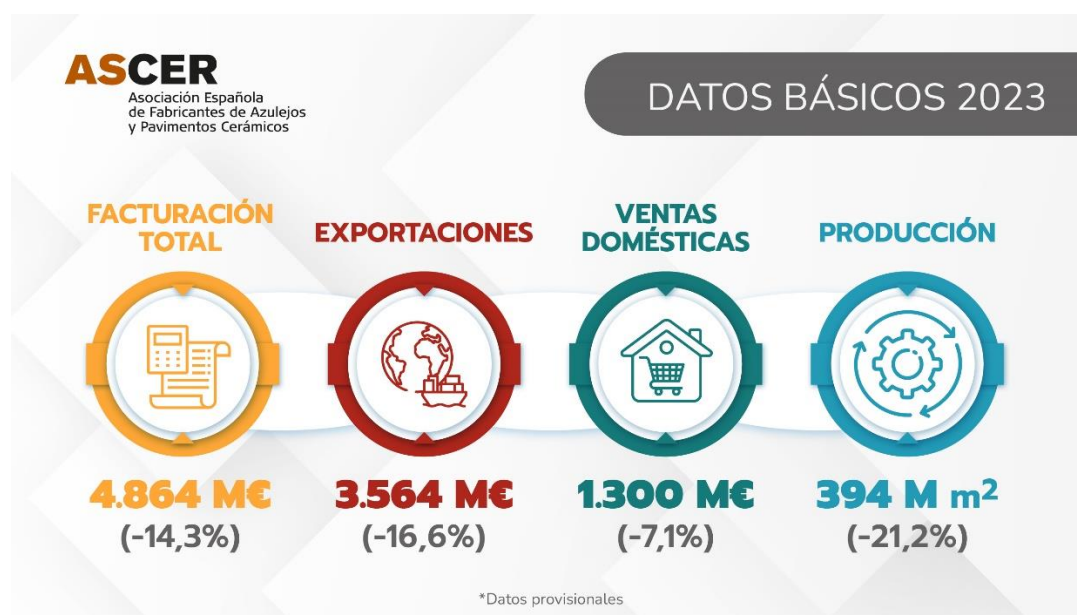


# ASCER presenta su balance y las últimas tendencias de Tile of Spain a la prensa internacional

El presidente de ASCER, Vicente Nomdedeu Lluesma, ha presentado el balance de 2023

También se han entregado los galardones de los Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo correspondientes a su 22ª edición

A la conferencia de prensa han asistido medios especializados de 22 países



ASCER, la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos, ha celebrado hoy en el marco de la feria CEVISAMA, una conferencia de prensa internacional organizada con el apoyo de ICEX España Exportación e Inversiones.

El presidente de ASCER, Vicente Nomdedeu Lluesma ha presentado el cierre provisional del ejercicio 2023, un año marcado por la crisis de demanda generalizada en los mercados. La facturación total estimada del sector en 2023 es de 4.864 millones de Euros (-14,3%), de los cuales 3.564 millones de Euros se destinaron a 189 mercados internacionales. Las ventas en el mercado doméstico se estima que alcanzaron los 1.300 millones de Euros. Paralelamente a la contracción de la demanda, la producción en 2023 se ha reducido un 21% rozando los 400 millones de €.

Pese a esta evolución negativa España mantiene el primer puesto en cuanto a producción de la Unión Europea. Tal y como ha señalado el presidente de ASCER “Europa sólo representamos el 8,4% de la producción total mundial, cuando hace escasamente una década éramos quienes liderábamos claramente el sector. Nuestros productos compiten en los mercados internacionales en desigualdad de condiciones frente a otros productores menos exigidos en cuanto a respeto medioambiental o respeto de los derechos laborales por poner algunos ejemplos. Es importante que las reglas del juego se balanceen y nuestros clientes exijan el cumplimiento de mayores estándares a sus proveedores extra comunitarios”

En cuanto a la caída en las ventas Nomdedeu ha señalado que “Nuestras ventas exteriores no son ajenas a la contracción de la demanda que se ha producido a nivel mundial y se han reducido un 16,6% en valor y un 22% en volumen”



Por áreas geográficas, Europa sigue siendo el mercado natural de Tile of Spain con 6 países en entre los diez primeros mercados. “Son mercados maduros, exigentes y que aprecian el valor añadido de la cerámica española, pero que durante este año han estado muy marcados por la inflación y el consecuente freno en su mercado de la construcción” ha explicado el presidente de ASCER. “Si contabilizamos el mercado de la Unión Europea más España, que es nuestro principal mercado cliente, tenemos que el 57% del total de nuestras ventas se queda en el mercado comunitario y es vital defender nuestra posición

y establecer unas reglas que nos permitan competir en igualdad de condiciones” ha añadido Nomdedeu.



En la rueda prensa, el presidente de ASCER ha destacado el compromiso del sector español fabricante de baldosas cerámicas con la descarbonización y la innovación para ofrecer productos cada vez más sostenibles, “entendiendo por sostenibilidad un concepto que va mucho más allá del relacionado únicamente con los recursos naturales o la no emisión de gases. Hablamos de sostenibilidad social, de arraigo en el territorio, de generación de conocimiento y transferencia de tecnología, hablamos de sostenibilidad económica y contribución al bienestar de toda una sociedad”.

En cuanto a actividades promocionales, se ha puesto en valor la labor que se desarrolla - junto con el ICEX- en los mercados prioritarios con el foco puesto en la difusión y puesta en valor de los productos cerámicos españoles con acciones como participación en ferias, seminarios formativos para la prescripción y la distribución, y publicaciones

A continuación, Lutzía Ortiz y Ana Benavente, del Observatorio de Tendencias del Hábitat (OTH) por parte de ITC-AICE han realizado un repaso de los 40 años de diseño y tendencias cerámicas, con un especial detalle de las 4 grandes líneas de diseño que marcan las novedades en producto cerámico de las empresas del sector español para este año 2024: Natural, Minimal, Cultural y LuxVersal. La línea Natural engloba productos cerámicos que se inspiran en la madre naturaleza, transmitiendo la esencia del material con texturas porosas y desiguales que muestran la belleza inherente de las materias

primas. Minimal es la evolución del estilo minimalista hacia el diseño tranquilizador, envolvente y reconfortante. Los productos cerámicos se enfocan hacia acabados neutros, calmantes, atemporales y con un tacto sensorial. En la línea Cultural la nostalgia promueve productos cerámicos inspirados en nuestra historia, piezas que recuperan la cultura y traducen los diseños del pasado a un contexto más sencillo y urbano. Por último, la línea LuxVersal propone productos cerámicos pulidos, de alto brillo y de aspecto metálico que generan espacios sofisticados ofreciendo una sensación en ocasiones de ambientes futuristas.

A continuación, se ha procedido a la entrega de los galardones de los [Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo](#), que han celebrado su vigesimosegunda edición y son unos premios plenamente establecidos en el ámbito de la arquitectura y el interiorismo. Los Premios Cerámica han contado en esta edición con el patrocinio de Endesa y PortValencia, así como el apoyo de la consellería de Hacienda de la Generalitat Valenciana.

Acceso a los datos, tendencias, y fotos de la conferencia de prensa:

<https://tileofspain.com/ferias-eventos/cevisama/>

Puedes acceder la información de los proyectos ganadores, imágenes, memorias y demás detalles desde el sitio web de Premios [www.premioceramica.com](http://www.premioceramica.com)