

# Eksport płytek ceramicznych z Polski w 2022 roku

MAKSYMILIAN MIROS  
ANALITYK CENTRUM ANALIZ BRANŻOWYCH

**D**wie branże płytek ceramicznych – włoska i hiszpańska zdominowały nie tylko produkcję, ale także eksport płytek w Europie. W 2021 r. z Włoch wyeksportowano blisko 330 mln m<sup>2</sup> płytek o wartości 4,55 mld EUR. W tym samym czasie Hiszpanie sprzedali za granicę ponad 510 mln m<sup>2</sup> za 3,68 mld EUR. Łącznie obie branże realizują aż 84% całego eksportu 27 krajów należących do UE.

Z Polski w 2021 r. na rynki zagraniczne trafiło prawie 60 mln m<sup>2</sup> płytek o wartości 394 mln EUR, co daje nam pozycję trzeciego co do wielkości eksportera w UE, choć nasz udział w łącznym eksporcie w UE nie przekracza 4%. Dużo więcej o znaczeniu eksportu dla polskiej branży płytek ceramicznych mówi fakt, że ponad połowa sprzedaży krajowych producentów trafia na rynki zagraniczne.

Podsumowanie eksportu płytek z Polski w 2022 r. z całą pewnością nie będzie łatwe. Wszystko zależy od tego, czy mowa o wartości czy ilości eksportu (w m<sup>2</sup>).

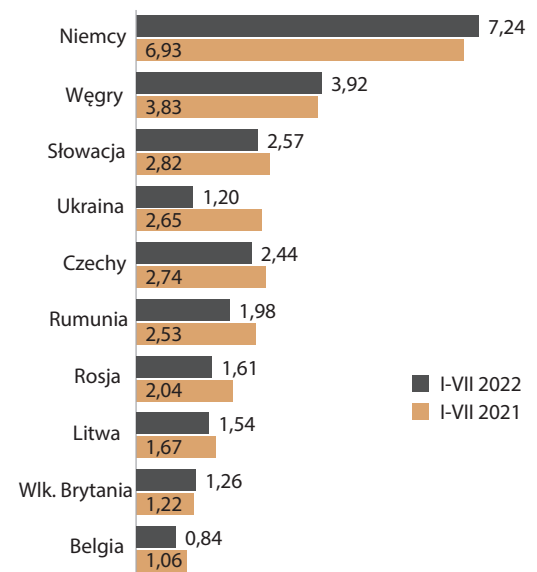
Z danych za siedem początkowych miesięcy 2022 r., które w raporcie „Rynek płytek ceramicznych w Polsce” (edycja 2022) opisuje Centrum Analiz Branżowych (CAB) wynika, że wartość eksportu jest o kilkanaście procent większa, ale ilość płytek wywiezionych za granicę o kilkanaście procent mniejsza niż po siedmiu miesiącach 2021 r. Ta różnica, oczywiście poza zmianą asortymentu na droższy, to przede wszystkim efekt rosnących cen. Z danych CAB wynika, że po siedmiu miesiącach 2021 r. średnie ceny eksportowe płytek zwiększyły się o ponad 30%, tj. z 6,5 EUR/m<sup>2</sup> do 8,4 EUR/m<sup>2</sup>

(o cenach w kraju oraz importowanych piszę w osobnym artykule).

Jak podaje CAB, od stycznia do lipca 2022 r. wyeksportowano z Polski płytki ceramiczne o łącznej wartości 273 mln EUR. Jest to wynik o 13,9% lepszy niż przed rokiem. Wśród dziesięciu największych odbiorców płytek z Polski spadek aż o 46,7% nastąpił jedynie na Ukrainie. W tym samym czasie w ujęciu ilościowym sprzedaż na rynkach zagranicznych zmniejszyła się o 12,7% r/r do 32,4 mln m<sup>2</sup> płytek, a mniejszą niż rok wcześniej odnotowano aż w siedmiu z dziesięciu największych krajach.

Największym odbiorcą płytek z Polski pozostają Niemcy (rysunek). Od stycznia do lipca 2022 r. do Niemiec wyeksportowano 7,24 mln m<sup>2</sup> płytek za 55,3 mln EUR, czyli o 4,5% (ilościowo) oraz 31,4% (wartościowo) więcej niż przed rokiem. Na kolejnym miejscu nastąpiła zmiana. Nie tylko ze względu na załamanie rynku ukraińskiego, ale też na duży wzrost eksportu na Węgry. Kraj ten stał się drugim odbiorcą płytek made in Poland. W ciągu siedmiu początkowych miesięcy 2022 roku polskim firmom udało się zwiększyć sprzedaż na Węgrzech o niemal 40% do 30,5 mln EUR (ilościowo wzrost wyniósł ok. 2,5%).

Ważnymi rynkami zbytu dla polskich producentów są także Czechy oraz Słowacja. Od stycznia do lipca 2022 r. sprzedaż do obu tych krajów zmniejszyła się o 9–10% do ok. 2,5 mln m<sup>2</sup> płytek, ale wartość tego eksportu zwiększyła się o 24–25%. Ponadto do dużych rynków zbytu należą Rumunia, Rosja (nadal) oraz Litwa, ale poza krajami z naszego regionu polskie firmy aktywne są także w Wielkiej



Źródło: Raport Centrum Analiz Branżowych pt. Rynek płytek ceramicznych w Polsce, edycja 2022

**Główne kierunki eksportu płytek ceramicznych z Polski po siedmiu miesiącach w latach 2021–2022 [mln m<sup>2</sup>]**

Brytanii, Belgii czy Holandii. O tym, że w 2022 r. eksport płytek z Polski w m<sup>2</sup> był znacznie mniejszy niż w 2021 r. świadczą wyniki siedmiu miesięcy oraz nastroje w kolejnych. Dużo trudniej odpowiedzieć na pytanie, czy wartość tego eksportu zwiększyła się w porównaniu z 2021 r. Wprawdzie po siedmiu miesiącach mieliśmy wzrost niemal 14%, ale po świetnym początku roku, w kolejnych miesiącach sytuacja się pogorszyła. W styczniu i lutym 2022 r. sprzedaż była o ponad 30% większa r/r, w marcu już „tylko” o 20%, a w następnych miesiącach wzrost był mniejszy, a nawet zdarzyły się miesiące ze spadkiem wartości eksportu. O tym czy cała branża zwiększyła wartość eksportu, przekonamy się za kilka miesięcy.