

# Rynek etykiet w Europie 2017-2019

**Według danych Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Etykiet Samoprzylepnych FINAT, w 2017 roku całkowite zużycie samoprzylepnych materiałów etykietowych w Europie wyniosło 745 mld m<sup>2</sup>, co w porównaniu z rokiem 2016 oznacza wzrost o 47%. Był on zatem nieco niższy od średniej stopy wzrostu z czterech poprzednich lat, wynoszącej 54%, wskazując na łagodne spowolnienie dynamicznego rozwoju branży w ostatniej dekadzie.**

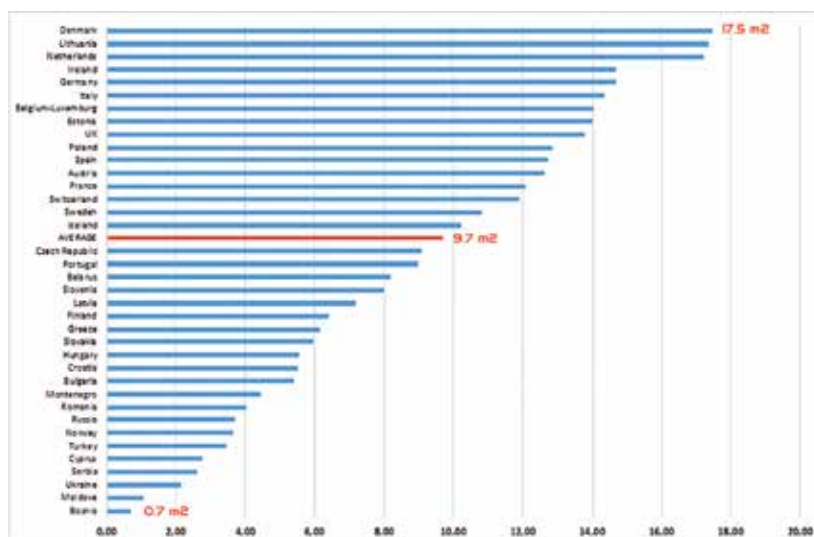
Od 2010 roku europejskie firmy produkujące etykiety łącznie odnotowały wzrost rocznego popytu o prawie 1,7 mld m<sup>2</sup>. Przyczyniła się do tego głównie ciągła ewolucja rynków Europy Wschodniej i rosnące zapotrzebowanie na etykiety wysokiej jakości, co z kolei wyjaśnia wzrost zainteresowania takimi podłożami etykietowymi, jak białe papiery powlekane (+24% od 2010 roku), papiery termiczne (+51%), a zwłaszcza folie polipropylenowe (PP, +78%).

Biorąc pod uwagę geograficzny rozkład wzrostu popytu na materiały etykietowe, 58% całkowitej wielkości rynku europejskiego nadal stanowi pięć największych rynków krajowych: niemiecki, brytyjski, włoski, francuski i hiszpański. Jednak duże kraje wschodzące, takie jak Polska i Turcja, nadrabiają zaległości i prawdopodobnie w ciągu najbliższych kilku lat znajdą się w pierwszej piątce. Jednak znaczne różnice między poszczególnymi krajami stają się zauważalne, gdy porównamy popyt na materiały pod względem użycia na mieszkańca. Choć średnia europejska wynosząca 9,7 m<sup>2</sup> zbliża się do wzorcowego wskaźnika 10 m<sup>2</sup>, standardowe odchylenie od niej jest nadal ogromne. Najwyższy wskaźnik użycia materiałów etykietowych na

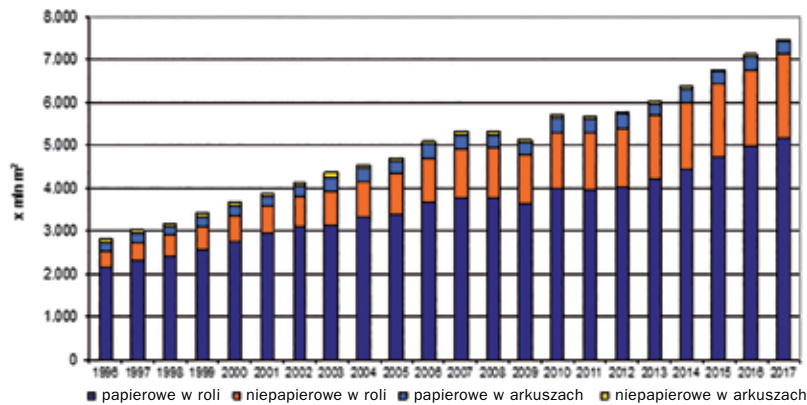
mieszkańca – 175 m<sup>2</sup> – odnotowano w trzech niewielkich pod względem liczby ludności krajach, zorientowanych na eksport: Danii, Litwie i Holandii. W 10 krajach zamykających tę listę wskaźnik zużycia na mieszkańca nadal utrzymuje się poniżej poziomu 5 m<sup>2</sup>. Warto zauważyć, że w tej dziesiątce są m.in. Rumunia, Rosja i Turcja, w których mieszka prawie 250 mln osób, czyli jedna piąta ogółu ludności w badanych krajach, co wskazuje, że mimo prognozowanego

spowolnienia gospodarki w najbliższych latach istnieje tam spory potencjał wzrostu strukturalnego.

Choć najczęściej kupowanymi podłożami etykietowymi nadal są materiały papierowe, klienci coraz częściej poszukują bardziej wyszukanych rozwiązań. Ciągły wzrost popytu na pakowane dobra konsumpcyjne, zwłaszcza w gospodarkach wschodzących, powoduje większe zapotrzebowanie na białe, powlekane materiały, ponieważ użytkownicy końcowi chcą wyróżnić swoje markowe produkty na półce. Etykiety zawierające zmienne dane, zwłaszcza w sektorach takich jak handel detaliczny, logistyka, automatyzacja procesów i zarządzanie zapasami, wymagają coraz większej ilości papierów termicznych. Jednak najbardziej pożądane są wysokiej jakości etykiety produktowe w sektorach takich jak produkcja żywności, farmacja, kosmetyka czy produk-



Zużycie na mieszkańca



Zużycie etykiet w latach 1996–2017

cja napojów, co z kolei stymuluje wzrost popytu na etykiety PP.

W 2017 roku odnotowano niewielki, ale stały wzrost popytu o prawie 3% w porównaniu z rokiem 2016, dzięki czemu zagregowany wzrost w całej dekadzie wyniósł 25%. To jednak niewiele w porównaniu z prawie siedmioprocentowym (6,8%) wzrostem popytu na papiery termiczne (+50% od 2010 r.) i z 12,5-procentowym wzrostem zużycia materiałów na bazie PP (prawie + 80% w stosunku do 2010 r.).

Biorąc pod uwagę te liczby, staje się jasne, że coraz więcej producentów etykiet samoprzylepnych oferuje obecnie inne wysokiej jakości rozwiązania opakowaniowe, takie jak saszetki, rękawy i inne elastyczne opakowania, wykorzystując posiadany park maszynowy oraz inwestując w wiedzę, udogodnienia i programy akredytacyjne, jak choćby w sektorze bezpieczeństwa żywności.

## Prognoza na rok 2019: sygnały spowolnienia?

Badania przeprowadzone przez agencję FINAT Panteia w roku 2017 wskazują, że istnieje znacząca statystyczna korelacja między popytem na etykiety z roli a ogólnym klimatem gospodarczym. Innymi słowy: popyt na takie etykiety jest ważnym wskaźnikiem rozwoju gospodarczego w Europie. Ta korelacja nie jest zaskakująca, ponieważ etykiety są istotnym czynnikiem w wielu sektorach gospodarki. Najnowsze dane pokazują, że wzrostowe tendencje z ostatnich lat osiągnęły w latach 2017–2018 swoje apogeum i wiele wskazuje na to, że czeka nas spowolnienie.

Stowarzyszenie FINAT opublikowało niedawno zimową edycję swojego półrocznego raportu rynkowego „FINAT Radar”. Na podstawie wyników ankiety

przeprowadzonej wśród ponad 80 właścicieli marek i nabywców opakowań oraz na podstawie wywiadów prognozuje w nim, że klienci na europejskim rynku etykiet wchodzą w rok 2019 ostrożniej niż rok wcześniej. Respondentów pytano o prognozy wzrostu wolumenu zakupów etykiet, lojalność wobec producentów etykiet, migrację z rynku etykiet samoprzylepnych do innych rodzajów etykiet, etykiety bez linera, najważniejsze czynniki brane pod uwagę przy dekorowaniu opakowań drukowanych, a także możliwość drukowania etykiet przez właścicieli marek.

Planowane wolumeny zakupu etykiet są niższe niż w 2018 roku, zarówno w przypadku etykiet konwencjonalnych, jak i drukowanych cyfrowo. Choć 65% respondentów w dalszym ciągu wskazywało, że ich wolumeny powinny wzrosnąć w 2019 roku, to odsetek respondentów spodziewających się spadku wzrósł z 3% na koniec 2017 roku do 18% rok później. Zwiększył się również odsetek respondentów oczekujących braku zmian w zamówieniach – z 14% do 18% między grudniem 2017 a grudniem 2018 roku.

Patrząc wstecz, można zauważyć, że każda zmiana cyklu koniunkturalnego w krajach Unii przez ostatnie 15 lat była sygnalizowana przez odwrócenie tendencji w popycie na etykiety w poprzedzających ją kwartałach. Biorąc pod uwagę ubiegłoroczną niepewność związaną z brexitem, eskalację wojen handlowych między UE i USA oraz inne czynniki polityczne, nie powinno być zaskoczeniem, że w ostatnich kwartałach 2018 roku różnica między rocznymi stopami wzrostu w przemyśle etykietowym a PKB malała po 5 latach utrzymywania się znacznie powyżej tempa wzrostu PKB. Kwartalne europejskie statystyki FINAT dotyczące podłoży wykazywały dalsze spowolnienie w drugiej połowie 2018 roku, osiągając wskaźnik wzrostu wolumenów zakupu etykiet w m<sup>2</sup> na poziomie 1,4% w całym roku w porównaniu z rokiem 2017. Liczba ta w przypadku papierowych samoprzylepnych materiałów zwojowych spadła do 0,9% (głównie ze względu na utrzymujące się wysokie zapotrzebowanie na papiery termiczne) i 3,5% w przypadku materiałów PP, PE i innych wysokiej jakości niepapierowych materiałów z roli. W odniesieniu do materiałów arkuszowych, liczba ta zmniejszyła się już do poziomu poniżej 5% całkowitego popytu, i spadła o 2,6% w 2018 roku.

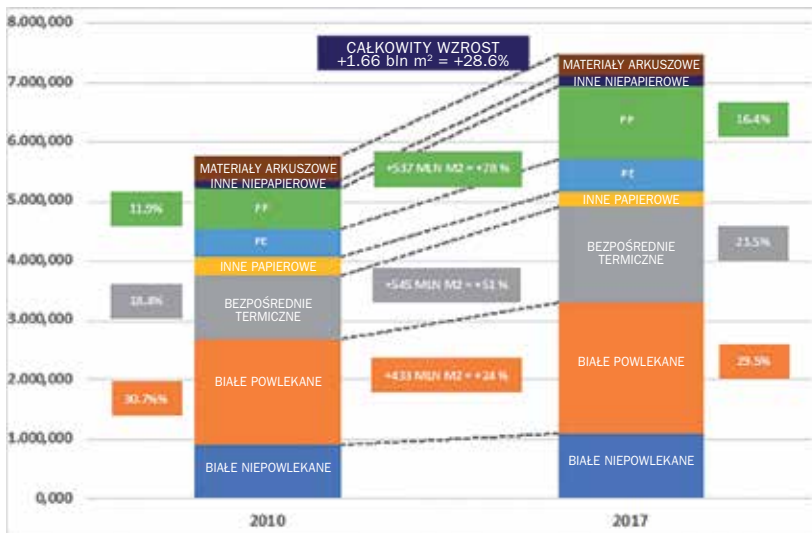
## W Polsce umiarkowany optymizm

Trendy ogólnoeuropejskie mają swoje odzwierciedlenie także w Polsce. Mimo deklarowanych w 2018 roku oczekiwań wzrostów sprzedawcy uważają zwraca większą ostrożność inwestycyjna w branży producentów etykiet. Tak przynajmniej wynika z ubiegłorocznej, 7. edycji raportu „Rynek poligraficzny i opakowań z nadrukiem w Polsce”, przygotowanego przez Polskie Bractwo Kawalerów Guten-

| Średni wzrost sprzedaży producentów etykiet |      |       |       |       |       |                            |
|---|------|-------|-------|-------|-------|----------------------------|
| Region                                      | 2013 | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | Średnio w latach 2013–2017 |
| Europa Wschodnia                            | 7.2% | 10.1% | 10.5% | 10.5% | 8.6%  | 9.4%                       |
| Wlk. Brytania/Irlandia                      | 5.3% | 9.9%  | 9.8%  | 13.2% | 11.1% | 9.9%                       |
| Wszystkie regiony                           | 5.7% | 6.7%  | 8.4%  | 8.3%  | 6.5%  | 7.1%                       |
| Europa Centralna                            | 5.2% | 4.0%  | 9.5%  | 5.5%  | 2.5%  | 5.3%                       |
| Europa Południowa                           | 4.5% | 5.7%  | 7.6%  | 8.1%  | 7.3%  | 6.6%                       |
| Skandynawia                                 | 4.2% | 8.5%  | -1.3% | 4.3%  | 4.5%  | 4.0%                       |

Źródło: LPC, Inc. FINAT RADAR  
\*Data taken from FINAT converters

Średni wzrost sprzedaży producentów etykiet w Europie: 2013–2016



Wzrost sprzedaży w latach 2010–2017

berga we współpracy z KPMG w Polsce oraz Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Jak czytamy w rozdziale dotyczącym sektora etykiet: „wśród badanych firm poligraficznych 35 oferowało klientom druk etykiet. Tylko dla czterech z nich była to jedyna wykonywana usługa, a dla kolejnych dziewięciu dominująca. Jednocześnie wśród firm, które drukowały

etykiety w różnej skali swojej produkcji, było 38% przedsiębiorstw zatrudniających poniżej 10 pracowników, 34% zatrudniających od 10 do 49 i 28% zatrudniających od 50 do 249. Duże firmy nie posiadały w swojej ofercie druku etykiet. Przychody firm drukujących etykiety nie należały do najwyższych. Zdecydowana większość z nich, bo aż 75%, nie odnotowała przychodów przekraczających

10 mln zł. W pozostałych przedziałach przychodów było 8%, których przychód mieścił się w przedziale 11–25 mln zł i 17% w przedziale 26–50 mln zł. Zwraca uwagę fakt optymistycznej oceny zmiany sprzedaży w roku 2018 w stosunku do roku 2017 – aż 75% firm drukujących etykiety uważa, że ich sprzedaż wzrośnie, a jedynie 7% uważa, że zmaleje. Ten optymistyczny nastrój przekłada się na planowane zmiany zatrudnienia. Otoż 52% firm planuje wzrost zatrudnienia i żadna nie planuje redukcji. Niestety, stosunkowo dużo firm zajmujących się drukiem etykiet nie planuje żadnych inwestycji. Zamiary inwestycyjne pozostałych firm są również umiarkowane”.

Oprac. MK

Na podstawie: „European label industry continues dynamic track record in 2017–2018”, w: FINAT Yearbook 2018, <http://www.studiokaboem.nl/FINAT/2018/> [dostęp: 5.03.2019], i raportu „Rynek poligraficzny i opakowań z nadrukiem w Polsce 2018”, format PDF, [http://www.swiatdruku.eu/Czytelnia/Rynek-poligraficzny-w-Polsce-raport-2018/\(language\)/pol-PL](http://www.swiatdruku.eu/Czytelnia/Rynek-poligraficzny-w-Polsce-raport-2018/(language)/pol-PL).

reklama



Maciej Malesa i Leszek Żelazny

## Stabilna wydajność na wszystkich podłożach!

„Technologie innych producentów nie mogą równać się ze stabilną wydajnością, zapewnioną przez Martin Automatic, w całej gamie drogich podłoży przetwarzanych w naszej firmie”.

**Drukarnia Mal-Pol, Polska**

**Martin Automatic Inc**

Wysokowydajne systemy do łączenia, przewijania i kontroli napięcia wstęgi

[www.martinautomatic.com](http://www.martinautomatic.com)

NASZE DOŚWIADCZENIE... WASZE KORZYŚCI