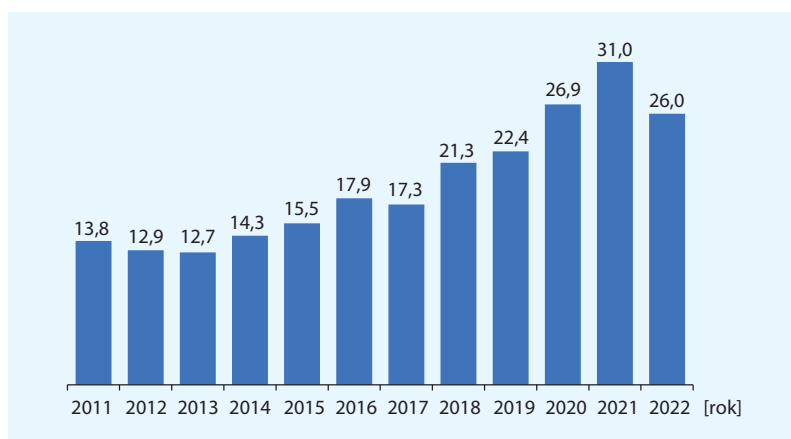


Import płytek ceramicznych do Polski

MAKSYMILIAN MIROS
CENTRUM ANALIZ BRANŻOWYCH

W 2021 r. do Polski po raz pierwszy trafiło ponad 30 mln m² płytek ceramicznych, dzięki czemu udział dostawców zagranicznych w polskim rynku zbliżył się do 40%. Wzrost popularności płytek importowanych widoczny jest już od ok. dziesięciu lat. Obecnie import jest ponaddwukrotnie większy niż w 2013 r. Zmieniły się jednak kierunki, z których importowane są do Polski płytki ceramiczne. I o ile 10 lat temu na polski rynek trafiały głównie produkty włoskie i hiszpańskie, obecnie coraz większe znaczenie w sprzedaży krajowej mają płytki spoza Europy. W 2021 r. stanowiły one połowę importu w ujęciu ilościowym oraz 1/3 pod względem wartości, a liderem są Indie.

Po rekordowym sezonie 2021 r., ubiegły rok nie był dla importerów zbyt łaskawy, podobnie jak dla całej branży płytek ceramicznych w Polsce, która odnotowała znaczny spadek pod względem ilości sprzedaży, natomiast gdy popatrzymy na jej wartość, to tego spadku nie widać. Przeciwnie, ze wstępnych szacunków Centrum Analiz Branżowych (CAB) wynika, że import w 2022 r. zwiększył się o ponad 12% do 307 mln EUR, ale w ujęciu ilościowym, jak szacuje CAB, sprowadzono do Polski 26 mln m² płytek ceramicznych (rysunek), czyli aż o 16% mniej niż w 2021 r., a także o ok. 3% mniej niż w 2020 r. Tylko dwa kraje z pierwszej dziesiątki zagranicznych dostawców zwiększyły w 2022 r. swoją sprzedaż w Polsce w ujęciu ilościowym. Są to Turcja, która sprzedała w Polsce 1,5 mln m² płytek o wartości ponad 15 mln EUR oraz Czechy, ze sprzedażą ponad 700 tys. m² za 6 mln EUR. Import z Turcji zwią-



Źródło: Centrum Analiz Branżowych

Import płytek ceramicznych do Polski w latach 2011–2022 [mln m²]

szął się o 21% (wartościowo o 72%), a z Czech o 34% (wartościowo o 57%). Wiele pozostałych krajów zwiększyło także wartość sprzedaży w Polsce, ale pod względem ilości sprzedaż uległa zmniejszeniu.

Największym dostawcą płytek ceramicznych do Polski pozostają Indie, ale sprzedaż z tego kraju w 2022 r. zmniejszyła się o ok. 12% i osiągnęła poziom poniżej 10 mln m². Zwiększyła się natomiast wartość importu z Indii o 21% do niemal 84 mln EUR. Taką samą wartość importu, ale przy 6 mln m² płytek, wypracowały w Polsce firmy z Hiszpanii. Ich sprzedaż zmniejszyła się w 2022 r. o ponad 18%.

Najmniejszy spadek ilości sprzedaży, ale jednocześnie brak wzrostu wartości, odnotowali w Polsce producenci włoscy. W 2022 r. trafiło z Włoch do Polski nieco ponad 5 mln m² płytek (-9%) za ponad 90 mln EUR.

Pozycję czwartego dostawcy płytek do Polski straciła w 2022 r. branża ukraińska na rzecz Turcji. Firmy z tego kraju sprzedały w Polsce 1,4 mln m² płytek za

nieco ponad 8 mln EUR. To odpowiednio o ponad 50% i blisko 40% mniej niż w 2021 r.

Duży spadek importu płytek do Polski wcale nie musi oznaczać, że dostawcy zagraniczni zaczynają tracić udział w polskim rynku. Niestety producenci polscy także odczuli spadek popytu na rynku krajowym. Na podsumowanie ubiegłego sezonu trzeba jeszcze poczekać, ale z całą pewnością był on jednym z najtrudniejszych w ostatnich latach.

Inflacja oraz brak poczucia bezpieczeństwa finansowego sprawił, że Polacy powstrzymywali się od dokonywania ważnych zakupów, a takimi z całą pewnością są wydatki związane z remontem. Mocno odczuli to dystrybutorzy, a co za tym idzie, także producenci oraz importerzy płytek ceramicznych. Niestety, 2023 r. także nie zapowiada się zbyt owocnie. Może popyt nie będzie dalej zmniejszał się, ale w bieżącym sezonie trudno będzie o powrót do poziomu z 2021 r. po spadku w 2022 r.