

Znaczne spowolnienie w branży płytek ceramicznych

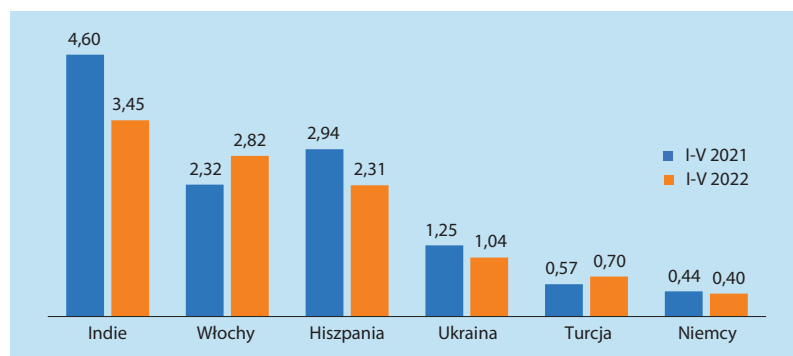
MGR MAKSYMILIAN MIROS
CENTRUM ANALIZ BRANŻOWYCH

Tak słabych wyników, jak w pierwszym półroczu 2022 r. polska branża płytek ceramicznych nie odnotowała co najmniej od kilkunastu lat. Dotyczą one zarówno produkcji, jak i handlu zagranicznego, i to zarówno importu, jak i eksportu.

Z danych zebranych przez Centrum Analiz Branżowych wynika, że w pierwszym półroczu bieżącego roku produkcja była o ok. 8% mniejsza niż przed rokiem. Co więcej, była nawet mniejsza niż w pierwszym półroczu pandemicznego 2020 r. i podobnie jak wtedy spadek sprzedaży miał miejsce przede wszystkim w drugim kwartale. Różnica jest taka, że w drugim kwartale 2022 r. zmniejszenie sprzedaży wyniosło przeszło 15%, a nie ok. 10% jak w 2020 r.

O coraz mniejszym popycie na płytki ceramiczne w Polsce świadczy również duży spadek importu. Od stycznia do maja zmniejszył się on o 13%, a największy zagraniczny dostawca na polski rynek – Indie – sprzedał w Polsce o 1/4 płytek mniej niż przed rokiem (rysunek), natomiast sprzedaż płytek hiszpańskich zmniejszyła się niemal o 22%, a ukraińskich o 17%. Na tym tle pewną anomalią wydaje się wzrost importu z Włoch oraz Turcji o ponad 20%. I co ciekawe, chociaż po 5 miesiącach 2022 r. całkowity import płytek zmniejszył się o 13% (do nieco ponad 11 mln m²), to jego wartość zwiększyła się i to aż o 21% (do 125 mln euro).

Podobne zjawisko widoczne jest w eksporcie. Od stycznia do maja 2022 r. polskie firmy sprzedały za granicę płytki za 191 mln euro, co daje wzrost o ponad 16%. W ujęciu ilościowym



Import płytek do Polski po pięciu miesiącach 2022 r. (dane w mln m²)

Źródło: Centrum Analiz Branżowych

wym eksport zmniejszył się jednak o ponad 8% (do 23,6 mln m²).

Na takie wyhamowanie, a nawet załamanie sprzedaży w ujęciu ilościowym, przy jednoczesnym wzroście wartości sprzedaży, wpływają oczywiście rosnące ceny. O ile jeszcze w 2021 r. wzrost cen nie zmniejszył popytu na płytki ceramiczne, to w 2022 r. widoczne są już negatywne skutki kolejnych podwyżek cen tych produktów, ale także efekt wpływu innych czynników na gospodarkę Polski i krajów tego regionu. Takich czynników wymienić można co najmniej kilka. Po pierwsze, ceny materiałów budowlanych (nie tylko płytek ceramicznych) dalej rosną, co ogranicza możliwości zakupowe inwestorów. Dotyczy to szczególnie tych materiałów, które wykorzystywane są na późnym etapie budowy. Po drugie, pod koniec 2021 r. oraz w 2022 r. znacznie zwiększyły się koszty życia. Inflacja w Polsce jest najwyższa od 25 lat, a prognozy NBP zakładają, że wzrost cen wyrobów konsumpcyjnych na poziomie co najmniej 10% (r/r) będzie utrzymywał się aż do III kwartału 2023 r. Na rynkach zagranicznych obserwowany jest również znaczny wzrost inflacji. Po trzecie, dodatkowym czynnikiem obciążającym budżety domowe jest duży wzrost kosztów obsługi kredytów oraz realne

ryzyko dalszego wzrostu tych kosztów. Kredyty hipoteczne ma ok. 18% Polaków w wieku produkcyjnym. Po czwarte, wojna w Ukrainie destabilizuje gospodarkę w Europie i firmy wstrzymują decyzje inwestycyjne. Dużym zagrożeniem jest potencjalny brak surowców energetycznych (i ich bardzo wysokie ceny) w okresie jesienno-zimowym. To sprawia, że gospodarka w krajach europejskich już teraz wyraźnie hamuje, a ryzyko głębokiej recesji jest bardzo realne.

Wpływ wymienionych czynników na spadek sprzedaży płytek ceramicznych może być ograniczony, ponieważ w 2021 r. rozpoczęto w Polsce budowę rekordowej liczby mieszkań, w których montaż płytek ceramicznych powinien się odbywać w II połowie 2022 r. oraz w 2023 r. Ponadto czynnikiem stymulującym sprzedaż na rynku remontowym w Polsce i za granicą są programy termomodernizacyjne. Wprawdzie nie mają bezpośredniego przełożenia na sprzedaż płytek, ale inwestorzy rozpoczynający prace remontowe mogą decydować się na rozszerzenie zakresu prac, w tym na wymianę płytek ceramicznych. Są to jednak czynniki jedynie ograniczające skalę spadku i z całą pewnością sezon 2022 r. będzie jednym z najtrudniejszych dla firm z tej branży od wielu lat.