

08

cersaie

dossier
informativo



Mármoles

Calcata

Emperador

Carrara

Crema Marfil

Onices en todas sus variedades de color

Marmara

Blanco Statuario

Travertino

Decoraciones a pieza entera y con motivos muy actuales (florales sobre todo)



Maderas

Multiformatos

Semipulidas

Relievers

Aplicaciones metálicas y micas

Decoradas con incrustaciones de crystal, metálicas y de corte



Piedras

Pulidas y estructuradas y cementos neutros



Revestimientos

Formatos pequeños y alargados: 15x60, 20x60, 25x50, 20x50

Mármoles

Esta edición no ofrece piezas o detalles, a excepción de las piezas de formato arquitectónico y de 3 mm de grosor, pero sí podemos apreciar como la decoración por medio de inyección ha permitido terminar el producto, mármoles sobre todo de una forma que hasta ahora no habíamos conseguido. Los relieves son así decorados en su total superficie, y la impresión digital permite una definición casi perfecta de bordes y ofreciendo profundidad bien a mármoles o piedras.

Del mismo modo, se presentan los paneles de forma que se puedan apreciar la infinidad de gráficas del mismo modelo, abriendo puertas a proyectar y desarrollar antes impensables.

Grandes formatos son presentados con nuevas tecnologías y ofrecen la posibilidad de dirigirse a nuevos canales.

Mármoles de antaño trabajados con delicadeza y decorados con motivos actuales y con colores intensos. De esta forma los mármoles se presentan como coleccioner vanguardistas, capaces de alcanzar



a todos los mercados y a todos los públicos. Los mármoles son así una apuesta segura y el punto de mira de nuevo de los ojos más expertos.

Colores para los mármoles: predomina el blanco y crema de los mármoles calcato, travertino y crema marfil, seguida por la tonalidad intensa del emperador o por la gama cromática de rojos, ocre y beige de los Onices, reinterpretados por cada firma de modo singular.

El gusto de ciertos mercados por la ostentación y el lujo se traduce en muchos casos en el acabado pulido o semipulido de estos mármoles.

Del mismo modo, se decoran los mármoles de forma especial, con decorados de pieza entera, relieves del mismo mármol decorados en su totalidad, combinando lo tradicional que representa el mármol con motivos florales muy actuales y perfiles cargados de color.

Continuamos viendo el dorado y cobre que completa estas colecciones y nos da a entender cómo prácticamente todos los firmas han apostado, de forma incluso exagerada por la venta en los países del este.

Continúan los formatos 30x90 en las paredes, y 60x60, 40x80 para suelos.

Los formatos pequeños y alargados también se ven favorecidos con la potencia del mármol, así hemos visto firmas importantes que presentan el mismo mármol tanto en 30x90 como en 20x60, alcanzando así a distintos segmentos de consumo.

Llega el momento de citar aquí algunas de las firmas que han trabajado con elegancia y de una forma fiel los mármoles de los que hablamos:

Sant'Agostino, bajo el eje de comunicación: Super Natural, presenta bajo el amparo de la decoración en inyección, desde el blanco statuario con la beta marcada y complicada, hasta el tono miel y oro de un Onice rofirticado y repleto de luz.

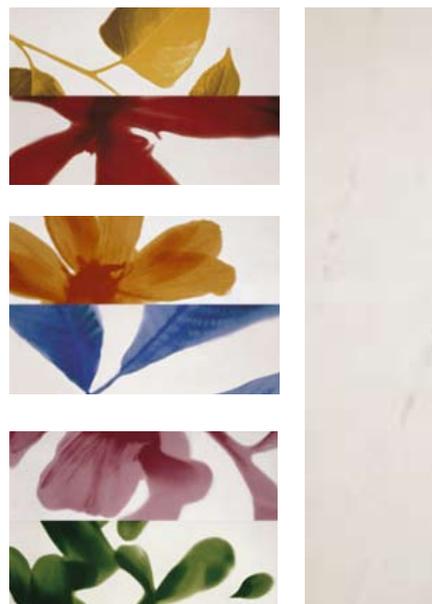
Le sigue como mármol que vale la pena destacar, un cuarzo rosáceo y muy suave y el mármol con sus tonalidades de gris.



SANT'AGOSTINO

Fap Ceramiche, referencia indiscutible para los que vivimos feria acompañados de cámara y bloc de notas, nos sorprende con la colección OH!, que imprevisiblemente se demarca de su filosofía colorista y monacolor con una gama de mármoles muy acertados, que resume en una sola colección la infinidad de esta categoría de producto. Los mármoles expuestos en OH! son el calcata, el emperador, negro marquina, travertina, Onice y Pulpix. En 30x90. El diseño y filosofía de FAP prevalece en las decoraciones florales, coloristas y tipo acuarelas, que ya se veían en "For Love". Decorador a pieza entera.

Ceracera destaca por los mármoles pulidos a campo lleno con los Onices en formato 48x97, y con las colecciones también en mármoles de Calacatta, Sinter y el siempre aceptado Pulpix. Nos sorprenden sus "escandalosas" decoraciones de piezas del mismo formato que la base, realizadas con reactivo que destacan mucho sobre los suaves y tradicionales mármoles, pero que según el Director de Producto, se venden muy bien entre sus mercados prioritarios de los países del este.



FAP
CERAMICHE
Il tuo bagno, la tua casa.



Mármoles de antaño trabajados con delicadeza y decorados con motivos actuales y con colores intensos



Cooperativa Ceramica d'Imola: Sobre todo la nombramos por el carácter comercial para el Mercado de reparación que emanan de sus mármoles en formatos pequeños y alargados. Todo decorados con dar tipologías estéticas diferentes: una muy recargada y ornamentada y otra más minimalista para los mercados centroeuropeos.

En general, las empresas que están dirigiendo sus ventas de exportación, mayoritariamente a los países del este, y además han incorporado en su proceso de desarrollo de nuevos productos, la tecnología de impresión digital, han apostado por los mármoles.



Mármoles



Maderas

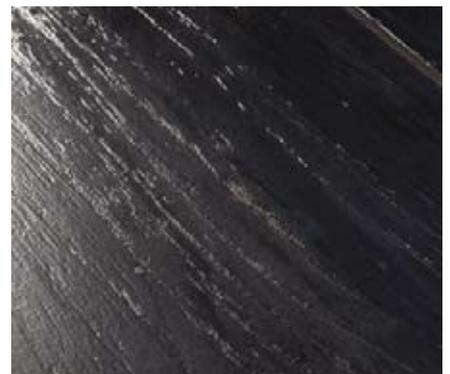
Las maderas, pese a los años que se llevan desarrollando y pese al rechazo que ofrecen algunos países centro europeos, se exponen en todas las firmas importantes, variando formatos, colores (grises, chocolates, marfiles...), pero otorgándoles personalidad con rempuñidos, relieves trabajados con inyección, acabados satinados y lustrados y aplicaciones de mica.

Los relieves se marcan, potenciando la decoración.

Los colores se iluminan con destellos metalizados y el acabado se personaliza con el pulido, aplicación que difícilmente habríamos relacionado antes con las maderas. Es decir, que a nuestro modo de ver, la cerámica "roba" un poco de la calidez y singularidad de la madera para hacerla suya.

Tanto las empresas importantes italianas como muchas de las españolas, han trabajado con cariño las maderas, pero nos han causado una grata impresión las desarrolladas por:

Tagina, en formato 40x80, y donde una la inspiración que proviene de la madera y el metal, con un resultado atractivo en apariencia y en colores, desde colores suaves casi marfile, a un color intenso como el carbón, y pasando entre los dos por todos los matices de colores marrones y grises (sin tener que arriar por ello el color a una madera natural determinada)



40x80

Grandes formatos

Porcelanosa presenta la versión más comercial de las maderas (quizás la menos innovadora), siendo fiel a la "imitación" de la madera natural y presentándola junto a la misma para que podamos apreciar sus posibilidades.

Presentándonos así un nuevo reto de aplicaciones y de segmentos de consumo.

Ahora también es un momento para presentar piedras tradicionales y continuar los colores neutros de las cementadas, pero siempre con formatos grandes.

El formato de estas maderas, puede que sea el elemento a destacar más importante, después de las aplicaciones mencionadas, permitiendo las colocaciones más atractivas y originales.



maderas

Piedras, Cementos y pavimentos estructurados

La búsqueda de nuevos segmentos de actuación y otros canales nos lleva a fijarnos de forma especial en los grandes formatos, arquitectónicos, imponentes, y sin duda trabajados con el fin de abrirnos camino por el complicado mundo de la prescripción.

Destacamos las microestructuras de las que se adueñan los pavimentos, los acabados naturales y sobre todo el semipulido, presente en cualquier tipología de producto.

Los microrelieves permiten jugar con todo un mundo de efectos y dimensiones.

Los formatos más comerciales se convierten en 60x60, 40x80 y 45x90, incluso en 50x100.

Colores neutros: negro, gris, humo, perla, marfil.

Y los colores con toque metalizado mezclados con microrelieves también nos gustan por sus posibilidades comerciales.



Los microrelieves permiten jugar con todo un mundo de efectos y dimensiones.



Aquí podemos destacar a:

Ceramiche Caesar, con la filosofía de "La cultura della material", en el formato solicitado de 60x60, decorado con precortes, incisiones, repletos de colores metálicos, sencillas mareas e inversiones geométricas. Las colecciones que nos han gustado de esta firma han sido, por su aspecto metálico y microestructurado; Change, por su carácter comercial y decorativo para grandes superficies; More, por sus soluciones arquitectónicas y capaces de llegar al prescriptor de forma directa; Absolute.





Mirage, con la colección Alloy, con efecto metalizador y bajo relieve componiendo formas decorativas.

También nos gustan las soluciones decorativas que presenta esta firma no solo para esta tipología de producto, sino también para las maderas.

La piedra "baraltina" se presenta en varias firmas, aunque preferimos la de mirage por su acabado, naturalidad, formato y colorido.

Los cementos de esta firma también son dignos de destacar, en formato 60x1,20 y con una gama de color muy acertada.

Los colores neutros de la colección Plain y su tacto. Predominio de la combinación de negro y blanco puros para jugar con el diseño pétreo.



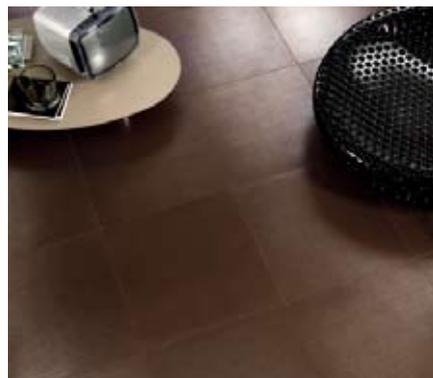
Piedras



Efectos metalizados
y bajo relieves
componen formas
decorativas



Como en una composición, un subrequisito de luz y formas
circulares enfatiza la huella del diseño y los reflejos tornados del
bronce...



Phorma magnetica, firma comercializadora, nos presenta una gama
de colores muy comercial y una textura muy agradable para los
suelos de los hogares de hoy. Su sencillez y el acierto en el color nos
ha llamado la atención. Acabado semipulido nuevamente.

Cementos

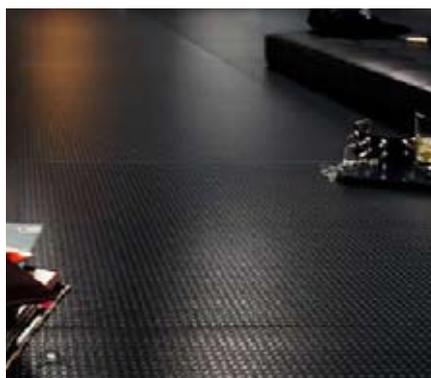
Ceramiche Coem, ha decorado los cementos y piedras naturales un año más con una elegancia indiscutible. Decorados con ramas, Cenizas con incisiones metálicas y sencillas, relieve enmallado. Nuevamente la calidez de la piedra Vicentina en acabados satinados y colores suaves y neutros.



CERAMICHE
coem



Fop Ceramiche presenta la colección **Incanto**, monocromática y con aplicaciones sencillas pero con acierto en los colores en formato 60x60 y 45x45. Muy comercial.



Monocibec, con la colección **IN OUT**, en distintos formatos; 50x50, 50x100, 66x66, 33x66, decorado con reactivos y de apariencia muy arquitectónica.

Los revestimientos y sus decorados

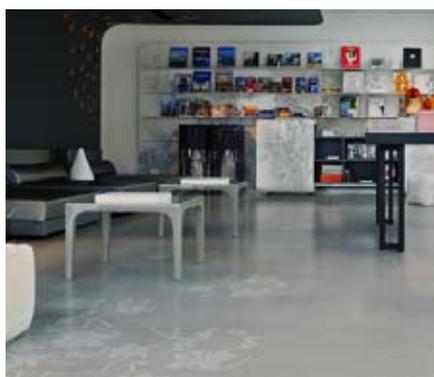
Los revestimientos, aunque con la incurión del 30x90, apuestan por llegar a los mercados con menor tradición cerámica, por medio de formatos pequeños y alargados con decoraciones siempre recargadas y a pieza completa. Lustrar, acucelar, siguen las flores, no tanto dorados pero sí cobres y platas.

Gama de colores actual: marfil y cremas / Berenjena y burdeos / chocolates y moka / negro, blanco y rojo / colores pastel en gamas cromáticas suaves y románticas. Siempre todo ello serigrafado con delicadas líneas, geométricas o motivos florales.



formatos pequeños
y alargados con
decoraciones siempre
recargadas

Revestimientos





Mercados

Las previsiones se cumplen con clientes provenientes de **países del Este**, pero quizá no como se esperaba.

Croacia, Rumanía, Hungría... son países que en estos momentos están demandando producto de gama media y que solicitan mármol a los fabricantes españoles.

La **India** se interesa de forma importante por el mundo cerámico para cubrir las necesidades de un gran segmento de nivel medio-alto, al igual que **Arabia**, que en su afán por alcanzar el estilo de vida europeo, apuesta por este mismo segmento de público por la compra de cerámica italiana y española.

Una vez más vemos como la importancia de **una marca**, la importancia del **made in... Italy**, puede arrastrar a compradores de mercado que compran para un segmento selecto, de nivel adquisitivo alto.

Destaca la evolución de **Grecia** positivamente, aunque percibimos por los comentarios de muchos fabricantes que es un país, donde la cerámica está ya muy presente.

Evolución importante también por países del Mercado Africano, concretamente **Argelia y Marruecos**.

Constatamos por el número de visitantes y comunicación de los directivos comerciales, que es preocupante la contracción en sus importaciones de Reino Unido, Alemania, Portugal e Irlanda, aunque en conjunto, el descenso de importaciones centroeuropeas sea moderado (-3,8% según datos de Arcer).

Rusia se mantiene a la cabeza, como país más representativo, y ha aumentado sus compras en los primeros seis meses del año 2008 en un 45,7%. Aunque muchos directivos argumentaban una bajada de visitantes en la feria de Cerroale.



Rusia se mantiene a la cabeza, como país más representativo, aumentando sus compras en los primeros seis meses



Reflexiones sobre Marketing y Comunicación

No vamos a analizar en este informe qué empresas opinamos que están siguiendo una estrategia de marketing adecuada y cuáles no, ya que por el enfoque y filosofía de nuestro labor, esto nos llevaría a realizar un informe aparte y más en profundidad, pero sí que podemos analizar algunos conceptos importantes, lanzar algunos temas de atención, aunque sabemos, que bajo la realidad que nos ocupa, debemos ser cautos y que en ocasiones estos consejos serán útiles y otros no.

En primer lugar, y aunque en otras ocasiones, algunos empresarios no han querido escuchar, quizás por la "bonanza" por la que atravesaba nuestro sector, o quizás porque el enfoque de nuestros empresarios siempre ha sido más dirigido a la producción que al Mercado, ahora nos atrevemos a invitar en algunos conceptos, aplicables a pequeñas, medianas y grandes empresas, pero sin duda, APLICABLES.



¿Creemos en el valor de la marca?

- ¿Sabemos lo que estamos vendiendo?
- ¿Sabemos vender el concepto de nuestro negocio?
- ¿Sabemos conquistar a los nuevos consumidores, al nuevo perfil de consumidor?
- ¿Detectamos las nuevas oportunidades de negocio?
- ¿De dónde surgen estos nuevos consumidores y cómo podemos acceder a ellos?
- ¿Estamos analizando y auditando nuestros esfuerzos en Marketing? ¿Nos están siendo rentables?
- ¿Creemos en el valor de la marca?
- ¿Por qué mercados como el Asiático, viene a comprar a Europa?, ¿Están importando nuestro estilo de vida?...

Podemos hablar en profundidad de estas cuestiones, claro pensamos, para salir airoso de la conjuntura económica actual. Pero preferimos que sea en persona... Después de años trabajando para el sector cerámico pensamos que somos capaces de ayudarte, solo permitirnos ofrecerte una nueva visión del marketing.

difiere
brand show

difiere comunicación s.l.

Edificio CEEI, Módulo H. Calle Ginjols nº 1. 12004 Castellón de la Plana, Castellón

móvil: 696903792 - fijo: 964 19 90 83

correo electrónico: info@difiere.net - internet: <http://www.difiere.net>