

ICEX



tile of spain®

Nº 15
**EL SECTOR DE PAVIMENTOS Y
REVESTIMIENTOS CERÁMICOS
EN LA FEDERACIÓN RUSA**

Elaborado por:
Oficina Económica y Comercial de Moscú
Tel.: +7-495-783-9281/2/4/5
Fax.: +7-495-783-9291
moscu@mcx.es

Queridos amigos,

La publicación de este boletín de noticias es una de las actividades previstas en el Plan de Promoción Sectorial del Azulejo Español en Rusia bajo la dirección del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER). Al igual que ya hacen desde hace tiempo en Oficinas Comerciales de otros países, tratamos con este instrumento de informar a los profesionales españoles acerca de la situación y tendencias del sector en este país, importante comprador de azulejo español.

Este es el tercer boletín del año 2007, y el 15º desde que comenzó a editarlo trimestralmente esta Oficina Económica y Comercial de España en Moscú en formato electrónico, es distribuido a las empresas por ASCER. El modelo del boletín que os ofrecemos este año contiene algunos cambios en su estructura interna respecto a las ediciones anteriores, enfatizando aspectos de carácter práctico para el exportador.

La presente edición del boletín incluye las siguientes secciones:

1. Tendencias del sector: en esta sección intentamos hacer un seguimiento de la situación actual en el mercado de pavimentos y revestimientos cerámicos y los sectores conexos: coyuntura de la construcción y del azulejo, tendencias de consumo, prescriptores de opinión, acciones publicitarias y promocionales de países competidores.
2. Análisis del mercado: dedicada a análisis individuales de aspectos prácticos del sector: aduanas en Rusia, certificación, distribución de azulejo, formación de precios finales, mecanismos de funcionamiento de empresas distribuidoras.
3. Ferias y proyectos: sección que incluye información acerca de los proyectos de construcción más importantes, la actualidad empresarial del sector, información sobre ferias sectoriales etc.
4. Las Regiones de Rusia: en cada boletín se trata la situación del sector en alguna de las que forman la competencia de nuestra Oficina en Moscú.
5. Actualidad del plan sectorial: información detallada acerca de acciones de promoción realizadas dentro del Plan Sectorial.

Esperamos sinceramente que les resulte de interés. No obstante, estaremos encantados de atender cualesquiera comentarios, así como sugerencias, preguntas y críticas a su contenido a la dirección de correo moscu@mcx.es.

Atentamente,

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL EMBAJADA DE ESPAÑA EN MOSCÚ

SUMARIO

SUMARIO	3
1.TENDENCIAS DEL SECTOR	4
1.1. ANÁLISIS DE COYUNTURA DE AZULEJO	4
1.2. NOTICIAS Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE EMPRESAS	6
Festival internacional de arquitectura y diseño “Eurasia 2007”	6
Kerama Marazzi continúa su expansión por las regiones de la FR y los países de la CEI.....	6
Sokol organiza el seminario “Aplicación de nuevos materiales en la construcción de vivienda y no residencial en la región Noroeste de la FR”	6
1.3. CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PROMOCIÓN DE PAÍSES COMPETIDORES	7
2.ANÁLISIS DEL MERCADO	8
3.FERIAS Y PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN	9
3.1. FERIAS DEL SECTOR	9
11ª edición de la feria Baltic Build en el recinto ferial Lenexpo (SanPetersburgo).....	9
3.2.PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN	10
Complejo residencial de Ricardo Bofill en el centro histórico de San Petersburgo.....	10
Nuevo centro de oficinas de Gazprom.....	10
Azulejo español en un restaurante georgiano de Moscú.....	10
4. EL AZULEJO EN LA REGIÓN DE PERM	11
Introducción.....	11
La distribución de pavimentos y revestimientos cerámicos en Perm.....	11
5. ACTUALIDAD DEL PLAN SECTORIAL	14
6. DIRECCIONES DE EMPRESAS	15

1. TENDENCIAS DEL SECTOR

1.1. ANÁLISIS DE COYUNTURA DE AZULEJO:

Las cifras del primer semestre del año 2007 presentadas por la Aduana Española* confirman la consolidación de la tendencia exportadora a la Federación Rusa ya apuntada en ejercicios anteriores. Las exportaciones de pavimentos y revestimientos cerámicos a Rusia han crecido un 34,20%, por encima del avance medio del sector –alcanzando un volumen de exportación de 76,16 millones de dólares para las partidas 6907 y 6908, conjuntamente. Hay que señalar que, dentro de esta cifra conjunta, las exportaciones de baldosas cerámicas no esmaltadas (partida 6907) suponen una mínima parte de la cifra agregada (0,49 %); aunque cabe señalar que el incremento de las exportaciones se produce a un ritmo sensiblemente mayor que en el caso de las baldosas cerámicas esmaltadas (Partida 6908).

Así, Rusia se mantiene como cuarto destino de la exportación española de pavimentos y revestimientos (partidas 6907 y 6908 conjuntamente), situándose –al igual que en 2006- inmediatamente por detrás de Francia, Reino Unido y Estados Unidos.

Tabla 1- **Exportaciones** españolas (en millones de dólares americanos) de baldosas cerámicas no esmaltadas, partida 6907 (primer semestre):

* Hay que apuntar que los datos proporcionados por la Aduana Española tienen carácter provisional y que pueden ser objeto de posteriores modificaciones y rectificaciones, cuando todas las operaciones hayan sido liquidadas. No obstante siguen presentando una *gran divergencia* con las estadísticas aportadas por la Aduana Rusa, como se verá en las estadísticas presentadas a continuación.

				% CAMBIO
País	2005	2006	2007	-07/06-
Francia	7,91	8,54	12,44	45,67
Alemania	5,04	6,27	7,03	11,34
Reino Unido	4,24	4,65	6,24	34,19
Portugal	5,28	5,43	6,01	10,68
Italia	4,09	4,12	5,74	39,32
Estados Unidos	2,53	5,74	3,44	-40,07
México	1,70	1,76	2,75	56,25
Bélgica	1,62	--	2,53	--
Países Bajos	2,04	--	2,30	--
Suiza	1,01	1,65	2,14	29,70
Polonia	0,99	0,77	1,68	
Rusia	0,56	0,66	1,53	131,81
TOTAL	54,41	62,14	75,16	20,95

(Fuente: Estacom)

Tabla 2- **Exportaciones** españolas (en millones de dólares americanos) de baldosas cerámicas esmaltadas, partida 6908 (primer semestre):

				% CAMBIO
País	2005	2006	2007	-07/06-
Francia	148,17	140,72	171,34	21,76
Reino Unido	111,50	101,76	112,54	10,59
Estados Unidos	136,04	138,97	105,27	-24,25
Rusia	44,89	56,09	74,63	33,05
Grecia	45,18	48,37	72,60	50,09
Italia	46,49	49,66	64,56	30,00
Alemania	55,02	50,96	62,13	21,92
Portugal	69,48	57,77	60,54	4,79
Rumania	40,99	31,97	53,72	68,03
Arabia Saudí	54,15	52,58	49,06	-6,69
TOTAL	1.286,53	1.297,09	1.526,99	17,72

(Fuente: Estacom)

Tabla 3- **Importaciones** rusas (en millones de dólares americanos) de baldosas cerámicas no esmaltadas, partida 6907 (primer semestre):

				% CAMBIO
País	2005	2006	2007	- 07/06 -
China	9,93	16,57	22,09	33,31
Italia	6,30	7,28	9,73	33,65
España	0,60	2,76	8,42	205,07
Ucrania	0,26	1,97	2,18	10,66
Polonia	2,78	2,14	1,88	-12,15
Alemania	0,88	0,84	1,40	66,67
Rep. Checa	0,76	1,38	1,17	-15,22
Turquía	1,14	1,17	0,92	-21,37
Irán, Rep. Islám.	0,20	0,62	0,48	-22,58
Portugal	0,45	0,18	0,42	133,34
TOTAL	25,37	37,11	49,79	34,17

(Fuente: World Trade Atlas)

Tabla 4- **Importaciones** rusas (en millones de dólares americanos) de baldosas cerámicas esmaltadas, partida 6908 (primer semestre):

				% CAMBIO
País	2005	2006	2007	- 07/06 -
España	14,65	19,51	24,54	25,78
Italia	8,92	10,76	19,07	77,23
Polonia	8,62	9,44	12,52	32,63
China	6,14	9,31	7,01	-24,70
Rep. Checa	1,17	2,24	2,14	-4,46
Turquía	2,07	2,61	1,31	-49,80
Alemania	0,86	1,02	1,23	20,59
Ucrania	1,32	1,39	0,82	-41,01
Lituania	0,63	0,41	0,54	31,71
Reino Unido	0,12	0,15	0,34	126,67
TOTAL	46,32	58,14	70,89	21,93

(Fuente: World Trade Atlas)

Las cifras anteriores muestran un importante crecimiento de las importaciones rusas de ambas partidas, especialmente en

lo que concierne a las baldosas cerámicas no esmaltadas (205,07%). Menos espectacular, pero también fue notable el incremento de las importaciones de la partida 6908 ("esmaltadas"), con un 25,78% de incremento respecto del primer semestre de 2006.

España conserva su primer puesto en el ranking de suministradores de revestimiento esmaltado a Rusia, seguido, como en años anteriores, por su competidor tradicional: **Italia**, que de seguir creciendo al ritmo actual, podría superar a España a medio plazo en el mercado ruso. En lo que respecta a los datos de las exportaciones de gres porcelánico, sin embargo, pese al incremento del volumen de exportaciones España-Rusia, Italia vuelve a superar la cifra española, si bien por detrás del nuevo líder en exportaciones de gres porcelánico al mercado ruso: China.

Las exportaciones de gres porcelánico **chino** continúan evolucionando favorablemente, conservando el ritmo de crecimiento de años anteriores (33,31% de incremento en el primer semestre de 2007 respecto de 2006); la exportación de gres ha superado, a junio de 2007, los 22 millones de dólares. En este sentido, la entrada de China en el mercado internacional de gres porcelánico ha sido dañina para Italia, que además de perder el liderazgo en el mercado ruso, crece – proporcionalmente– más que China en volumen exportado, pero con unas cifras claramente inferiores.

Entre los primeros puestos se encuentra también **Polonia**, que produce pavimentos y revestimientos cerámicos de mayor calidad que China, pero orientados a un segmento de consumo inferior al pretendido por España e Italia. Polonia ha perdido cuota de mercado en lo que al gres porcelánico concierne en los últimos años (-12,15% en el primer semestre de 2007

respecto del mismo período en 2006), si bien han visto aumentar las exportaciones de azulejo –en menor medida que Italia, pero más que España. Aún así, las cifras no deberían ser preocupantes para los fabricantes españoles, debido a la inferior calidad del producto polaco.

El puesto que anteriormente ocupaba Turquía en los presentes rankings ha pasado a ocuparlo la **República Checa**, con un producto que juega en la misma liga que los pavimentos y revestimientos cerámicos de origen polaco, presentando, sin embargo, una evolución negativa en ambas partidas arancelarias; no obstante estas cifras, habrá que observar la evolución de la República Checa a lo largo del próximo año para comprobar si su puesto entre los líderes del mercado ruso se confirma, o se queda en algo puntual.

1.2. NOTICIAS Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE EMPRESAS

Festival internacional de arquitectura y diseño”Eurasia 2007”:

De febrero a julio de 2007, por quinta vez consecutiva, la editorial “Univer Press” y la revista “Le Taburé” organizaron el *Festival Internacional de arquitectura y diseño Eurasia 2007*. Como ya es habitual, el festival tuvo lugar en la ciudad de Ekaterimburgo (Urales), ubicada en la frontera entre Europa y Asia; se trata de una región rusa muy importante estratégicamente que experimenta un boom constructivo sin precedentes.

El Festival comprende un amplio programa de forums, exposiciones, presentaciones, master-class, etc. Asimismo, en el marco del festival tuvo lugar la convocatoria de la V edición del concurso internacional de arquitectura y diseño en el que participan arquitectos y diseñadores de Rusia y otros países de la CEI.

En 2007 el concurso fue patrocinado por la empresa ArtStone, (www.art-stone.ru) especializada en la distribución de gres porcelánico, y la compañía distribuidora de parquet Dom Parketa (www.dom-parketa.com).

Más información en: www.upress.ru

Kerama Marazzi continúa su expansión por las regiones de la FR y los países de la CEI:

A principios de julio la joint-venture ruso-italiana inauguró su primera tienda en Ufa (Bashkortostán). En una superficie de 68 m² están presentadas todas las nuevas colecciones del fabricante, incluida la serie “Italiana”, que obtuvo mucho éxito entre los clientes de Kerama Marazzi y goza de una gran demanda.

Asimismo, fue inaugurada una tienda en un centro comercial de materiales de construcción en Minsk (Bielorrusia) y un salón en Ereván, perteneciente al distribuidor exclusivo de Kerama Marazzi en Armenia -Lia-Kaf Group.

Más información: www.kerama-marazzi.ru

Sokol organiza el seminario “Aplicación de nuevos materiales en la construcción de vivienda residencial y no residencial en la región Noroeste de la FR”:

El pasado mes de julio el fabricante ruso de pavimentos y revestimientos cerámicos “Sokol” organizó en su salón de San Petersburgo el seminario “Aplicación de nuevos materiales en la construcción residencial y la no residencial en la región Noroeste de la FR”, al que asistieron las principales empresas constructoras.

El principal objetivo del seminario ha sido el de presentar al público profesional las nuevas colecciones del fabricante, ya que en los últimos años Sokol ha mantenido una

colaboración muy estrecha con las constructoras locales, que llevan a cabo la construcción de complejos de vivienda, centros comerciales etc.

Más información: www.sokol-keram.ru

1.3. CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PROMOCIÓN DE PAÍSES COMPETIDORES:

Italia:

Seminarios promocionales de la feria Cersaie:

En los meses previos a la feria en Bolonia, el ICE (Instituto Italiano de Comercio Exterior) y Confindustria Cerámica (Asociación Italiana de fabricantes de pavimentos y revestimientos cerámicos) organizaron una serie de seminarios “Tiles of Italy y la feria Cersaie – matriz del diseño contemporáneo” con el objetivo de promocionar el azulejo italiano y la 25ª edición de la feria en Bolonia. Los seminarios se celebraron en las ciudades regionales rusas que tienen en la actualidad más importancia desde el punto de vista del consumo de materiales de pavimentos y revestimientos cerámicos y experimentan un boom de la construcción: Krasnodar, Nizhny Novgorod etc.

A los eventos asistieron distribuidores locales de azulejo, arquitectos, diseñadores y empresas constructoras.

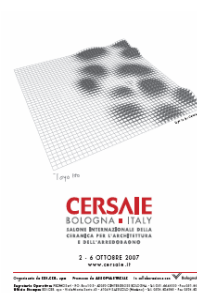
Asimismo, a los asistentes se les ofreció la posibilidad de ver una pequeña exposición de las colecciones más destacadas del azulejo italiano.

Inserción del módulo “Tiles of Italy”:

El módulo genérico “Tiles of Italy” ha sido insertado en revistas especializadas como Elle Decor, Sovremenny Dom, Archidom, Salon, Interior+Design, Arkhitekturny vestnik entre muchas otras.

Inserción del módulo publicitario “Cersaie 2007”:

En el período de julio a septiembre, el módulo publicitario “Cersaie 2007” (del 2 al 6 de octubre) ha sido insertado en la mayoría de las publicaciones especializadas rusas: Salon, Archidom, Mezonin, The Best Interiors etc.



Módulo publicitario Cersaie 2007

Edición en ruso de la revista “Cer International”:

La publicación especializada en el sector de la decoración de baño y azulejo italianos se edita en los idiomas alemán, inglés, francés y ruso. Se distribuye en Rusia de manera gratuita entre las compañías dedicadas a la importación y exportación, constructoras, firmas de diseño, agentes del sector y demás prescriptores. Su contenido versa tanto sobre las características técnicas de los productos italianos como sobre la coyuntura económica. Tiene una tirada de 100.000 ejemplares, con una periodicidad semestral.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

Programas promocionales del distribuidor ruso:

A partir del año 2000 casi todos los sectores económicos rusos han evolucionado de manera espectacular; el sector de pavimentos y revestimientos cerámicos también ha experimentado una evolución muy dinámica tanto en lo que se refiere a la producción local, como a estabilidad y volúmenes de importaciones, lo que vino determinado por una demanda cada vez más creciente.

En los últimos años los operadores rusos han adoptado pautas de trabajo occidentales, por lo que diferentes programas de promoción del producto importado ocupan un papel clave en su distribución.

Todas las actividades de promoción se pueden dividir en 2 grandes grupos: - las dirigidas al cliente profesional (distribuidores, arquitectos/diseñadores y empresas constructoras), y en las que nos centraremos en esta sección del boletín;- y las dirigidas al consumidor final.

Dado que día a día los proyectos de construcción cobran más relevancia en la distribución de pavimentos y revestimientos cerámicos, el distribuidor hace más hincapié en el desarrollo de programas de marketing de la empresa, dirigidas al segmento profesional. En la realización de estas actividades es imprescindible que el distribuidor cuente con el apoyo del fabricante, porque en el caso opuesto el impacto de estas iniciativas será muy inferior, si no nulo.

Los principales componentes de tales programas son:

- Seminarios/presentaciones, orientados a arquitectos, diseñadores y empresas constructoras.

Habitualmente son presentaciones de nuevas colecciones introducidas por el distribuidor en el mercado, que se celebran entre una y dos veces al año, siendo la manera más eficaz, si no la única, de poder entablar y/o mantener contacto con el público profesional.

- Visitas a fábricas. Algunos distribuidores importantes organizan viajes de sus clientes profesionales a las instalaciones de fabricantes con el objetivo de que puedan ver el proceso productivo y elegir *in situ* colecciones para proyectos que están realizando.

- Participación en las ferias especializadas. Habitualmente, algunos distribuidores piden a su proveedor una aportación indirecta en la actividad: suministro material promocional (catálogos, etc.) y/o presencia del representante del fabricante durante los días de la feria en el stand. En algunos casos el distribuidor y el fabricante comparten el coste de la participación en la feria.

- Campañas publicitarias también pueden ser consideradas como promociones orientadas al consumidor profesional. Habitualmente se trata de las inserciones publicitarias en la prensa especializada.

Las acciones arriba mencionadas son las más comunes; no obstante, cualquiera que sea la actividad desarrollada por el operador dirigida al cliente profesional, la implicación del fabricante desempeña un papel muy importante.

3. FERIAS Y PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN

3.1. FERIAS DEL SECTOR

Del 12 al 15 de septiembre tuvo lugar la 11ª edición de la feria Baltic Build en el recinto ferial Lenexpo (San Petersburgo):

Baltic Build se puede considerar la más importante feria del sector en Rusia y la CEI fuera de Moscú; con un formato y planteamiento muy parecidos a los de Mosbuild (ambas ferias comparten organizador), Baltic Build ha conseguido posicionarse como segunda feria en importancia en la Federación Rusa.

Participantes:

El número de participantes en la edición de 2007 ha ascendido, según datos de los organizadores, a 695 empresas; más de 22.600 personas asistieron a Baltic Build en calidad de visitantes, procedentes tanto de Rusia y la CEI como del extranjero (7% del público). Las cifras han disminuido respecto a 2006, si bien la proporción de empresas extranjeras participantes en la feria ha sido mayor que en la anterior edición: del total de empresas participantes, 151 eran extranjeras, procedentes de 19 países diferentes.

Los países representados en Baltic Build 2007 fueron: Austria, Bélgica, Reino Unido, Alemania, Israel, España, Italia, Corea del Norte, Letonia, Emiratos Árabes Unidos, Polonia, Bielorrusia, Rusia, Estados Unidos, Taiwán, Turquía, Ucrania, Finlandia y República Checa.

Secciones temáticas:

Los organizadores de Baltic Build han presentado las diferentes áreas del sector de la construcción bajo las siguientes secciones:

- Santekhnika (sanitarios y grifería)
- Ceramic & Stone (pavimentos y revestimientos cerámicos, piedra natural)

- Building materials & equipment (maquinaria y materiales de construcción)
- Heat*Vent (climatización y fontanería)
- Conmac (herramienta de construcción y de mano y vehículos para el sector de la construcción y obras públicas)
- Windows & Doors (ventanas y puertas)
- Interiors (interiorismo, mueble y decoración)
- Flooring (suelos)
- Decotex (textil)
- BaltiMix (cementos, yesos, cales, áridos y todo lo relativo a su elaboración)

Si bien Baltic Build es considerada, por la mayoría de participantes y visitantes encuestados, punto de encuentro entre empresas y clientes potenciales, cabe señalar que la organización del evento ha potenciado una serie de eventos más allá del ámbito puramente comercial, como concursos patrocinados por empresas y jurados formados por prestigiosos especialistas y autoridades (en la pasada edición, *Innovation 2007* y *Highstyle of Exposition*, este último para optimizar el uso de publicidad en el sector), conferencias o el festival *Architecture & Design*.

Resulta asimismo interesante la iniciativa *Supporting Small Businesses*, cuyo fin es el fomento de la participación de PYMES en Baltic Build, mediante un sistema de descuentos especiales. En 2007 este proyecto se llevaba a cabo por sexto año consecutivo, con el apoyo del Centro de Construcción de San Petersburgo.

Organizadores: ITE GROUP PLC (página web: www.ite-exhibitions.com) y su colaborador oficial en San Petersburgo, PRIMEXPO (www.primexpo.ru).

3.2. PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN:

Ricardo Bofill construirá un complejo residencial en el centro histórico de San Petersburgo:

En 2008 se iniciará la construcción de un complejo residencial multifuncional en San Petersburgo, diseñado por Ricardo Bofill. El edificio, de 48 metros de alto, se ubicará en el centro histórico de la ciudad, ocupando una superficie de 1,2 ha. La finalización del proyecto –encargado por el holding RBI, y en el que se han invertido 60 millones de dólares– está prevista para 2011. A parte de pisos residenciales (24.000 m²), el complejo incluirá un centro de oficinas de clase “A”, un parking subterráneo, supermercado y filiales de varios bancos.

Con la finalidad de concordar la fachada del nuevo complejo con los edificios, ubicados en el centro de San Petersburgo, que son prioritariamente casas del estilo imperial clásico, los autores del proyecto decidieron que será el complejo de clasicismo moderno.

Nuevo centro de oficinas de Gazprom:

La empresa importadora de pavimentos y revestimientos cerámicos SERVER LTD suministró azulejo de Vives y mármol de Venatto para el nuevo centro de oficinas de Gazprom, ubicado en Moscú (Ul. Akademika Vlasova).

Los pavimentos españoles fueron utilizados en una superficie de 3.000 m².

La empresa encargada de la ejecución del proyecto ha sido el despacho de arquitectos “Novatsiya Zodchie”.



Vista del interior

Azulejo español en un restaurante georgiano de Moscú:

En el acondicionamiento del restaurante “Suliko” de Moscú, especializado en cocina georgiana, fue utilizado azulejo español de la colección de estilo rústico “Camino de Santiago”, de Keraben –suministrado por el operador moscovita “Territoria Keramiki”– que imita el diseño original de las auténticas casas del Viejo Tiflis.



Vista del interior del restaurante

4. EL AZULEJO EN LA REGIÓN DE PERM

Introducción:

La región de Perm se encuentra a unos 1.700 kilómetros al este de Moscú, en la región de los Urales occidentales, y cuenta con una superficie de 160.000 kilómetros cuadrados y 2,8 millones de habitantes. Su capital, Perm, tiene una población de 1,2 millones, lo que la convierte en una de las diez principales ciudades de Rusia.

Perm es una región rica en recursos naturales (petróleo, madera, minerales) y dispone de una industria relativamente diversificada (producción de maquinaria, derivados del petróleo, industria química, metalúrgica, madera, papel, etc). Debido a la presencia de empresas de gran relevancia a nivel federal, la ciudad de Perm cuenta con una clase alta relativamente numerosa, lo que se traduce en la presencia de muchas boutiques y tiendas de lujo. El salario medio es de 13.000 rublos (unos 500 dólares), pero oscila desde los 26.000, en el sector de hidrocarburos, hasta los 2.500, en la industria de bienes de consumo.

La construcción representa el 3% del PIB regional y ha experimentado un estancamiento en los últimos años debido a la mala gestión de la actual administración, tanto de la región como de la capital. A esto se añade que en Perm no existe apenas producción de materiales de construcción y la región es deficitaria en cemento, hormigón, ladrillo y construcciones metálicas. Como dato representativo, la construcción de vivienda en 2006 fue de aproximadamente de 300.000 metros cuadrados, cifra muy inferior a las de otras regiones de población similar como Tatarstán, Samara o Yekaterimburgo. La administración regional tiene previsto

tomar medidas para impulsar la actividad constructora hasta llegar a los 700.000 metros cuadrados anuales en dos o tres ejercicios.

La distribución de pavimentos y revestimientos cerámicos en Perm:

Podemos clasificar a los operadores del sector de baldosas cerámicas en Perm en cuatro categorías:

1. Importadores: empresas como Neks (Starik Khottabych), Granito Gres o Bars tienen delegaciones en la ciudad y operan en ella. Sólo existe un importador directo (ver sección "Distribuidores de pavimentos y revestimientos cerámicos en Perm").
2. Grandes distribuidores, como Agora, SuperStroy (Yekaterimburgo), que operan en Perm y son quienes dominan la distribución minorista. Existe algún distribuidor local de cierto volumen pero centrado en producto ruso de bajo precio.
3. Pequeños distribuidores que trabajan con azulejo importado de Italia o España. Se trata de pequeñas empresas sin capacidad para importar directamente por lo que se abastecen de proveedores en Moscú, Yekaterimburgo y otras grandes ciudades rusas.
4. Distribuidores exclusivos de fábricas rusas: operan al por mayor y al detalle.

En Perm es muy reducido el número de distribuidores locales de azulejo importado de calidad y, a excepción de Stroy Interior,

ninguno de los que operan en la ciudad dispone de almacén propio, sino que trabajan por pedido con los grandes distribuidores de Moscú, San Petersburgo, Yekaterimburgo y, en menor medida, de otras regiones rusas (Kazán, Krasnodar, Samara).

A diferencia de otras ciudades “millonarias” de Rusia, Perm no es un centro de distribución interregional, estando reservado este rol en la región de los Urales a la ciudad de Yekaterimburgo. Esta es una de las razones por las que en Perm no han aparecido grandes distribuidores de materiales de construcción, en particular de azulejo.

Los distribuidores locales prefieren a los importadores de Moscú frente a los de Yekaterimburgo, y a los de San Petersburgo y otras ciudades frente a los de la capital. Por un lado no están conformes con el papel de líder económico que ejerce Yekaterimburgo, y por otro tampoco les satisface la altivez que muestran los importadores moscovitas. Estos distribuidores prefieren comercializar azulejo español por sus precios inferiores al italiano, lo que les garantiza una demanda y una rotación mayor. Otras consideraciones, como el diseño o las preferencias más o menos generales de los consumidores locales, tienen una importancia muy residual.

Es muy difícil cuantificar el volumen de oferta y demanda de azulejo importado de calidad en Perm y su región, aunque teniendo en cuenta la buena situación económica de la ciudad, se trata de una demanda significativa que los pequeños distribuidores locales no son capaces de satisfacer, por lo que muchos consumidores (no sólo empresas constructoras sino clientes finales de poder adquisitivo elevado) compran directamente el azulejo en Moscú.

En nuestra opinión, la distribución de baldosas cerámicas del segmento alto adolece de una cierta atrofia por causas diversas y no se corresponde con la demanda actual de la ciudad y su región, por lo que el potencial de crecimiento es importante y no es de descartar que aparezcan nuevos operadores en el mercado.

A semejanza de otras ciudades rusas, los diseñadores y arquitectos canalizan una parte importantísima de la demanda de azulejo de calidad (hasta un 70% de las ventas, según algunos distribuidores) y son muy agresivos en sus exigencias de retribución por las compras realizadas (algunos diseñadores reclaman hasta el 15% del importe de la venta en concepto de “comisión”).

En lo que respecta al porcelánico de calidad, los distribuidores moscovitas como Bars y Greco Gres son los líderes del mercado, prácticamente en solitario.

Principales operadores

STROY INTERIER: principal distribuidor y único importador directo de pavimentos y revestimientos cerámicos importados en Perm. El 80% de su facturación procede de las ventas de azulejo español de precio y calidad medios. Importa azulejo español desde hace más de diez años.

La empresa tiene unos cien empleados y dispone de cinco puntos de venta, más un almacén en la ciudad. Trabaja con más de diez fábricas españolas y trabaja el segmento de proyectos y la venta mayorista y minorista. Su clientela es la clase media de la ciudad por lo que intenta mantener unos precios finales no superiores a los 800 rublos por metro cuadrado.

HERMITAGE: distribuidor local minorista y proyectos. Dispone de un salón en el

centro de la ciudad. La presentación del salón es, desde un punto de vista objetivo, regular aunque muy buena para los estándares de la ciudad. El personal está muy bien formado y es eficiente. El 60% de su oferta es azulejo español (más de 15 fábricas) y trabaja con grandes distribuidores de Moscú: Server, Galion, Dom Keram, Rostile. En el pasado colaboraron también con distribuidores de Yekaterimburgo (Laverna, Oblik) hasta que dejó de ser económicamente interesante. No disponen de almacén propio. En el futuro quieren consolidarse y ampliar el show-room pero no planean la apertura de un segundo local. Trabajan en condiciones de exclusividad por colecciones en la ciudad de Perm.

GOLUBAYA LAGUNA (Laguna Azul): de perfil muy parecido a Hermitage, tienen otros suministradores de azulejo. Trabajan con importadores de Moscú, Krasnodar y Kazán. Trabajan el segmento minorista y de proyectos y disponen de un céntrico salón con diversos ambientes y en el que también comercializan puertas, sanitarios y grifería. Trabajan en condiciones de exclusividad y tienen previsto abrir un segundo salón.

VAN KAFFEL: de perfil parecido a los dos anteriores, trabaja con Rostile, Oblik, Neks, Laverna, Artisan, Dom Keram o Planeta Plitki. Dispone de un pequeño salón cerca del centro donde expone azulejo español, italiano y algo de chino, ruso y alemán. Tienen previsto mudarse a un nuevo local más céntrico.

CLASSIKE KERAMIKA: disponen de unas oficinas en el centro, de un almacén de 800 metros cuadrados y de un show-room en el centro comercial Goodwin, especializado en materiales de construcción. Trabajan la venta al detalle y el segmento de proyectos. Son distribuidores de azulejo bielorruso (Kerabud), lo que les garantiza un volumen de ventas elevado aunque de

margen reducido. En el show-room disponen de azulejo italiano español suministrado por importadores de otras ciudades.

TSENR KERAMICHESKOY PLITKI: Es uno de los principales distribuidores locales de azulejo ruso (Uralkeramika) y bielorruso pero tienen la intención de trabajar también en el segmento de baldosas de precio alto a corto plazo, ya que consideran que hay poca competencia. Concretamente les gustaría comercializar azulejo español importando directamente de varias fábricas a través de agentes (no tienen experiencia alguna en importación). Planean visitar Cevisama 2008. Disponen de tres puntos de venta en Perm, pero no tienen almacén propio, lo cual podría retrasar sus planes de importar azulejo español.

ATELIE PLITKI "VIVA": la directora y dueña de esta empresa es una antigua empleada de Kerama, y una de las personalidades más conocidas en el mercado de baldosas cerámicas en Perm. Dispone de un show-room de cien metros cuadrados en el centro de la ciudad donde comercializa azulejo de calidad baja y media-baja (entre 200 y 800 rublos). Entre sus referencias figura producto ruso (Shakhti, Sokol, Kerama Marazzi, Velor), bielorruso, lituano y polaco.

Tiene previsto abrir un segundo show-room de trescientos metros cuadrados donde comercializará azulejo italiano y español (a partir de 800 rublos el metro cuadrado), ya que considera que en la actualidad en Perm no existe ningún salón especializado en producto de calidad con una oferta lo suficientemente amplia y bien presentada. Se tratará de pavimentos y revestimientos cerámicos de calidad adquiridos a través de distribuidores de Moscú o San Petersburgo.

5. ACTUALIDAD DEL PLAN SECTORIAL

En el período de julio a septiembre se han realizado las siguientes actividades promocionales previstas en el plan sectorial del azulejo del año 2007 para la Federación Rusa:

Inserción del módulo “Tile of Spain”:

En los últimos tres meses, el módulo genérico de “Tile of Spain” ha sido insertado en las siguientes revistas especializadas rusas:

- Building Technologies
- Sovremenny Dom
- 100% Baños

Inserción de un publrreportaje temático:

En el número de septiembre de la revista “Ya pokupayu” (“Yo compro”) ha sido insertado el publrreportaje temático “¿Qué está de moda?”, dedicado a las últimas tendencias en el azulejo y a la oferta española. Se trata de una publicación orientada a una audiencia muy diversificada, que trata un abanico muy amplio de temas: ropa, turismo, automóviles, materiales de construcción etc. El principal interés que presenta la revista consiste en que el destinatario de la edición es el consumidor regional. El número de la revista donde ha sido insertado el publrreportaje fue distribuido en las ciudades Rostov del Don, Ekaterimburgo, Ufa, Tyumen y Omsk.



Maqueta del publrreportaje

Distribución del catálogo del Pabellón Español en Cersaie 2007:

El catálogo del Pabellón Oficial en la feria Cersaie 2007 ha sido distribuido a través de la base de los distribuidores de pavimentos y revestimientos cerámicos, tanto de Moscú como regionales.

Asimismo, fue realizado el mailing del catálogo a los medios de la prensa especializada rusa, acompañado por el dossier de prensa de la participación española en la feria.

Publicación de boletines trimestrales de azulejo en la Federación Rusa:

La Oficina Económica y Comercial de España en Moscú sigue editando trimestralmente un boletín informativo sobre el mercado ruso (incluyendo periódicamente información de los países pertenecientes al área de competencia de esta Oficina), cuya finalidad es proporcionar a los exportadores una información lo más actualizada posible acerca del mercado de pavimentos y revestimientos cerámicos y del sector de la construcción.

6. DIRECCIONES DE EMPRESAS

DIRECCIONES DE DISTRIBUIDORES:

STROY INTERIER

Komsomolski prospect 34, oficina 626
Tel.: +7-342-2335794, 2335673
Fax: +7-342-2196028
E-mail: stroyint@mail.ru
Persona de contacto: Oleg Konstantinovich
Kuznetsov

HERMITAGE

Ul. Lenina 94
Tel.: +7-342-2466490
Fax: +7-342-2466960
E-mail: emi-perm@yandex.ru
Internet: www.ermi.narod.ru
Persona de contacto: María, Directora

GOLUBAYA LAGUNA

Ul. Kuybisheva 79A
Tel.: +7-342-2413590
Fax: +7-342-2413590
E-mail: sergey@bluelaguna.ru
Internet: www.bluelaguna.ru
Persona de contacto: Sergey Mikhailovich
Koshkin, Director Comercial.

VAN KAFFEL

Ul. Kuybisheva 97
Tel./fax: +7-342-440850, 440926
E-mail: stroycentr@list.ru
Persona de contacto: Alexey Borisovich
Bogdanov

CLASSIKE KERAMIKA

Ul. Ostrovskogo 15
Tel./fax: +7-342-2124911
E-mail: polevat@perm.ru
Persona de contacto: Tatiana Mikhailovna
Poleva, Directora

TSENTR KERAMICHESKOY PLITKI

Ul. Mayakovskogo 41
Tel./fax: +7-342-2209283, 2940841,
2169337

E-mail: lezginov@mail.ru
Persona de contacto: Vadim Igorevich
Lezginov

ATELIE PLITKI "VIVA"

Ul. Bolshevistkaya 141
Tel.: +7-342-2367536
Fax: +7-342-2366422
E-mail: viva.perm@mail.ru
Persona de contacto: Olga Mikhailovna
Rastorgueva, Directora

OTRAS DIRECCIONES:

PRIMEXPO

Ul. Yakubovicha, 74
190000 San Petersburgo, Rusia
Tel.: +7(812)380-60-05
Fax: +7(812)380-60-01
E-mail: build@primexpo.ru
www.primexpo.ru
Persona de contacto: Irina Danilova

UNIVERPRESS

Ul. Bolshakova, 75, Ekaterimburgo
Tel.: +7(343) 257-53-99
Fax: +7 (343)257-51-99
E-mail: konkurs@upress.ru
www.upress.ru