

Evoluția pieței: Produse ceramice (CN 69) — 2015–2025

Introducere

Capitolul 69 din Nomenclatura Combinată acoperă o gamă largă de produse ceramice, de la cărămizi și plăci de pavaj până la obiecte sanitare, articole de masă și produse refractare. În perioada 2015–2025, comerțul exterior al Uniunii Europene cu aceste mărfuri a cunoscut o transformare profundă: creșterea valorii exporturilor a fost alimentată aproape exclusiv de majorarea prețurilor, în timp ce importurile au explodat cantitativ, dar au devenit mai ieftine pe unitate. În paralel, hărțile partenerilor comerciali s-au redesenat semnificativ, sub impactul geopoliticii și al dinamismului unor economii emergente. Analiza de față își propune să descrie și să interpreteze aceste mișcări, sprijinindu-se exclusiv pe datele puse la dispoziție de platforma Trade Dashboard.

Dublă viteză în comerț: scumpirea exporturilor compensează prăbușirea volumelor, în timp ce importurile se umflă cantitativ

Exporturile valorice au avansat cu 17,8% exclusiv pe seama prețurilor, volumul scăzând cu un sfert

Valoarea exporturilor extra-UE de produse ceramice a urcat de la **7,79 miliarde EUR** în 2015 la **9,17 miliarde EUR** în 2025, un câștig de **17,8%** (date generale comerț). În același interval, cantitatea exportată s-a contractat cu **25,2%**, de la 12,31 milioane tone la 9,21 milioane tone. Rezultatul este o majorare accentuată a prețului unitar al exporturilor, de la **632,8 EUR/tonă** la **996,6 EUR/tonă (+57,5%)**. Altfel spus, întreaga creștere a încasărilor a venit din orientarea către produse mai scumpe și din majorarea prețurilor, nu din creșterea volumului fizic livrat.

Importurile au crescut puternic datorită volumelor (+74,4%), prețul mediu de import coborând ușor (–6,9%)

Pe latura importurilor, dinamica este aproape oglinda celei de la export. Valoarea importurilor a urcat de la **2,98 miliarde EUR** la **4,83 miliarde EUR (+62,4%)**, iar cantitatea importată a sărit de la 2,38 milioane tone la **4,15 milioane tone (+74,4%)**. Prețul mediu de import a scăzut de la 1 251,3 EUR/tonă la 1 164,9 EUR/tonă (–6,9%), ceea ce sugerează

că UE a absorbit volume mari de produse ceramice relativ mai ieftine din afara spațiului comunitar.

Soldul comercial rămâne solid pozitiv, iar dependența netă de importuri se adâncește în teritoriul exportator net

Excedentul comercial, deși ușor diminuat (−9,8%, de la 4,81 miliarde EUR la 4,34 miliarde EUR), a rămas consistent pe tot parcursul perioadei. Indicatorul de dependență netă de importuri (net import reliance) a evoluat de la **−7,1%** la **−20,6%**, semn că UE și-a întărit poziția de furnizor net pentru restul lumii. În același timp, ponderea exporturilor în valoarea producției (export propensity) a crescut de la **16,6%** la **35,1%**, confirmând o orientare tot mai pronunțată a industriei europene spre piețele externe.

Indicator	2015	2025	Δ %
Exporturi (mld. EUR)	7,79	9,17	+17,8
Exporturi (mil. tone)	12,31	9,21	−25,2
Preț mediu export (EUR/t)	632,8	996,6	+57,5
Importuri (mld. EUR)	2,98	4,83	+62,4
Importuri (mil. tone)	2,38	4,15	+74,4
Preț mediu import (EUR/t)	1 251,3	1 164,9	−6,9
Sold comercial (mld. EUR)	4,81	4,34	−9,8
Dependență netă de import (%)	−7,1	−20,6	−188,4 ¹
Propensiune la export (%)	16,6	35,1	+111,1

¹ Modificarea procentuală a unui indicator deja negativ semnifică adâncirea poziției de exportator net.

Harta comercială se redesenează: China domină importurile, SUA devin principala destinație a exporturilor, iar Rusia se prăbușește

Pe partea de import, China își consolidează hegemonia, iar India și Serbia înregistrează creșteri explosive

China a fost și rămâne cel mai mare furnizor extra-UE, cu livrări care au urcat de la **1,23 miliarde EUR** la **2,24 miliarde EUR (+82,6%)**, ajungând să reprezinte aproape jumătate din valoarea importurilor în 2025 (clasament parteneri). Turcia, al doilea partener, a avansat cu **61,5%** (la 513,7 milioane EUR). Cele mai spectaculoase ritmuri de creștere au fost însă înregistrate de India (**+467,5%**, până la 360,9 milioane EUR) și de Serbia (**+199,8%**, până la 78,5 milioane EUR), ceea ce indică o diversificare treptată a surselor

de aprovizionare. Ucraina a crescut cu **229,1%** (la 61,2 milioane EUR), în pofida perturbărilor generate de război.

La export, Statele Unite devansează Regatul Unit, iar Rusia pierde două treimi din valoare

În 2015, principala piață de export era Regatul Unit (1,11 miliarde EUR), urmată îndeaproape de Statele Unite (1,16 miliarde EUR). În 2025, SUA au ajuns la **1,86 miliarde EUR (+61,0%)**, în timp ce Regatul Unit a scăzut ușor la 1,00 miliarde EUR (–9,8%), devenind a doua destinație. Alți parteneri care s-au remarcat pozitiv includ Israel (**+78,8%**, 321 milioane EUR), Maroc (**+83,4%**, 203 milioane EUR) și Elveția (**+27,9%**, 524 milioane EUR). În contrast, exporturile către Rusia s-au prăbușit de la 446 milioane EUR la numai **158 milioane EUR (–64,6%)**, reflectând efectul sancțiunilor și al retragerii deliberate a exportatorilor europeni. Arabia Saudită a înregistrat și ea o contracție severă (**–48,9%**, la 169 milioane EUR).

Perturbări și volatilitate accentuată pe mai multe rute

Analiza volatilității (volatilitate) evidențiază instabilitate ridicată a cantităților importate din Emiratele Arabe Unite (coeficient de variație 0,73), Rusia (0,73) și India (0,62). La export, volatilitatea mare se regăsește pe piețe precum Algeria (0,89), Arabia Saudită (0,46), Liban (0,46) și Rusia (0,47). Platforma a detectat șocuri de preț notabile (șocuri de preț): prețul importurilor din Ucraina a sărit cu 52,6% în 2022 (anul invaziei), cel al exporturilor spre Marea Britanie a crescut cu 47,3% în 2017 (ajustări post-Brexit), iar prețul exporturilor către SUA s-a majorat cu 40,7% în 2022, pe fondul inflației globale și al perturbărilor lanțurilor de aprovizionare.

Specializarea pe segmentele de valoare susține competitivitatea: produsele tehnice și sanitare domină exporturile, plăcile ceramice domină importurile

Segmentele cu preț unitar foarte ridicat – articole tehnice (6909) și sanitare (6910) – poartă greutatea exporturilor

Structura exporturilor pe subcapitole (comparație produse) dezvăluie o ierarhie clară a valorii adăugate. Produsele tehnice și de laborator (cod 6909) au un preț unitar mediu de **24 718 EUR/tonă** în 2025, dominând clasamentul valoric al exporturilor, deși volumele sunt modeste (48 mii tone). Articolele sanitare (cod 6910, 4 841 EUR/tonă) și ceramica refractară pentru construcții (cod 6902, 1 902 EUR/tonă) completează tabloul exporturilor cu

valoare mare pe unitate. Produsele „n.e.s.” (cod 6914) au înregistrat, de asemenea, o creștere puternică a prețului, ajungând la **2 896 EUR/tonă**.

Plăcile ceramice (6907) domină volumele, dar prețurile lor sunt mult inferioare segmentelor de nișă

Atât la import, cât și la export, plăcile și dalele ceramice (cod 6907) ocupă primul loc ca volum. În 2025, UE a importat **2,09 milioane tone** de plăci, la un preț mediu de doar 338 EUR/tonă, în timp ce a exportat **6,55 milioane tone** la 693 EUR/tonă. Diferența de preț reflectă specializarea europeană pe segmente de calitate superioară, în timp ce importurile masive din China și Turcia acoperă gamele de preț mai accesibile. De remarcat evoluția divergentă a prețului exporturilor acestui cod: după un minim de 461 EUR/tonă în 2018, acesta a urcat constant, semn al repoziționării pe segmente premium.

Italia și Spania rămân liderii incontestabili ai exporturilor, iar statele membre din est câștigă rapid teren

Conform datelor privind specializarea (specializare), cei mai specializați exportatori din UE sunt:

- **Portugalia** (RSCA 0,55, RCA 3,49)
- **Italia** (RSCA 0,47, RCA 2,76)
- **Spania** (RSCA 0,45, RCA 2,60)
- **Bulgaria** (RSCA 0,38, RCA 2,24)
- **Polonia** (RSCA 0,19, RCA 1,48)

Italia rămâne cel mai mare exportator din UE, cu livrări de **2,50 miliarde EUR** în 2025, urmată de Spania (**2,59 miliarde EUR**), conform clasamentului reporterilor (raportori). Germania, deși mare exportator pe segmentul produselor tehnice, are o specializare relativ moderată (RSCA -0,09). În ultimul deceniu, Polonia a cunoscut o expansiune notabilă a exporturilor (+29,9%, la 469 milioane EUR), iar Franța a urcat cu 20,5%. În schimb, Austria a înregistrat un recul de -37,5%, probabil ca urmare a pierderii piețelor estice.

Pe partea de import, concentrarea furnizorilor (concentrare) a crescut: indicele Herfindahl-Hirschman (HHI) pentru valoarea importurilor a urcat de la 2 046 la 2 435, semn că dependența de câțiva mari parteneri (China, în primul rând) s-a accentuat. În contrast, exporturile rămân foarte diversificate (HHI valoric de doar 680), ceea ce reduce riscul pentru producătorii europeni.

Concluzie

Comerțul UE cu produse ceramice a traversat, între 2015 și 2025, o fază de maturizare și reorientare strategică. Creșterea valorii exporturilor a fost posibilă prin scumpirea unitară a mărfurilor livrate, pe fondul scăderii volumelor fizice, ceea ce indică o migrare către segmente superioare de preț și calitate. Importurile, dimpotrivă, s-au extins masiv cantitativ, prețul mediu coborând ușor, ceea ce reflectă aprovizionarea cu produse de larg consum din China, Turcia și India. Poziția de exportator net s-a consolidat, iar industria europeană și-a dublat gradul de orientare spre piețele terțe.

Din punct de vedere geografic, ascensiunea Chinei și prăbușirea Rusiei sunt cele mai marcante schimbări, în timp ce SUA au devenit principala piață de desfacere. Volatilitatea rămâne ridicată pe rute expuse riscurilor geopolitice, iar concentrarea importurilor reprezintă o vulnerabilitate potențială. Pe plan intern, statele membre sudice își păstrează avantajul competitiv pe segmentele de nișă, iar Polonia și alți producători estici își sporesc rapid cota de piață. În ansamblu, sectorul ceramic european se dovedește rezilient și capabil să transforme presiunile externe în oportunități de creștere a valorii adăugate.

Generat la 2026-07-25 pe baza datelor de la tradedashboard.eu

Raport generat de o mașină: accelerează analiza umană, chiar cu riscul de a o induce uneori în eroare. Nu o poate înlocui niciodată complet.

Dacă aveți nevoie de consiliere privind politica comercială europeană sau de reprezentare a intereselor dvs. la Bruxelles, nu ezitați să mă contactați la support@tradedashboard.eu. Veți găsi CV-ul meu la această adresă.