loro realizzazioni e quelle di Paesi molto più competitivi sul costo del lavoro e dei materiali.

Siamo convinti che il nostro Cliente non voglia rinunciare alla qualità dei prodotti cui è stato abituato fino ad oggi o alla garanzia di ricevere un regolare supporto tecnico qualificato.

D-E' possibile che i prezzi non siano ancora aumentati perchè qualche produttore di vernici ha in magazzino scorte di lungo periodo? Se ciò non è possibile, vuol dire che chi non ha fatto aumenti sta lavorando in perdita, per mantenere la clientela o acquisirne nuova?

R-Non conosciamo la strategia dei nostri concorrenti. Certamente sappiamo che non hanno tardato ad aumentare i loro prezzi dopo che lo abbiamo fatto noi. Essere fra le più importanti realtà del settore ci porta a dover essere anticipatori anche di scelte necessarie sebbene non gradevoli. La logica conseguenza delle vostre ipotesi, comunque, appare essere quella che

presto o tardi tutti i produttori, sia perché finiranno le scorte di magazzino, sia perché avranno acquisito eventuali Clienti grazie ad un prezzo che riusciranno a mantenere competitivo solo per un breve periodo (pena perdite di marginalità non sostenibili sul lungo termine), aumenteranno i loro prezzi.




IVAN COSTANTINI, BUSINESS UNIT MANAGER NUOVA S.I.V.A.M. S.P.A.


D-Concordate con le motivazioni che abbiamo elencato negli articoli pubblicati dalla nostra rivista nei mesi scorsi, per spiegare le cause degli aumenti delle materie prime?

R-Tutti gli argomenti sono condivisibili.

D-Ci sono altre cause?

R-Sicuramente c'è un effetto combinato provocato dall'aumento della domanda e dalla riduzione della capacità produttiva (ad esempio per quanto riguarda il biossido di titanio). Se il petrolio dovesse aumentare c'è il rischio concreto di ulteriori aumenti.

D-Nei primi 6 mesi del 2017 le vendite di prodotti vernicianti sono diminuite o aumentate rispetto al 2016? In che percentuale?

R-Sono aumentate in modo significativo.

D-Gli aumenti delle materie prime hanno avuto conseguenze sulle vendite?

R-No, per ora non hanno avuto nessuna conseguenza.

D-Da gennaio 2017 avete aumentato o pensate di aumentare i prezzi dei vostri prodotti? In che percentuale? In quale periodo?

R-Abbiamo già applicato aumenti ed altri ne seguiranno.

D-Ritenete che se non saranno aumentati i prezzi dei prodotti vernicianti si abbasserà il livello dei servizi e della qualità offerta?

R-Si tratta di una strada non percorribile: i prezzi vanno aumentati!

D-E' possibile che i prezzi non siano ancora aumentati perchè qualche produttore di vernici ha in magazzino scorte di lungo periodo? Se ciò non è possibile, vuol dire che chi non ha fatto aumenti sta lavorando in perdita, per mantenere la clientela o acquisirne nuova?

R-È più che probabile.