

A global community

Comunità globale

In just a few days' time, the key players in the US ceramic tile market will once again converge on Las Vegas for Coverings 2022, due to begin on 5 April. Along with the US and Mexican producers hosted in the Tile Council of North America pavilion, there will be more than 50 Italian brands located in the Ceramics of Italy booth and some 60 Spanish brands in the Tiles of Spain area, as well as producers from South America – principally Brazil – and from India, Turkey and other European countries. Following strong sales in 2021, these companies are all keen to build on their competitive strengths ahead of what is expected to be a positive two-year period. Tile consumption in the US grew by 10% last year, returning to 2018 levels. Imports climbed 13.6% to more than 207 million sqm, the highest at any time in the last 15 years, with Spain, Italy and Turkey all growing by around 20% and Mexico and India by between 7% and 8%.

This strong performance is driven by a vibrant construction industry, with building investments totalling US \$1.59 trillion (+8.2% on 2020) and residential spending up 23%. New housing construction saw double-digit increases (+15.6%), the highest since 2006, with new single-family homes up 13.4% and multi-family homes up 21.3%. While this segment is expected to slow down this year, the renovation segment will further improve on its already strong performance in 2021. Growth is expected to peak in the third quarter of 2022, with full-year spending potentially up 17% to US \$430 billion. This booming market is accompanied this year by expectations of a strong recovery in the commercial segment, particularly hotels and offices.

While there is no lack of obstacles, particularly costs, logistics and labour, the real challenge for ceramic tile continues to be its ability to grow its share of the American flooring market, which in 2020 remained steady at just over 13.4% in both volume and value. The 2021 final figures will reveal whether the astonishing growth of vinyl in recent years has continued to erode solely the market share of carpet or whether it has also impacted the share held by tiles despite the 10% growth in consumption.

As we look ahead to the ceramic industry gathering soon to begin in Las Vegas, our thoughts go out to another part of this small but important and interconnected global **community** of ours that is in the throes of a grave humanitarian, social and economic crisis in Eastern Europe. We all have friends, colleagues, suppliers, customers or partners in Ukraine and Russia. We hope for their sakes and ours that it will soon be possible to rebuild the bridges that are being torn down by violence. X

Mancano ormai pochi giorni al 5 aprile, quando, a Las Vegas, Coverings 2022 tornerà a riunire i protagonisti del mercato ceramico statunitense. Ai produttori locali e messicani presenti nel padiglione del Tile Council of North America si aggiungono gli oltre cinquanta brand italiani della collettiva Ceramics of Italy e una sessantina di marchi spagnoli nell'area Tiles of Spain; non mancano poi i produttori sudamericani - brasiliani in testa -, gli indiani, i turchi e altri brand europei. Tutti reduci da un 2021 piuttosto entusiasmante sul fronte vendite e tutti intenzionati a far leva sui propri fattori di competitività in vista di un biennio previsto ancora positivo. Il consumo di piastrelle negli States è cresciuto l'anno scorso del 10% recuperando i livelli del 2018. Le importazioni, salite del 13,6% a oltre 207 milioni mq, hanno toccato il record degli ultimi 15 anni, con Spagna, Italia e Turchia cresciute tutte intorno al 20%, Messico e India tra il 7 e l'8%.

È il risultato di un'edilizia in pieno fermento, con investimenti in costruzioni per 1,59 trilioni di dollari (+8,2% sul 2020), di cui la spesa nel residenziale cresciuta del 23%. A doppia cifra gli incrementi nell'edilizia residenziale nuova (+15,6%), record dal 2006, che segna un +13,4% per le nuove case monofamiliari e un +21,3% per le plurifamiliari. E se in questo comparto è previsto un rallentamento già quest'anno, al contrario, il seg-

mento delle ristrutturazioni migliorerà ulteriormente le già ottime performance del 2021: il picco di crescita è previsto nel terzo trimestre 2022 e l'anno si chiuderebbe a +17% con una spesa annuale che potrebbe toccare i 430 miliardi di dollari. A questo fiorente mercato si accompagna, quest'anno, anche l'atteso forte recupero del segmento commerciale, con hotel e uffici a trainare la corsa.

Non mancano gli ostacoli – costi, logistica, manodopera – ma la vera sfida della ceramica continua ad essere la conquista di quote sul mercato americano dei pavimenti, ferme, nel 2020, a poco più del 13,4% sia in volume che in valore. Vedremo nei consuntivi 2021 se l'incredibile ascesa dei vinilici negli ultimi anni ha continuato ad erodere spazi per lo più al carpet, o se ha penalizzato anche le quote della piastrella nonostante il +10% di consumi.

Mentre facciamo il tifo per la nostra **community** ceramica che si riunirà a Las Vegas, non possiamo non pensare ad un altro pezzo di questa nostra piccola ma importante e connessa comunità globale che, in Europa orientale, sta vivendo una situazione drammatica sul piano umanitario, sociale ed economico. In Ucraina e in Russia abbiamo tutti amici, colleghi, fornitori, clienti o partner. A loro e a tutti noi l'augurio è di tornare al più presto a ripristinare i ponti che la violenza vorrebbe distruggere. X



www.CeramicWorldWeb.it

Follow us also on Social. Daily updates!
Search "Ceramic World Web" and "Tile Edizioni"

