



Dél-Európa kerámiaiparának elemzése



Bányai Zsófia

Gálosi Nikolett

Kalmár Dániel

Schwarz Bence

Vass Levente

Tartalomjegyzék

<u>Bevezető</u>	2
<u>Görögország kerámiapiaca</u>	8
<u>Olaszország kerámiapiaca</u>	13
<u>Spanyolország kerámiapiaca</u>	18
<u>Portugália kerámiapiaca</u>	20
<u>Források</u>	25

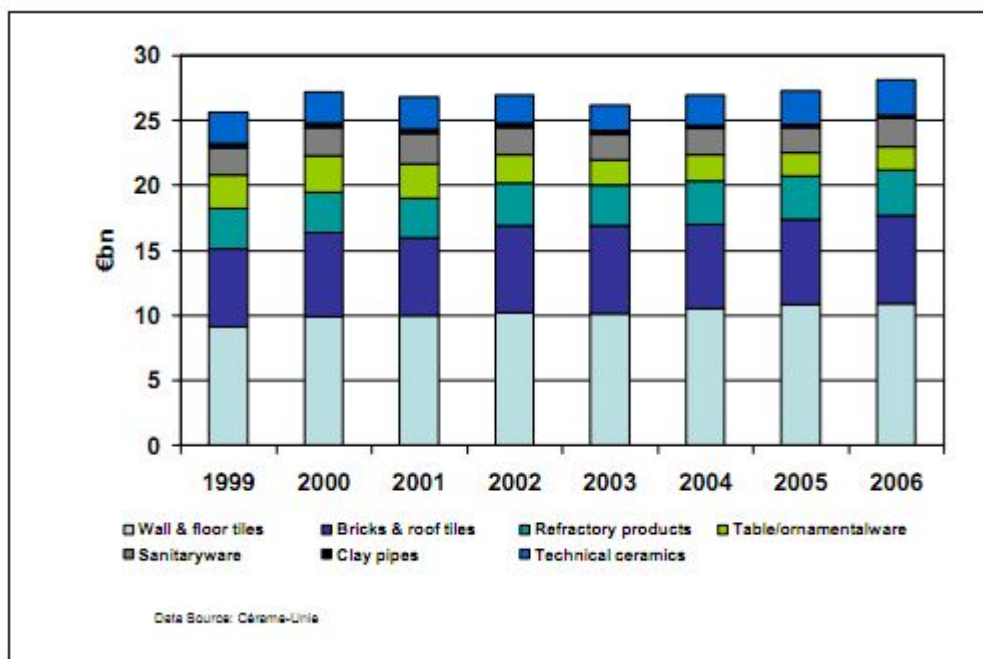
Bevezető

Az EU kerámia szektorát tekintve nagyon változatos, mint a termékeket felhasznált technológiákat mind pedig a végfelhasználást tekintve. Széles körű piacokkal rendelkezik az EU-n belül és kívül is. Szektorban nagyszámú kis és középvállalkozás működik. Ez nagy előny számukra hiszen olyan termékeket hoznak létre melyeket nehéz utánozni, céljuk a piaci rés megtalálása. Számukra az egyik legnagyobb kihívás az volt hogy versenybe tudjanak maradni az olcsón beáramló helyettesítő termékek mellett. Ezért nagy hangsúlyt fektetnek az innovációra és a költségek csökkentésére.

A legjelentősebb termelő régiók Németországban az Egyesült Királyságban, Spanyolországban és Olaszországban találhatók. Németország a legnagyobb gyártója a tűzálló kerámiának, agyag csöveknek, szanitereknek, valamint étkészleteknek. Olaszország és Spanyolország inkább a kerámia csempe és a kisebb méretű szaniterek központja. Az Egyesült Királyság a harmadik legnagyobb szanitergyártó, Németország és Olaszország mögött, fő profilja az asztali és díszporcelán előállítás.

Az újonnan csatlakozott tagállamok közül mind termelésben mind hagyományaiban kiemelkedik a Cseh Köztársaság, Lengyelország, és Magyarország, akik hagyományosan exportálnak az EU-ba. Ezekről a szektorokról jelenleg kevés információ van.

Európában 2006os adatok szerint a kerámia ágazatokban legyártott és értékesített különböző kerámia termékek összértéke meghaladta a 28milliárd eurót. A termelés növekedése nagyon csekély mértékű az utóbbi években. A megtermelt termékek összetétele keveset változott 2000 óta. 2000-ben a két legnagyobb alágazat volt a fal és padlócsempe valamint a téglá és tetőcserépgyártás, melyeknek számveteli teljesítménye, 36 illetve 24% volt. 2006ra ez 39% és 24% lett. Növekedés figyelhető meg a tűzálló és az ipari kerámia ágazatában is. Azonban jelentős csökkenés tapasztalható a asztali és díszítő porcelánoknál a 2000 10% 2006ra 6%ra csökkent.

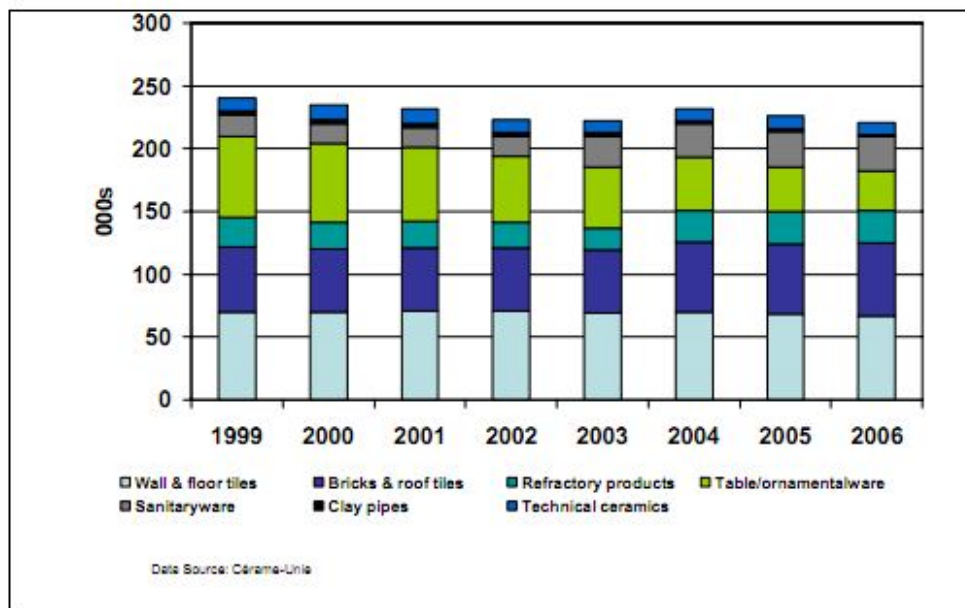


Látjuk az EU-s kerámia ipar által megtermelt outputot összértékét, ágazatokra bontva. Ebből látszik, hogy 1999 és 2006 között jelentősen nem tudott elmozdulni egyik ágazat sem, de 1999-es 25milliárd eurót meghaladó összérték 2006-ra közel 28 milliárd euróra ugrott fel. Még mindig vezető a 10 milliárd € értékével, a fal és padlóburkolók, majd a téglá és tetőcserepek, és a tűzálló termékek.

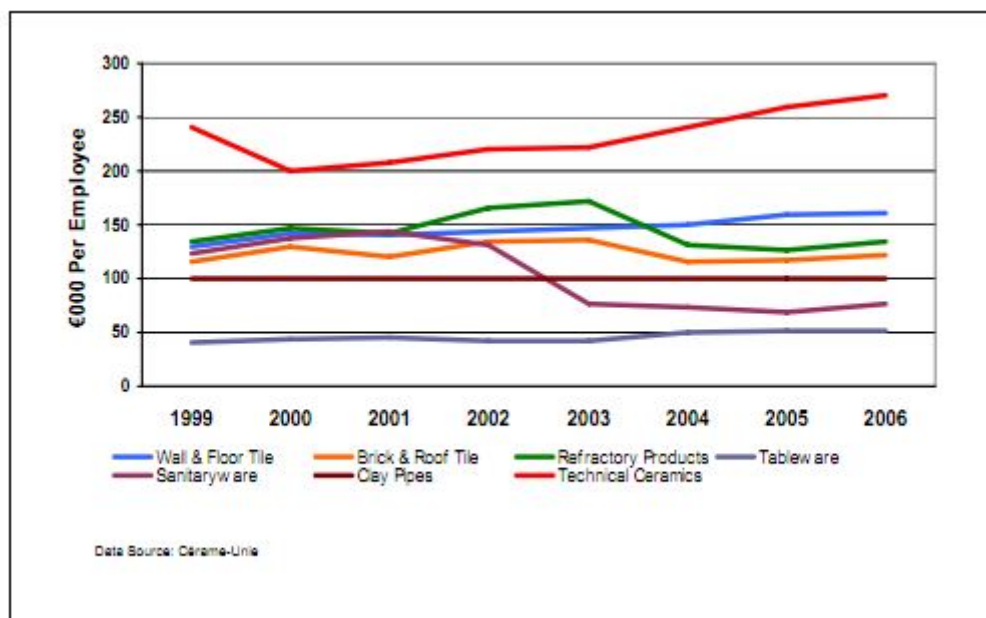
A fenti táblázatból kiderül hogy a étkezészet alágazat teljesítménye rohamosan romlik. 2005ben mindössze 1,8milliárd euró volt a megtermelt összértékük. Ennek a jelentős részét, közel 950millió euró értékben exportálnak. Ez a trend mögött az áll, hogy az uniós fogyasztók egyre inkább előnyben részesítik az EU-n kívüli edényeket, kerámiákat, amelyek hasonló minőségűek, de jóval alacsonyabb áron hozzá tudnak jutni, mint az EU-ban előállított készleteket. Másik ilyen megfigyelés az hogy a mai fiatal lakosság sokkal kevésbé hajlandó pénzt költeni, drága, jó minőségű asztali kerámiára.

2000 óta a foglalkoztatottsági szint az EU kerámia szektorában általánosan csökkenő tendenciát mutat. A foglalkoztatottsági szint növekedése a 2004-ben csatlakozott új tagállamokra vezethető vissza, de ezen túl a szint ismét csökkeni kezdett, lehet ez a kombinált termelés, valamint az alacsony költségű verseny miatt. 2006-ban közel 221.000 embert foglalkoztatott a kerámia szektor, ez egy enyhe visszaesés a 2000 235.000 emberhez képest. A legnagyobb munkáltató a fal és padlócsesempe valamint a téglá és tetőcserep gyártó ágazatok. Megoszlásuk szerint a teljes piac 30%-át teszi ki a fal és padlólapok, 26%-át téglá

és tetőcserép. A tűzálló kerámia és szaniterok 12-13%-ot, csökkenő tendenciája miatt 2006-ban már csak 14% volt a díszporcelán szektor teljesítménye.



Az ábra a EU kerámia gyártóinak termelékenységét mutatja, melyből azt lehet látni hogy a termelékenységi szint folyamatosan emelkedik. Ez elsősorban a fokozott gépesítésnek, automatizálásnak tudható be.

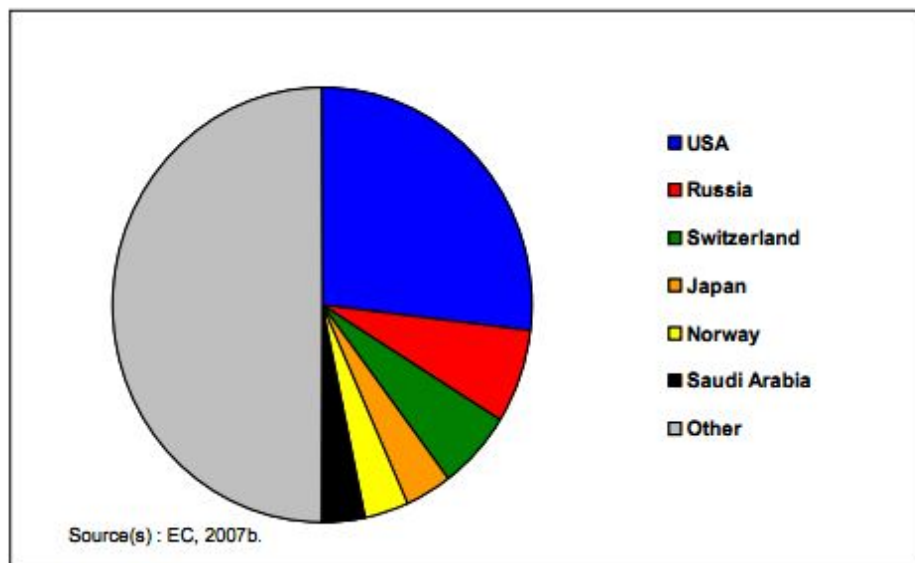


A műszaki kerámia, agyagcsövek, és a fal és padlócsempe alágazatok mutatnak kiemelkedő termelékenységi mutatókat, ez annak lehet a következménye, hogy ezek az ágakban az innovációnak igen nagy szerepe van és ezért a vállalatok viszonylag magas szintű

kutatási- és fejlesztési költségeket fordítanak a termelékenység fejlesztésre. Azonban közelebbről megvizsgálva nem minden ágazat mutatott valamilyen javulást. Csak a műszaki kerámiák termelésénél volt jelentős javulás 2000 óta. Szintjük 20000€/fő-ről 20006-ra mintegy 270.000€/fő-re ugrott. A legalacsonyabb termelékenységgel az asztali és díszítő porcelánok állnak, melyek szintje kis mértékben emelkedett.

A nemzetközi kereskedelem nagyon fontos eleme az európai kerámia ágazatokban. Az EU exportórként termékeinek közel negyedét a világpiacon értékesíti, ami jelzi az európai gyártók versenyképességét, a világ különböző piacain. A következő ábra mutatja, milyen rendkívül sokféle kiviteli célpont van az európai kerámiának.

Az alacsonyabb hozzáadott értékű (pl. téglák és tetőcserepek) kerámiák, általában nem kerülnek exportra, a nagy távolság, valamint a nagy szállítási költségek miatt. Így elsősorban finom kerámiákat exportálnak, melyeknek nagyobb a minősége, hozzáadott értéke, és viszonylag kisebb a súlyuk. Az Amerikai Egyesült Államok a legjelentősebb exportpiac ahol több mint egynegyedét értékesítik az EU kibocsátásának.



Az EU kerámia szektorának 2007 és 2009 között szembesülnie kellett vele, hogy gazdasági tevékenységük lassul, melynek kiváltó oka a hitelválság és az ebből következő kereslet visszaesés. A GDP növekedés lassult, 2007-ben 2,8%, 2008-ban 1,9%, 2009-ben 1,7%. Az építőipar jelentősen függ a lakossági beruházásoktól, valamint társadalom költségérzékenységétől, mely mind a kereslet visszaeséséhez vezetett. Az építőipar számára különösen fontos bizonyos kerámia alágazatok teljesítménye, és kilátásai, melyek a jövőre nézve nem kecsegtetők.

Ennek a szektornak számtalan kihívással kell megküzdenie. Ilyen a globalizáció, az erősödő környezetvédelmi előírások, valamint az egyre fokozódó árverseny és a feltörekvő országok - mint Kína- exporttevékenysége, különösen a kerámia edények piacán.

Aggasztó trend Európára nézve hogy a növekszik az olcsóbb feltörekvő gazdaságokból importált, kerámia mennyisége a belső piacon, gondolva itt a olcsó asztali kerámiákra. Ez kedvezőtlenül befolyásolja, a különböző iparágakban működő manufaktúrákat. Ez a nyomás addig vezethet, hogy a kerámia gyárak bezárásával emberek veszíthetik el munkahelyeiket.

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovation. The EU is a world leader in producing value added ceramics products – manufactured by flexible and innovative SMEs. ▪ High-quality producers. The EU remains a major player in the high value, high-quality end of the markets. ▪ Design and branding. In some sub-sectors, EU firms brand and sell high-value unique designs; in some cases exploit country of origin marking. ▪ Fast response. SMEs can respond quickly to changing market demand and new opportunities ▪ New technology in production process. The use of automation technology and environmental technologies are widespread in ceramics manufacturing. ▪ Knowledge clusters. The clustering of SMEs in the sector fuels product and process innovations and increases competitiveness. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Low production flexibility. The demand in the refractory sub-sector and in the brick and floor tile sub-sector is subject to changes in demand and there is only little flexibility in the utilisation of capacity. ▪ IPR – Protection of property rights and instigating legal proceedings against cheap “copies” is difficult and expensive for SMEs in some sub-sectors. ▪ Image. Low ability to attract skilled employees. Attracting technically competent employees is a problem. ▪ Mature production process. The ceramics production process is at a mature stage and close to its limits, whereas the ability to improve efficiency and reduce CO₂ emission further in the short term is limited. ▪ High entry barriers for new companies due to high set-up costs, economies of scale and tied distribution channels may hinder innovation ▪ High sunk-costs due to capital-intensive production facilities may hinder a shift in production from low-price to high-price products. ▪ Weight of the product. The high weight of some sub-sector products increases products cost and reduces access to customers. ▪ Difficult to install. Floor and wall tiles are more difficult to install than substitutes such as carpet or paint.

OPPORTUNITIES

- **Mergers and acquisitions.** The firms in the ceramics sector can merge to achieve economies of scale.
- **Specialisation.** Specialisation in selling high value-added ceramics suits the capabilities of many SMEs.
- **Access to new markets.** New markets are emerging in growing economies and firms must position themselves to exploit opportunities.
- **Brand and loyalty.** Being closer to the customers (geographical location nearer customers – for instance retailers)
- **Getting closer to customers.** Getting closer to customers by using the Internet.
- **Improvement of services.** Just-in-time and time-to-market are important especially in the b2b markets.
- **Developing cleaner technology.** There might be a scope for developing cleaner technologies in the ceramics sector.
- **Increased RTD activities.** Technical tiles and ceramics; smart materials, use of lasers in decoration, nanotechnology, automation of processes.
- **Labelling and communicating advantages.** Certifications, origin marking, and eco-labelling are opportunities for communicating advantages

THREATS

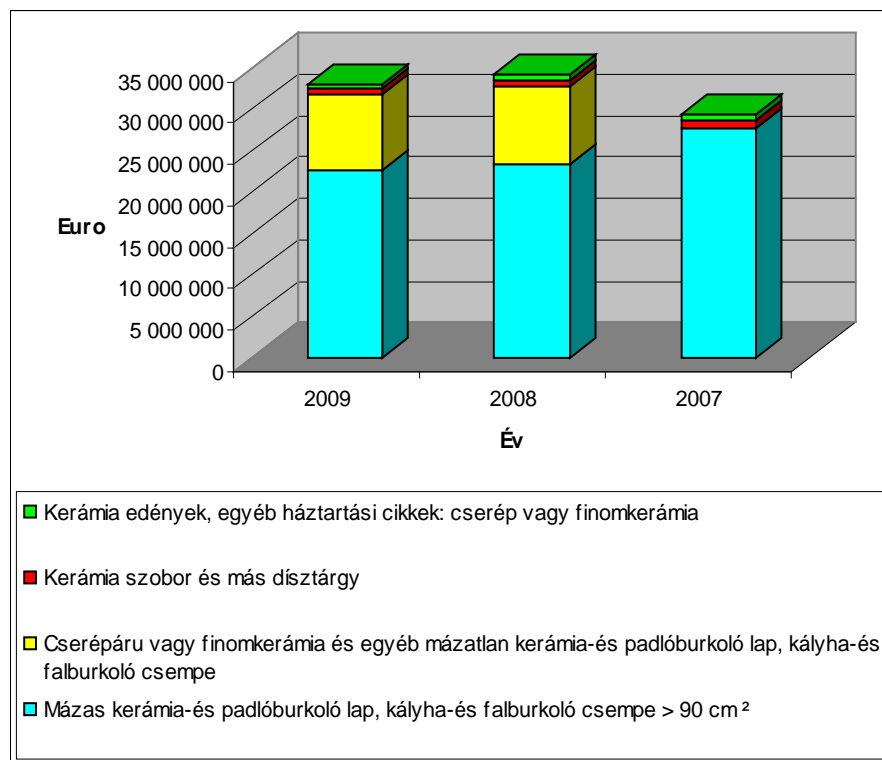
- **Low-cost competition.** Sharp rise in the import volume of low-cost ceramics from emerging economies – particularly in ceramic tableware.
- **Volatile demand.** Dependency on demands in other markets such as construction and for steel.
- **Emergence of China.** China is a serious competitor to the EU on the world ceramics markets – especially in terms of delivering low-cost products.
- **Increasing prices on energy.**
- **Raw materials.** Reliance on import of virgin raw materials from non-EU countries – especially for technical ceramics and the refractory sub-sector.
- **Environmental and Health and Safety regulation.** High levels of EU environmental regulation and emission control create a competitiveness challenge to non-EU countries where environmental legislation is less strict but primarily increases cost of European based production facilities.
- **IPR.** Intellectual property rights are infringed for fine ceramics sub-sectors.
- **Substitution.** In the long term, substitute materials and the relatively high dependency on the construction and renovation sectors may challenge the competitive position.
- **Trade barriers.** The EU faces high import duties into many export markets, e.g. the US compared to China and Mexico. Non-tariff barriers are also increasingly important.
- **Dwindling workforce.** A dwindling workforce can be a threat to the sector if not enough people can be recruited.

Görögország kerámiapiaca

A görög kerámia és porcelángyártás nagymértékben épít az ókori hellenisztikus kulturális örökségre. Az országban jellemzőek a több generációs családi kézműves manufaktúrák, kisebb nagyobb szövetkezetek. Ilyen például a KERAMAR mely országsszerte 40 tagot számlál, de vannak földrajzi területek is ahol koncentráltabban vannak jelen a kerámiaiparban érdekelt vállalkozások, ilyen például Kréta, ahol több mint 25 cég található.

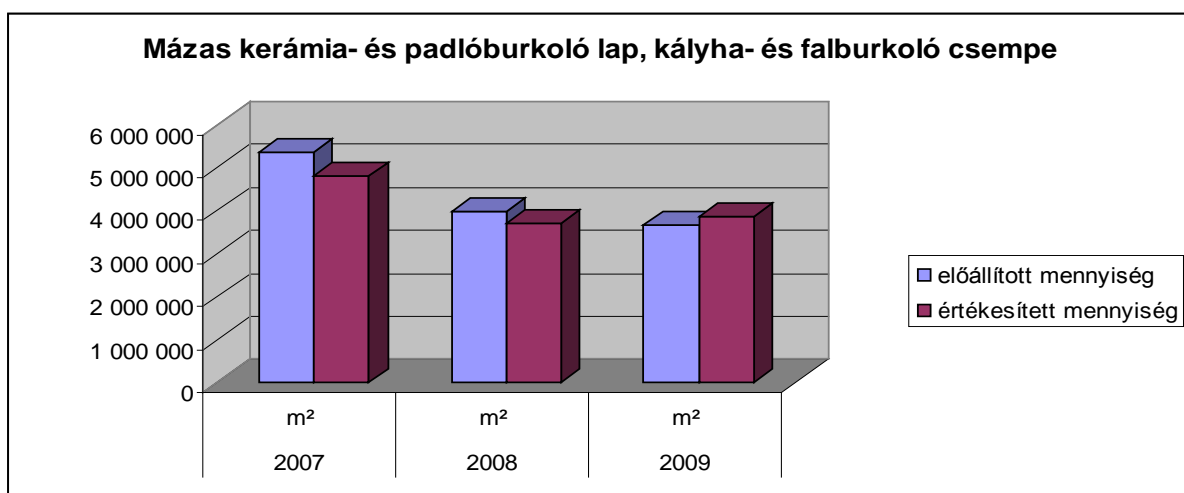
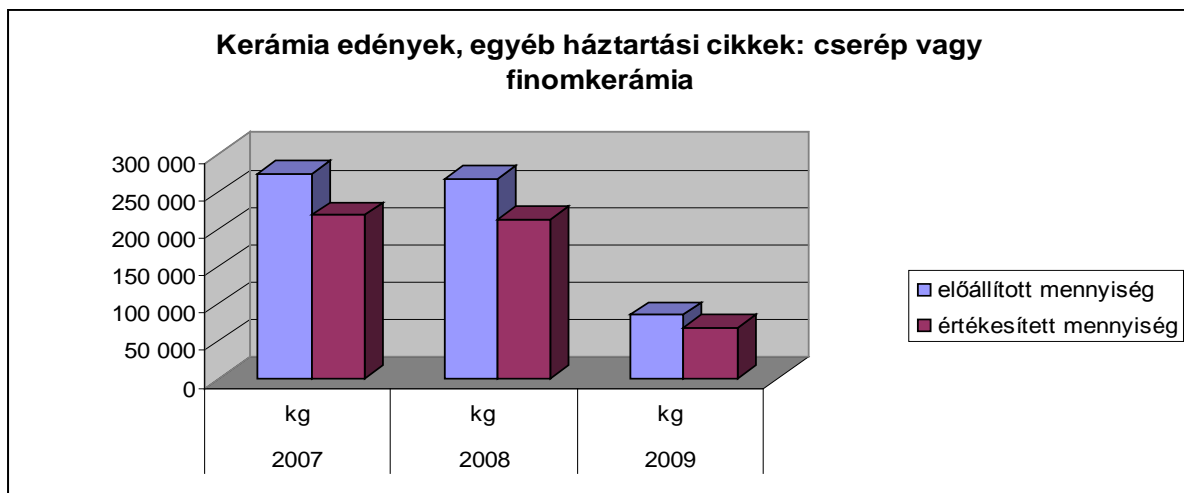
Az elmúlt évek világgazdasági válságának eredményeként napjainkban (2011) nap mint nap hallani a görög gazdaság bizonytalan helyzetéről. Ez a bizonytalanság a kerámiaiparra is hatást gyakorol.

A Görög Statisztikai Hivatal adatai szerint 2007-ről 2009-re a kerámia szobrok és dísz tárgyak értékesítéséből származó bevétel közel 24 %-kal csökkent. Míg ez az arány a kerámia edények és háztartási cikkek esetében 31 %, a különböző mázas kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe esetében 18 %-os volt. Az összesítés azonban növekedést mutat, ennek az az eredménye, hogy 2008-tól a statisztikai vizsgálatot kibővítették, így a 2009-es jelentés olyan értékesítési adatokat is tartalmaz melyeket 2007-ben még nem vizsgáltak.



Ha a termelést vizsgáljuk látható, hogy a kerámia edények és háztartási cikkekből előállított mennyiség 2007-ről 2009-re közel 70 %-kal esett vissza, ez az arány jelen van az értékesített mennyiség esetében is. A különböző mázas kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe esetén 32 %-os visszaesés mutatható ki.

A 2009-es, 2008-as, 2007-es év vizsgálatokor látható, hogy átlagosan az előállított mennyiség közel 15 %-a nem kerül értékesítésre. Ez alól kivétel a különböző mázas kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe értékesített mennyisége 2009-ben. Ez ugyanis magasabb volt az előállított mennyiségnél, azonban még így is kevesebb, mint 2007-ben. Ha szűkebben vizsgáljuk látható, hogy a kerámia edények és háztartási cikkek esetében 20 % körüli ez az arány, míg a különböző fal- padlóburkoló lapok, csempék esetében 10 % alatt van.



Értékesítés euroban	2009	2008	2007
<i>Kerámia szobor és más dísz tárgy</i>	741 288	783 364	977 542
<i>Kerámia edények, egyéb háztartási cikkek: cserép vagy finomkerámia</i>	467 289	692 841	675 317
<i>Cserépáru vagy finomkerámia és egyéb mázatlan kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe</i>	9 067 722	9 223 436	
<i>Mázás kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe > 90 cm²</i>	22 575 877	23 374 622	27 547 903
Összesen	32 852 176	34 074 263	29 200 762

2009	<i>mértékegység</i>	<i>a termelés mennyisége</i>	<i>értékesítés mennyisége</i>
<i>Kerámia szobor és más dísz tárgy</i>	-	-	-
<i>Kerámia edények, egyéb háztartási cikkek: cserép vagy finomkerámia</i>	kg	84 950	67 732
<i>Cserépáru vagy finomkerámia és egyéb mázatlan kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe</i>	m ²	1 475 230	1 363 545
<i>Mázás kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe > 90 cm²</i>	m ²	3 658 713	3 858 429

2008	<i>mértékegység</i>	<i>a termelés mennyisége</i>	<i>értékesítés mennyisége</i>
<i>Kerámia szobor és más dísz tárgy</i>	-	-	-
<i>Kerámia edények, egyéb háztartási cikkek: cserép vagy finomkerámia</i>	kg	268 577	213 113
<i>Cserépáru vagy finomkerámia és egyéb mázatlan kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe</i>	m ²	1 608 526	1 295 987
<i>Mázás kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe > 90 cm²</i>	m ²	3 979 775	3 718 320

2007	<i>mértékegység</i>	<i>a termelés mennyisége</i>	<i>értékesítés mennyisége</i>
<i>Kerámia szobor és más dísz tárgy</i>	-	-	-
<i>Kerámia edények, egyéb háztartási cikkek: cserép vagy finomkerámia</i>	kg	274 688	219 699
<i>Cserépáru vagy finomkerámia és egyéb mázatlan kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe</i>	-	-	-
<i>Mázás kerámia-és padlóburkoló lap, kályha-és falburkoló csempe > 90 cm²</i>	m ²	5 351 885	4 818 076

Cégjegyzék

- **KERAMAR**

A társaságot (szövetkezetet) 1963-ban 15 fazekas alapította jelenleg 40 tagot számlál és Görögország szerte mindegy 80 műhelyben készítik a tradicionális görög formavilágra épülő termékeiket. Termékpalettájuk igen sokszínű, megtalálhatóak: ókori replikák, kerti díszítő, használati tárgyak, homlokzati díszítőelemek, valamint konyhai eszközök (tálak, edények, kancsók, poharak stb.), dísz és ajándéktárgyak (vázák, szobrok, makettek, lámpák, képek). Melyek megjelenését tekintve tradicionális terrakottán át az egyszerű mázas, zománcozott illetve kézzel festett darabokig igen sokrétű.

- **ATSONIOS HANDMADE CERAMICS**

1870 óta működő családi vállalkozás. Főként használati tárgyak készítésével foglalkozik (vázák, tányérok, poharak, tálak), hagyományos kézi eljárásokkal. Díszítés tekintetében igen visszafogott, a kézi díszítő festés nem jellemző.

- **APOI PENTZOY**

A családi vállalkozás megalakulása 1944-ig nyúlik vissza. Az azóta eltelt idő alatt a Rentzos család fő profiljává a tűzálló zománcozott főzőedények váltak, emellett dísztányérok és kerti vázák, amforák előállítását is végzik. A termékekre jellemző, hogy legalább 2-3 méretben rendelhetőek, az égetést követően díszítésük egyszínű zománccal történik, de a kerti tárgyakra ez sem jellemző.

- **TITHOREACERAMICS**

Az 1968 óta működő vállalkozás a dekoratív kerámiákra szakosodott, így termékpalettáján alapvetően, kerti edények, szobrok, homlokzati díszítőelemek szerepelnek.

- **SMALTOCERAMICA SOUVENIR MANUFACTURER**

Az 1976 óta üzemelő cég kerámia és fazekas dísz tárgyak mellett üvegből is gyárt szuveníreket. Fő profilja a kisméretű szuvenírek (fali díszítő csempék, hűtőmágnés, bögrék). Görögország mellett az Egyesült Államok, Japán és Ciprus, valamint az Európai Unió más országaiból is teljesít megrendeléseket.

- **ROUSSOS CERAMIC**

A családi vállalkozás, fő profilja a mázas kézzel festett edények, főként használati és dísz tálak, tányérok, kisebb konyhai tárolók (fűszer, szalvéta).

Kréta szigetén különösen sok cég található, melyek fő profilja a kulturális tradíciók megőrzésére így gyártástechnológiájukat tekintve 100 %-ban kézzel készült és fatüzelésű kemencében kiégetett klasszikus görög kerámiákat gyártanak. A termékek különböző méretű (30 cm-100 cm magasságú) vázák, amforák, melyek a kiégetést követően nem kapnak további díszítést.

Például:

- **VOLYRAKIS CRETA POTTERY**
- **HOULAKIS MINOAN POTTERY**

Lehetséges forgalmazó:

- **STATIS CERAMICA**

Felső kategóriájú import fürdőszobai, konyhai csempék, szaniterek forgalmazása mellett, egyedi külső homlokzati és belső fali díszítőelemek forgalmazásával foglalkozó cég.

Olaszország kerámiapiaca

- Villari Ceramiche

Olaszország egyik meghatározó kerámiagyártóját, az 1960-as években alapították. Kezdetben a Capodimonte termékek reprodukciójával indult, és még a mai napig is folytatják ezt a tevékenységet. Ez a tevékenység biztosítja nekik a legnagyobb elismerést az olasz porcelánművészet körében.

Filozófiájuk a magas minőség megtartása, ami biztosítani fogja a jövőben a további fejlődésüket is.

Az általunk megfigyelt képek alapján termelési folyamataik nagy részben megegyeznek a Zsolnay termelési struktúrájával és felépítésével. Ugyanolyan egységek találhatóak náluk is, mint a Zsolnay manufaktúrában. A termékekhez szükséges kiegészítőket itt is külön egységek készítik. Összeillesztésük kézzel, egyesével történik, minden darabra nagy gondot fordítanak, és utána egyesével ellenőrzik is, hogy megfelelő-e a teherbírásuk.

Produktumaik tartománya igen széles, gyártanak szökőkutakat, csillárokat és lámpaernyőket, fürdőszobai kiegészítőket, tányérokat, és számos egyéb kerámiaterméket.

Feltehetően öntéssel készítik a termékeiket. Jelen pillanatban is az Empire stílus bevezetésén dolgoznak, folyamatos kutatásokat végeznek vevőik körében, hogy milyen újításokra lenne szüksége a cégüknek. Termékeit tehát igyekeznek modernizálni, tiszta arany és platina bevonást is alkalmaznak, vagy akár a Swarovski kristály berakással is díszítenek.

Világszerte számos országba exportálnak, gondoskodnak a folyamatosan egyenletes, magas minőség előállításáról, és arról, hogy termékeik felismerhetőek legyenek kézjegyeiknek köszönhetően a többi kerámiamárkától. Sok termékből csak limitált szériát készítenek, ami azért így van, hogy ne váljanak tömegtermékké, és ne veszítsenek imázsukból.

Termelésük két részre oszlik. Egyik a klasszikus termékek gyártása a másik pedig a kortárs termékek gyártása.

A **klasszikus termékeken** belül van 5 kisebb termékcsoporthoz: a Capodimonte termékek, az arannyal díszített és kombinált kerámiák, a Grande Impero stílusban készített asztali kerámiák, továbbá nagy részét teszik ki a termelésnek a lámpák, csillárok és egyéb háztartási világítóberendezések elemeinek gyártása, és egyéb apró porcelántermékek: (csecsebecsék) gyártása.

A **kortárs termékek** között pedig 7 kisebb termék csoport található: a Grande Opera: ezek a lakberendezéshez szükséges modern kiegészítők és dísz tárgyak, a következő a kisállatokat formáló porcelántermékek, ezen kívül gyártanak fürdőszobai kiegészítőket, pl. szappantartó, törölközőtartók, papír zsebkendő tartók, stb., aztán dizájn kerámia képkereteket is készítenek, illatszertartó kerámiatárgyakat, és limitált szériában készült, részben egyedi termékeket.

Náluk teljes mértékben megvalósításra került a hagyományok ápolása, a klasszikus elemek rekonstrukciója, de ez mellett ugyanakkor egy modern arculat kialakítása is. Termékeik minden korosztály számára biztosítanak elegendő választékot. Nem csak az eltérő korosztályok, de az eltérő stílussal rendelkező ügyfelek is megtalálják náluk a számukra legmegfelelőbb terméket széles választékuknak köszönhetően.

- **Ceramiche Bruno Costenaro**

1940-ben, Bassanóban Bruno Costenaro alapította. Kezdetben sok időt szentelt a tanulásra és gyakorlásra, hogy a kerámiagyártás minden fortélyát kiismerje, és a legjobbat gyártsa, majd ezután két partnerrel megalapította saját, máig is sikeresen működő cégét. Üzlete folyamatosan növekedett és ennek következtében többször is költözött másik városba.

Mr. Costenaro szerint üzlete sikerességét a kreativitásának, innovatív gondolkodásának, folyamatos exportpiacok kutatásának köszönheti, ez segítette át őket a gazdasági válságon is. Fontosnak tartja továbbá, hogy olyan emberekkel dolgozzon együtt, akiket személyesen is kiismert és megbízik bennük, például saját gyermekeik is a munkatársai jelenleg és ők fogják tovább vinni a cég hírnevét. Costenaro szinte egész életét kerámiagyártásnak szentelte, így akár példát mutatni utódainak is, hogy az üzletük csak úgy lehet sikeres, ha azt szívvel, lélekkel végzik. Gyermekeinek próbálja átadni mindazt a tudást és technikai háttérrel is, amit ő életes során megszerzett és megtapasztalt.

Mr. Costenaro cége az egyik legrangosabbnak mondható a kerámigyárak területén, főként Olaszországban. Elérte szakmájában azt, ami a legtöbb kerámiagyártó cég álma. Megbecsülik munkáját. A mai napig is folyamatos kutatásokat végez a fogyasztói körében, hogy mennyire elégedettek a termékeikkel. Tervei már vannak, hogy jövőben milyen technikai újításokkal tudná könnyíteni termelését, vagy hogyan tudna jobban , többet értékesíteni hazai és főként a külföldi piacokon úgy, hogy közben minél magasabb színvonalú művészeti értéket teremtsen.

Minden egyes legyártott termékükön megjelenik a „B.C.” felirat.

Minden egyes apró részletét a termékek küllemének Bruno Costerano fejlesztette tökéletessé a piaci igényekhez alkalmazkodva, odafigyelve folyamatosan az elvárásokra és a legújabb trendekre. A gyártást követően a kész (már lakkozott, égetett) termékeket különös gonddal puha párnás anyagok közé csomagolják és végül kartondobozokba szállítják ügyelve a tökéletes minőség megőrzésére mindaddig, míg a fogyasztóhoz nem jut a termék. Modern és gondos csomagolási technikájuknak köszönhetően Mr. Costenaro pályafutása alatt még sohasem volt panasz sérült, vagy törött, hibás kerámiatermékekre. Miután a termék elért a fogyasztóhoz az visszaigazolja, hogy a kívánt minőségű árut kapta meg.

Rengeteg fajta ajándéktárgyat készítenek, valamint kerámia kosarakat, vázákat, képkereteket, hamutartókat, tányérokot, tálakat, lámpákat, oszlopokat, tükröket, gyertyatartókat, órákat, gondosan megmunkált hattyúkat és egyéb kerámiából készült állatformákat.

Náluk is megtalálhatóak a legmodernebb stílusú tárgyak éppúgy, mint a klasszikusok, a sellős, kagylós tárgyak rendkívül nagy választéka és a gyümölcsöket formáló kerámiatárgyak is.

- **Ceramiche Ferraro**

1987-ben alapította Mr. Fiorenzo Ferraro Bassano közelében. A ma már több mint 20 éves tapasztalattal rendelkező Fiorenzo irányítása alatt több száz művészeti újdonságot hoztak létre és rengeteg hagyományos kerámiaterméket is gyártottak.

Termékeik online katalógusban is megtekinthetőek, ami megkönnyíti a vásárlásra való felkészülést és tájékozódást az ügyfeleknek, Termékeik értékesítését főként Olaszországon belül próbálják fellendíteni és megőrizni pozíciójukat,de ezen kívül ők is importálnak Európa számos országába, valamint az Amerikai Egyesült Államokba, Japánba, és a Közel- Keletre is. Termékeik túlnyomó többségé a dísz tárgyak teszik, de gyártanak asztali kerámiákat is.

- **Maroso Ceramiche**

1978 óta működő vállalat. Gyártása során a hagyományokat ötvözi a modern kerámiagyártási tulajdonságokkal. Termelnek minden méretben és formában. Nagy hangsúlyt fektetnek az innovatív hozzáállásra, ők is folyamatos felméréseket végeznek az új trendek irányában.

Termékkínálatukban megtalálhatóak az egyszerű matt fehér kerámiák, melyekkel már több díjat is elnyertek a maga kategóriájában. A „faragott” motívumokkal díszített kerámiákra különösen büszkék, ugyanis, teljesen kézzel készítenek rajta minden egyes apró faragást, és különleges színes festést párosítanak mellé. Különlegességük továbbá a kagyló formájú, hullámos kerámia tárgyak. Rendelésre gyártanak teljesen egyedi kerámiatárgyakat is, amit külön-külön egyesével, kézzel festenek meg, ettől lesz teljesen egyedi, és nem lesz kettő ugyanolyan. Nagy hangsúlyt fektetnek a fogyasztói igények kielégítésére, rendelésre az ügyfél választhatja ki, (tervezheti meg) a terméket díszítő motívumokat és színeket is.

- **Marco Pizzato Cermaiche**

A céget 1956-ban alapították. Minden, amit készítenek, az teljes mértékben kézzel készül. Kisebb mérete ellenére gyárt és exportál exkluzív termékeket az USA-ban, az Egyesült Királyságban és Ausztráliában található nagyobb cégek számára is. Fő profiljuk az asztali és konyhai kerámiák gyártása, ezeken belül rengetegapróbb termékfajtát készítenek.(Mély-, lapos-, gyümölcsös-, süteménye-s, levesestálak, stb., tejes-, teás kancsók, ázsiai étkezészetek, stb).

- **Cermaiche C.A.R.T. manufaktúra**

1966-ban alapították, kezdetben teljes mértékben csak családtagokkal és rokonokkal. Ma már az alapító fia üzemelteti a manufaktúrát, 15 beosztottat is alkalmaznak. Nem csak hazai nagykereskedések, de külföldi nagyobb országok is vásárolják termékeiket. Ők kézzel készített kerámiáikban nem törekednek újításokat alkalmazni. Arra törekednek, hogy megőrizzék a hagyományaikat és művészi teljesítményüket. Generációról generációra próbálják átadni a régi bölcsességeket és tapasztalatokat és folyamatosan, de apránként bővítik termelésüket. Stílusukban leginkább a új-barokk elemeket lehetett kezdetben felfedezni, mára azonban a formáik kissé letisztultabbak, egyszerűbbek lettek.

Egyediségük a sajátosan kerámiából készített virágmotívumaik (melyek még az 1700-as évekből maradtak), amik egyedülállóak és pont egyedisége miatt a leginkább felkapott a termékeik körében.

A dekorációs tárgyak termelése két részből tevőik össze, két különálló csapat dolgozik rajtuk: egyik a tervezés, ami nagyon aprólékos, minden részletre kiterjedő, a másik értelem szerűen a keramikusok általi kivitelezése a terveknek. Termelésük során minden embernek pontosan körülhatárolt feladata van.

Közvetlen kapcsolatban állnak vevőikkel, értékesítenek belföldön és külföldön egyaránt.

Spanyolország kerámiapiaca

A spanyol üveg- és kerámiaipar 2000-ben rekord, 10.000 M €-t elérő termelési értéket ért el, ami a GDP közel 1,5%-a. Ez alapján Spanyolország Olaszország után a következő olyan EU-s ország, ahol ezek a szektorok érték szerint az összes ipari tevékenység közül a legfontosabbak. Ez 3.000 vállalat 110.000 alkalmazottját jelenti. A kiváló alapanyagok, K+F hálózat, a szakképzett munkaerő, az energetikai hatékonyság, az egész világra kiterjedő erős marketing-tevékenység, valamint az élénk belső kereslet a spanyol kerámiaipart a világ élvonalába helyezte.

Spanyolország elsősorban az épületkerámia gyártásában tölt be vezető szerepet, az EU termelésének 45%-át adja. Az ASCER, a Spanyol Kerámiaacsempe Gyártók Szövetségének adatai alapján 585 millió m² csempét gyártottak Spanyolországban 2007-ben. Értékben kifejezve ez a mennyiség 4,2 milliárd €-t jelent, ebből 2,3 milliárd € export volt, 1,9 milliárd € pedig hazai eladás.

A spanyol kerámiaacsempe termelés Castellón régiójában koncentrálódik, ez a térség az összes spanyol termelés 95%-át adja. 2007-ben a kerámiaacsempe gyártással foglalkozó vállalatok Spanyolországban közvetlenül 27.000, közvetetten pedig 7.000 embert foglalkoztattak.

2008-as adatok szerint Spanyolország 14 millió € értékben exportált díszkerámiát, ezzel az ötödik legtöbbet exportáló ország lett. Épületkerámiából még többet, 24 millió € értékben exportáltak, csak Franciaország exportált többet.

Asztali porcelánt gyártó vállalatok:

- **Capeans S.A.**

Spanyol céginformációs adatbázis szerint felszámolás alatt áll.

Számviteli beszámolója, további üzleti információi weboldalán nem szerepelnek, ingyenesen más forrásból sem elérhetőek

- **Fábrica de Cerámica de Sargadelos S.L.**

1806-óta működő vállalat. Két gyáregységgel rendelkezik. Manufakturális módszerekkel történik a termékek gyártása. Pénzügyi adatai a következő linken érhetőek el:

- **Grupo de Empresas Alvarez S.A.**

A cég weboldalát nem találtam meg, mindössze annyi információ van róla az interneten, hogy 500 fő körüli alkalmazotti létszámmal rendelkezik, éves árbevétele pedig 10-50.000 K € között van.

Díszkerámia:

- **Lladró S.A.**

Épületkerámia:

- **Pamesa Cerámica S.L.**
- **Porcelanosa Grupo**
- **Venis S.A.** – a Porcelanosa Grupo tagja
- **Taulell, S.L.**
- **Zirconio S.A.**

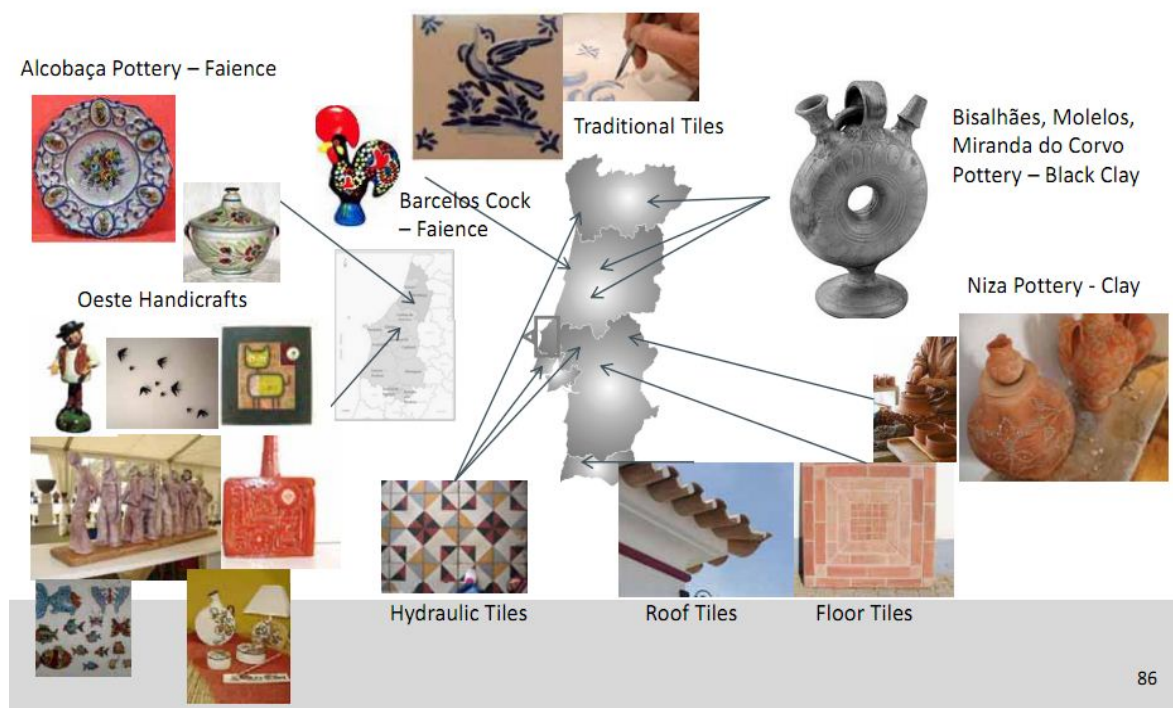
Lehetséges partnerek:

- **CALAGON, SL:** Építéssel, felújítással foglalkozó vállalat.
- **Cananeo, SL:** Kőhomlokzatok, burkolatok kivitelezésére szakosodtak, a Zsolnay gyárral együttműködve bővíthetnék a profiljukat, kiegészítve azt a kerámiaburkolatokkal.
- **Tealvertical:** Homlokzatok felújításával, valamint műemlék épületek homlokzatának restaurálásával foglalkoznak. Azért lehetne előnyös az együttműködés, mert a történelmi, kerámia homlokzatú épületek felújítása során a Zsolnay gyár beszállítóként nagy mennyiségű épületkerámiát szállíthatna, ezzel a spanyol lakosság körében szélesebb ismertségre tenne szert, a magas minőségű termékek elismertsége miatt pedig további megrendelések lennének várhatóak.

Portugália kerámiapiaca

Portugáliának a porcelán és kerámia hagyománya több száz éves múltra tekint vissza. A mai napig nagy hagyománnyal van jelen az alentejo az építészetükben. Az, hogy Portugáliában sok a kerámia manufaktúra működik, azt igazolja, hogy képzett és tapasztalt munkaerő van az országban. Az Európai Unió adatai szerint az 5 legnagyobb kerámiagyártó országok a következők: Németország, Olaszország, Nagy-Britannia, Portugália és Franciaország, a Cérami- Unie becslései alapján Portugáliában és az Egyesült Királyságban vannak a legnagyobb gyártók, a termelők 85000-90000 tonnát gyártanak évente.

Tradicionális portugál kerámiák



2008-as kerámia iparágak adatai

	Nº Empresas	Nº Trabalhadores	Volume de Negócios	Exportações
Cerâmica Estrutural	147	3.504	204,7 M€	13,27 M€
Pavimentos e Revestimentos	79	4.685	380 M€	255,12 M€
Louça Sanitária	22	3.186	277,9 M€	118,31 M€
Cerâmica Utilitária e Decorativa	405	10.955	317,8 M€	169,25 M€
Refractários, Cerâmica Técnica e Isoladores Cerâmicos	50	664	44,3 M€	-

Forrás: Apicer (2009)

2008-ban a kerámia ágazatnak a forgalma elérte az 1224,7 millió eurós értéket, aminek a 48%-át exportálásból kapták. A legtöbb vállalat az asztali és dekor porcelánokat gyárt, összforgalmuk 167,25 millió euró. A legnagyobb forgalmat a padlók és burkolatokkal foglalkozó cégek érték el, akik mindössze hetvenkilencen vannak az országban. A vállalatok számát tekintve, a második helyen az épületkerámia áll, 147 vállalat összforgalma 13,27 millió euró.

Asztali és dekorporcelán

A 405 vállalat közel 11000 foglalkoztatottal alkalmaz. A kis és középvállalkozások a dominánsak és az ország középső és északi területein vannak leginkább. Az APICER információi szerint a következő cégek a legismertebbek az országban.

- **Vista Alegre Atlantis**

18. század elején alapították, „Királyi Gyár”-ként emlegették. 2001 májusa óta összeolvadt a Vista Algarve az Atlantis-szal, azóta az ország legnagyobb asztali porcelánt gyártó vállalata, világszinten a hatodik. A Vista Alegre Atlantis porcelángyár hagyománytisztelő, de olyan nagy kapacitásokkal rendelkezik, hogy mintegy 15 millió asztali és dekorporcelánt gyárt évente. Piacvezető Portugáliában és mindamelllett, hogy automatizált termeléssel működik, mai napig vannak kézzel festett termékeik is. Világszinten elismert márkája van, híresebb termékeit a New Yorki Metropolitan Művészeti Múzeumban is kiállítják. 2011-ben egymást követő második alkalommal is megkapta a Super Brands kitüntetését.

- **Porcel**

1987-ben alapították. Nemzeti és nemzetközi szinten elismerik kiváló minőségű termékeit. Nem csak terméket adnak, hanem életstílust is. Asztal és dekorporcelánra szakosodott, szolgáltatásaik közé tartozik, hogy egyedi darabokat is gyártanak személyre szabottan. Olyan lehetőséget is kínál, hogy a vásárló egyedi monogramot választhat a kívánt termékekre.

- **Cerutil SA**

Asztali porcelánra és sütőedényekre specializálódott. Modern márkát képvisel. A Grupo Visabeira egy holding, ami több mint 50 üzletből áll. 2007-ben 4000 embert foglalkoztatott és forgalma több mint 400 millió euró volt. A gyár alapterülete 13000 m². Angliába, Olaszországba, Franciaországba, Németországba és USA-ba exportál.

- **Grestel**

1998-ban alapították, főleg konyhai kerámiára fókuszáltak. 2004-ben egy új gyárat létesítettek, így már 180 alkalmazottal gyártják a teljes körű asztali kerámiai termékeket.

- **Costa Verde**

A cégnek két stratégiai területe van a használati porcelán és a szállodai porcelán. Fejlesztéseik és kutatásuk eredményeképpen a piacon innovatív termékekkel jelennek meg. A szállodákra specializálódtak, ahol külföldi partnerkapcsolatokra építenek, ezt a piaci rést akarják kihasználni. A Costa Verde Portugália legnagyobb gyártója az evőeszközök, a szállodák és éttermek területén.

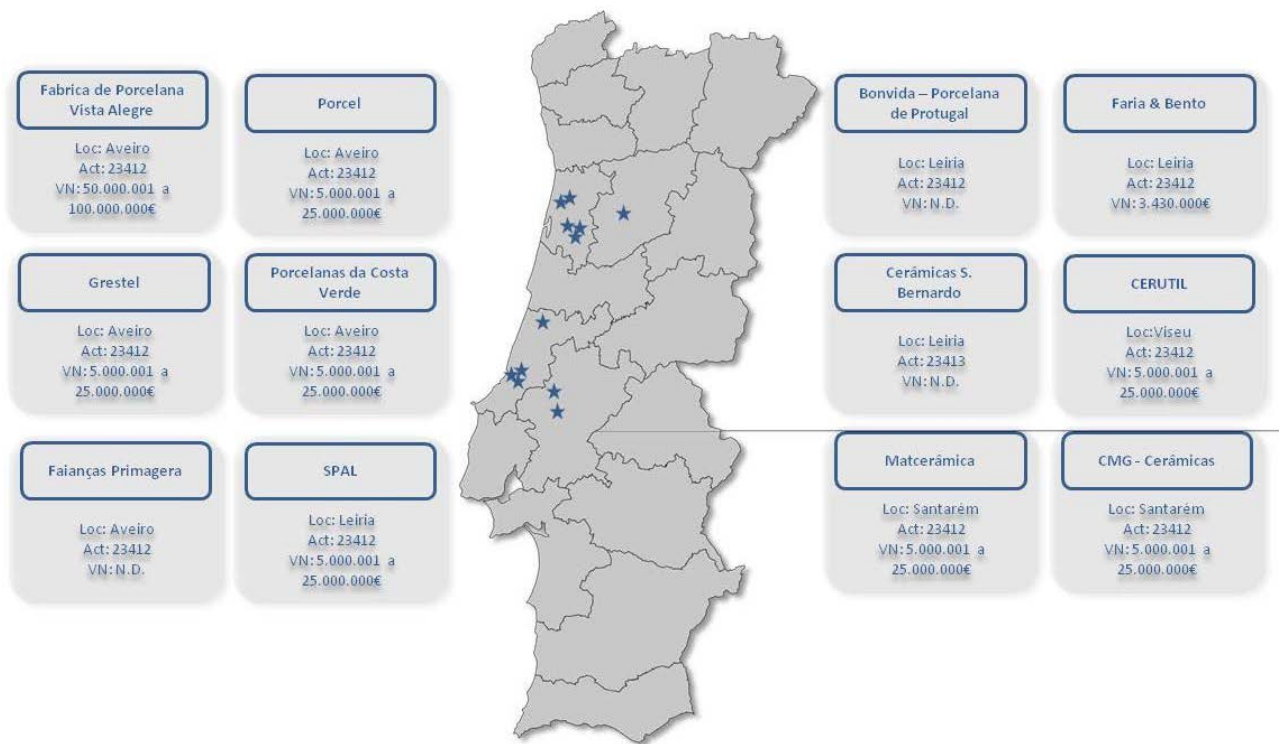
- **Primagera**

- **Spal**

Használati és szállodai porcelánokat gyárt. 1-1 raktárunk van Spanyolországban és Portugáliában és 12 saját üzletük.

- **Faria & Bento**

Figyelnek arra, hogy minden terméküket lehessen a mikrohullámú sütőbe, mosogatógépbe és fagyasztóba tenni. Olyan mázat használnak, ami nem mérgező. Minden darab egyedi, nincs két egyforma.



Forrás: APICER és internet

További cégek:

- **Sporvil cerâmicas**

Modern dekorporcelánokkal foglalkoznak. Olyan rendezvényeken vesznek részt, mint HouseHold Expo 2010. Külföldre is exportálnak, főbb célpontjuk Spanyolország, Franciaország Svájc, Németország, Anglia, Olaszország, Törökország, Görögország, Litvánia, Oroszország, Kanada és az USA.

- **Topcer**

Kőagyag-, porcelán- és fajansztermékekkel foglalkozik. Burkolatokat gyártanak, de főleg híres középületeknek. Nevesebb referenciájuk közé tartozik a Soproni Városháza, a Szentpétervári Szenátusi Palota stb. export kvótájuk 90 %.

	Nº Empresas que exportam para o país	% Empresas no Total Amostra
França	24	85,71
EUA	18	75,00
Reino Unido	13	46,43
Alemanha	10	35,71
Espanha	7	25,00
Bélgica	7	25,00
Grécia	7	25,00
Itália	2	7,14
Holanda	3	10,71
Outros EU	3	10,71
Outros	5	17,86

A táblázat alapján láthatjuk, hogy a legtöbb vállalat Franciaországba exportál.

Források

Görögország-források:

- http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0302
- <http://www.keramar.gr/>
- <http://www.ceramicartatsonios.gr>
- <http://www.rentzos-ceramics.gr>
- <http://www.tithoreaceramics.gr>
- <http://www.smaltoceramica.gr>
- <http://www.ceramicsroussos.gr>
- <http://www.cretan-ceramics.gr>
- <http://www.creta-pottery.com>
- <http://www.minoanpottery.gr>
- <http://www.stathisceramica.gr>

Olaszország-források:

- <http://www.ceramichecart.com/>
- <http://www.villari.it/?lang=en>
- <http://www.ceramichebrunocostenaro.it/>
- <http://www.ceramicheferraro.it/>
- <http://www.ceramicheमारoso.com/en/who.php?>
- <http://www.ceramichepizzato.com/>

Spanyolország-források

- <http://digital.csic.es/bitstream/10261/4716/1/industria.pdf>
- http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/metals-minerals/files/finalreport_ceramics_131008_en.pdf
- http://www.inteli.pt/uploads/documentos/Ceramica_INTELI_Sept2009.pdf
- [http://www.labolsa.com/empresa/CAPEANS_SA_\(EN_LIQUIDACION\)/madrid/](http://www.labolsa.com/empresa/CAPEANS_SA_(EN_LIQUIDACION)/madrid/)
- http://www.axesor.es/Informes-Empresas/35405/FABRICA_DE_CERAMICA_DE_SARGADELOS_SL.html

- http://www.labolsa.com/empresa/LLADRO_SA./valencia/
- http://www.labolsa.com/empresa/GRUPO_DE_EMPRESAS_ALVAREZ_SA/pontevedra/
- <http://www.labolsa.com/empresa/PAMESA/castellon/>
- http://www.labolsa.com/empresa/PORCELANOSA_SA/castellon/
- http://www.labolsa.com/empresa/VENIS_SA/castellon/
- http://www.labolsa.com/empresa/TAULELL_S_L/castellon/
- http://www.labolsa.com/empresa/ZIRCONIO_SA/castellon/
- <http://calagon.es/referencias/index.asp>
- <http://www.cananeo.com/html/obras.htm>

Portugália:

- <http://www.vistaalegreatlantis.com>
- <http://www.vaa.pt/sgps/VAASGPSCONTCONSOLIDADAS2006.pdf>
- <http://www.vaa.pt/sgps/VAASGPS1semestre2011.pdf>
- http://www.pofc.qren.pt/ResourcesUser/2011_Documentos/Monitorizacao/Relatorios/20110720_RelExec2010_Anexos.pdf
- <http://www.porcel.pt>
- <http://www.cerutil.pt>
- <http://www.grestel.pt>
- <http://www.costa-verde.com>
- <http://www.primagera.pt/>
- <http://www.spal.pt>
- <http://www.fariaebento.com>
- <http://www.sporvil.com>
- <http://www.topcer.com>
- http://www.cm-alcobaca.pt/resources/e948fa0cea16233e67612e1de606d708/Full_Report_Alcobaca_Final_Version_02.pdf