

Tile of Spain presenta su balance y novedades de producto a la prensa internacional y entrega los Premios Cerámica

Más de un centenar de medios internacionales participa en CEVISAMA en la conferencia de prensa internacional de la cerámica española

Expertas del Observatorio de Tendencias de ITC han presentado las novedades en diseño de las empresas participantes en el certamen

ASCER ha hecho entrega de los galardones de los Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo correspondientes a su 23ª edición

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 en la que además de los datos de cierre de 2024, se han presentado las novedades y tendencias en diseño de las empresas expositoras. Para finalizar, ha tenido lugar la ceremonia de entrega de los XXIII Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo que organiza ASCER anualmente.

El presidente de ASCER, Vicente Nomdedeu Llesma ha presentado a la prensa internacional, proveniente de 24 países, el balance provisional del ejercicio 2024 que cierra con datos ligeramente positivos tanto en producción, ventas nacionales y empleo.





La facturación total del sector en 2024 alcanzó los 4.819 millones de Euros con una pequeña variación a la baja respecto a 2023 (-0,9%) donde el 72% se destinó a los mercados internacionales que todavía han registrado una evolución negativa frente al mercado nacional, que mejora levemente. Las exportaciones a 186 países sumaron 3.479 millones de Euros (-2,4%) mientras que las ventas domésticas crecieron un 3,1% hasta los 1.340 millones € (*datos provisionales*).

Por áreas geográficas, Europa sigue siendo el mercado natural de Tile of Spain con 6 países en el top ten de mercados y concentrando el 51,1% de las exportaciones (40,2% UE27). Estados Unidos encabeza el ranking por países con unas ventas por valor de 470,2 millones de Euros, lo que supone el 13,5% del total de las ventas exteriores.

En la rueda prensa, el presidente de ASCER ha destacado que “gran parte de nuestro negocio se genera en mercados exigentes, donde los clientes buscan productos con altas dosis de innovación, diseño y calidad. Son mercados maduros, que aprecian el valor añadido de la cerámica española”.

Nomdedeu ha insistido en los mensajes de la campaña de comunicación sectorial “El ingrediente secreto”, financiada por la Generalitat Valenciana: “elegir cerámica española es optar por un material que cumple con los más altos estándares y cuya actividad respeta el entorno, a las personas, a las ideas y a nuestros clientes...en Europa incorporamos un ingrediente secreto que marca la diferencia y que no se percibe a simple vista: el respeto”.

Tras los datos del sector, Lutzía Ortiz y Ana Benavente, del Observatorio de Tendencias del ITC han realizado un repaso de las propuestas en diseño de las empresas cerámicas de Tile of Spain participantes en CEVISAMA, haciendo un especial hincapié en cómo la cerámica española se adapta a las necesidades de los consumidores aportando diseño, versatilidad y funcionalidad.

A continuación, se ha procedido a la entrega de los galardones de los [Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo](#), que han celebrado su vigésimo tercera 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 PortValencia, Torrecid y PwC España, así como el apoyo de la consellería de Hacienda y Economía de la Generalitat Valenciana.



Datos completos, infografías, tendencias, y fotos de la conferencia de prensa accesibles a partir del 25/02/2025 en: <https://tileofspain.com/dossier/cvsm-2025/>

Puedes acceder la información de los proyectos ganadores, imágenes, memorias y demás detalles desde el sitio web de Premios www.premioceramica.com