



Cesarom: Românii, printre ultimii din Europa la consumul de gresie și faianță

București, 25 mai 2010: Consumul mediu anual de plăci ceramice în România se situează sub media majorității țărilor din Europa, la 1,2 mp pe cap de locuitor, potrivit analizei Cesarom, singurul producător autohton de gresie și faianță cu distribuție națională și liderul pieței de profil.

Pe primele locuri în Europa în ceea ce privește consumul mediu anual de plăci ceramice pe cap de locuitor se află Spania și Grecia, unde valorile se situează la 5,26 mp de plăci ceramice și respectiv 4,7 mp. Criza economică a afectat însă și aceste două țări, consumul de plăci ceramice fiind în scădere. În același timp, italienii cumpără în medie anual aproximativ 3 mp de gresie și faianță pe cap de locuitor, în timp ce în Polonia consumul este de 2,8 mp.

“România, cu un consum mediu anual de 1,2 mp plăci ceramice pe cap de locuitor, se situează în apropierea Germaniei, unde se achiziționează 1,35 mp de gresie și faianță anual per capita. Consumul scăzut de plăci ceramice de pe piața locală se justifică prin puterea scăzută de cumpărare, prin lipsa infrastructurii și a utilităților în mediul rural”, a declarat Eduard Măcărescu, Directorul Comercial al Cesarom.

Analiza Cesarom mai arată că în ceea ce privește achizițiile strict efectuate, românii cumpără gresie și faianță în valoare medie de 750 de lei, fapt ce se traduce printr-o cantitate totală de 30 mp la un preț mediu de 25 lei pe metrul pătrat.

Această investiție are loc, potrivit estimărilor companiei o dată la 20 de ani, interval de timp asemănător cu cel al majorității europenilor. „În Germania de obicei se folosesc plăci ceramice simple de culoare albă iar schimbarea lor are loc, în medie, o dată la 30 de ani. Consumul scăzut de gresie și faianță al germanilor se justifică prin conservatorismul acestora. În Italia oamenii obișnuiesc să folosească modele de plăci ceramice mai sofisticate iar în medie schimbarea plăcilor se realizează cel puțin o dată la 20 ani”, a mai spus Măcărescu.

Conform studiului, în momentul achiziției, 65% dintre români optează pentru magazinele specializate și doar 35% se îndreaptă către magazinele de bricolaj existente pe piața din România.

Analiza arată că 24% dintre românii care își schimbă gresia și faianța aleg plăci de culoare bej, în timp ce 22% optează pentru nuanțe de albastru. Maro și verde sunt alte două tonuri cu mare căutare pe piața locală, în proporție de 17%, respectiv 11%.

În ceea ce privește profilul cumpărătorilor de gresie și faianță de pe piața autohtonă, oficialii Cesarom au declarat că 70% dintre aceștia sunt căsătoriți. De asemenea, decizia de cumpărare și alegerea a plăcilor este luată, în peste 70% din cazuri, de către femei cu vârste cuprinse între 30 și 50 ani, cu studii medii sau superioare și cu venituri medii.

“Decizia de cumpărare se ia îndeosebi în familie dar poate fi influențată de către prieteni, cunoștințe și personalul specializat din magazinele de profil”, a mai subliniat Eduard Măcărescu.

Pentru alegerea plăcilor ceramice dorite, românii se ghidează în primul rând după criterii estetice, însă un alt factor deosebit de important este prețul pe metrul pătrat.

În ceea ce privește designul, românii sunt influențați de tendințele pieței internaționale de plăci ceramice. Astfel, chiar dacă, datorită prețului scăzut pe metrul pătrat, cele mai vândute plăci ceramice sunt cele cu design marmorat, la nivelul pieței se constată o creștere a cererii pentru colecțiile cu un design modern. Acest fapt este dovedit și de preferințele românilor pentru noile colecții Cesarom: America, Woman, Rainbow, Dovima, Girotondo, Portofino, Exotica sau Pearls.

Conform estimărilor companiei, piața din România revine în proporție de 50% faianței cu dimensiuni de 20x30 cm și gresiei de 30x30 cm. Cu toate acestea, potrivit oficialilor companiei, formatele mai mari câștigă treptat teren, între ele remarcându-se faianțele cu dimensiuni de 25x40 cm sau 20x40 cm dar și gresiile de 45x45 cm.

#

Despre Cesarom

Cesarom este unul dintre brandurile cu tradiție din România, având o istorie de peste 40 de ani. Compania a devenit, începând cu 2004, membră a grupului austriac Lasselsberger, acesta fiind unul dintre cei mai renumiți producători europeni și mondiali de plăci ceramice (gresie, faianță, decoruri).

O dată cu intrarea în grupul Lasselsberger, compania și-a schimbat numele în Lasselsberger SA, dar a păstrat marca de produs Cesarom.

#