

El sector ceràmic valencià comença a desplegar les ales

El sector ceràmic de l'Estat espanyol es concentra quasi en la seva totalitat al País Valencià. En concret, Castelló aplega el 93% de la producció total. Quan el 2008 va esclatar la crisi econòmica i financera, aquest va ser un dels sectors més afectats. Avui, al cap de sis anys, va trobant la manera d'adaptar-se a les noves necessitats i, segons les dades provisionals del 2013, ha aconseguit créixer un 5,3% gràcies a les exportacions.

Si hi ha una paraula que defineix l'economia del País Valencià—sense tenir en compte el sector del turisme i l'hoteleria—és el taulell. Les xifres no deixen lloc a la imaginació. Amb resultats consolidats a 2011 i presentats a la fira de Cevissima l'any 2013, al total de l'Estat espanyol hi ha 885 empreses que es dediquen a la indústria de la ceràmica, de les quals 360 són al País Valencià. Això significa un 41% del total de l'Estat, tot i que les seves dimensions fan que donen treball al 70% dels treballadors del sector a l'Estat i que genere una xifra de negoci neta del 71% del total. Dins de la indústria de la ceràmica valenciana, la indústria del taulell compta amb 232 empreses, les quals donen feina a 15.777 persones i produeixen 2.671.792 euros d'import net, un 93% del total estatal.

Ara bé, aquest sector, com tots, va començar a patir una brusca desacceleració a partir del 2008, quan s'hi va registrar un retrocés del 6,9% en el sector i la taxa d'atur va arribar fins al 28,3%. Mirant cap endarrere, a l'any 2006 la producció total en milions de

metres quadrats era de 608,40; al 2007, 584,70; al 2008, 495,20 i continua el descens fins a 320 a l'any 2012, cosa que mostra una reducció de quasi la meitat de producció en un període de



El sector ceràmic ha crescut un 5,3% pel fet que les exportacions han augmentat un 7,6%.

sis anys. A més, segons l'Associació de Fabricants Italians de Maquinària i Equip per a la Ceràmica (ACIMAC, les sigles en anglès) la mitjana anual de creixement del consum de ceràmica entre 2005 i 2012 als representants més significatius del mercat europeu, Itàlia i Espanya, va sofrir una davallada del 8,2% i el 14,3% respectivament.

Però, no obstant això, han continuat mantenint la seva posició al mercat mundial. Tal com s'indica a l'informe "El sector del taulell a Espanya a través de vint-i-una grans empreses", elaborat per l'auditora KPMG a partir dels comptes de 2012 de les societats líders del sector, la producció de l'Estat espanyol ha passat de 324 milions per metre quadrat al 2009 a 392 l'any 2011. Si fem memòria, l'any 2011 l'activitat econòmica al País Valencià va presentar un creixement de 0,4% del PIB, segons les dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE). A més, en termes del Valor Afegit Brut (VAB), la indústria va suposar un 16,8% del total, sols superat pel sector serveis amb un 68,3%. Tot plegat pot induir a pensar que aquets factors van influir en la millora de la producció a nivell mundial. Tenint en compte que, com s'ha explicat abans, el consum propi de ceràmica presentava dades negatives, sols queda una explicació a aquest creixement en el mercat internacional: l'exportació.

Una nova aproximació al negoci.

Si fem una ullada a les vendes entre els anys 2008 i 2011 (últims resultats consolidats), s'observa com del 2008 al 2009 hi ha una forta caiguda, de 3.692 a 2.591; que l'any 2010 continuen baixant una mica més fins a les 2.547; però que el 2011 es veu una petita remuntada a 2.597. Tal com explica l'informe elaborat per l'auditora KPMG, "en 2011 el sector ceràmic espanyol va facturar, en el seu conjunt, un 2% més que l'any anterior" i destaca "el comportament



Les empreses del taulell han tingut una molt bona capacitat de reacció i adaptació per compensar la contínua caiguda del mercat interior.

positiu de les exportacions amb un increment del 8,4%, que serveix per mitigar un any més la forta caiguda del mercat nacional, castigat amb un descens del 12%". A més, les darreres dades provisionals del 2013 continuen en aquesta línia esperançadora.

El sector ha crescut un 5,3% gràcies a l'exportació ja que, segons s'avança en aquest mateix estudi, les exportacions han augmentat un 7,6% l'últim any. Encara que Europa és el principal

mercat per volum, el Pròxim Orient, Rússia i el Magreb són els que li han donat l'empenta. Més concretament, les primeres destinacions són França (13%), Rússia (7%) i Aràbia Saudita (6%), seguits del Regne Unit, Alemanya, Israel, Estats Units i l'Alger. A més, cal remarcar que al 2012 els productes ceràmics van ser el tercer grup de productes valencians més exportats (un 9% més que l'any anterior) i que va suposar un 9% del total de l'exportació valenciana.

Per tant, el model de negoci està evolucionant i les empreses de taulells cada cop són més conscients i estan més disposades al canvi. Han sabut com reaccionar davant unes polítiques austeres que feien inevitable el retrocés de la demanda domèstica: obrint el mercat i posicionant-se a l'exterior. És a dir, han tingut una molt bona capacitat de reacció i d'adaptació per compensar la contínua caiguda del mercat interior,

el qual continua amb la seva tendència negativa i les dades apunten cap a un màxim de 552 milions d'euros, cosa que tan sols representa un 20% de la venda total.

Ara bé, s'ha de tenir en compte que el rival més directe de les empreses de taulells valencianes és Itàlia i que encara ens guanya en termes d'exportació. Segons el Ceramic World Review, les vendes internacionals d'ambdós països van dirigides pràcticament als mateixos mercats. Itàlia domina l'europeu, amb un 72% de les vendes contra el 55%. Per contra, l'Estat espanyol controla Àsia, amb un 24%, i Àfrica, amb un 10% mentre que Itàlia hi té presència en un 14% i 2% respectivament. Tot i amb això, i tal com mostra l'informe, "El sector del taulell a Espanya a través de vint-i-una grans empreses", Itàlia presenta més beneficis: vendes de 2.501 milions d'euros, dona treball a 10.697

Europa és el principal mercat, però Orient Pròxim, Rússia i el Magrib li han donat l'empenta



Les fires de la ceràmica

La setmana passada es va celebrar a Bolonya la fira de ceràmica CERSAIE, una de les més importants a nivell mundial. En concret, és el més gran expositor del sector ceràmic i del bany, i amb una superfície d'exposició de 176.000 metres quadrats acull estands de taulells ceràmics, aixetes, mobiliari i components del bany, matèries primeres i elements per a productes ceràmics com ara esmalts i colors.

L'altra fira rellevant en aquest sector és la de València, CEVISA-MA, que normalment se celebra al mes de febrer. En l'edició passada va comptar amb la presència de 697 firmes exposidores, de les quals 218 (el 31,2%) eren de 40 països diferents. Per tant, ambdues són un bon aparador per donar a conèixer les firmes valencianes i intentar millorar les vendes tant les internacionals com les nacionals.

persones i obté al final de l'exercici 66 milions. Per contra, el clúster valencià guanya 1.339 milions d'euros en vendes, presenta 6.079 llocs de treball i finalitza amb un benefici total de 29,3 milions.

Però totes dues han de lluitar contra un gegant molt més poderós: el mercat asiàtic, que domina tant en producció com en exportació. El clúster xinès el 2009 produïa 3.600 milions de metres quadrats i el 2011 van arribar fins als 4.800, molt per davant dels seus competidors. Pel que fa a l'exportació, segons ACIMAC amb dades del 2012, Àsia controla la meitat del mercat amb un percentatge del 51,8%. La segona gran potència és la Unió Europea amb un 31,6%; seguida molt de lluny per la resta d'Europa amb un 6,2%; Amèrica del Sud i Central amb un 4,9%; el Tractat de Lliure Comerç d'Amèrica del Nord, amb un 3,1% i, per últim, Àfrica, amb un 2,5%.

Encara que la Unió Europea –bàsicament Espanya i Itàlia si parlem del sector ceràmic– es troba en segona posició en les exportacions, és important fixar-se en com han evolucionat aquestes dades des de fa 10 anys, on feia medalla d'or. L'any 2003, els percentatges jugaven a favor d'aquests dos països amb un 58,7% contra el 22,7% asiàtic. Amb el pas del temps i, sobretot, a partir del 2008 amb la crisi econòmica, la gran potència asiàtica va començar a donar la volta a la truita fins a col·locar-se al capdavant en la cursa per controlar les exportacions. Una cursa en la qual Àfrica, segons les xifres provisionals del 2013, està mostrant molt bon estat físic, sobretot gràcies a les regions més septentrionals.

L'altra cara de la moneda. Dins de la indústria ceràmica es poden trobar fàbriques molt diverses, que van des de la construcció de maquinària fins a

l'elaboració dels esmalts i colors ceràmics que més tard s'aplicaran al taulell mateix. En concret, a les comarques de Castelló hi ha una forta representació d'aquestes últimes i, gràcies a un model de negoci ja més assentat en l'exportació, han "soferit la crisi però de manera diferent", tal com assegura José Manrique, director de ventes nacionals de Ferro Spain.

"Nosaltres ja teníem una descentralització més marcada i treballàvem molt més amb les exportacions que no amb el mercat interior, a un nivell del 80-20 per cent. Però no passava el mateix amb les fàbriques de taulells, ja que ells tenien un mercat molt més nacional i, amb la crisi i l'esclat de la bombolla immobiliària, van haver que tancar forns i acomiadar moltíssima gent. És ara quan estan començant a canviar el model i centrar-se molt més en les exportacions", continua explicant.

Aquest sector el formen una vintena d'empreses, generalment desconegudes per a qui no treballa en la ceràmica. La xifra és reduïda però aquestes firmes sumen més de 1.100 milions de facturació anual, un volum similar a tot el sector de joguines de l'Estat espanyol. El seu màxim atractiu resideix en el seu pes internacional ja que van tenir clar que la competència era global i que, per tant, era necessari estendre's arreu del món. I així s'explica com els quatre primers grups d'aquest sector superen àmpliament els cent milions d'euros de negoci.

Així, segons les dades del registre mercantil de 2012, Torrecid ocupa la primera posició amb una facturació de 346,66 milions seguit de Ferro Spain amb 283,64 i, tancant el pòdium, Esmalglass-Itaca amb un total de 228,99. El *top ten* el completen les empreses Colorobbia, Endeka, Fritta, Vidres, Coloronda, Cerfrit i Quimicer, amb una facturació mínima de 25,81 milions. Per tant, es pot afirmar que centrar les vendes en l'estranger ajuda a mantenir un nivell de benefici digne per lluitar contra les conseqüències d'una crisi econòmica que encara provoca danys. Ara bé, han d'assumir un repte fonamental per acabar d'enlairar-se: millorar el comerç interior, que sembla que encara no ha tocat fons.

Lledó Barberà