

INDUSTRIA DELLA PLASTICA

Il packaging compensa il calo di auto e casa

Il mercato della plastica continua a soffrire il calo dei consumi, soprattutto nel comparto edile, dell'auto e degli elettrodomestici. Ma la tenuta di settori quali l'imballaggio di generi alimentari e il packaging di prodotti per la casa e cosmetici ha aiutato l'intera filiera a limitare i danni. «Gli ultimi mesi sono stati molto difficili - ha affermato Nicola Centonze, presidente di Unionplast, alla presentazione di Plast '09 - con una diminuzione delle vendite stimata intorno al 25-30% che si è sommata agli effetti degli aumenti di prezzi delle mate-

rie prime, registrati lo scorso anno prima dell'esplosione della crisi. Da inizio marzo abbiamo però visto segnali di miglioramento che ci fanno essere moderatamente ottimisti per l'intero anno». «Abbiamo superato un punto di minimo - gli fa eco Marco Fortis, docente di Economia industriale alla Cattolica di Milano - corrispondente alla paralisi della domanda e allo smaltimento del magazzino». Nel frattempo, dai minimi di dicembre, all'Lme le quotazioni dei future su polipropilene e polietilene hanno recuperato oltre il 7%.