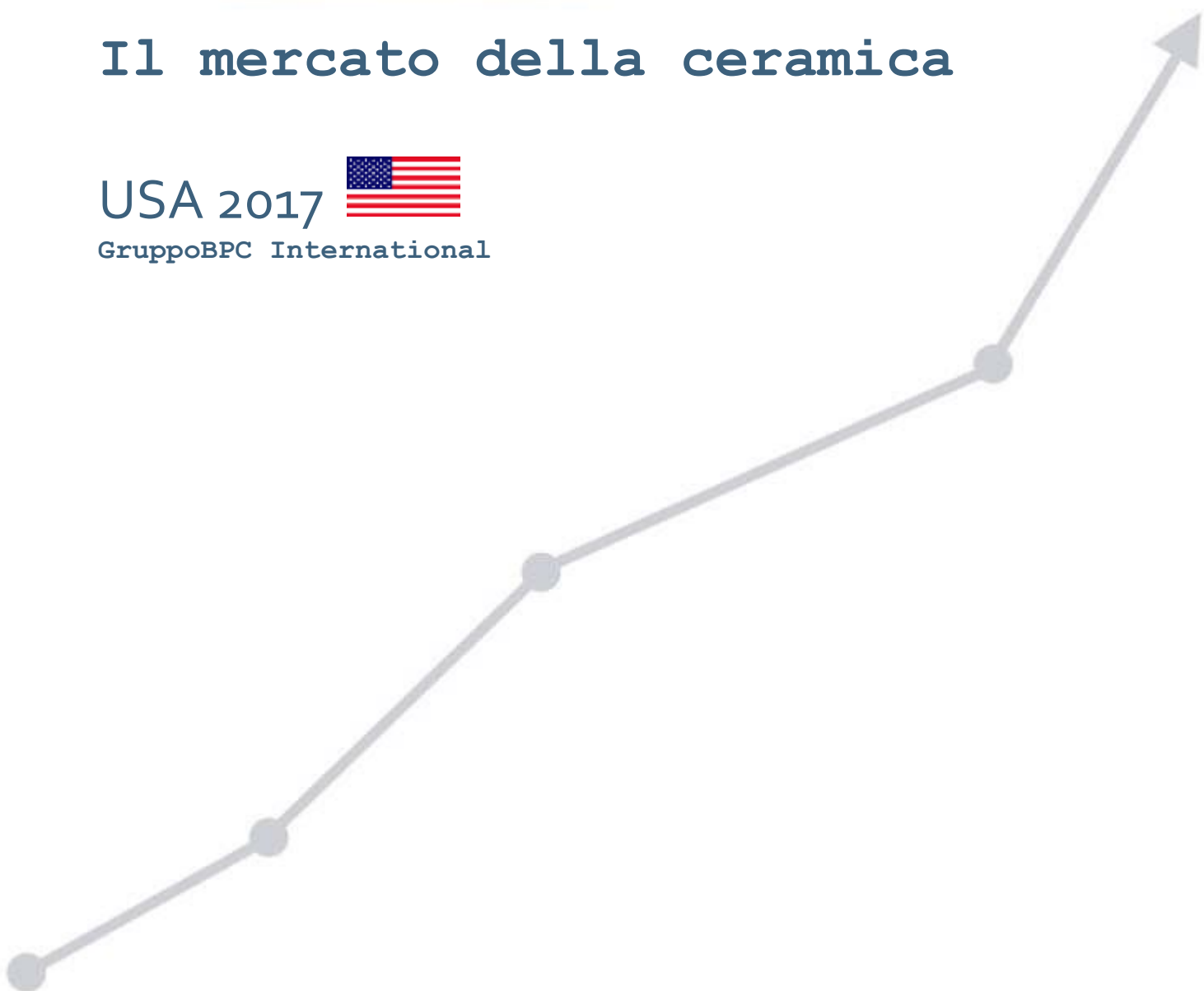


www.gruppobpc.com

Il mercato della ceramica

USA 2017 
GruppoBPC International



1. IL MERCATO MONDIALE DELLA CERAMICA

I dati ci consegnano una fotografia dell'industria e del mercato globale che torna a correre dopo un anno piatto e con variazioni quasi nulle.

Con un **incremento** di quasi il 6%, nel 2016 la produzione mondiale ha sfondato il muro dei 13 miliardi mq. Merito della ripresa asiatica (+8%) e dell'accelerazione della crescita produttiva in Unione Europea (+7%) e in Nord America (+8,5%), parallelamente ad un pressoché analogo aumento della domanda nelle stesse aree.

La crescita asiatica si chiama innanzitutto **“Cindia”**: la Cina, in risposta alla maggiore domanda interna (l'export continua a calare); l'India, al contrario, in forte ascesa sui mercati esteri nell'area mediorientale (l'export ha segnato un +39%) e in alcuni casi in sostituzione di forniture “made in China” (vedi Arabia Saudita). Decisamente poco dinamici, invece, per il terzo anno consecutivo, sono i flussi di import-export globali, cresciuti di appena 48 milioni mq a 2.794 milioni mq (+1,7%). Tuttavia c'è da sottolineare il **trend positivo** dell'Unione Europea, vale a dire **Italia e Spagna**, capaci di esportare l'80% della produzione nazionale (un primato mondiale), e che da sole rappresentano un quarto dell'intero export mondiale.

2. IL MERCATO DELLA CERAMICA IN ITALIA

Uno dei campi d'eccellenza dell'Italia è sicuramente la ceramica. Differenti sono i **distretti industriali** che occupano i primi posti del mercato mondiale di questo settore e vi troviamo: Sassuolo e Scandiano, Imola e Faenza, Impruneta, Vietri sul mare e il Veneto.

Il boom del settore della ceramica in Italia avvenne negli anni cinquanta, quando molti paesi dell'Europa si trovarono nella condizione di dover riparare i danni subiti durante la seconda guerra mondiale.

Le industrie ceramiche italiane hanno continuato la loro crescita esportando nel mondo i loro prodotti tipici della qualità del made in Italy. Inoltre, l'alta concentrazione delle aziende produttrici di questo materiale in zone circoscritte ha comportato una forte competitività tra le diverse aziende: nuovi prodotti e nuove soluzioni d'arredo venivano costantemente immesse sul mercato, la ceramica non era più una necessità d'arredo ma divenne una questione d'estetica primaria.

Sono **147** le aziende presenti sul suolo italiano, dove sono occupati 18.956 addetti che nel corso del 2016 hanno prodotto 416 milioni di metri quadrati (**+5,4%**), tali da consentire vendite per 414,5 milioni di metri quadrati (**+4,5%**). In aumento i volumi esportati, ora pari a 331,7 milioni di metri quadrati (+4,8%). Il 2016 è stato uno degli anni **più produttivi** registrati nell'ultimo periodo, il fatturato totale delle aziende ceramiche che producono in Italia raggiunge così i **5,4 miliardi di euro** (+5,9%), derivante per **4,6 miliardi dalle esportazioni** (+6,2%) - quota dell'85 % sul fatturato - e da 829 milioni di euro da vendite sul territorio nazionale. Tra le ragioni del successo troviamo il recupero di competitività attraverso tecnologie più evolute, l'ammodernamento degli stabilimenti e delle linee produttive, e la conseguente fiducia sulle prospettive del settore. Positivi gli effetti per gli investimenti nell'anno in corso, derivanti dagli incentivi fiscali relativi alla Fabbrica 4.0, sui quali le aziende del settore si stanno già impegnando.

Continua quindi a crescere l'export. A correre sopra la media sono le vendite nei Paesi Nafta (+5%), del Golfo e dei Balcani (+4,7%), mentre cala ancora la Russia (-10%) seppur meno di quanto accaduto negli ultimi anni. Attualmente l'Italia è il terzo Paese esportatore, dietro a Cina e Spagna.

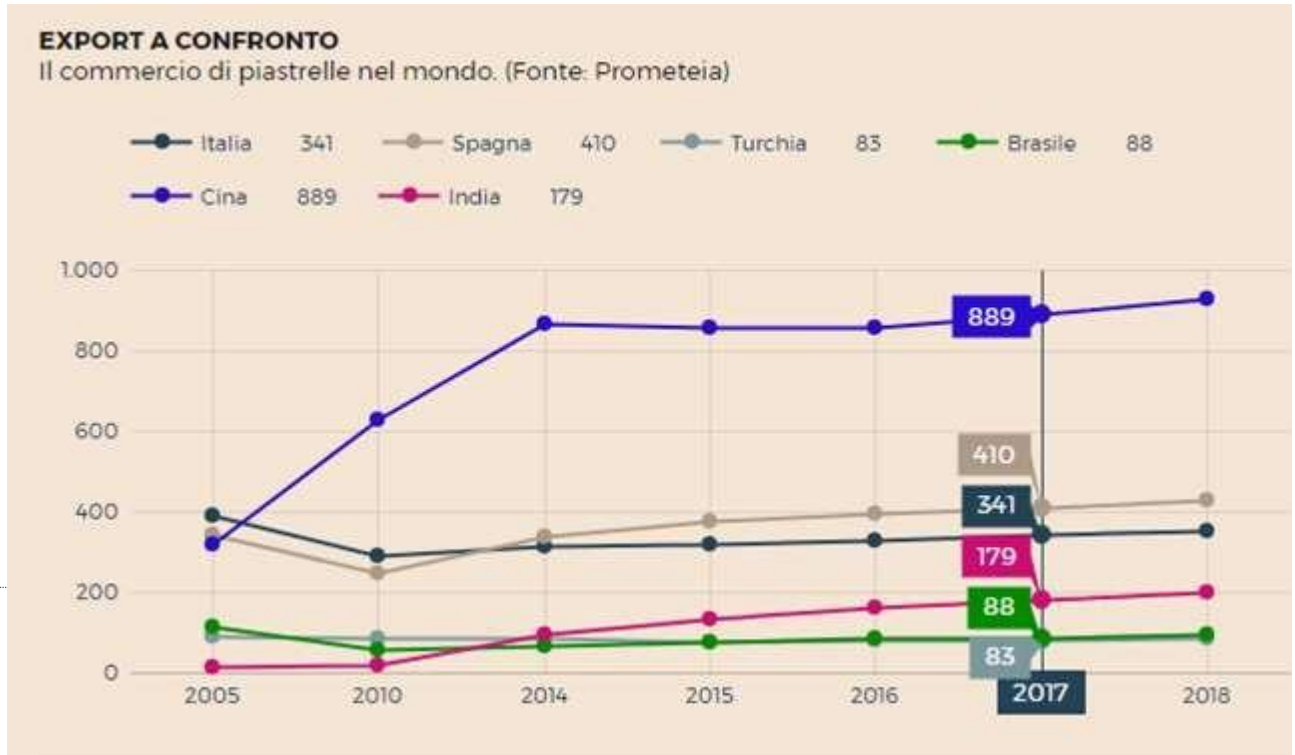


Figura 1. Il commercio di piastrelle nel mondo

3. IL MERCATO DELLA CERAMICA IN USA

Il mercato statunitense rappresenta ad oggi uno dei principali mercati di riferimento per le aziende di tutto il mondo operanti nel settore della ceramica e del lapideo: aumentano sempre più gli **stabilimenti produttivi o i centri distributivi** sia da parte di produttori e distributori locali sia di aziende europee, che dunque destinano quote d'investimenti sempre più significativi in tale mercato geografico. Trattasi di un mercato stimolante con **trend in salita e percentuali di crescita positive**. Due sono i principali fattori cui ciò può essere riconducibile:

- 1) Sviluppo dell'industrializzazione ed urbanizzazione e riflesso sul mercato delle costruzioni;
- 2) Crescita del mercato delle costruzioni, residenziali e commerciali, e delle infrastrutture:

Nel 2016 il consumo di ceramica negli USA è stato quasi pari a 270 milioni di metri quadrati, un numero in aumento del **5,45%** rispetto al 2015 (250 milioni di metri quadrati). Si stima inoltre che tali valori continueranno a conoscere trend in salita: entro il 2020 saranno raggiunti i 290 milioni di metri quadrati.

Ciò risulta essere in linea con quelli che sono gli andamenti del settore in termini globali: con un tasso di crescita del **9%** si giungerà ad un valore della domanda nel 2020 pari a 120 miliardi di dollari, rispetto ai 72 miliardi di dollari nel 2014 (1,2 miliardi di metri quadrati in termini di volumi).

Il **mercato immobiliare residenziale** è strettamente legato alle vendite di ceramica. Quando si tratta di piastrelle da pavimento, le piastrelle in ceramica sono popolari grazie alla grande varietà di scelte, i bassi costi e la facile manutenzione. Considerate le tre principali applicazioni delle piastrelle in ceramica negli USA quali **residenziale** (nuovo e ristrutturazione), **commerciale** e **altro** (facades, countertops etc), la prima ad oggi risulta essere quella dominante, rappresentando infatti il **45%** del mercato di sbocco delle piastrelle in ceramica. In particolare nell'ambito dell'applicazione per il residenziale, quello della ristrutturazione si posiziona come principale, costituendo la piastrella in ceramica un valido sostituto dei prodotti

vernicianti. Si specifica però che l'applicazione nell'ambito del nuovo residenziale sta conoscendo e continuerà a registrare valori in crescita, diversamente da quanto accade per quello commerciale. Spostando invece l'attenzione sui segmenti di prodotto, si rileva che le **piastrelle per pavimenti** hanno rappresentato negli ultimi anni ben il 50% del consumo totale del prodotto negli USA, seguite poi dal segmento **piastrelle per pareti** ed infine da altre tipologie di applicazioni (tavoli, controsoffitti etc.). Le **piastrelle per il rivestimento** di pavimenti detengono quindi una posizione rilevante e tale tipologia di utilizzo continuerà negli anni futuri a guidare il mercato sia in termini di volumi che di valori.

È importante sottolineare che la produzione negli USA in tale settore ha conosciuto una notevole crescita negli ultimi 10 anni. In particolare, il 2015 ha rappresentato proprio l'anno in cui la produzione ha raggiunto i suoi massimi livelli per valori pari a 80 milioni di metri quadrati (+10% dal 2014) e \$1,26 miliardi (+9.4% dal 2014 = \$1,15 miliardi). L'aumento della capacità produttiva della manifattura americana ha sicuramente contribuito alla crescita del consumo della ceramica negli USA.

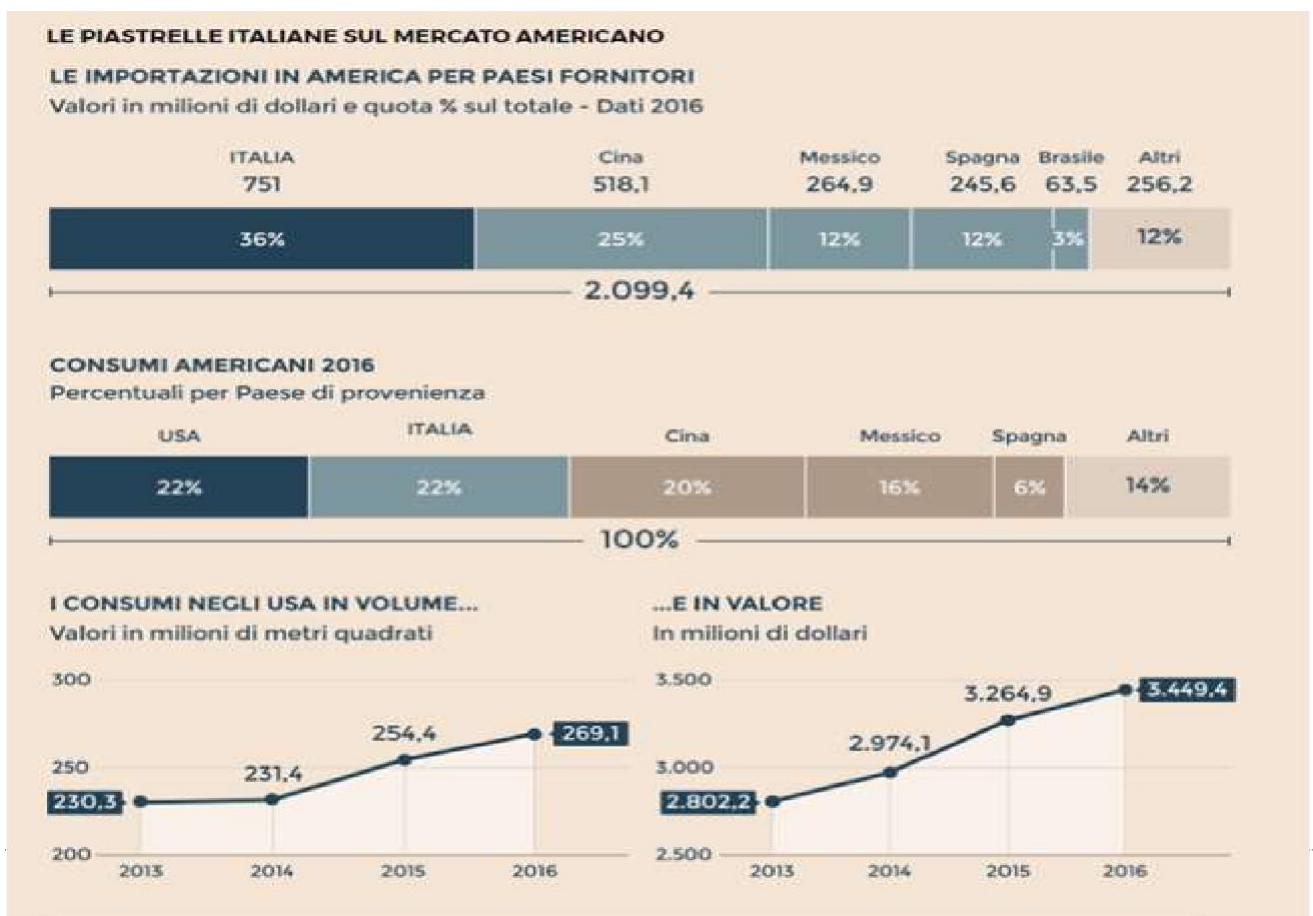


Figura 2. Le piastrelle italiane sul mercato americano

4. TREND DI VENDITA NEL MERCATO AMERICANO

In termini economici oggi gli Usa sono non solo il **primo importatore** di piastrelle al mondo (assieme all'Arabia Saudita) con un trend stimato in crescita del 7% anche in questo 2017, ma anche il Paese con i **più alti standard di sicurezza e sostenibilità** nel costruire. Ciò ha permesso alla ceramica di spodestare tutti gli altri prodotti diretti competitor (legno e luxury vinyl in testa) al punto che è appena stato battezzato un "National Tile Day" statunitense: il 23 febbraio, giorno in cui ogni anno sarà celebrato il valore della ceramica nel design e nell'architettura.

Mentre per quanto riguarda il formato e stile stanno sempre di più emergendo alcuni prodotti specifici:

- **"Thin Tile"**: la piastrella sottile e leggera si sta imponendo quasi come uno standard ed infatti il TCNA è attivo in tale questione al fine di definire proprio una nuova categoria di prodotto in termini di resistenza alla rottura e all'urto.
- **"Large Format"**: negli ultimi anni le dimensioni delle piastrelle sono aumentate sempre più (1mx1m-1mx3m) e ciò è riconducibile sia ad una questione puramente di stile (eliminazione delle saldature e look monolitico) che ad una questione di maggior facilità nell'installazione e posatura.

Per l'estetica, il trend del settore non è cambiato molto negli ultimi anni. Riproduzione del legno e di pietre naturali continuano a dominare il mercato, in particolare: specie esotiche, stile rustico e linee anche più pulite e contemporanee per il primo; marmo, travertino, ardesie e calcari naturali per il secondo. Inoltre con l'avanzamento della tecnologia a getto d'inchiostro e con la riproduzione digitale, aumenta sempre più la somiglianza al prodotto naturale (legno – pietra).

5. FIERE DI SETTORE



USA

TISE (The International Surface Event)

Las Vegas, NV

30-1 Gennaio-Febbraio 2018

<https://www.intlsurfaceevent.com/en/Home.html>

Ceramics EXPO

Cleveland, OH

1-3 Maggio 2018

www.ceramicsexpousa.com

International Contemporary Furniture

New York, NY

20-23 Maggio 2018

www.icff.com

6. OPPORTUNITA'

L'industria italiana deve scommettere sulla locomotiva americana, in virtù dell'indiscussa posizione di leadership, in quanto primo Paese fornitore in valore (**700 milioni di euro di esportazioni** pari a 39 milioni di mq di piastrelle vendute nel 2016) e unico tra i competitor mondiali a presidiare direttamente il mercato a stelle e strisce, con cinque marchi italiani – Marazzi-Mohawk escluso – che nel nuovo continente hanno fabbriche da cui escono altri 25 milioni di mq di piastrelle l'anno. Inoltre il mercato della Ceramica infatti ad oggi si presenta come un mercato performante con trend in crescita e ricettivo. Trattasi di un mercato in **continua trasformazione** e **ricco di opportunità** che al fine di essere identificate, richiedono un'analisi attenta della domanda d'acquisto da parte dei consumatori. In particolare ad oggi la domanda si presenta essere molto attenta all'aspetto green: i consumatori pongono attenzione al metodo di produzione e molti di questi hanno evidenziato interesse per le aziende che sono in grado di produrre ceramiche con un livello ridotto di consumo energetico, che non presentano saldature e che imitano meglio i colori di prodotti naturali come il legno o la pietra.

Le aziende italiane possono sfruttare l'immagine e la tradizione positiva derivante dal Made in Italy, che agli occhi del consumatore americano è sinonimo di qualità maggiore, e quindi preferibile ad altri, anche a discapito di un prezzo maggiore.

GruppoBPC International è il partner ideale per assistere la tua azienda nel delicato approccio al mercato nord americano, grazie al team locale che presidia direttamente il mercato. Attraverso una consolidata struttura organizzativa, grazie alle sedi di Austin, Texas e di Washington DC, una efficace metodologia di lavoro e una provata efficienza, siamo in grado di creare opportunità per lo sviluppo di relazioni commerciali di successo.

Vi offriamo:

EXPORT - supporto completo per l'ingresso nel mercato Nord-Americano, che prevede l'intera gestione delle attività di accompagnamento all'export, mediante la ricerca, selezione, negoziazione e definizione di contratti di vendita.

EXHIBITION - supporto completo per la partecipazione a fiere di settore e per conoscere i principali attori del mercato.

SALES MISSION - organizzazione di una missione commerciale completa focalizzata all'introduzione dell'offerta del Cliente alle aziende selezionate e supporto durante gli incontri



JOINT VENTURES – assistenza nella ricerca e valutazione di partner internazionali per la costituzione di una joint venture commerciale o industriale

Per maggiori informazioni non esitate a contattarci

HEADQUARTER GRUPPOBPC IRELAND

Marina House, Adelphi Quay
Waterford, Ireland

T +353 51 879 120
F +353 51 879 140

 info@gruppobpc.com
 gruppobpc

GRUPPOBPC ITALY

Via De Amicis, 40
20123 Milan - Italy
Skype: gruppobpc.it

GRUPPOBPC USA

1212 Guadalupe Street
Suite 1003
Austin, Texas - 78701 Skype:
gruppobpc.us

Antonio Borello

Email: antonio.borello@gruppobpc.com
Tel. +39 393.933.17.17

Luca Mazzetta

Email: luca.mazzetta@gruppobpc.com
Tel. +39 347.63.56.463

7. SOURCES

- Il Sole 24
- ICE
- Confindustria

8. CREDITS

GruppoBPC International is an international consulting Group with offices in Ireland, Italy, Russia, USA and South East Asia, assisting companies in developing their business in the international markets, supporting trade and investment.

With its own international direct network, GruppoBPC International is able to provide top ranking corporate assistance with value added international services, specifically market entry strategy, international communication campaigns and ongoing management assistance, addressed to establish bridges between countries and to develop a global presence in the international markets.

For more information about our services check out our services' page at www.gruppobpc.com