

دنیای سرامیک گزیده

فناوری
اخبار
بازارها

فصلنامه تخصصی گزیده دنیای سرامیک

شامل ویژه‌نامه صنعت آجر و سفال

- تولید و مصرف جهانی کاشی سرامیک
- ارزش صنعت سرامیک ایتالیا به ۷.۵ میلیارد یورو رسید
- افت ۲۳ درصدی فروش ماشین‌آلات سرامیک ایتالیا در سال ۲۰۲۴
- تداوم رکود در صنعت و بازار کاشی چین

@Fojitile

الهام گرفته از طبیعت، کامل شده با هنر
Inspired by nature, perfected by art

120×300

120×280

120×260

A brand of **EEFA**

FOJI TILE



فوجی تایل



ITALIAN
TECHNOLOGY



PROFESSIONAL
DESIGN



EXPORT TO MORE THAN 28 COUNTRIES

گروه کاشی و سرامیک سینا

S I N A T I L E G R O U P

www.sinatilegroup.ir



(شلعاب)

شرکت لعابیران

Loabiran



نوآوری و کیفیت، از خاک تا درخشش



تولید کننده انواع فریت، لعاب
انگوب، پودر چاپ، و تروزا
شوگر و پیگمنت های
سرامیکی لعاب و بدنه
گرانیلیای پولیشی

دارنده رتبه دانش بنیان تولیدی از نهاد معاونت علمی،
فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری

دارنده تندیس صادر کننده برتر استانی

دارنده تندیس بلورین تعالی سازمانی

اولین و بزرگترین صادر کننده عمده لعاب



www.loabiran.com

[loabiran.co](https://www.instagram.com/loabiran.co)

کارخانه: ۲۵ کیلومتر ۲۵ اتوبان شیراز / اصفهان
ابتدای جاده زرقان، خیابان کارگر

تلفکس کارخانه: ۰۷۱-۳۲۶۲۲۴۲۴ / روابط عمومی: ۰۹۱۷۳۴۰۰۴۳۹ / واحد فروش: ۰۹۱۲۰۶۶۲۲۴۶

فهرست مطالب



سال پانزدهم
شماره شصت و هشت
پاییز ۱۴۰۴

گزیده دنیای سرامیک

Paola Giacomini	عدم قطعیت مانع بهبود می‌شود	سرمقاله	۷
		اخبار جهان	۸
	کنگره سالانه صنعت کاشی سرامیک اروپا برگزار شد	رویداد	۱۶
	افتتاح کارخانه جدید BÄHERDEN CERAMICS در ترکمنستان		۱۸
Paola Giacomini	GUOCERA در تولید اسلب‌های بزرگ سرمایه‌گذاری می‌کند	گفت‌وگو	۲۰
	استراتژی توسعه صادرات و چالش‌های بین‌المللی شرکت لعابیران		۲۴
Luca Baraldi	تولید و مصرف جهانی کاشی سرامیک	اقتصاد	۲۶
	ارزش صنعت سرامیک ایتالیا به ۷.۵ میلیارد یورو رسید		۳۴
Luca Baraldi	افت ۲۳ درصدی فروش ماشین‌آلات سرامیک ایتالیا در سال ۲۰۲۴		۳۸
Paola Giacomini	تداوم رکود در صنعت و بازار کاشی چین		۴۴
	KRINGLAN، جایی که چند کاربردی بودن سرامیک هر سطحی را دگرگون می‌کند	معماری	۴۸
Gian Paolo Bertolotti	یادداشت‌های سفر یک زمین‌شناس کوله‌پشتی به دوش فصل چهارم: آمریکای جنوبی	مواد اولیه	۵۲
	میان نوآوری، معماری و تکنیک	چرچای ۲۰۲۵	۵۴
	RAK Ceramics در نمایشگاه CERSAIE: تمرکز بر نوآوری و عملکرد بالا		۵۷
	KALE از بازدیدکنندگان دعوت کرد تا قدرت بیانی سرامیک را با شعار «ماده به مثابه بیان» کشف کنند		۵۸
	جدیدترین محصولات	کاشی و سرامیک جهان	۶۰



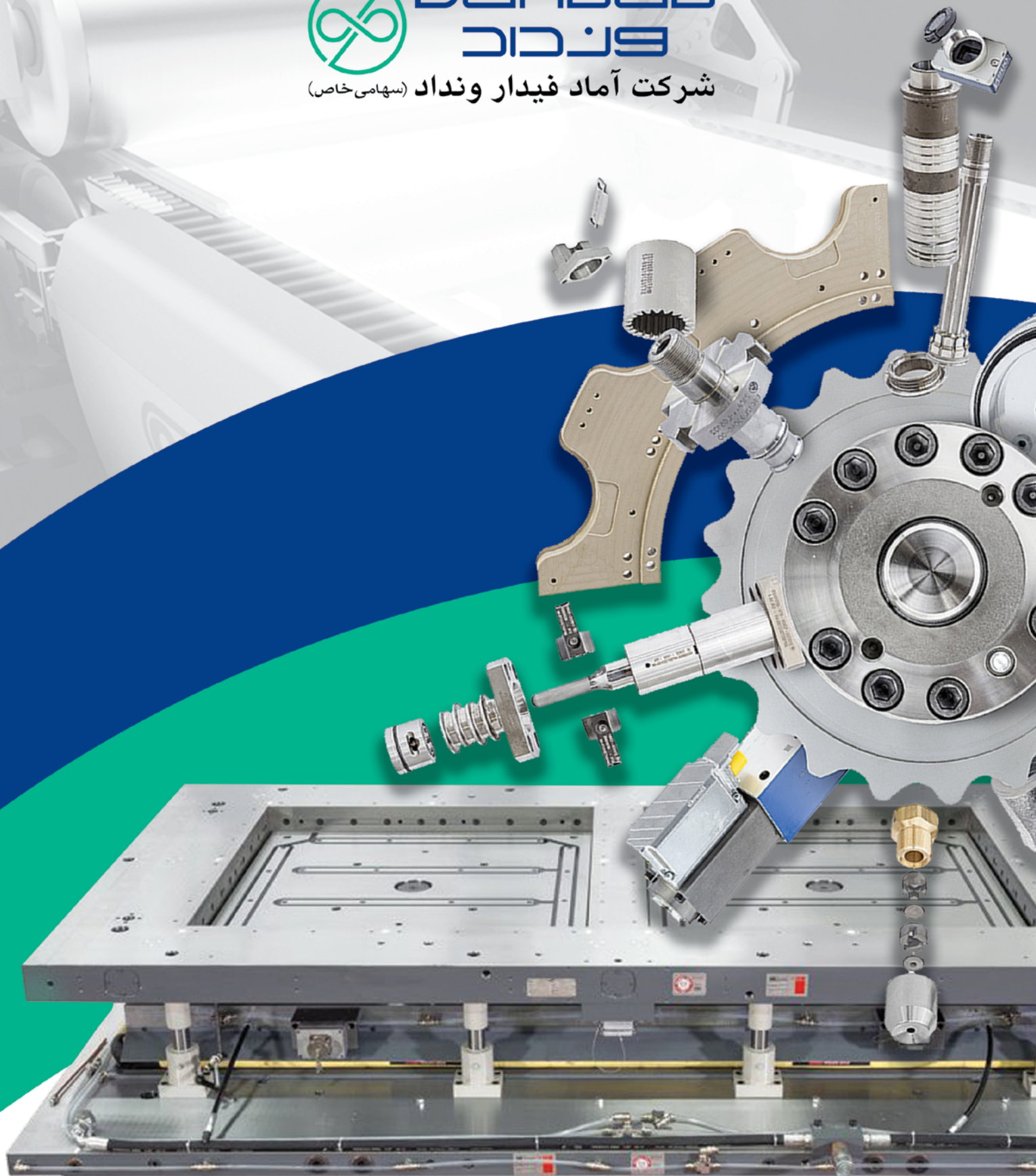
بخش ویژه آجر و سفال

Generoso Verrusio	یک کارخانه تمام اتوماتیک جدید در بنین	فناوری	۶۴
	HAIKOU، آجر به دریا بدل می‌شود	معماری	۶۶



VANDAD
ونداد

شرکت آماد فیدار ونداد (سهامی خاص)



Amad Fidar Vandad Co.

After Sales Service Office & Warehouse:
Ground Floor, No.4, First St., 63rd Ave., 18th Km of Karaj Makhsoos Rd., Tehran, Iran
Postal Code: 1397113311 Tel: +98 21 44991734 - 6 Fax: Ext. 314

Molds & Punches Workshop:
No. 77, Talash St., Honar Ave., Leila Industrial Town, Qazvin, Iran
Postal Code: 3449133486 Tel: +98 28 33454633 - 7 Fax: Ext. 502
E-mail: info@vandadamad.com

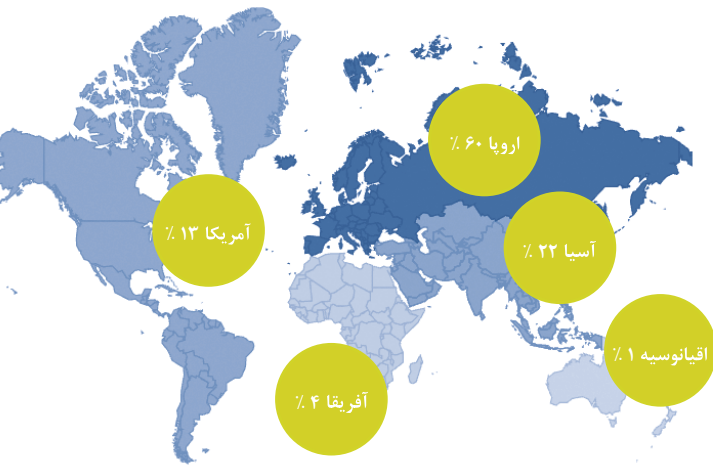
شرکت آماد فیدار ونداد (سهامی خاص)

دفتر فروش و انبار قطعات یدکی و پشتیبانی فنی:
تهران، کیلومتر ۱۸ جاده مخصوص کرج، خیابان ۶۳، کوچه ۱، پلاک ۴، طبقه همکف
کدپستی: ۱۳۹۷۱۱۳۳۱۱ تلفن: ۰۲۱ ۴۴۹۹۱۷۳۴ - ۶ فکس: داخلی ۳۱۴

کارخانه تولید و نوسازی پانچ و قالب:
قزوین، شهرک صنعتی لیا، خیابان هنر، کوچه تلاش، پلاک ۷۷
کدپستی: ۳۴۴۹۱۳۳۴۸۶ تلفن: ۰۲۸ ۳۳۴۵۴۶۳۳ - ۷ فکس: داخلی ۵۰۲

یک پلت فرم چندرسانه‌ای در سراسر جهان به سه زبان انگلیسی، ایتالیایی و بیش از ۱۲ سال فارسی

گسترش روزانه مخاطبین مادر سراسر جهان
۱۵۵,۱۶۰ خواننده از ۱۹۸ کشور



CERAMIC WORLD WEB.IR



فصلنامه تخصصی گزیده دنیای سرامیک



دفتر اداری و تحریریه - گروه آرتا
ایران، تهران، بلوار آفریقا، خیابان
بابک بهرامی، پلاک ۱۱، واحد ۸
تلفن: ۰۲۱۸۸۷۷۵۸۰۳ و ۰۲۱۸۸۷۷۳۹۱۸
فکس: ۰۲۱۸۸۱۹۴۴۰۸
info@artatrading.ir

منتشر شده تحت لیسانس

انتشارات KAIROS MEDIA GROUP s.r.l.
ایتالیا، مدنا، ۴۱۱۲۶ Baggiovara
خیابان Fossa Buracchione شماره ۱۱۴
تلفن: +۳۹۰۵۹۵۱۲۱۰۳
فکس: +۳۹۰۵۹۵۱۲۱۵۷
info@kairosmediagroup.it
www.kairosmediagroup.it



Ceramic World Review

سردبیر
پائولا جاکومینی
p.giacomini@tiledizioni.it
شورای سردبیری
Luca Baraldi, Milena Bernardi
Cristian Cassani, Omar Gubertini
Francesco Incerti, Paola Rolleri
مترجم انگلیسی
John Freeman

https://t.me/ceramicworldreview
ceramic_world_review

صاحب امتیاز و مدیر مسؤول
مجید محصیان
ceo@cwr.ir

سردبیر
مجید محصیان
editor@cwr.ir

شورای سیاست گذاری
پائولا جاکومینی، جان پائولو کراستا

گروه ترجمه
ChatGPT 5.1، پیوند شفتی
ویراستار
با بهره گیری از هوش مصنوعی

مدیر هنری
مریم حسینی
گرافیک
مهدی کامکار

آگهی ها و تبلیغات
گروه آرتا
mktg@cwr.ir
همراه: ۰۹۳۶۳۲۴۹۸۹۳

ناظر چاپ
مهدی کامکار
چاپ و صحافی
چاپ یزدا

اینترنت و شبکه های اجتماعی
Meta Business Suite
مدیر فنی وب سایت
هانیه محمدی

پست الکترونیک: info@cwr.ir
وبگاه: www.ceramicworldweb.ir

نشریه گزیده دنیای سرامیک، با رعایت «قانون تلفیقی حریم خصوصی»، محرمانه بودن داده های مورد استفاده برای اشتراک ها و برای اهداف معمول مطبوعات تخصصی و امکان اصلاح یا حذف آنها را تضمین می کند.
کلیه حقوق تکثیر و ترجمه مقالات منتشر شده محرمانه است. حتی تکثیر جزئی بدون مجوز ناشر ممنوع است. دست نوشته ها، نقاشی ها، عکس ها و سایر مطالبی که به تحریریه ارسال شده باشد، حتی اگر منتشر نشده باشند، مسترد نمی شوند. مدیریت هیچ مسئولیتی در قبال نظرات بیان شده توسط نویسندگان متون سرمقاله و تبلیغاتی ندارد.



ACIMAC

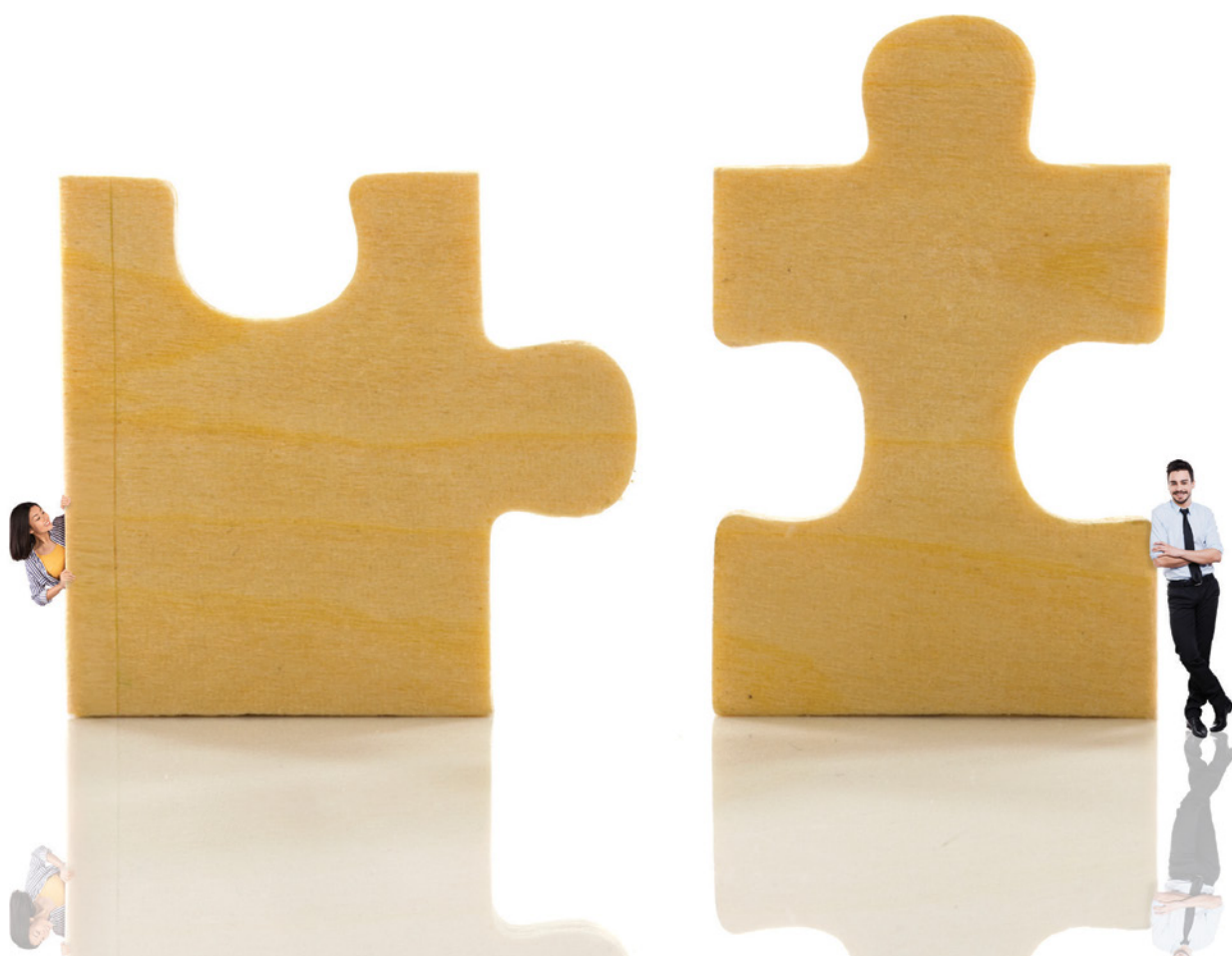
Associazione Costruttori Italiani
Macchine Attrezzature per Ceramica



از دیگر انتشارات این مجموعه:



Beyond colour, endless possibilities



تولید و توزیع محلی جوهرهای دیجیتال و مواد اولیه با تضمین کیفیت و پشتیبانی مستقیم

inco

in f @ X y p | www.incolours.it

C O L O U R I N N O V A T I O N I N D U S T R Y

عدم قطعیت مانع بهبود می شود

همچنان با چالش مواجه است. رشد قوی در Spain (۲.۴٪)، Poland (۴٪) و کشورهای شمال اروپا تقریباً به طور کامل توسط ادامه رکود در Italy (-۸.۴٪) و Germany (-۱.۲٪) خنثی خواهد شد. برای مشاهده بهبود واقعی در فعالیتهای ساختمانی اروپا، باید تا سال ۲۰۲۶ (۲٪) و ۲۰۲۷ (۳.۲٪) منتظر ماند.

در ایالات متحده نیز انتظار نمی رود بازار ساخت و ساز تا سال آینده بهبود یابد. پیش بینی های ۲۰۲۵ همچنان نشان دهنده کاهش ۱٪ در شروع پروژه های جدید مسکن است، در حالی که فروش خانه های موجود ضعیف باقی مانده است. با این حال، بخش نوسازی اولین نشانه های بازایی را نشان می دهد. طبق داده های Tile Council of North America، در نیمه نخست ۲۰۲۵ مصرف کاشی نسبت به مدت مشابه در ۲۰۲۴ حدود ۶.۰٪ کاهش یافت، در حالی که خریدهای زودهنگام باعث افزایش واردات (۶.۲٪) از نظر حجم و ۵٪ از نظر ارزش) شد و جایگاه بازار Spain، Italy و Brazil را تقویت کرد.

اما در ایران رکود ادامه دار صنعت ساختمان و کاهش شدید سرمایه گذاری در این بخش در سال های اخیر پیش بینی هر گونه تغییر در شرایط را سخت نموده است. بر اساس آمار و برآوردهای اعلام شده از سوی انجمن تولیدکنندگان کاشی و سرامیک کشور میزان تولید و مصرف و صادرات در سال ۱۴۰۳ بدون تغییر نسبت به سال و به ترتیب ۴۵۰ و ۲۰۰ و ۲۰۲ میلیون مترمربع باقی مانده است. این در حالی است که بیش از ۷۶٪ صادرات ایران معادل ۱۵۵ میلیون مترمربع فقط به کشور عراق بوده که نزدیک به ۸۰٪ واردات آن کشور را تشکیل می دهد.

وابستگی بیش از یک سوم تولید کاشی و سرامیک کشور فقط به یک بازار صادراتی آن هم در شرایط سیاسی و ژئوپلیتیک فعلی، زنگ خطر جدی برای مسئولین و دست اندرکاران این صنعت در ایران می باشد. ■

صنعت و بازار جهانی کاشی سرامیک، سال ۲۰۲۴ را نیز با ادامه عملکرد منفی سال های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ به پایان رساند. گزارش سیزدهم تحت عنوان «World Production and Consumption of Ceramic Tiles» که توسط مرکز تحقیقاتی MECS / Acimac تهیه شده و در این شماره پیش نمایش آن ارائه گردیده، نشان می دهد که کندی طولانی مدت اقتصاد جهانی و تداوم تنش های ژئوپلیتیکی بین المللی، موجب کاهش بیشتر تقاضای جهانی کاشی و در نتیجه انقباض دوباره در حجم تولید و تجارت جهانی شده است.

مصرف جهانی کاشی به میزان ۸.۶٪ کاهش یافت و به ۵.۱۴ میلیارد مترمربع رسیده است (در مقایسه با ۵٪ در سال ۲۰۲۳)، در حالی که تولید جهانی به ۱۵ میلیارد مترمربع کاهش پیدا کرد (۲.۶٪ در مقایسه با ۵.۵٪ در سال ۲۰۲۳). در هر دو مورد، بخش عمده کاهش ناشی از افت شدید در چین و تا حدودی هند بود، هرچند تقریباً تمام مناطق جغرافیایی نتیجه منفی ثبت کردند. اتحادیه اروپا استثنا بود و با رشد ملایم تولید ۴.۱٪ و مصرف ۱٪ همراه شد.

صادرات جهانی، با مجموع ۲,۶۷۴ میلیون مترمربع، نیز کاهش ۵.۲٪ را که در سال ۲۰۲۳ مشاهده شده بود، تکرار کرد. در میان ده کشور برتر صادرکننده، تنها ایتالیا، ترکیه، لهستان و Vietnam نتایج مثبتی به دست آوردند.

با باقی ماندن اندکی بیش از سه ماه تا پایان سال ۲۰۲۵، این سال نیز به عنوان دوره ای گذار و مهم تر از همه «عدم قطعیت» نمایان شده است؛ واژه ای که اقتصاددانان و تحلیل گران بیش از هر زمان برای توصیف وضعیت کنونی به کار می برند.

براساس برآوردهای Euroconstruct، انتظار می رود فعالیتهای ساختمانی در اروپا پس از کاهش ۱.۲٪ در سال ۲۰۲۴، امسال با رشد ملایم ۳.۰٪ به محدوده مثبت بازگردد، در حالی که بخش مسکونی

Argenta Cerámica فناوری‌های Sacmi را برای سرمایه‌گذاری استراتژیک جدید خود برگزید

شرکت Argenta Cerámica، یکی از تولیدکنندگان پیشرو اسپانیایی در زمینه کاشی‌های دیواری و کف با طراحی چشمگیر، با همکاری شرکت Sacmi گامی تازه در بهینه‌سازی و ارتقای تأسیسات تولیدی خود برداشته‌است.

این پروژه که از مهم‌ترین سرمایه‌گذاری‌های تاریخ گروه به شمار می‌رود، مربوط به کارخانه "Factoría 1" است که بین پایان سال ۲۰۲۵ و تابستان ۲۰۲۶، دو خط جدید Continua+ 2120 برای تولید اسلب‌های بزرگ (از ۱۲۰۰×۱۲۰۰ تا ۲۸۰۰×۱۲۰۰ میلی‌متر) در آن به بهره‌برداری خواهد رسید.

شرکت Argenta که از شرکای دیرینه Sacmi در حوزه مهندسی و فناوری‌های کارخانه‌ای است، رشد خود را با اتکا بر مجموعه کامل تجهیزات این شرکت از جمله پرس‌ها، خشک‌کن‌ها، کوره‌ها و سیستم‌های اتوماسیون، دکوراسیون و پولیش پیش‌برده‌است.

در این پروژه جدید، Sacmi بار دیگر کلیه فناوری‌های کلیدی کارخانه را تأمین کرده‌است. هر خط PCR2120 Continua+ شامل یک خشک‌کن هفت طبقه نسل جدید E7P و یک کوره پربازده FMA است که به سیستم‌های کامل LGV برای انتقال و ذخیره‌سازی با استفاده از واحدهای جعبه‌ای برای محصولات خام و پلتفرم‌ها برای محصولات پخته مجهز شده‌اند. به‌منظور تکمیل پروژه، شرکت BMR

نیز یک خط جدید پخ‌زنی، سنگ‌زنی و پولیش را تأمین کرده‌است. ویژگی بارز این کارخانه، اتوماسیون کامل و کنترل دقیق فرآیندها است. در کنار ماشین‌آلات نسل جدید تولید، سیستم بازرسی خودکار Optima+ برای تضمین کیفیت پایدار و بی‌نقص به کار رفته است. همچنین دستگاه جدید دبورر تطبیقی Sacmi، فرآیند پرداخت اولیه اسلب‌های خام را به‌صورت خودکار انجام می‌دهد. در راستای نوسازی کارخانه Argenta، شرکت "Factoría 1" همچنین طرحی موازی را با همکاری Sacmi برای ارتقای کارخانه "Factoría 4" آغاز کرده است که شامل نصب یک پرس جدید PH8200، خطوط سنگ‌زنی جدید از BMR و توسعه ناوگان LGV برای جابه‌جایی اسلب‌ها بر روی پلتفرم‌ها است.



و مصرف آن را در زمان‌های مختلف بهینه می‌سازد. این راه‌حل موجب افزایش خوداتکایی انرژی کارخانه و ارتقای بازدهی کلی سایت تولید خواهد شد.

از زمان نصب نخستین پنل‌های خورشیدی در سال ۲۰۱۱، Florim بیش از ۷۷ میلیون یورو در زمینه پایداری زیست‌محیطی و بهره‌وری انرژی در سایت‌های Fiorano (MO) و Mordano (BO) سرمایه‌گذاری کرده‌است. در شرایط جوی مطلوب، Florim تا

مگاوات ساعت خبر داده است. این سامانه با هدف بهینه‌سازی مدیریت جریان انرژی و افزایش خودکفایی عملیاتی در سایت تولیدی شرکت در Fiorano Modenese (MO) طراحی شده‌است.

در حال حاضر، مساحت پوشیده‌شده با پنل‌های خورشیدی شرکت ۱۲۷,۰۰۰ مترمربع است که سالانه ۱۴,۳۱۷ مگاوات ساعت برق تولید می‌کند. طبق برنامه سرمایه‌گذاری جدید، تا دسامبر ۲۰۲۵، ۴۸,۰۰۰ مترمربع دیگر از سقف‌ها به پنل‌های جدید مجهز خواهد شد تا مجموع مساحت به ۱۷۵,۰۰۰ مترمربع و ظرفیت تولید سالانه به ۱۷,۹۳۰ مگاوات ساعت برسد.

از مهم‌ترین بخش‌های این پروژه، نصب سامانه باتری نسل جدید با ظرفیت ۵ مگاوات ساعت است که انرژی مازاد تولیدشده را ذخیره کرده

انرژی و پایداری: Florim سطح جدیدی از استاندارد را رقم می‌زند

در چهاردهمین سال تولید انرژی پاک، گروه سرمایه‌گذاری ایتالیایی Florim با سرمایه‌گذاری در سامانه‌های جدید فوتوولتائیک و یک تأسیسات انقلابی ذخیره‌سازی انرژی، گام تازه‌ای در مسیر پایداری برداشته‌است.

شرکت Florim در ادامه راهبرد بلندمدت پایداری خود و در راستای دستیابی به استقلال کامل انرژی، نقطه عطف جدیدی را ثبت کرده است. این شرکت که به‌عنوان Benefit Corporation و B Corp دارای گواهی بین‌المللی فعالیت می‌کند، از سرمایه‌گذاری بیش از ۳.۵ میلیون یورو برای توسعه سامانه‌های فوتوولتائیک و نصب یک سیستم ذخیره‌سازی انرژی با ظرفیت ۵





CERAMARA

Metro tile & Ceramic pool

Experience the difference

Head Office: Ceram Ara Industries Co. South Unit, 2nd Floor, No. 23,
Shahid Saeedi St., Opposite to Mellat Park, Valiasr Ave., Tehran, Iran.
ZIP: 1967864913

Factory: Opposite to Taktaz Motor Co., South Ebnesina Blvd., Alborz
Industrial Town, Qazvin, Iran.
ZIP: 3431963933

info@ceramara.co.ir
www.ceramara.co.ir
+98-21-22057098
+98-21-22057036
+98-283-2229911



شامل نصب یک خط Supera بود که ما را به نخستین شرکت ترکیه‌ای تبدیل کرد که پانل‌های ۱۲۰×۲۸۰ سانتی‌متر با ضخامت ۶ میلی‌متر تولید می‌کند و رهبری ما در راهکارهای معماری با ارزش افزوده بالا را بیش از پیش تقویت کرد.»

از سرمایه‌گذاری‌های فناورانه را دنبال کرد که بیش از هر چیز بر بهره‌وری عملیاتی و فرایندی، انعطاف‌پذیری بیشتر خطوط تولید و گسترش سبد محصولات متمرکز بود. این امر در حالی اتفاق افتاد که صنعت سرامیک ترکیه برای سومین سال متوالی با کاهش حجم تولید روبه‌رو شد (تولید ملی با کاهش ۱۴.۵٪ به ۳۱۸ میلیون مترمربع رسید)، هرچند صادرات با رشد چشمگیر به ۱۰۱ میلیون مترمربع افزایش یافت. «در سال ۲۰۲۴ ما تمرکز خود را بر سرمایه‌گذاری‌های آینده‌نگر در

KALESERAMIK

سرمایه‌گذاری‌های جدید در کاشی‌ها و اسلب‌های بزرگ فرمت

در مواجهه با عدم قطعیت‌های اقتصادی جهانی، تنش‌های ژئوپلیتیکی و تورم بالا، Kaleseramik سال ۲۰۲۴ را با استقامت و عزم راسخ به پایان رساند؛ مسیری که کاملاً همسو با اهداف استراتژیک این گروه بود و سال را مطابق انتظارات به پایان رساند. با وجود کاهش تقاضای داخلی، این گروه سرامیکی ترکیه‌ای مجموعه‌ای

این بخش جدید، مجموعه‌ای از راه‌حل‌ها را در اختیار معماران، توسعه‌دهندگان و سازندگان قرار می‌دهد که هم می‌توانند میراث و اصالت معماری آجری سنتی را حفظ کنند و هم مرزهای طراحی مدرن را گسترش دهند.



۷۵۰ مترمربع و ظرفیت تولید شش میلیون قطعه آجرنما در سال فعالیت می‌کند و خدمات برش سفارشی (Bespoke Cutting Service) را نیز در دو خط مجزا برای تمام نیازهای شکل‌دهی و برش آجر ارائه می‌دهد. شرکت Imperial Bricks که به واسطه تولید آجرهای دست‌ساز، خدمات Brick Matching و توانایی در Tumbling و Weathering شناخته می‌شود.

راه‌اندازی بخش جدید Brick Slips Division خبر داده است. این بخش شامل مجموعه‌ای گسترده از بیش از ۱۵۰ نوع محصول با طیف متنوعی از رنگ‌ها و بافت‌ها است. این بخش جدید در پاسخ به افزایش تقاضا برای راه‌حل‌های سبک، نصب آسان و سازگار با روش‌های مدرن ساخت‌وساز ایجاد شده است، در حالی که همچنان ظاهر سنتی و اصیل آجر را حفظ می‌کند. کارخانه جدید با مساحتی حدود

Imperial Bricks بخش جدید Brick Slips را راه‌اندازی کرد

بخش جدید Brick Slips در شرکت Imperial Bricks مجموعه محصولات این تولیدکننده بریتانیایی را گسترش می‌دهد و راه‌حل‌های متنوعی برای کاربردهای نمای ساختمان ارائه می‌کند. پس از بیش از دو سال تحقیق، تأمین مواد اولیه و آزمایش، شرکت بریتانیایی Imperial Bricks از

هم، بهره‌وری بالا، انعطاف‌پذیری، تمیزکاری عمیق و صرفه‌جویی در مصرف آب را در قالب یک راه‌حل نوآورانه برای شست‌وشوی قالب‌های با اندازه‌های مختلف فراهم می‌کنند.

شست‌وشوی قالب‌های کوچک‌تر به کاهش مصرف آب کمک می‌کنند. همچنین امکان افزودن پمپ دوم اختیاری برای افزایش توان شست‌وشو وجود دارد. این ویژگی‌ها در کنار

و امکان ورود آسان قالب به ناحیه شست‌وشو با استفاده از جرثقیل سقفی یا لیفتراک را فراهم می‌سازد. کل محفظه داخلی از استیل ضدزنگ ساخته شده تا حداکثر پایداری و دوام تضمین شود. پس از قرار گرفتن قالب در موقعیت، پارامترهای شست‌وشو از طریق پنل کنترل کاربر پسند مجهز به PLC تنظیم می‌شوند. سیستم شست‌وشو از دو مانیفولد (یکی در جلو و دیگری در عقب) تشکیل شده است که هر کدام دارای ۱۴ نازل چرخان هستند. از این میان، ۶ نازل قابل تنظیم بوده و در هنگام

Bongioanni Machine دستگاه CLEANDY 3.0 را معرفی کرد

دستگاه جدید Cleandy 3.0 ساخت شرکت Bongioanni Machine عملکردی قدرتمند و دقیق ارائه می‌دهد؛ این ماشین شست‌وشوی قالب با فشار حداکثر ۲۵۰ بار و حداقل دبی ۴۲ لیتر در دقیقه کار می‌کند و برای شست‌وشوی هر نوع قالب تا حداکثر ابعاد ۹۰۰×۱۸۰۰ میلی‌متر ایده‌آل است. بارگذاری قالب از طریق درب جلویی دوتکه با طراحی خاص انجام می‌شود



چین، ویتنام، مالزی و اندونزی بودند. در طول سه روز برگزاری نمایشگاه، بیش از ۴۰۰ نشست تجاری میان خریداران و فروشندگان برگزار شد که به ایجاد ارتباطات و همکاری‌های ارزشمند تجاری انجامید.



و ECP را در خود ترکیب می‌کنند. از جمله ویژگی‌های مهم طراحی می‌توان به بهبود دسترسی برای تعمیر و نگهداری آسان‌تر و امکان نصب دیواره‌های جداکننده بین طبقات غلطکی برای کنترل دقیق‌تر فرآیند اشاره کرد. در این پروژه، Edimax



این سرمایه‌گذاری، تعهد شرکت را به نوآوری، بهره‌وری و توسعه سامانه‌های پیشرفته آجر برای آینده صنعت ساختمان تأیید می‌کند.



عطف دیگری برای صنایع سرامیک و سنگ طبیعی جنوب شرق آسیا رقم زد.

این رویداد توسط شرکت MMI Asia Pte Ltd (زیرمجموعه منطقه‌ای Messe München) و با حمایت Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) و مشاوره Asian Exhibition Services Ltd (AES) برگزار شد و بار دیگر جایگاه خود را به عنوان بزرگ‌ترین گردهمایی بین‌المللی متخصصان سرامیک و سنگ طبیعی در منطقه تثبیت کرد. این نمایشگاه میزبان بیش از ۲۰۰

نمایشگاه ASEAN Ceramics & ASEAN Stone 2025 با موفقیت در بانکوک به پایان رسید

نمایشگاه بانکوک با حضور بیش از ۲۰۰ برند بین‌المللی و ۳۰۰۰ بازدیدکننده از ۳۰ کشور، از جمله حدود ۳۰۰ خریدار مهمان از تایلند، ویتنام، هند و سایر کشورهای جنوب شرق آسیا برگزار شد.

نمایشگاه ASEAN Ceramics & ASEAN Stone 2025 که از ۱۵ تا ۱۷ اکتبر در بانکوک برگزار شد، نهمین و دومین دوره خود را با موفقیت به پایان رساند و نقطه

Edimax Astor با همکاری Sacmi ظرفیت فناوری و دامنه اندازه محصولات خود را گسترش داد

تولیدکننده ایتالیایی کاشی Edimax Astor (Gruppo Beta) به تازگی پروژه نوسازی خط تولید خود را با موفقیت به پایان رسانده است - پروژه‌ای که شامل نخستین نصب صنعتی خشک‌کن جدید چندکاناله Sacmi مدل RD و نیز ارتقای بخش شکل‌دهی با افزودن پرس PH8200 Veloce می‌شود.

شرکت Edimax Astor که از دهه ۱۹۷۰ یکی از بازیگران کلیدی صنعت سرامیک ایتالیا و مرجع کیفیت،

طراحی و نوآوری به شمار می‌رود، با همکاری Sacmi گامی تازه در مسیر افزایش بهره‌وری و توسعه دامنه ابعاد محصولات برداشته است.

در خط تولید جدید این شرکت، خشک‌کن کاملاً نوآورانه Sacmi RD5 نصب شده است - نخستین دستگاه از نسل جدید خشک‌کن‌های چندکاناله RD که پس از رونمایی رسمی در نمایشگاه Tecna 2024، وارد بهره‌برداری صنعتی شده است.

خشک‌کن‌های سری RD با داشتن ۵ تا ۹ طبقه کاری، انعطاف‌پذیری بالایی در پیکربندی ارائه می‌دهند و با طراحی بهینه، تمامی مزایای سری‌های پیشین Sacmi EM5/7

جدیدی برای صنعت آجر مدرن ترسیم می‌کند.

این خط جدید با ظرفیت پردازش ۲۰۰۰ آجر در ساعت، دقتی بی‌نظیر دارد و قادر است آجرها را متناسب با سیستم‌های Tru-Brix® rail و Austral Bricks Thin Tech Plus® panel، از جمله راهکارهای مورد استفاده در پنل‌های پیش‌ساخته، برش داده و پروفیل کند.

سرمایه‌گذاری جدید شرکت Brickworks

نوآوری و بهره‌وری بالا، ویژگی‌های خط جدید تولید آجر باریک در کارخانه Horsley Park است.

شرکت استرالیایی Brickworks مبلغ ۳.۲ میلیون دلار در یک خط پردازش آجر باریک پیشرفته در محل کارخانه خود در Horsley Park سرمایه‌گذاری کرده است که مرزهای

Marcheluzzo جایگاه خود را در جنوب ایتالیا تقویت می‌کند

شرکت Laterizi Archinà از منطقه کالابریا که از دهه ۱۹۵۰ در حوزه تولید آجر فعالیت دارد، بار دیگر برای ارتقای مراحل کلیدی فرآیند تولید خود به شرکت Marcheluzzo (مستقر در Vicenza) اعتماد کرده است. این اقدام بار دیگر تأمین‌کننده اعتماد و همکاری طولانی‌مدت بین دو مجموعه است.

در سال‌های اخیر، صنعت جهانی آجر و سفال بارکود شدید مواجهه بوده است؛ رکودی حاصل از مجموعه‌ای از عوامل که شرکت‌ها را مجبور کرده برای حفظ فعالیت خود، تمرکز خود را بر محصولات و فناوری‌هایی قرار دهند که قادر به کاهش بیشتر هزینه‌های تولید باشند.

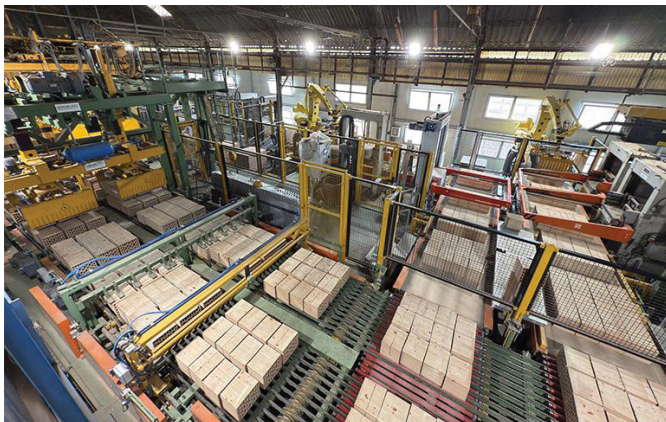
پس از چند سال رکود، برخی کارآفرینان ایتالیایی دوباره روند سرمایه‌گذاری را آغاز کرده‌اند؛ این بار نه برای افزایش حجم تولید، بلکه برای بهینه‌سازی فناوری‌ها، افزایش رقابت‌پذیری و انطباق با بازار در حال تغییر که در آن مواد جایگزین رشد چشمگیری داشته‌اند.

امروز، مناطق مرکزی و جنوبی ایتالیا بیشترین پویایی را نشان می‌دهند و با استفاده از طرح‌های حمایتی Industry 4.0 و Industry 5.0 سرمایه‌گذاری‌های چشمگیری انجام داده‌اند. تمرکز اصلی بر نوسازی خطوط موجود (و در برخی موارد قدیمی)، به‌روزرسانی فرآیندها و کاهش هزینه‌های عملیاتی است. شرکت Marcheluzzo با اتکا به تجربه چنددهه‌ای و رویکرد مشاوره‌ای نزدیک با مشتریان، توانسته نیازهای

پیچیده تولیدکنندگان جنوب ایتالیا را پاسخ دهد و پروژه‌های دشوار و فنی مهمی را با موفقیت اجرا کند. نمونه برجسته، همکاری با Laterizi Archinà است؛ تولیدکننده‌ای که از دهه ۱۹۵۰ در تولید بلوک ساختمانی، کف‌سازی، آجر نما، محصولات سقف و کفپوش فعال است و بیش از ۴۰ سال است با Marcheluzzo شراکت دارد. این شرکت دوباره اجرای پروژه

ارتقای مراحل کلیدی تولید خود را به Marcheluzzo سپرده است و این موضوع استمرار همکاری موفق دو طرف را نشان می‌دهد.

سرمایه‌گذاری جدید بر بخش انتهایی خط تولید (End of Line) متمرکز بوده و شامل نصب سیستم‌های خودکار بسته‌بندی جدید آجر و همچنین ارتقای بخش‌های تخلیه و آگن‌های کوره و تشکیل پالت‌ها می‌شود.



گروه RATH کارخانه جدید خود را در هند افتتاح کرد

در اواسط سپتامبر و پس از تنها ۱۸ ماه ساخت‌وساز، شرکت اتریشی RATH Group همراه با شریک هندی خود RATH Avaneer، رسماً کارخانه جدید خود را در شهر Visakhapatnam در جنوب شرق هند افتتاح کرد. این تأسیسات جدید نشان‌دهنده اجرای مستمر برنامه توسعه جهانی گروه RATH است. با راه‌اندازی این واحد، تعداد سایت‌های تولیدی شرکت به هشت واحد در سه قاره (اروپا، آمریکا و آسیا) رسیده و موقعیت شرکت را در برابر نوسانات بازارهای محلی تقویت کرده است. به گفته Andreas Pfneiszl،

سخنگوی هیئت اجرایی RATH Group: «با احداث کارخانه مدرن دیرگداز در هند، ما توانایی عرضه خود را با ظرفیت تولید بالاتر و زمان تحویل کوتاه‌تر تقویت کرده‌ایم - که این امر مزیتی آشکار برای مشتریان ما محسوب می‌شود. این سایت ما را قادر می‌سازد تا بازار رو به رشد آسیا و همچنین مشتریان جهانی خود را سریع‌تر، کارآمدتر و با بهره‌وری بالاتر از منابع تأمین کنیم، در حالی که همچنان استانداردهای بالای کیفیت RATH را حفظ می‌کنیم.»

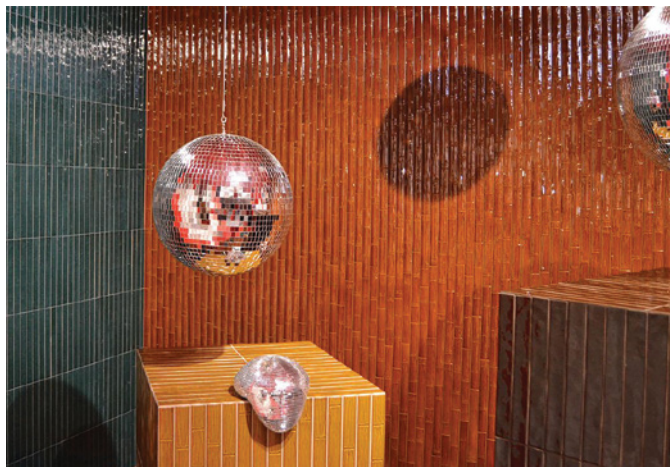
این کارخانه بخشی از سرمایه‌گذاری مشترک RATH Avaneer Private Limited است. تولید در Visakhapatnam از مارس ۲۰۲۵ به‌صورت تدریجی آغاز شد و حدود

۵۰۰۰ تن Fireclay در کوره Bogie Hearth Furnace تولید و با موفقیت وارد بازار هند شد. در ادامه، یک Tunnel Kiln دیگر در جولای ۲۰۲۵ راه‌اندازی شد که ظرفیت سالانه کل را به حدود ۲۰,۰۰۰ تن محصولات دیرگداز افزایش می‌دهد. «این سایت تولیدی جدید، نقش ما را به عنوان یک شریک قابل اعتماد برای مشتریان

در هند، آسیا و سراسر جهان تقویت می‌کند.» شرکت RATH AG با دفتر مرکزی در وین (Vienna)، حدود ۶۰۰ کارمند و نمایندگی‌های فروش در چندین کشور جهان، به عنوان یکی از تأمین‌کنندگان بین‌المللی پیشرو در راهکارهای دیرگداز برای دماهای تا ۱۸۰۰ درجه سانتی‌گراد شناخته می‌شود.



کیفیت بالای بازدیدکنندگان باعث شد شرکت کنندگان بتوانند به خوبی از سرمایه گذاری خود در این نمایشگاه بهره برداری کنند. صنعت سرامیک ایتالیا همچنان رهبر جهانی است، به واسطه سرمایه گذاری های پیوسته، طراحی و نوآوری با کیفیت، و تعهد پاسخ به پایداری زیست محیطی و اجتماعی»



خارجی (۴۶٪) از آن دیدن کردند، که بازدیدکنندگان بین المللی ۴۷.۵٪ از کل حاضران را تشکیل می دادند.

با مساحت کلی ۱۵۵,۰۰۰ مترمربع در ۱۶ سالن نمایشگاهی، این رویداد میزبان ۳۴۳ تولیدکننده کاشی سرامیکی، ۹۸ شرکت فعال در حوزه لوازم سرویس بهداشتی و ۱۸۶ شرکت از بخش های مرتبط همچون مواد نصب، مواد اولیه، فریت ها و رنگ ها، سطوح غیرسرامیکی و خدمات بود.

این نمایشگاه همچون سال های گذشته بعد بین المللی خود را حفظ کرد، به طوری که ۲۴۳ شرکت خارجی از ۲۹ کشور (۳۹٪ از کل غرفه داران) حضور داشتند. اسپانیا با بیش از ۱۴۰ برند، پرنمایندترین کشور خارجی بود.

نمایشگاه Cersaie 2025 نزدیک به ۹۵ هزار بازدیدکننده را جذب کرد

نمایشگاه Cersaie 2025 در بولونیا با حضور ۹۴,۵۷۷ بازدیدکننده برگزار شد که نسبت به سال ۲۰۲۴ تنها ۰.۸٪ کاهش داشت و ۴۷.۵٪ از شرکت کنندگان از کشورهای خارجی بودند. با وجود شرایط دشوار بازار، نتایج Cersaie 2025 بار دیگر به طور کامل انتظارات ۶۲۷ شرکت کننده را برآورده کرد.

این نمایشگاه که از ۲۲ تا ۲۶ سپتامبر در بولونیا برگزار شد، در چهل و دومین دوره خود بار دیگر نقش خود را به عنوان مهم ترین و پرمهرترین بین المللی صنعت سرامیک و لوازم سرویس بهداشتی تثبیت کرد.

در مجموع ۴۹,۶۷۱ بازدیدکننده ایتالیایی (۳٪+) و ۴۴,۹۰۶ بازدیدکننده



می شود، پیش بینی شده تا سال ۲۰۳۰ به ۱ تریلیون دلار برسد. این رشد عمدتاً از شهرهای درجه دو و سه ناشی می شود که با شهرنشینی، افزایش درآمد قابل تصرف و تقاضای آرزومندان پیش می رود.»

اولین کارخانه این محصول در مه ۲۰۲۵ آغاز به کار کرده و کارخانه دوم نیز قرار است در ماه های آینده عملیاتی شود.

خانوادگی را بر عهده دارد، دیدگاهی محتاطانه و درعین حال خوش بینانه دارد و این کاهش رشد را صرفاً یک نرم شدن کوتاه مدت و نه رکود ساختاری می داند.

«چشم انداز میان مدت و بلندمدت همچنان امیدوارکننده است. افزایش شهرنشینی، طرح های دولتی همچون مسکن برای همه (Housing for All) و سرمایه گذاری در زیرساخت ها، همراه با رشد سلیقه مصرف کنندگان برای سطوح زیبا، بادوام و برنندار، مسیر تقاضای قوی ای برای صنعت فراهم می کنند.

پایه های کلان اقتصاد هند بسیار محکم است. بازار املاک هند که ارزش آن در سال مالی ۲۰۲۵ حدود ۶۵۰ میلیارد دلار آمریکا برآورد

توضیح می دهد:

«بخش کاشی هند در سال گذشته با چالش های مداوم روبه رو بود. تقاضای داخلی در سطح پایینی قرار داشت و قیمت فروش نیز کاهش یافت. از سوی دیگر، صادرات به دلیل تنش های ژئوپلیتیکی، افزایش هزینه های حمل و نقل و اختلال در زنجیره تأمین در مسیر دریای سرخ محدود شد. اگرچه اقتصاد هند با ثبات و مقاوم باقی ماند، اما بخش های کلیدی برای ما - شامل املاک و ساخت و ساز - فعالیتی کندتر داشتند که مستقیماً بر مصرف کاشی اثر گذاشت.»

با این حال، این مدیر که به همراه پدرش آشوک کاجاریا (Ashok Kajaria) و برادرش ریشی کاجاریا (Rishi Kajaria) رهبری این گروه

اعتماد به نفیس Kajaria Ceramics نسبت به بهبود بازار هند

شرکت Kajaria Ceramics در سال مالی منتهی به ۳۱ مارس ۲۰۲۵ بار دیگر سالی موفق را پشت سر گذاشت. این شرکت رشد ۶٪ در حجم فروش و افزایش ۲٪ در درآمد کل را ثبت کرد و مجموع درآمد عملیاتی آن به حدود ۵۴۸ میلیون دلار آمریکا (معادل ۴,۶۸۳ کرو روپیه) رسید. این نتایج نشان دهنده توان بزرگ ترین تولیدکننده کاشی در هند در حفظ رشد حتی در شرایط فشار بازار است.

در واقع، سال ۲۰۲۴ برای صنعت کاشی هند سال آسانی نبود، همان طور که چتان کاجاریا (Chetan Kajaria)

Sacmi Optima+: کنترل کیفیت دیجیتالی بر روی اسلب‌های خام

در راستای گذار به سمت مفهوم جدید Easy Factory، شرکت Sacmi سیستم Optima+ رونمایی کرده است؛ سامانه‌ای مبتنی بر دوربین برای بازرسی خودکار اسلب‌های خام که کنترل کیفیت دقیق، یکنواخت و مداوم را بر کل فرآیند تولید انجام می‌دهد. نتیجه‌ی آن، افزایش کیفیت، حذف ضایعات، جلوگیری از دوباره کاری و ارتقای بهره‌وری کلی فرآیند است.

کنترل کیفیت خودکار

در خطوط سنتی شکل‌دهی، کنترل کیفیت اسلب‌های خام به صورت دستی انجام می‌شود و بازرسی تنها از طریق نمونه‌گیری تصادفی صورت می‌گیرد. سیستم Optima+ که در انتهای بخش شکل‌دهی (Continua+) یا پس از خشک‌کن نصب می‌شود، کنترل کیفیت را به طور

کامل خودکار می‌سازد و با بازرسی صد درصدی تولید، دقت و تکرارپذیری کامل را تضمین می‌کند، در حالی که تفاوت در مهارت و تجربه‌ی اپراتورها دیگر تأثیری بر نتیجه ندارد.

این سیستم با بهره‌گیری از سه دوربین موتوردار با وضوح بالا، اسکن سه بعدی کاملی از هر اسلب انجام می‌دهد تا نقایص سطحی یا لبه‌ای مانند ترک‌های ریز یا لایه‌لایه شدن را شناسایی کند و همچنین ناهماهنگی‌های هندسی (طول، عرض، قطر) را نسبت به داده‌های تئوریک تشخیص دهد.

سیستمی تطبیق پذیر و انعطاف پذیر

سیستم Optima+ بلافاصله اسلب‌های غیراستاندارد را پیش از ورود به مراحل بعدی شناسایی می‌کند. این سامانه دقیق و قابل تنظیم بوده و با هر پیکربندی تولیدی سازگاری می‌شود. طراحی گانتی آن نصب را بر روی خطوط جدید یا موجود به راحتی امکان پذیر می‌سازد.

الگوریتم‌های شناسایی پیشرفته به سیستم اجازه می‌دهند تا به طور خودکار با انواع بدنه‌ها، بافت‌های سطحی، رنگ زیره، ابعاد و ضخامت‌های متفاوت تطبیق پیدا کند. بدین ترتیب، حتی در هنگام تغییر مدل تولید نیز کنترل فرآیند بدون وقفه و بدون نیاز به تنظیمات دستی ادامه می‌یابد.

از طریق رابط کاربری HMI، اپراتور می‌تواند حدود مجاز و پارامترها را تعیین کند، تصاویر (سطح و لبه‌ها)، هندسه‌ها و داده‌های ثبت شده را به صورت زنده مشاهده کند. خط تولید همچنین می‌تواند برای حذف خودکار اسلب‌های غیراستاندارد برنامه‌ریزی شود.

از کنترل کیفیت تا کنترل فرآیند

در راستای نسل جدید سیستم‌های بینایی Sacmi برای خطوط تولید سرامیک، Optima+ کنترل کیفیت را به سطحی بالاتر تقامی دهد و آن را به کنترل فرآیند تبدیل می‌کند.

به لطف نظارت و ثبت داده‌ها به صورت لحظه‌ای، سیستم نه تنها اسلب‌های غیراستاندارد را شناسایی می‌کند، بلکه حتی کوچک‌ترین انحرافات فرآیندی را در زمان وقوع تشخیص می‌دهد. این امر موجب افزایش کیفیت در بلندمدت، بهبود بهره‌وری کلی تجهیزات (OEE) و جلوگیری از دوباره کاری‌های پرهزینه می‌شود.



گروه جدید BiQ در نمایشگاه Cersaie 2025 رونمایی شد

با ادغام برندهای QUA، Bien و Biqslab در قالب گروه BiQ، این شرکت ترکیه‌ای در چهل و دومین دوره نمایشگاه Cersaie با سه غرفه در سالن ۱۸ حضور یافته است؛ نه تنها با مجموعه‌های جدید بلکه با هویتی منسجم که بازتاب‌دهنده چشم‌انداز جهانی آن است.

جدیدترین برند در زیرمجموعه BiQ Group، یعنی Biqslab Maxton، بر پایه بیش از ۳۰ سال تجربه مهندسی و دانش تولید شرکت Bien شکل گرفته است. این برند با آغاز عصری نو در سطوح بزرگ‌فرمت، نخستین حضور بین‌المللی خود را

با ۳۰ سری جدید در ابعاد ۸۰×۳۲۰ سانتی‌متر و ۱۶۰×۳۲۰ سانتی‌متر جشن می‌گیرد.

این مجموعه نه تنها به دلیل ابعاد بزرگ خود، بلکه به واسطه تنوع زیبایی‌شناسی، دوام بالا و سهولت کاربرد برجسته است. Biqslab با ارائه سطوح یکپارچه و امکان طراحی نامحدود برای معماران، طراحان داخلی و خلاقان، توجه‌ها را جلب کرده است و بر پایه یکی از پیشرفته‌ترین زیرساخت‌های تولید سرامیک در ترکیه ساخته شده است.

با ظرفیت تولیدی بیش از ۲۰۰ میلیون مترمربع، گروه BiQ جایگاه قدرتمندی در Cersaie 2025 به نمایش گذاشته‌اند.

Bien نزدیک به ۱۰۰ محصول جدید

از سطوح دکوراتیو تا کاشی‌های با عملکرد بالا معرفی می‌کند، در حالی که QUA بیش از ۱۱۰ محصول تازه را با تمرکز بر مینی‌مالیسم و بافت‌های مدرن ارائه می‌دهد.

در مجموع، بیش از ۲۳۰ محصول جدید نه تنها تنوع طراحی برندهای BiQ را به نمایش می‌گذارند، بلکه نشان‌دهنده اعتماد و قدرت تولید در مقیاس صنعتی آن‌ها هستند.





(piping) رشد ۴٪ی را حفظ کرد. درآمد نیمه اول سال با کاهش ۶٪ به ۳۷۵.۸ میلیون یورو رسید و EBITDA افت شدیدی ۲۹ درصدی را تجربه کرد. Scheuch افزود: «عملکرد ما در نیمه اول ۲۰۲۵ به روشنی نشان دهنده قدرت و سازگاری wienerberger است. انتظار داریم سود EBITDA در نیمه دوم سال از سطح نیمه اول بالاتر باشد و برای کل سال به حدود ۸۰۰ میلیون یورو برسد.»

در عین حال، wienerberger همچنان به دنبال بهبودهای استراتژیک از طریق بهینه‌سازی پرتفوی، ابتکارهای نوآورانه و فعالیت هدفمند در حوزه ادغام و تملک (M&A) خواهد بود و اطمینان دارد که به هدف میان مدت خود برای دستیابی به بیش از ۱.۲ میلیارد یورو EBITDA دست خواهد یافت.

شرکت بر ایجاد ارزش برای مشتریان و سهام‌داران و تقویت نقش خود به عنوان پیشرو در گذار به ساخت‌وسازهای کم‌مصرف و سازگار با اقلیم تمرکز دارد.

ضعیف است. در ایرلند روندها مثبت باقی ماند و انتظار می‌رود رشد بیشتری در نیمه دوم سال حاصل شود.

کندی در اروپای شرقی

پس از رشد قوی در سال ۲۰۲۴، فعالیت ساخت‌وساز در اروپای شرقی در نیمه نخست ۲۰۲۵ کاهش یافت. با این حال wienerberger با اجرای سریع اقدامات قیمت‌گذاری و کارایی توانست موقعیت بازار خود را تقویت کند، از جمله افزایش قابل توجه سهم بازار در بخش دیوارسازی مجارستان. درآمد منطقه‌ای با رشد ۳٪ به ۵۹۲ میلیون یورو رسید، در حالی که سود عملیاتی EBITDA به ۱۰۲.۶ میلیون یورو کاهش یافت.

با کاهش تورم، بهبود اعتماد بازار و کاهش نرخ بهره، انتظار می‌رود روند بازایی تدریجی در نیمه دوم سال آغاز شود.

چالش‌ها در آمریکای شمالی

در آمریکای شمالی، نتایج تحت تأثیر فضای اقتصادی ضعیف‌تر از انتظار و نوسانات شدید بازار قرار گرفت. شروع پروژه‌های مسکونی ۶٪ کاهش یافت و نرخ وام مسکن در سطح ۶.۷٪ بالا باقی ماند. کسب‌وکار در کانادا نیز منقبض شد. حجم فروش آجر در ایالات متحده ۷٪ و در کانادا ۱۲٪ کاهش یافت، در حالی که بخش لوله‌کشی

در نیمه دوم سال انتظار نمی‌رود - به اجرای اقدامات افزایش کارایی و بهینه‌سازی ادامه خواهیم داد. مدیریت منظم هزینه و قیمت‌گذاری، همراه با برنامه‌های کارایی عملیاتی، به ما امکان داده حاشیه سود خود را حفظ کنیم، در حالی که تمرکز راهبردی ما بر نوآوری و راه‌حل‌های زیست‌محیطی موقعیت بلندمدت شرکت را تقویت کرده است.»

نشانه‌های بهبود در اروپای غربی

اروپای غربی در نیمه نخست ۲۰۲۵ نشانه‌هایی از بهبود نشان داد. درآمد فروش در این منطقه با رشد ۱۱٪ نسبت به سال قبل به ۱,۳۷۸.۶ میلیون یورو رسید و سود EBITDA نیز از ۱۸۲.۹ میلیون یورو در نیمه اول ۲۰۲۴ به ۲۰۵ میلیون یورو افزایش یافت.

در فرانسه، شرکت فعالیت خود را در حوزه سقف و نما گسترش داد، در حالی که در هلند تقاضا عمدتاً توسط بخش نوسازی تحریک شد. بخش ساخت‌وساز آلمان همچنان تحت فشار است، اما wienerberger با ترکیب بهتر محصولات توانست بخشی از اثر منفی را جبران کند. در بریتانیا فعالیت ساخت‌وساز جدید موجب رشد ۱۲٪ی حجم فروش آجر نسبت به نیمه اول ۲۰۲۴ شد، اگرچه تقاضا برای سفال‌های سقفی همچنان

عملکرد قدرتمند wienerberger در سال ۲۰۲۵

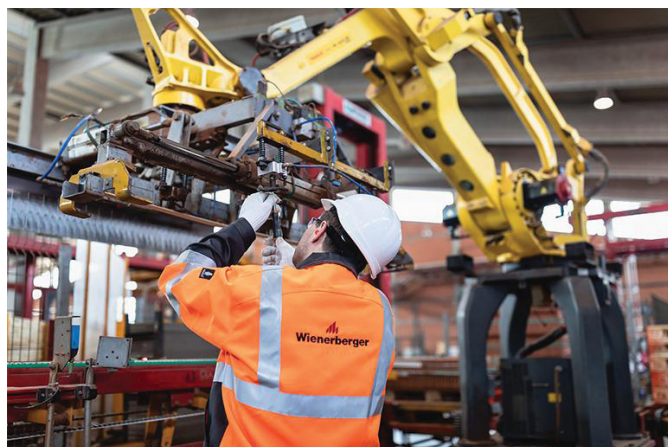
با وجود شرایط کلان اقتصادی دشوار و ضعف بازار ساخت‌وساز در بسیاری از مناطق، شرکت wienerberger بار دیگر توانایی خود را در تاب‌آوری نشان داد.

شرکت wienerberger در سال ۲۰۲۴ موفق شد درآمد خود را به ۴.۵ میلیارد یورو برساند (۶٪ رشد نسبت به ۲۰۲۳) و در نیمه اول ۲۰۲۵ نیز به درآمد ۲.۳ میلیارد یورو دست یافت (در مقایسه با ۲.۲ میلیارد یورو در نیمه اول ۲۰۲۴). سود عملیاتی EBITDA نیز در نیمه اول سال تقریباً پایدار ماند و به ۳۸۳ میلیون یورو رسید در حالی که در مدت مشابه سال ۲۰۲۴ برابر با ۴۰۰ میلیون یورو بود (۴٪ کاهش).

این نتایج حاصل کارایی عملیاتی، انضباط سخت‌گیرانه هزینه‌ها و ادغام سریع شرکت‌های استراتژیک تازه خریداری شده بود.

به‌ویژه، ادغام شرکت Terreal زودتر از برنامه انجام شد و به شکل چشمگیری موجب تقویت مجموعه راهکارهای سقف و سامانه‌های خورشیدی گروه گردید و فرصت‌های جدیدی را در بازار نوسازی ساختمان‌ها ایجاد کرد.

Heimo Scheuch، رئیس و مدیرعامل گروه wienerberger گفت: «ما تا زمان بازیابی محسوس در بخش ساخت‌وساز جدید - که



کنگره سالانه صنعت کاشی سرامیک اروپا برگزار شد

EUROPEAN CERAMIC TILE INDUSTRY MEETS FOR ANNUAL CONGRESS

The annual congress of CET – European Federation of Ceramic Tile Manufacturers held in Wrocław, Poland from 12 to 14 June brought together leaders from national trade associations and industry representatives to discuss the key challenges facing the sector. The topics of discussion ranged from the energy transition and EU trade policy to market access and environmental regulations, all with a shared focus on defending the competitiveness of Europe's ceramic industry. The congress appealed to the EU for urgent structural measures to safeguard the industry's competitiveness, which continues to suffer under the burden of the energy crisis, regulatory costs and unfair trading practices.

رویداد)، جلسه با سخنان نایبرؤسای CET، یعنی Raul و Roman Blažiček، آغاز شد. Carnicer

Elisabetta Gualmini، عضو پارلمان اروپا و رئیس European Policy، از طریق پیام ویدیویی خطاب به حاضران، بر اهمیت Ceramics Forum، استراتژیک صنعت سرامیک برای اشتغال و زنجیره ارزش در داخل اتحادیه اروپا تأکید کرد. او همچنین بر ضرورت سیاست‌های اتحادیه اروپا که تولید را در سراسر قاره تقویت کند، اشاره کرد. وی گفت: «ما باید از اروپای مصرف‌کنندگان به اروپای تولیدکنندگان تغییر مسیر دهیم».

نایبرئیس Raul Carnicer نیز با تأکید بر همین موضوع خواستار «تغییر اساسی در سیاست‌های اتحادیه اروپا برای معکوس کردن روند جایگزینی تولید صنعتی اروپا با واردات از کشورهایی با استانداردها و هزینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی به مراتب پایین‌تر» شد.

کنگره سالانه CET – European Federation of Ceramic Tile Manufacturers که از ۱۲ تا ۱۴ ژوئن در شهر Wrocław لهستان برگزار شد، رهبران انجمن‌های ملی و نمایندگان صنعت را گرد هم آورد تا در مورد چالش‌های کلیدی پیش‌روی این بخش گفتگو کنند. موضوعات مورد بحث شامل گذار انرژی، سیاست تجاری اتحادیه اروپا، دسترسی به بازار و مقررات محیط‌زیستی بود و تمرکز مشترک بر دفاع از رقابت‌پذیری صنعت سرامیک اروپا قرار داشت. این کنگره خواستار اقدامات فوری ساختاری از سوی اتحادیه اروپا برای حفظ رقابت‌پذیری صنعت شد؛ صنعتی که همچنان تحت فشار بحران انرژی، هزینه‌های تنظیم‌گری و رویه‌های ناعادلانه تجاری قرار دارد.

مجمع عمومی CET در تاریخ ۱۳ ژوئن در هتل AC Hotel Marriott در Wrocław برگزار شد. پس از سخنان خوشامدگویی Ferdynand Gacki، رئیس Polska Unia Ceramiczna (انجمن سرامیک لهستان میزبان



فروش پایدار اما همچنان بسیار پایین تر از سطح قبل از بحران

داده‌های اقتصادی ارائه شده در مجمع تصویری پیچیده از وضعیت این بخش نشان داد. باوجود جهت گیری صادراتی قوی و کیفیت بالای محصولات، تولیدکنندگان اروپایی همچنان تحت فشار هستند. اگرچه فروش کاشی سرامیک در سال ۲۰۲۴ نسبت به ۲۰۲۳ ثابت بود، اما همچنان ۲۴٪ پایین تر از سطح ۲۰۲۱ قرار داشت، در حالی که مصرف کاشی در اتحادیه اروپا ۷.۵٪ افزایش یافت (نشانه‌ای از وابستگی بیشتر به واردات). وضعیت برای صادرات خارج از اتحادیه اروپا حتی نگران کننده تر بود، زیرا ۳.۶٪ نسبت به ۲۰۲۳ و ۳۴٪ نسبت به ۲۰۲۱ کاهش داشت. این افت ناشی از ترکیب عواملی مانند هزینه‌های انرژی، افزایش هزینه‌های مقرراتی و موانع تعرفه‌ای و فنی در بازارهای صادراتی بود.

مطالبات CET: اقدامات اضطراری و اصلاح ETS

برای مقابله با این چالش‌ها، CET بار دیگر ضرورت فوری اقدامات کوتاه مدت در خصوص هزینه‌های کربن را مطرح کرد تا رقابت پذیری تولید اروپا بازیابی شود. پیشنهادی کلیدی شامل موارد زیر بود:

- تعلیق موقت الزام بازپرداخت EUA یا کاهش نرخ تخصیص رایگان برای بخش‌های متأثر از بحران؛
- ساده سازی ETS برای واحدهای کم انتشار از طریق افزایش سقف واجد شرایطی برای اقدامات معادل ملی (ماده ۲۷ دستورالعمل EU ETS) از ۲۵,۰۰۰ به ۵۰,۰۰۰ تن CO2 در سال؛
- بازنگری دستورالعمل‌های کمک دولتی ETS با هدف گسترش شمول جبران غیرمستقیم هزینه‌ها به صنعت سرامیک و سایر صنایع انرژی بر، جهت حمایت از تلاش‌های آن‌ها برای کربن زدایی بدون تضعیف ظرفیت سرمایه گذاری یا رقابت جهانی.

تجارت: تقویت دفاع در برابر دامپینگ و یارانه‌ها

مجمع عمومی CET همچنین از اتحادیه اروپا خواست ابزارهای سیاست تجاری را تقویت کرده یا ابزارهای جدیدی توسعه دهد تا با اثرات دامپینگ، یارانه‌های غیرقانونی و مازاد ظرفیت تولید، نه فقط از چین بلکه از هند نیز مقابله شود. اعضای CET تأکید کردند که هزینه‌های زیست محیطی غیر تحمل شده باید به طور کامل در محاسبه دامپینگ لحاظ شود.

تمرکز بر پایداری، ایمنی و شفافیت

در مجمع عمومی همچنین موضوعات محیط زیستی و مقرراتی از جمله بازنگری BREF برای بخش سرامیک و موضوعات مربوط به ETS مطرح شد. Confindustria Ceramica مطالعه‌ای ارائه کرد که هزینه‌های «نامتناسب و غیرموجه» سیاست‌های زیست محیطی برنامه ریزی شده را نشان می‌داد. همچنین مطالعه‌ای توسط ASCER و Confindustria Ceramica ارائه شد که مزایای کاشی‌های سرامیکی از نظر دوام، ایمنی آتش سوزی و بهره‌وری انرژی ساختمان‌ها را برجسته می‌کرد. در نهایت، اعضای CET بر ضرورت اجرای برچسب گذاری اجباری مبدأ کالا برای شفافیت بیشتر برای مصرف کنندگان اروپایی تأکید کردند.

اتحاد و چشم انداز مشترک: مقصد بعدی ایتالیا ۲۰۲۶

در سخنان پایانی، نایب رئیس CET، آقای Roman Blažiček از Polska Unia Ceramiczna بابت میزبانی کنگره ۲۰۲۵ قدر دانی کرد و از حضور نمایندگان صنعتی که در سراسر اروپا هزاران SME، بیش از ۲۰۰,۰۰۰ کارمند مستقیم و تعداد زیادی «قهرمان جهانی» را شامل می‌شود، تشکر کرد. وی گفت: «فقط با اتحاد کامل می‌توانیم در سطح اروپا و ملی خواستار ساده سازی، اقدامات اضطراری درباره کربن و هزینه‌های انرژی و سیاست تجاری قدرتمند باشیم.» کنگره بعدی CET از ۴ تا ۶ ژوئن ۲۰۲۶ در ایتالیا برگزار خواهد شد. ■



افتتاح کارخانه جدید BÄHERDEN CERAMICS در ترکمنستان

BÄHERDEN CERAMICS INAUGURATES NEW FACTORY IN TURKMENISTAN

Bäherden Ceramics, a newly built greenfield facility near Turkmenistan's capital Ashgabat, was inaugurated on 12 March with an official ceremony attended by the country's President Serdar Gurbangulyýewiç Berdimuhamedow, the Prime Minister, the Minister of Industry and Economic Development and other high-ranking local officials. Built entirely by Sacmi, the plant will produce both ceramic tiles and sanitaryware.

The aim of the project was to create an ultra-modern, high-capacity manufacturing facility capable of making a major contribution to the country's domestic production of high-quality ceramic tiles and sanitary-ware. The decision to work with Sacmi reaffirms the Italian company's ability to successfully handle highly ambitious projects anywhere in the world, delivering efficiency, expertise and guaranteed results.

محبوب بازار مانند ۶۰×۳۰ سانتی متر و ۶۰×۶۰ سانتی متر قرار داده است، اما همچنین قادر به تولید اسلب‌هایی تا اندازه ۱۶۰×۸۰ سانتی متر می‌باشد، و این به لطف وجود چهار پرس Sacmi (دو دستگاه PH3500 و دو دستگاه PH6500) امکان پذیر شده است. پس از شکل دهی، هر دو خط به بخش خشک کن‌ها، لعاب زنی و دستگاه‌های تزئین دیجیتال (DHD 1208) هدایت می‌شوند. سپس کاشی‌ها به بخش پخت منتقل می‌شوند که مجهز به دو کوره FMS و یک پیش خشک کن با طول تقریبی ۱۶۰ متر است.

این کارخانه همچنین مجهز به خطوط پولیش و ساب تولید شده توسط BMR می‌باشد. Sacmi همچنین تجهیزات بخش بسته بندی و سورتنینگ را تأمین کرده است. عملیات جابجایی توسط LGVهای اتوماتیک انجام می‌شود و شامل بارگیری مستقیم کامیون‌ها از خط بافر ذخیره که بخش کاشی و بخش تجهیزات بهداشتی را به هم متصل می‌کند نیز هست.

واحد تولید تجهیزات بهداشتی

بخش تولید تجهیزات بهداشتی Bäherden Ceramics توسط Sacmi برای تولید سالانه ۲۰۰ هزار قطعه طراحی شده و شامل یک بخش داخلی ساخت قالب‌های گچی است. فرآیند ریخته‌گری به صورت دستی یا مکانیزه و از طریق سیستم باتری BCV برای قالب گیری دوگانه انجام می‌شود. همچنین یک سلول ALS برای ریخته‌گری تحت فشار بالا جهت تولید محصولات چینی بهداشتی مانند روشویی، پایه‌ها، مخازن، درپوش‌ها و توالت‌های زمینی تأمین شده است که نشان دهنده تمرکز پروژه بر استفاده از فناوری پیشرفته برای دستیابی به نتایج با کیفیت بالا می‌باشد.



Bäherden Ceramics، یک واحد تولیدی جدید و از نوع greenfield در نزدیکی پایتخت ترکمنستان، عشق‌آباد، در تاریخ ۱۲ مارس طی مراسم رسمی با حضور رئیس‌جمهور کشور Serdar Gurbangulyýewiç Berdimuhamedow، نخست‌وزیر، وزیر صنعت و توسعه اقتصادی و سایر مقامات عالی‌رتبه افتتاح شد. این کارخانه که به طور کامل توسط Sacmi ساخته شده است، هم کاشی سرامیکی و هم تجهیزات بهداشتی تولید خواهد کرد.

هدف این پروژه ایجاد یک واحد تولیدی فوق‌مدرن و با ظرفیت بالا بود که بتواند نقش مهمی در تولید داخلی کاشی سرامیک و تجهیزات بهداشتی با کیفیت بالا در کشور ایفا کند. تصمیم برای همکاری با Sacmi بار دیگر توانایی این شرکت ایتالیایی را در اجرای پروژه‌های بسیار بلندپروازانه در سراسر جهان با ارائه بهره‌وری، تخصص و تضمین نتایج موفقیت‌آمیز اثبات می‌کند.

واحد تولید کاشی

تأسیسات تولید کاشی شامل بخش آماده‌سازی بدنه است که تمام مراحل از سیستم‌های بچینگ مواد اولیه تا آسیاب‌ها، اسپری‌درایرها و سیلوهای ذخیره‌سازی را پوشش می‌دهد. این بخش به دو خط تولید تغذیه می‌شود؛ یکی عمدتاً برای تولید کاشی‌های دیواری monoporosa و دیگری برای تولید کاشی‌های دیواری و کف تک پخت (single-fire) و پرسلانی. ظرفیت تولید هر خط حدود ۸۵۰۰ مترمربع در روز است که بسته به اندازه و ضخامت محصول متغیر می‌باشد. این کارخانه تمرکز خود را بر تولید ابعاد

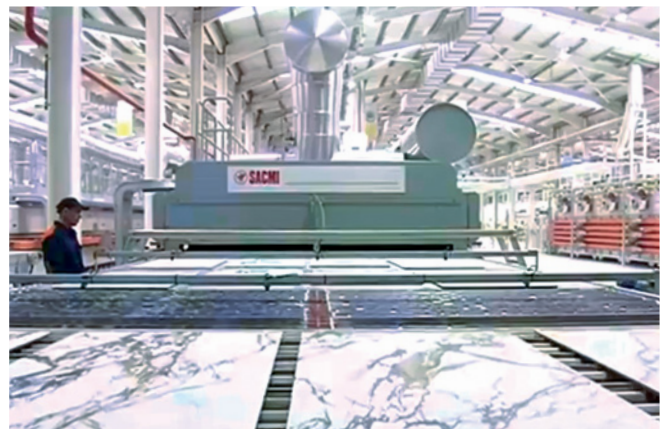
Sacmi همچنین راهکارهای مدل سازی را ارائه داده که در مرحله راه اندازی در محل توسعه یافته اند، با تمرکز بر فرم های ظریف، طراحی مدرن و طیف گسترده ای از رنگ ها.

این پروژه با همکاری نزدیک میان دفتر مرکزی ایتالیا و شبکه محلی انجام شد، که توسط دفتر Sacmi Istanbul هماهنگ می شد و تیم های فنی مسئولیت مدیریت تمامی مراحل حساس مونتاژ و تست ماشین آلات را برعهده داشتند. بخش لجستیک و حمل و نقل بین المللی توسط شرکت تخصصی Italiansped، زیرمجموعه Sacmi، مدیریت شد. ■

این واحد شامل خشک کن های پر بازده Sacmi و ربات های لعب زنی پیشرفته Gaiotto GA 2000 مجهز به سیستم های روز مانند Mass Control® برای کنترل جریان و بهینه سازی مسیرهای لعب پاشی است. پخت نیز در یک کوره Riedhammer با بازده بالا و مصرف انرژی پایین انجام می شود.

تخصص تکنولوژیک

در هر دو بخش کاشی و تجهیزات بهداشتی، این پروژه فراتر از تأمین ماشین آلات بوده و شامل ابزارها و تخصص لازم برای آزمایش ترکیب بدنه با هدف استفاده از مواد اولیه محلی نیز می شود. برای تولید تجهیزات بهداشتی،



تبلیغات



REMAS

www.remas.com.tr

remas@remas.com.tr

Istanbul / TURKEY

Tel : +90 216 3041360 Fax: +90 216 3041369

GUOCERA در تولید اسلب‌های بزرگ سرمایه‌گذاری می‌کند

GUOCERA INVESTS IN LARGE SLAB PRODUCTION

Paola Giacomini - p.giacomini@kairosmediagroup.it

Guocera, a member of the Hong Leong Manufacturing Group, is one of Malaysia's largest tile producers and exporters, selling its products to more than 50 countries across Asia-Pacific, the Middle East, Europe and the Americas. With over half a century of history, the company employs more than 400 people at its headquarters in Petaling Jaya (Selangor) and at its main production site in Kluang (Johor), where it produces more than a hundred collections of small and medium-sized porcelain tiles.

In December 2023, the company signed a partnership agreement with Gruppo B&T to expand the Kluang site with the installation of a new slab production plant.

CWR: مهم‌ترین مزایایی که انتظار دارید به دست آورید کدام‌اند؟

S. CHENG: واحد جدید توانمندی‌های تولیدی ما را در چند حوزه کلیدی -به‌ویژه رقابت‌پذیری- به‌طور قابل توجهی ارتقا خواهد داد. ما نخستین شرکت در مالزی خواهیم بود که قادر به تولید کاشی‌های بزرگ فرمت (تا اندازه ۱۲۰×۲۴۰ سانتی‌متر در فاز نخست) است؛ بنابراین به‌صورت منحصربه‌فردی در جایگاهی قرار می‌گیریم که بتوانیم از فرصت‌های رشد در این سگمنت بازار بهره‌برداری کنیم. از آنجا که ظرفیت تولید فعلی ما کافی نیست، پروژه توسعه به ما کمک می‌کند تا تقاضای بازارهای کلیدی‌مان را پوشش دهیم.

علاوه بر این، فناوری‌های انتخاب‌شده برای کارخانه جدید -به‌ویژه آخرین راه‌حل‌های چاپ دیجیتال- به بهبود جنبه‌های زیبایی‌شناختی و ویژگی‌های فیزیکی محصولات ما کمک خواهد کرد. فناوری‌های سبز و راه‌حل‌های Industry 4.0 در کارخانه جدید استراتژی ESG ما را تقویت می‌کند و سامانه‌های خودکار و ربات‌ها با کاهش خطای انسانی، بهره‌وری و یکنواختی را بهبود می‌بخشند. در مجموع، کارخانه جدید به ما امکان می‌دهد تمایز ایجاد کنیم و جایگاه خود را در میان برندهای پیشرو در بازارهای داخلی و بین‌المللی تقویت نماییم.

CWR: پروژه در چه مرحله‌ای قرار دارد؟

S. CHENG: اکنون در مرحله ساخت سازه‌های کارخانه هستیم. هدف ما تکمیل ساخت تا دسامبر ۲۰۲۵ و آغاز تولید در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۶ است. طراحی کل کارخانه توسط Gruppo B&T انجام شده و همین مجموعه به‌عنوان تنها تأمین‌کننده تمامی فناوری‌ها عمل خواهد کرد. این رویکرد یکپارچه، کارایی بهینه‌تر فرآیند و کیفیت محصول را تضمین می‌کند.

CWR: چه نوع محصولاتی تولید خواهید کرد؟

S. CHENG: همان‌طور که گفتیم، کارخانه جدید در ابتدا کاشی‌ها و اسلب‌هایی تا اندازه ۱۲۰×۲۴۰ سانتی‌متر و با طیفی از تکسچرها و بدنه‌ها -شامل پرسلان لعاب‌دار و پرسلان لعاب‌پولیش- تولید خواهد کرد. انعطاف‌پذیری چاپ دیجیتال

Guocera، عضو *Hong Leong Manufacturing Group*، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان کاشی در مالزی است که محصولات خود را به بیش از ۵۰ کشور در مناطق *Asia-Pacific*، خاورمیانه، اروپا و قاره‌های آمریکا می‌فروشد. این شرکت با بیش از نیم‌قرن سابقه، بیش از ۴۰۰ نفر را در دفتر مرکزی خود در *Petaling Jaya (Selangor)* و در سایت اصلی تولید در *Kluang (Johor)* به کار گرفته است؛ جایی که بیش از یکصد کالکشن از کاشی‌های پرسلانی کوچک و متوسط تولید می‌شود.

در دسامبر ۲۰۲۳، این شرکت برای توسعه سایت *Kluang* با نصب یک کارخانه جدید تولید اسلب، یک قرارداد شراکت با *Gruppo B&T* امضا کرد. این کارخانه به فناوری‌های پیشرفته و اتوماسیون *Industry 4.0* مجهز خواهد شد تا کیفیت بالای محصول نهایی و نهایت دقت، بهره‌وری و پایداری فرآیند تضمین شود. تولید در واحد جدید برای اوایل ۲۰۲۶ برنامه‌ریزی شده است. *Sally Cheng*، مدیر عامل شرکت *Guocera*، برای کسب اطلاعات بیشتر درباره این پروژه گفت‌وگو کردیم.

CWR: اهداف و انتظارات شما از کارخانه جدید چیست؟

SALLY CHENG: پیش از هر چیز، هدف ما افزایش ظرفیت در حوزه پرسلان‌های باکیفیت و اسلب‌های بزرگ‌تر است تا تقاضاهای روبه‌تغییر بازار را پاسخ دهیم. این پروژه شامل نوسازی تقریباً کامل سایت قهوه‌ای زمین ۱۷۴ ایکری (۳۰۰۰۰ مترمربع) در *Kluang* است؛ سایتی که پیش‌تر پنج واحد تولید کاشی را در خود جای داده بود. چهار واحد تخریب شده‌اند تا فضای لازم برای کارخانه جدید فراهم شود و واحد پنجم به تولید کاشی‌های پرسلانی کوچک و متوسط ادامه می‌دهد. علاوه بر گسترش سبد محصولات، ما یک کارخانه *Industry 4.0* در کلاس جهانی می‌خواستیم که با تعهد ما به نوآوری، بهره‌وری و پایداری همسو باشد.



Sally Cheng,
Guocera's Managing Director

GUOCERA

S. CHENG: Guocera با افتخار یک مرکز R&D تخصصی به نام Ceramic Research Company (CRC) را اداره می کند که دارای اعتبار ISO-IEC 17025:2017 است و نخستین آزمایشگاه مستقل در منطقه ASEAN به شمار می رود.

CRC برای حفظ بالاترین استانداردهای کیفیت و قابلیت اتکا، آنالیزهای دقیق و آزمون های سختگیرانه مواد اولیه را انجام می دهد. این مرکز همچنین با اجرای پروژه های R&D مستمر در همکاری با دانشگاه های پیشرو، نقشی کلیدی در پیش راندن نوآوری در حوزه کاشی ایفا می کند. این تعهد به تحقیق و توسعه به ما اجازه می دهد مرزهای طراحی، کارایی و پایداری را جابه جا کنیم تا Guocera در خط مقدم صنعت باقی بماند.

CWR: درباره بازارها صحبت کنیم. انتظار شما از تقاضا در مالزی و بازارهای صادراتی چیست؟

S. CHENG: پیش بینی می شود صنعت ساخت و ساز مالزی در سال ۲۰۲۵ رشد کند و ما انتظار داریم این روند مثبت در سال های آینده نیز ادامه یابد. بزرگ ترین سهم صادراتی ما در بازارهای همسایه است و در حال تقویت حضور خود در آن ها هستیم. هم زمان به صورت فعال در حال توسعه کسب و کار در غرب هستیم تا فرصت های جدید را شناسایی کرده و دامنه حضور جهانی مان را گسترش دهیم. مانند سایر بازیگران صنعت، با چالش هایی نظیر کندی اقتصاد، رقابت شدید و نوسان بازار در بسیاری از مناطق روبه رو هستیم. با این حال، از طریق نوآوری، شراکت های راهبردی و تعهد محکم به کیفیت و پایداری، با موفقیت این چالش ها را مدیریت کرده و در همه بازارها به رشد دست یافته ایم. ■



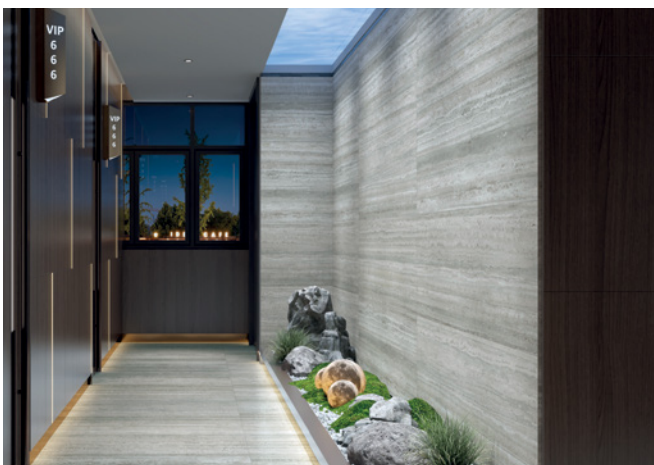
به ما اجازه می دهد بی نهایت ایده طراحی را جست و جو کنیم و با روندهای در حال تغییر بازار و نیازهای مشتریان تطبیق یابیم.

برای توسعه محصول، ما از قبل با Digital Design (عضوی از Gruppo B&T) همکاری داریم؛ شراکتی که به طور معناداری در چندین کالکشن موجود ما نقش داشته است. یک نمونه، کالکشن Breccia است که در اواخر ۲۰۲۴ به عنوان محصول شاخص تحت برند Verticas برای کاشی ها و اسلب های بزرگ سایز عرضه شد. الهام گرفته از زیبایی سنگ طبیعی، Breccia جایگاهی ویژه در Verticas Gallery جدید - افتتاح شده در فوریه ۲۰۲۵ - دارد؛ فضایی نوآورانه و الهام بخش برای معماران، طراحان و مالکان خانه که برای نمایش زیبایی، چند کاربردی بودن و ظرفیت های اسلب های بزرگ در کاربردهای مسکونی و تجاری طراحی شده است.

CWR: چه راه حل هایی را برای کاهش اثرات زیست محیطی فرآیندهای تولید انتخاب کرده اید؟

S. CHENG: کارخانه جدید به تجهیزاتی با مصرف ناچیز گاز و برق و سامانه بازیافت حرارت کوره ها مجهز خواهد شد تا انتشارها کاهش یابد. همچنین سامانه های تصفیه و بازیافت پساب و بازیافت ضایعات تولیدی نیز پیش بینی شده است. این پروژه در نمایشگاه Tecna در Rimini موفق به دریافت جایزه TecnaAward 2024 شد.

CWR: Guocera به کیفیت محصول شناخته می شود. چگونه استانداردهای بالا را به طور مستمر تضمین می کنید؟





Sieves, Screeners & Dryer

A specialized manufacturer of various glaze, slurry, soil and mineral sieves. Advanced fast dryers for ceramics industry

- Joint product of Iran-Italy

مهندسرامیک

تولیدکننده تخصصی انواع الک های ویبره مناسب الک کردن لعاب دوغاب سرامیک، خاک و مواد معدنی و خشک کن های پیشرفته صنعت سرامیک

- محصول مشترک ایران-ایتالیا



VSB

VPM



■ Tehran office:

Tel: (+98) 21 2842 32 25

Fax: (+98) 21 2842 36 56

www.mahandceramic.com

■ Mashhad office:

Tel: (+98) 51 3245 32 25

Cell: (+98) 0915 245 7006

mahand.trd@gmail.com

■ Yazd office:

Tel: (+98) 35 3526 45 40

Cell: (+98) 913 246 9432

خلاقیت انتها ندارد، تجربه جایگزین ندارد

www.mahandceramic.com



09152457006

@mahandvibre

mahand.ceramic

استراتژی توسعه صادرات و چالش‌های بین‌المللی شرکت لعابیران

گزیده دنیای سرامیک: لطفا در مورد پیشینه شرکت لعابیران و توانایی تولیدی این شرکت توضیحاتی بفرمایید.

نادر رضایی‌منش: شرکت دانش بنیان لعابیران از شرکت‌های تابعه هلدینگ صدرتأمین (تاصیکو) و از زیر مجموعه‌های شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی (شستا) در سال ۱۳۶۰ شمسی در ۲۵ کیلومتری شهر تاریخی شیراز، مهد تمدن و سومین حرم اهل بیت (علیهم السلام) در ایران با هدف تأمین انواع فریت، لعاب، انگوب، پودر چاپ، رنگ متالیک، لوستر، وتروزا، شوگر، لعاب‌های پولیشی و گرانیلیای پولیشی کشور تاسیس شد. ظرفیت اسمی تولید این شرکت در حدود ۲۹ هزار تن در سال می‌باشد و در حال حاضر کل مساحت کارخانه ۹ هکتار است که بخش عمده آن به خطوط تولید و مابقی به ساختمانهای پشتیبانی و فضای سبز اختصاص یافته است.

شرکت لعابیران به عنوان تولیدکننده برجسته و اولین صادرکننده لعاب در ایران، ضمن جلوگیری از خروج ارز در زمینه تأمین نیازهای کشور و با کسب افتخارات متعدد از قبیل دریافت رتبه دانش بنیان تولیدی از سوی معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری، کسب تندیس صادرکننده نمونه استانی، دارنده تندیس بلورین تعالی سازمانی و چندین افتخار ارزنده دیگر، مفتخر است در حال حاضر با فراهم آوردن ۱۵۵ فرصت

شغلی مستقیم و ده‌ها فرصت شغلی غیر مستقیم نقش بسزایی را در اقتصاد منطقه ایفا نماید؛ همچنین این شرکت با در اختیار داشتن آزمایشگاه مجهز با بهره‌گیری از کارشناسان مجرب و خدمات فنی و مهندسی مناسب قبل از تولید تا بعد از فروش، در هر زمان پاسخگوی تقاضای مشتریان بوده و تمامی نیازهای آنها را تأمین نماید.

سهام این شرکت با نماد **شلعاب** در سال ۱۳۷۴ در بازار بورس ایران عرضه گردید و مشتریان وفادار لعابیران همواره از باکیفیت‌ترین و معتبرترین کارخانجات تولید و صادرکننده صنایع کاشی و سرامیک کشور هستند که این امر موجب شده است شرکت لعابیران در کیفیت محصولات بهترین برندهای صنعت کاشی و سرامیک در بازارهای داخلی و بین‌المللی سهمیم باشد. طی چند سال گذشته لعابیران با تولید دانش بنیان محصولات متنوعی که قبل از آن توسط شرکت‌های اسپانیایی و ایتالیایی عرضه می‌گردید و همچنین تولید گرانیلیای مات و براق و شوگر با افکت‌های مختلف، علاوه بر تأمین نیاز اولیه سه شرکت زیرمجموعه هلدینگ صدر تأمین، شامل شرکت‌های سرام آرا، کاشی و سرامیک الوند و کارخانجات کاشی و سرامیک سعدی، بخش عمده‌ای از نیازهای صنایع کاشی و سرامیک درجه یک کشور را مرتفع ساخته است؛ به‌طوری که این شرکت با جلوگیری از واردات توانسته است در سال ۱۴۰۲





شرکت لعابیران
Loabiran



مهندس نادر رضایی منش
مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره
شرکت لعابیران

تا ۱۴۰۱ نیز توانستیم به بازار کشور سوریه ورود کنیم و محصولات خود را به این کشور صادر نماییم. در حال حاضر نیز ضمن وجود چالش هایی در قوانین، نمونه های محصولات به کشورهای حوزه خلیج فارس، قزاقستان، قرقیزستان و روسیه ارسال شده است و امیدواریم با اعتمادسازی مشتریان از لحاظ کیفیت و هم به لحاظ شیوه حمل این تولیدات و قیمت و نحوه نقدشوندگی در بازارهای بین المللی هدف، ورود قوی داشته باشیم.

گزیده دنیای سرمایه: اگر صحبت خاص و یا توضیحات دیگری مرتبط با شرکت لعابیران و صنعت لعاب دارید بفرمایید.

نادر رضایی منش: ما در سال گذشته با بکارگیری ماشین آلات موجود و ایجاد تغییرات فنی در شرکت و بدون نیاز به سرمایه گذاری جدید و تحمیل هزینه های اضافی موفق به تولید «سیلیکات سدیم جامد» شده ایم. این محصول پرکاربرد بوده و در صنایع مختلفی مانند شوینده ها، فولاد، پتروشیمی، شیشه سازی، چسب، نسوزها، سرامیک، بتن سازی و صنعت ساختمان دارای کاربردهای زیادی است. امیدوارم که بتوانیم عمده فعالیت خود را در زمینه صادرات این محصول انجام دهیم و با تولید سیلیکات سدیم با کیفیتی که منحصر به شرکت لعابیران باشد به بازار داخل و بازارهای بین المللی عرضه نماییم. ■

یک و نیم میلیون یورو و در سال ۱۴۰۳ در حدود ۲ میلیون یورو صرفه جویی ارزی داشته باشد.

گزیده دنیای سرمایه: با توجه به اینکه یکی از استراتژی های مهم هلدینگ تاصیکو، توسعه صادرات از سوی شرکت های تابعه می باشد و تاکید مدیرعامل شرکت صدر تأمین به این موضوع و اینکه این امر عامل توسعه پایدار منابع مالی واحدهای تولیدی است، آیا شرکت لعابیران در حوزه صادرات فعالیتی داشته است و در این خصوص دارای چه برنامه ها و با چه چالش هایی روبرو است؟

نادر رضایی منش: همان گونه که اشاره شد، شرکت لعابیران اولین صادرکننده لعاب کشور می باشد؛ ما از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸ توانسته ایم حدود ده هزار تن از محصولات خود را به کشور ترکیه صادر نماییم. از آنجایی که تولید و عرضه ما به صنایع هدف، مستلزم ارتباط پیوسته، مداوم و دوسویه است، به طوری که کارشناسان دو مجموعه می بایست مدام با یکدیگر در ارتباط باشند که متأسفانه در آن سال ها به علت فراگیر شدن بیماری کرونا در دنیا، این امر قطع و ادامه صادرات محقق نگردید و با بروز مشکلاتی دیگر با شریک ترک، بعد از بیماری کرونا ادامه صادرات ما به ترکیه متوقف گردید. در سال ۱۴۰۰



تولید و مصرف جهانی کاشی سرامیک

WORLD PRODUCTION AND CONSUMPTION OF CERAMIC TILES

Luca Baraldi - MECS / Centro Studi Acimac (l.baraldi@mecs.org)

The 13th edition of the study "World production and consumption of ceramic tiles" produced by MECS / Acimac Research Centre is due to be published in October. The study – previewed here in Ceramic World Review – runs to almost 300 pages of charts, tables and commentary, and examines in detail the ten-year trend to 2024 for the industry, the market, per capita consumption and import-export flows, both by macro-region and for the 76 largest tile producing, consuming, exporting and importing countries.

For each country there is also an in-depth breakdown of import and export volumes by product type: porcelaine stoneware, single-fired and double-fired tiles, and other materials

As in previous years, the study will be accompanied by the publication of the volume entitled "Ceramic Tile Market Forecast Analysis 2025-2029", which provides an updated five-year forecast for the global ceramic tile market.

همانند سال‌های گذشته، این مطالعه همراه خواهد بود با انتشار جلدی با عنوان «Ceramic Tile Market Forecast Analysis 2025-2029» که یک پیش‌بینی پنج‌ساله به‌روز از بازار جهانی کاشی سرامیکی ارائه می‌کند.

۱. در مجموع، صنعت و بازار جهانی سرامیک در سال ۲۰۲۴ به روند نزولی مشاهده‌شده در سال‌های ۲۰۲۳-۲۰۲۲ ادامه داد.

کندی طولانی‌مدت اقتصاد و تداوم تنش‌های ژئوپلیتیکی بین‌المللی بیش‌ازپیش تقاضای جهانی کاشی را سرد کرد و به یک انقباض دیگر در حجم‌های تولید و تجارت جهانی انجامید؛ با درصد کاهش‌هایی اندکی بدتر از سال ۲۰۲۳.

۲. تولید جهانی کاشی در سال ۲۰۲۴ به ۱۴,۹۵۰ میلیون مترمربع سقوط کرد

نسخه سیزدهم مطالعه «World production and consumption of ceramic tiles» که توسط MECS / Acimac Research Centre تهیه و منتشر شده است. این گزارش که پیش‌نمایش آن را در اینجا در Ceramic World Review می‌بینید - نزدیک به ۳۰۰ صفحه نمودار، جداول و تفسیر دارد و روند ده‌ساله تا سال ۲۰۲۴ را برای صنعت، بازار، سرانه مصرف و جریان‌های واردات-صادرات هم به تفکیک مناطق کلان و هم برای ۷۶ کشور بزرگ تولیدکننده، مصرف‌کننده، صادرکننده و واردکننده کاشی بررسی می‌کند.

برای هر کشور همچنین تفکیک عمیقی از حجم‌های واردات و صادرات بر حسب نوع محصول ارائه می‌شود: single-fired, porcelain stoneware و double-fired tiles و سایر مواد.

مناطق مصرف‌کننده جهان			
مناطق	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	% از مصرف جهانی	% تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
اتحادیه اروپا (۲۷)	۸۳۹	۵.۸٪	۱.۰٪
دیگر کشورهای اروپا (شامل ترکیه)	۶۲۳	۴.۳٪	-۲.۰٪
شمال آمریکا (شامل مکزیک)	۵۴۲	۳.۷٪	-۱.۶٪
مرکز - جنوب آمریکا	۱,۲۰۵	۸.۳٪	-۰.۹٪
آسیا	۱۰,۰۶۴	۶۹.۲٪	-۷.۷٪
آفریقا	۱,۲۲۷	۸.۴٪	-۱۴.۳٪
اقیانوسیه	۵۲	۰.۴٪	۲.۰٪
مجموع	۱۴,۵۵۲	۱۰۰.۰٪	-۶.۸٪

مناطق تولیدکننده جهان			
مناطق	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	% از تولید جهانی	% تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
اتحادیه اروپا (۲۷)	۱,۰۵۴	۷.۱٪	۱.۴٪
دیگر کشورهای اروپا (شامل ترکیه)	۵۶۱	۳.۸٪	-۸.۸٪
شمال آمریکا (شامل مکزیک)	۳۲۸	۲.۲٪	-۶.۰٪
مرکز - جنوب آمریکا	۱,۱۰۰	۷.۴٪	-۲.۱٪
آسیا	۱۰,۸۷۷	۷۲.۸٪	-۶.۵٪
آفریقا	۱,۰۲۵	۶.۹٪	-۱۳.۰٪
اقیانوسیه	۵	۰.۰٪	۰.۰٪
مجموع	۱۴,۹۵۰	۱۰۰.۰٪	-۶.۲٪

از ۱۰.۹ به ۱۰۰ میلیارد مترمربع (۷.۷٪) سقوط کرد و ۶۹٪ از مصرف جهانی را به خود اختصاص داد.

۴. در سال ۲۰۲۴، صادرات جهانی برای سومین سال متوالی نیز کاهش یافت و ۲.۵٪ افت کرد (عملاً تکرار ۲.۴٪ سال ۲۰۲۳). در مجموع ۲,۶۷۴ میلیون مترمربع کاشی سرامیکی در سراسر جهان صادر شد، ۶۹ میلیون مترمربع کمتر از سال قبل. این افت تقریباً به طور کامل به آسیا نسبت داده می شود (کاهش از ۱,۵۳۹ به ۱,۴۷۲ میلیون مترمربع؛ ۴.۳٪) که در عمل به معنای چین و هند است. در مقابل، صادرات از سایر مناطق اساساً بدون تغییر ماند: صادرات اتحادیه اروپا از ۷۷۰ به ۷۶۸ میلیون مترمربع (۰.۲٪)؛ آمریکای مرکزی و جنوبی از ۱۳۸ به ۱۳۲ میلیون مترمربع (۴.۲٪)؛ آمریکای شمالی از ۴۳ به ۳۹ میلیون مترمربع (۱۰.۸٪)؛ و آفریقا از ۱۲۱ به ۱۱۱ میلیون مترمربع (۷.۹٪). یک استثنای مثبت، بازبایی صادرات از اروپای غیرعضو اتحادیه بود (از ۱۳۲ به ۱۵۱ میلیون مترمربع؛ ۱۴.۷٪) که با عملکرد قوی ترکیه هدایت شد.

۵. با توجه به تمایل صادراتی قاره ها یا مناطق کلان، اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۴ همچنان منطقه با بالاترین سهم صادرات باقی ماند، با ۷۳٪ از تولید خود. سایر مناطق بسیار عقب تر بودند: اروپای غیرعضو اتحادیه ۲۷٪ از حجم خروجی خود را صادر کرد، آسیا ۱۳.۵٪، آمریکای شمالی و جنوبی هر دو ۱۲٪ و آفریقا ۱۰.۸٪.

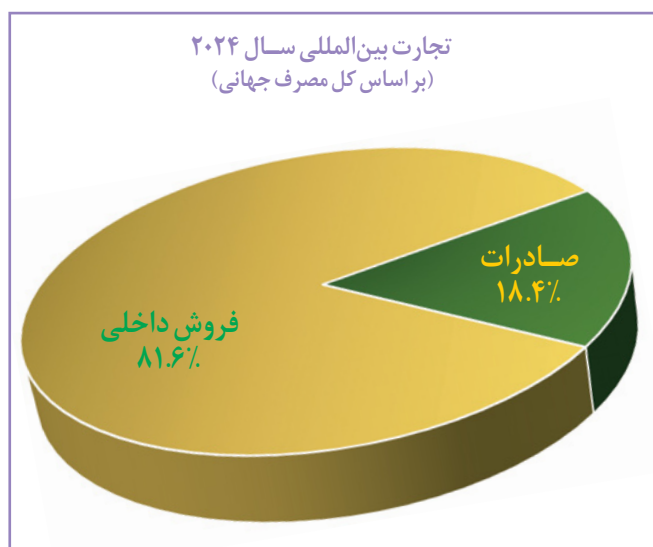
روند جریان های واردات/صادرات گرایش به تولید کاشی در نزدیکی بازارها را تأیید می کند. صادرات جهانی ۱۷.۹٪ از تولید جهانی و ۱۸.۴٪ از مصرف جهانی را تشکیل داد، با این واقعیت که ۶۱.۹٪ از صادرات در همان منطقه جغرافیایی تولید باقی ماند (۸۰.۲٪ از صادرات آمریکای جنوبی در همان منطقه ماند؛ ۸۰.۷٪ از صادرات آمریکای شمالی در منطقه NAFTA باقی ماند؛ ۶۴.۷٪ از صادرات آسیا به کشورهای آسیایی ارسال شد؛ ۹۱.۵٪ از صادرات آفریقا در آفریقا ماند). اتحادیه اروپا تا حدی یک استثنا باقی ماند، به طوری که ۴۶.۱٪ از صادرات خود را به بازارهای غیراتحادیه ای ارسال کرد.

که ۶.۲٪ کمتر از ۱۵,۹۳۷ میلیون مترمربع در سال ۲۰۲۳ است. هرچند تقریباً همه مناطق با کاهش تولید مواجه شدند، بخش عمده ۹۸۷ میلیون مترمربع افت، در آسیا و شمال آفریقا رخ داد. خروجی آسیا ۶.۵٪ کاهش یافت، از ۱۱.۶ به ۱۰.۹ میلیارد مترمربع، معادل ۷۲.۸٪ از تولید جهانی. چین با انقباض ۸۲۰ میلیون مترمربع مواجه شد که بخشی از آن با بازبایی بیش از ۱۰۰ میلیون مترمربع در ویتنام جبران شد.

اروپا ۱,۶۱۵ میلیون مترمربع (۱۰.۹٪ از کل جهان) تولید کرد. به لطف بازگشت اسپانیا، اتحادیه اروپا رشد ملایم ۱.۴٪ در خروجی (از ۱,۰۳۹ به ۱,۰۵۴ میلیون مترمربع) ثبت کرد، هرچند هنوز فاصله زیادی با جبران انقباض ۱۸٪ سال ۲۰۲۳ دارد. تولید در اروپای غیرعضو اتحادیه به ۵۶۱ میلیون مترمربع (۸.۸٪) کاهش یافت که عمدتاً ناشی از خروجی پایین تر در ترکیه بود. تولید در قاره آمریکا نیز افت کرد و به ۱,۴۲۸ میلیون مترمربع رسید. آمریکای شمالی از ۳۴۹ به ۳۲۸ میلیون مترمربع (۶٪) کاهش یافت، در حالی که تولید در آمریکای مرکزی و جنوبی به ۱,۱۰۰ میلیون مترمربع، با کاهش ۲.۱٪، لغزید.

در نهایت، تولید در آفریقا پس از بیش از یک دهه رشد، نخستین انقباض خود را تجربه کرد و از ۱,۱۷۸ به ۱,۰۲۵ میلیون مترمربع (۱۳٪) رسید. این امر به افت شدید در مصر و تا حدی در الجزایر نسبت داده شد، در حالی که خروجی در منطقه آفریقای سیاه سطح سال ۲۰۲۳ را حفظ کرد.

۳. مصرف جهانی کاشی الگوی مشابهی را دنبال کرد و از ۱۵,۶۲۱ میلیون مترمربع در سال ۲۰۲۳ به ۱۴,۵۵۲ میلیون مترمربع در سال ۲۰۲۴ (۶.۸٪) کاهش یافت. همه مناطق منقبض شدند، بار دیگر به جز اتحادیه اروپا که ۱٪ رشد تا ۸۳۹ میلیون مترمربع را دید. مصرف در آمریکای مرکزی و جنوبی (۱,۲۰۵ میلیون مترمربع؛ ۰.۹٪)، در آمریکای شمالی (۵۴۲ میلیون مترمربع؛ ۱.۶٪)، و در اروپای غیرعضو اتحادیه (۶۲۳ میلیون مترمربع؛ ۲٪) اندکی کاهش داشت. کاهش در آفریقا بسیار پررنگ تر بود (۱,۲۲۷ میلیون مترمربع؛ ۱۴.۳٪) و، بالاتر از همه، در آسیا که تقاضا



مناطق صادرکننده جهان			
مناطق	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	٪ از صادرات جهانی	٪ تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
اتحادیه اروپا (۲۷)	۷۶۸	۲۸.۷٪	-۰.۲٪
دیگر کشورهای اروپا (شامل ترکیه)	۱۵۱	۵۶٪	۱۴.۷٪
شمال آمریکا (شامل مکزیک)	۳۹	۱.۵٪	-۱۰.۸٪
مرکز - جنوب آمریکا	۱۳۲	۴.۹٪	-۴.۲٪
آسیا	۱,۴۷۲	۵۵.۰٪	-۴.۳٪
آفریقا	۱۱۱	۴.۳٪	-۷.۹٪
اقیانوسیه	-	۰.۰٪	۰.۰٪
مجموع	۲,۶۷۴	۱۰۰.۰٪	-۲.۵٪

۷. در سال ۲۰۲۴، هند جایگاه خود را به عنوان دومین تولیدکننده و مصرف کننده بزرگ کاشی حفظ کرد. تولید داخلی ۲٪ کاهش یافت و به ۲.۴ میلیارد مترمربع رسید که بازتاب افت هم در مصرف داخلی (۱,۶۲۰ میلیون مترمربع؛ -۴.۷٪) و هم در صادرات است که از ۵۸۹ به ۵۲۵ میلیون مترمربع (۱۰.۹٪) کاهش یافت. درآمد صادرات به حدود ۲ میلیارد یورو افت کرد، در حالی که قیمت متوسط در ۳.۸ یورو/مترمربع ثابت ماند.

در سال ۲۰۲۴، بازارهای آسیایی همچنان بزرگترین سهم از صادرات هند را جذب کردند: ۲۱۶ میلیون مترمربع (۱۳٪)، معادل ۴۱.۲٪ از کل حجم. به استثنای آمریکای جنوبی که به رشد خود تا ۴۱ میلیون مترمربع (۱۴٪) ادامه داد، همه مناطق مقصد دیگر کاهش داشتند: آفریقا ۱۸.۵٪ (۹۸ میلیون مترمربع)؛ آمریکای شمالی و مکزیک ۷٪ (۶۲ میلیون مترمربع)؛ اتحادیه اروپا ۸٪ (۵۴ میلیون مترمربع)؛ اروپای غیر عضو اتحادیه ۷.۵٪ (۵۰ میلیون مترمربع).

رتبه بندی کشورهای مقصد صادرات هند نسبت به ۲۰۲۳ چند تغییر داشت. امارات متحده عربی با رشد ۷.۸٪ تا ۳۶.۷ میلیون مترمربع به نخستین بازار صادراتی بدل شد و پس از آن USA (۳۴.۲ میلیون مترمربع؛ -۷٪)، عراق (۳۰ میلیون مترمربع؛ -۶.۷٪) و روسیه قرار گرفتند که بیشترین افزایش را ثبت کرد (۲۲.۴٪) و به ۲۸ میلیون مترمربع رسید. کویت و مکزیک با حدود ۲۵ میلیون مترمربع در ادامه بودند.

بیشترین افت ها در رژیم صهیونیستی (از ۲۲ به ۱۴ میلیون مترمربع؛ -۳۷٪)، آفریقای جنوبی (از ۱۹.۵ به ۱۲ میلیون مترمربع؛ -۳۸٪) و عربستان سعودی (از ۱۸ به ۹.۵ میلیون مترمربع؛ -۴۷٪) دیده شد؛ جایی که تعرفه های واردات کاشی از هند چهار سال است برقرار است.

این امر با مقایسه سهم هر قاره در تولید و مصرف جهانی کاشی نیز تأیید می شود که نشان می دهد مقادیر اساساً هم راستا هستند: آسیا ۷۲.۸٪ از تولید و ۶۹.۲٪ از مصرف را نمایندگی می کند؛ اروپا (اتحادیه اروپا + غیر اتحادیه اروپا) به ترتیب ۱۰.۹٪ و ۱۰.۱٪؛ قاره های آمریکا ۹.۶٪ و ۱۲٪؛ و آفریقا ۶.۹٪ و ۸.۴٪.

۶. چین، بزرگترین تولیدکننده، مصرف کننده و صادرکننده کاشی سرامیکی در جهان، در سال ۲۰۲۳ برای سومین سال متوالی شاهد کاهش تولید و فروش بود. بنا به اعلام China Building and Sanitary Ceramics Association، کاهش تقاضای داخلی (۵.۳ میلیارد مترمربع؛ ۱۳٪ پایین تر از ۲۰۲۳) صنعت را واداشت تا خروجی خود را به ۵.۹ میلیارد مترمربع (۱۲.۲٪ نسبت به ۶.۷ میلیارد در ۲۰۲۳)، در برابر ظرفیت نصب شده ۱۲.۲ میلیارد مترمربع، کاهش دهد. تعداد شرکت های فعال نیز از ۱,۰۲۲ به ۹۳۸ کاهش یافت.

در سال ۲۰۲۴، صادرات چین به ۶۰۰ میلیون مترمربع (۲.۵٪) افت کرد که معادل ۲۲.۴٪ از صادرات جهانی است و هرچه بیشتر به مقاصد آسیایی ارسال شد (۴۴۲.۵ میلیون مترمربع؛ +۰.۹٪ نسبت به ۲۰۲۳). چهارده مورد از ۲۰ بازار برتر خارجی صنعت سرامیک چین در آسیا قرار دارند، به رهبری فیلیپین، اندونزی، کره جنوبی، مالزی و تایلند. در استرالیا، ششمین بازار بزرگ چین و بازاری که در آن سهمی حدود ۷۵٪ دارد، فروش به ۳۳ میلیون مترمربع افزایش یافت. چین شاهد کاهش صادرات به آمریکای لاتین (۶۶ میلیون مترمربع؛ -۱۱٪ نسبت به ۲۰۲۳)، آفریقا (۳۴ میلیون مترمربع؛ -۲۹٪) و اروپا (۸ میلیون مترمربع) بود. در نیمه نخست ۲۰۲۵، صادرات چین افت بیشتری را تجربه کرد: ۳.۹٪ در حجم (۲۷۱ میلیون مترمربع) و ۱۱.۶٪ در ارزش (۱.۵۱ میلیارد دلار)، با قیمت متوسط ۵.۵۶ دلار/مترمربع.

کشورهای تولیدکننده برتر

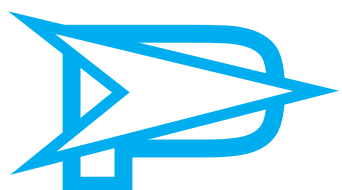
کشور	۲۰۲۰ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۱ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۲ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۳ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	% از تولید جهانی در ۲۰۲۴	% تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
۱ چین	۸,۴۷۴	۸,۸۶۳	۷,۳۱۲	۶,۷۳۰	۵,۹۱۰	۳۹.۵٪	-۱۲.۲٪
۲ هند	۲,۳۱۸	۲,۵۵۰	۲,۳۰۰	۲,۴۵۰	۲,۴۰۰	۱۶.۱٪	-۲.۰٪
۳ برزیل	۸۴۰	۱,۰۴۹	۹۲۷	۷۹۳	۸۲۵	۵.۵٪	۴.۰٪
۴ ویتنام	۵۵۹	۵۵۴	۵۷۹	۳۹۷	۵۰۴	۳.۴٪	۲۷.۰٪
۵ ایران	۴۴۹	۴۵۸	۴۸۰	۴۵۰	۴۵۰	۳.۰٪	۰.۰٪
۶ اسپانیا	۴۸۸	۵۸۷	۵۰۰	۳۹۴	۴۱۶	۲.۸٪	۵.۶٪
۷ اندونزی	۳۰۴	۴۱۰	۴۳۰	۴۱۳	۴۰۷	۲.۷٪	-۱.۵٪
۸ ایتالیا	۳۴۴	۴۳۵	۴۳۱	۳۷۴	۳۷۰	۲.۵٪	-۱.۱٪
۹ ترکیه	۳۷۰	۴۳۸	۳۸۵	۳۷۲	۳۱۸	۲.۱٪	-۱۴.۵٪
۱۰ مکزیک	۲۳۵	۲۹۰	۲۸۹	۲۶۴	۲۵۱	۱.۷٪	-۴.۹٪
مجموع	۱۴,۳۸۱	۱۵,۶۳۴	۱۳,۶۳۳	۱۲,۶۳۷	۱۱,۸۵۱	۷۹.۳٪	-۶.۳٪
مجموع جهانی	۱۷,۱۳۹	۱۸,۶۰۲	۱۶,۸۶۲	۱۵,۹۳۷	۱۴,۹۵۰	۱۰۰.۰٪	-۶.۳٪

منبع: دپارتمان تحقیقات Acimac. «تولید و مصرف جهانی کاشی و سرامیک»، نسخه سیزدهم، ۲۰۲۵

IT'S TIME **TO ACT**

Let's do our part by making technological solutions
to reduce energy costs for a lower environmental impact.

Since 1986



POPPI CLEMENTINO®

Energy recovery

Filtration

Water depuration

Cogeneration

www.poppi.it

۳.۶-، مراکش (۱۵.۸ میلیون مترمربع؛ ۳.۵+،)، United Kingdom (۱۵.۳ میلیون مترمربع؛ ۱۲.۸-،) و رژیم صهیونیستی که رشد قوی داشت تا ۱۳.۸ میلیون مترمربع (۱۹.۲+،). با در نظر گرفتن مناطق کلان، اروپا ۴۹.۷٪ از صادرات اسپانیا را از نظر حجم به خود اختصاص داد، آسیا ۱۵.۲٪، آفریقا ۱۴.۱٪، آمریکای شمالی ۱۲.۴٪ و آمریکای جنوبی ۷.۹٪.

۱۰. در سال ۲۰۲۴، تولید ایتالیا نزدیک به سطوح ۲۰۲۳ باقی ماند: ۳۶۹.۸ میلیون مترمربع (۱-،)، تولیدشده توسط ۱۲۲ شرکت. فروش کل اندکی بهبود یافت و از ۳۶۹.۲ به ۳۷۸.۳ میلیون مترمربع (۲.۵+،) رسید و ۶.۱ میلیارد یورو درآمد (۱.۸-،) ایجاد کرد. فروش داخلی در ۸۴.۸ میلیون مترمربع باثبات ماند و ۱۰۸۴ میلیارد یورو گردش مالی (۳.۷-،) با قیمت متوسط ۱۲.۸ یورو/مترمربع تولید کرد. با احتساب واردات (۳۰ میلیون مترمربع)، مصرف ملی به ۱۱۵ میلیون مترمربع (۱.۷-،) رسید. ایتالیا همچنان چهارمین صادرکننده جهان از نظر حجم و بزرگترین از نظر ارزش باقی مانده است. در ۲۰۲۴، صادرات (معادل ۷۹.۲٪ از تولید) ۳.۱٪ رشد کرد و به ۲۹۳.۵ میلیون مترمربع رسید، با ایجاد ۴.۹۷۹ میلیارد یورو درآمد (۱.۴-،) و با کاهش قیمت متوسط از ۱۷.۷ به ۱۷ یورو/مترمربع.

سه بازار خارجی نخست برای کاشی ایتالیایی عبارت بودند از آلمان (۴۳.۹ میلیون مترمربع؛ ۱۰.۱+،)، فرانسه (۴۰.۶ میلیون مترمربع؛ ۴.۵-،) و ایالات متحده آمریکا (۳۳ میلیون مترمربع؛ ۹.۳+،). پس از آن یونان (۹.۴ میلیون مترمربع؛ ۶۷.۵+،)، اتریش (۹ میلیون مترمربع؛ ۱-،)، بلژیک (۸.۶ میلیون مترمربع؛ ۱.۶+،)، سوئیس (۸ میلیون مترمربع؛ ۱.۶-،)، انگلستان (۷.۳ میلیون مترمربع؛ ۵.۳-،)، هلند (۷ میلیون مترمربع؛ ۴.۹-،) و کانادا (۶.۳ میلیون مترمربع؛ ۷.۸-،) قرار داشتند.

۸. برزیل، سومین کشور بزرگ تولیدکننده و مصرف کننده جهان، در سال ۲۰۲۴ افزایش ۴٪ در تولید را ثبت کرد و به ۸۲۵ میلیون مترمربع رسید؛ تا بخشی از افت تولید دو سال گذشته را جبران کند؛ همگام با بازیابی مشابهی در فروش داخلی (۷۲۷ میلیون مترمربع؛ ۴.۸+،).

در مقابل، صادرات به کاهش خود ادامه داد و به ۸۶ میلیون مترمربع (۲.۹-،) رسید. این مقادیر تقریباً به طور کامل به بازارهای آمریکای مرکزی و جنوبی ارسال شد، به جز USA که دومین بازار مقصد با ۱۵.۸ میلیون مترمربع (۶.۸-،) بود. ارزش صادرات برزیل به ۳۳۸ میلیون یورو افت کرد، با قیمت متوسط ۳.۹ یورو/مترمربع. طبق پیش بینی های انجمن تجاری کشور، Anfacer، تولید در ۲۰۲۵ باید در حدود ۸۰۷ میلیون مترمربع باشد، با فروش داخلی باثبات و بهبود جزئی در صادرات (۲+،).

۹. اسپانیا، بزرگترین تولیدکننده اروپایی و سومین صادرکننده جهان، نیز سال ۲۰۲۴ را با بازیابی خفیف در تولید به پایان رساند؛ تولید از ۳۹۴ به ۴۱۶ میلیون مترمربع (۵.۶+،) افزایش یافت، هرچند هنوز فاصله زیادی با سطوح ۲۰۲۲-۲۰۲۱ دارد. مصرف، که تقریباً به طور کامل توسط تولید داخلی پوشش داده می شود، از ۱۳۵ به ۱۴۲ میلیون مترمربع (۵.۲+،) افزایش یافت. باین حال، صادرات به کاهش ادامه داد و از ۳۴۴ به ۳۲۹ میلیون مترمربع (۴.۴-،) افت کرد که معادل ۷۹٪ از تولید ملی است.

مجموع گردش مالی صنعت در ۴.۸ میلیارد یورو باثبات ماند که از این میان ۱.۳۴ میلیارد یورو از فروش داخلی (۳.۱+،) و ۳.۴۸۱ میلیارد یورو از صادرات (۲.۴-،) باقیمت متوسط ۱۰.۶ یورو/مترمربع حاصل شد.

فرانسه بازار صادراتی نخست باقی ماند (۴۰.۳ میلیون مترمربع؛ ۹.۹-،)، سپس USA (۳۴.۴ میلیون مترمربع؛ ۴.۹-،)، ایتالیا (۱۶.۵ میلیون مترمربع؛

کشورهای مصرف کننده برتر

کشور	۲۰۲۰ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۱ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۲ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۳ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	٪ از تولید جهانی در ۲۰۲۴	٪ تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
۱ چین	۷,۸۵۹	۸,۲۶۸	۶,۷۳۷	۶,۱۱۸	۵,۳۱۴	۳۶.۵٪	-۱۳.۱٪
۲ هند	۱,۸۸۴	۲,۰۶۹	۱,۷۵۰	۱,۷۰۰	۱,۶۲۰	۱۱.۱٪	-۴.۷٪
۳ برزیل	۸۲۹	۹۰۲	۷۳۶	۶۹۴	۷۲۷	۵.۰٪	۴.۸٪
۴ اندونزی	۳۵۷	۴۷۸	۴۸۹	۴۹۵	۴۷۰	۳.۲٪	-۵.۱٪
۵ ویتنام	۴۴۰	۴۲۰	۵۰۵	۳۷۵	۴۰۱	۲.۸٪	۶.۹٪
۶ عربستان سعودی	۲۸۴	۲۵۲	۲۶۲	۲۸۲	۲۶۹	۱.۸٪	-۴.۶٪
۷ ایالات متحده آمریکا	۲۶۴	۲۸۹	۲۸۵	۲۶۴	۲۵۹	۱.۸٪	-۱.۹٪
۸ مکزیک	۲۴۲	۲۷۶	۲۵۷	۲۵۴	۲۵۱	۱.۷٪	-۱.۲٪
۹ مصر	۲۳۷	۳۰۸	۳۶۸	۳۹۰	۲۴۶	۱.۷٪	-۳۶.۹٪
۱۰ بنگلادش	۱۶۲	۱۰۶	۱۷۰	۲۰۸	۲۴۱	۱.۷٪	۱۵.۹٪
مجموع	۱۲,۵۵۸	۱۳,۳۶۸	۱۱,۵۵۹	۱۰,۷۸۰	۹,۷۹۸	۶۷.۳٪	-۹.۱٪
مجموع جهانی	۱۷,۱۱۲	۱۸,۳۹۹	۱۶,۴۴۴	۱۵,۶۲۱	۱۴,۵۵۲	۱۰۰.۰٪	-۶.۸٪

منبع: دپارتمان تحقیقات Acimac. «تولید و مصرف جهانی کاشی و سرامیک»، نسخه سیزدهم، ۲۰۲۵



INNOVATION

digitalization

I.A.

automation

SUSTAINABILITY

energy saving

recovery of ceramic waste

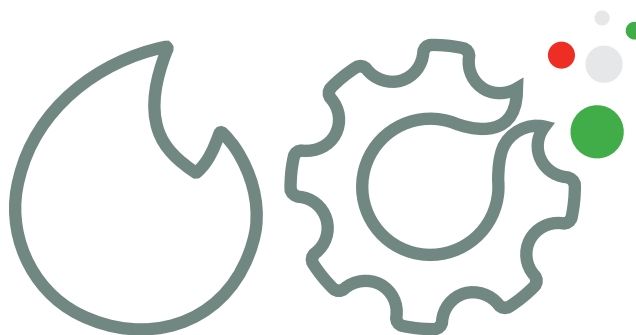
human centered approach

DESIGN

trend

experience

Italian style



WEAREACIMAC
creative technology

Discover the Italian
Technology for Ceramic



Powered by:



ACIMAC

Association of Italian Manufacturers of
Machinery and Equipment for Ceramics



با نگاه مناطق کلان، فروش ایتالیا درون اتحادیه اروپا در ۱۶۵ میلیون مترمربع باثبات ماند (معادل ۵۶٪ از کل صادرات)، درحالی که فروش در اروپای غیرعضو اتحادیه ۱۲٪ رشد کرد و به ۳۰ میلیون مترمربع رسید. صادرات کاشی ایتالیا به آمریکای شمالی (۴۱ میلیون مترمربع؛ +۸٪) و آسیا (۳۶ میلیون مترمربع؛ +۱۴.۳٪) نیز افزایش یافت، درحالی که فروش در آفریقا (۱۲.۵ میلیون مترمربع) و اقیانوسیه (۳.۷ میلیون مترمربع) باثبات ماند و صادرات به آمریکای جنوبی کاهش یافت (۴.۶ میلیون مترمربع؛ -۲۹.۵٪).

۱۱. دو غول آسیایی چین و هند و دو کشور بزرگ تولیدکننده اروپایی اسپانیا و ایتالیا در سال گذشته مجموعاً ۶۵.۳٪ از صادرات جهانی را به خود اختصاص دادند. اگر شش کشور بزرگ صادرکننده بعدی را هم اضافه کنیم، این رقم به ۸۴.۴٪ می‌رسد که مشابه سال ۲۰۲۳ است.

اسپانیا و ایتالیا بالاترین نسبت‌های صادراتی را حفظ کردند (هر دو ۷۹٪ از تولید ملی)، و پس از آن لهستان با ۵۴٪، ایران با ۴۵٪، ترکیه با ۳۲٪، هند با ۲۲٪ و برزیل و چین با ۱۰٪ قرار دارند. ایتالیا همچنین جایگاه رهبری خود را از نظر قیمت متوسط فروش در ۱۷ یورو/مترمربع حفظ کرد؛ پس از آن اسپانیا با ۱۰.۶، لهستان با ۹.۲، ویتنام با ۷.۳، ترکیه با ۶.۶، چین با ۵، برزیل با ۳.۹ و هند با ۳.۸ یورو/مترمربع بودند.

۱۲. اندونزی و ویتنام همچنان در میان بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده در خاور دور رتبه دارند، در حالی که ایران جایگاه قوی خود را در خاورمیانه حفظ کرد. در ۲۰۲۴، ویتنام بخش بزرگی از افت تجربه‌شده در ۲۰۲۳ را بازیابی کرد و تولید را به ۵۰۴ میلیون مترمربع (۲۷٪) بازگرداند. صادرات در ۳۵ میلیون مترمربع باثبات ماند که نزدیک به ۱۰ میلیون مترمربع آن به ایالات متحده

آمریکا ارسال شد، در حالی که مصرف داخلی به ۴۰۱ میلیون مترمربع رسید. تولید در اندونزی ۱.۴٪ کاهش یافت و به ۴۰۷ میلیون مترمربع رسید، در حالی که مصرف به ۴۷۰ میلیون مترمربع (۵٪) افت کرد که بخشی از آن از طریق واردات (۷۰ میلیون مترمربع؛ -۱۸.۳٪) و تقریباً به‌طور کامل از چین پوشش داده شد. صادرات فقط ۷ میلیون مترمربع (۳۰٪-) بود.

پنجمین تولیدکننده بزرگ جهان، ایران، ۴۵۰ میلیون مترمربع تولید کرد که از این میزان ۲۰۰ میلیون مترمربع در بازار داخلی فروخته شد و ۲۰۲ میلیون مترمربع صادر گردید که ۷۶٪ آن به عراق رفت.

۱۳. ترکیه، نهمین تولیدکننده و ششمین صادرکننده بزرگ جهان، تولید خود را در ۲۰۲۴ به ۳۱۸ میلیون مترمربع (۱۴.۵٪) کاهش داد؛ در پاسخ به افت تقاضای داخلی به ۲۳۲ میلیون مترمربع (۱۲٪-).

صادرات جهش معناداری داشت و به ۱۰۱ میلیون مترمربع (۲۷.۸٪) رسید؛ هرچند هنوز فاصله زیادی با ۱۵۴ میلیون مترمربع سال ۲۰۲۱ دارد. صادرات ۶۷۱ میلیون یورو درآمد ایجاد کرد، با قیمت متوسط ۶.۶ یورو/مترمربع. بازار خارجی اصلی ترکیه اتحادیه اروپا بود (۳۹ میلیون مترمربع؛ +۴۳.۶٪)، سپس اروپای غیرعضو اتحادیه (۱۹ میلیون مترمربع؛ +۶۹٪)، آسیا (۱۸.۷ میلیون مترمربع؛ +۱۱٪) و آمریکای شمالی (۱۶.۷ میلیون مترمربع؛ -۱۰٪).

با وجود کاهش، ایالات متحده آمریکا بزرگ‌ترین بازار صادراتی منفرد ترکیه باقی ماند (۱۳.۱ میلیون مترمربع؛ -۱۴٪)، سپس آلمان (۱۲.۴ میلیون مترمربع؛ +۲۵٪) و انگلستان (۷.۷ میلیون مترمربع؛ +۱۴٪).

۱۴. در سال ۲۰۲۴، ۱۰ کشور بزرگ واردکننده مجموعاً ۱,۰۰۵ میلیون مترمربع وارد کردند (همان حجم ۲۰۲۳)، معادل ۳۷.۶٪ از تجارت جهانی.

کشورهای صادرکننده برتر

کشور	۲۰۲۰ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۱ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۲ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۳ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	٪ از تولید ملی در ۲۰۲۴	٪ از صادرات جهانی در ۲۰۲۴	٪ تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴	ارزش ۲۰۲۴ (میلیون یورو)	متوسط نرخ صادرات (یورو/مترمربع)
۱ چین	۶۲۲	۶۰۱	۵۷۹	۶۱۵	۶۰۰	۱۰.۲٪	۲۲.۴٪	-۲.۵٪	۲,۹۷۶	۵.۰
۲ هند	۴۳۷	۴۸۳	۴۲۲	۵۸۹	۵۲۵	۲۱.۹٪	۱۹.۶٪	-۱۰.۹٪	۲,۰۰۱	۳.۸
۳ اسپانیا	۴۲۲	۴۹۶	۴۳۱	۳۴۴	۳۲۹	۷۹.۱٪	۱۲.۳٪	-۴.۴٪	۳,۴۸۱	۱۰.۶
۴ ایتالیا	۳۱۸	۳۶۴	۳۵۶	۲۸۵	۲۹۳	۷۹.۲٪	۱۱.۰٪	۳.۱٪	۴,۹۷۹	۱۷.۰
۵ ایران	۱۷۹	۱۸۲	۱۹۴	۲۰۳	۲۰۲	۴۴.۹٪	۷.۶٪	-۰.۴٪	۴۰۷	۲.۰
۶ ترکیه	۱۳۲	۱۵۴	۱۲۷	۷۹	۱۰۱	۳۱.۸٪	۳.۸٪	۲۷.۸٪	۶۷۱	۶.۶
۷ برزیل	۹۶	۱۲۸	۱۱۳	۸۹	۸۶	۱۰.۴٪	۳.۳٪	-۲.۹٪	۳۳۸	۳.۹
۸ لهستان	۵۸	۶۲	۵۰	۴۳	۴۵	۵۴.۲٪	۱.۷٪	۴.۷٪	۴۱۳	۹.۲
۹ غنا	۸	۳۰	۵۲	۵۳	۴۲	۳۶.۵٪	۱.۶٪	-۲۰.۲٪	۱۲۸	۳.۰
۱۰ مکزیک	۱۹	۲۳	۲۹	۳۴	۳۵	۶.۹٪	۱.۳٪	۲.۹٪	۲۵۵	۷.۳
مجموع	۲,۲۹۰	۲,۵۲۳	۲,۳۵۴	۲,۳۳۴	۲,۲۵۸	۱۹.۸٪	۸۴.۴٪	-۳.۲٪		
مجموع جهانی	۲,۷۷۵	۳,۰۳۴	۲,۸۱۰	۲,۷۴۳	۲,۶۷۴	۱۷.۹٪	۱۰۰.۰٪	-۲.۵٪		

منبع: دپارتمان تحقیقات Acimac. «تولید و مصرف جهانی کاشی و سرامیک»، نسخه سیزدهم، ۲۰۲۵

میلیون مترمربع؛ ۹.۳٪، مکزیک (۲۷.۳ میلیون مترمربع؛ ۱۲.۳٪)، برزیل (۱۵.۸ میلیون مترمربع؛ ۶.۸٪) و ترکیه (۱۳.۱ میلیون مترمربع؛ ۱۴٪). طبق انتظار، آثار پویایی‌های بازار ایالات متحده آمریکا در نیمه نخست ۲۰۲۵ به‌وضوح دیده شد: از یک‌سو تعرفه‌های وارداتی اعلام‌شده توسط President Trump که بسیاری از توزیع‌کنندگان آمریکایی را به جلو انداختن خریدها ترغیب کرد؛ و از سوی دیگر، اعمال عوارض ضددامپینگ بر واردات کاشی از هند. داده‌های منتشره توسط Tile Council of North America نشان می‌دهد که در حالی که مصرف کاشی در شش ماه نخست سال باثبات ماند (۰.۶٪ - نسبت به نیمه اول ۲۰۲۴)، واردات شتاب گرفت (۲.۶٪ از نظر حجم و ۵٪ از نظر ارزش) به زیان فروش داخلی (۸.۳٪). به‌طور خاص، سهم بازار میان تأمین‌کنندگان خارجی سنتی جابه‌جا شد؛ با افزایش برای اسپانیا (۲۰ میلیون مترمربع؛ ۲۷.۳٪ حجمی؛ ۲۱.۵٪ ارزشی) و ایتالیا (۱۵ میلیون مترمربع؛ ۷.۲٪ حجمی؛ ۷.۳٪ ارزشی)، در حالی که هند به‌شدت کاهش یافت (۱۳.۸ میلیون مترمربع؛ ۳۲.۷٪ حجمی؛ ۴۲.۲٪ ارزشی). برزیل نیز عملکرد مطلوبی داشت (۲۴.۵٪ حجمی و ۲۶.۳٪ ارزشی) در حالی که مکزیک افت کرد (۵.۷٪ حجمی و ۸.۴٪ ارزشی).



با افزایش ۳.۲٪ نسبت به ۲۰۲۳، عراق از ایالات متحده آمریکا پیشی گرفت و به بزرگ‌ترین واردکننده کاشی جهان با ۱۹۴ میلیون مترمربع بدل شد (از جمله ۱۵۴ میلیون مترمربع از ایران و ۳۰ میلیون مترمربع از هند) و ۹۶.۵٪ از مصرف ملی را پوشش داد. واردات همچنین ۹۵٪ از فروش در فرانسه و ۹۸٪ در آلمان را تشکیل داد. تأمین‌کنندگان اصلی فرانسه عبارت بودند از اسپانیا و ایتالیا هرکدام با ۴۰ میلیون مترمربع (از مجموع واردات ۱۰۵ میلیون مترمربعی)؛ صادرکنندگان اصلی به آلمان نیز لهستان، ترکی، ایتالیا و اسپانیا بودند. در ۲۰۲۴، واردات به روسیه رشد بیشتری یافت و به ۶۷ میلیون مترمربع (۱۲٪) رسید که عمدتاً از هند (۲۸ میلیون مترمربع)، بلاروس (۱۶ میلیون مترمربع) و ازبکستان (۶ میلیون مترمربع) ارسال شد. پنج مورد از ۱۰ واردکننده بزرگ جهان در آسیا هستند (فیلیپین، اندونزی، کره جنوبی، تایلند و مالزی)؛ همگی بازارهایی که چین همچنان تأمین‌کننده اصلی و تقریباً انحصاری آن‌هاست. یکی از تحولات ۲۰۲۴ این بود که رژیم صهیونیستی به‌دلیل کاهش واردات به ۴۶ میلیون مترمربع، از رتبه‌بندی ۱۰ واردکننده بزرگ جهان خارج شد (اکنون در رتبه ۱۳ قرار دارد) و تقریباً به‌طور کامل توسط چین، اسپانیا، هند و ایتالیا پوشش داده می‌شود.

۱۵. ایالات متحده آمریکا، دومین واردکننده بزرگ جهان، در سال ۲۰۲۴ کاهش ۳٪ در واردات را ثبت کرد و به ۱۸۹ میلیون مترمربع رسید که معادل ۷۳٪ از مصرف کل (۲۵۹ میلیون مترمربع) است. ۸۳.۵٪ از واردات ایالات متحده آمریکا از شش کشور بزرگ تأمین‌کننده بود: اسپانیا (۳۴.۴ میلیون مترمربع؛ ۴.۹٪)، هند (۳۴.۳ میلیون مترمربع؛ ۷.۱٪)، ایتالیا (۳۳.۱

کشورهای واردکننده برتر

کشور	۲۰۲۰ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۱ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۲ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۳ (میلیون مترمربع)	۲۰۲۴ (میلیون مترمربع)	٪ از مصرف ملی در ۲۰۲۴	٪ از واردات جهانی در ۲۰۲۴	٪ تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
۱ عراق	۱۶۱	۱۶۸	۱۷۳	۱۸۸	۱۹۴	۹۶.۵٪	۷.۳٪	۳.۲٪
۲ ایالات متحده آمریکا	۱۹۷	۲۱۴	۲۰۵	۱۹۵	۱۸۹	۷۳.۰٪	۷.۱٪	-۳.۰٪
۳ فرانسه	۱۱۴	۱۳۴	۱۲۹	۱۱۱	۱۰۵	۹۴.۶٪	۳.۹٪	-۵.۷٪
۴ آلمان	۱۲۴	۱۲۶	۱۲۶	۹۲	۹۵	۹۷.۹٪	۳.۶٪	۳.۷٪
۵ فیلیپین	۷۷	۱۱۵	۱۰۷	۹۷	۹۳	۷۴.۴٪	۳.۵٪	-۴.۳٪
۶ اندونزی	۷۳	۸۵	۷۷	۸۶	۷۰	۱۴.۹٪	۲.۶٪	-۱۸.۳٪
۷ کره جنوبی	۶۹	۷۶	۶۸	۶۶	۶۹	۷۵.۸٪	۲.۶٪	۵.۳٪
۸ روسیه	۴۹	۵۷	۴۲	۶۰	۶۷	۲۹.۳٪	۲.۵٪	۱۱.۹٪
۹ تایلند	۵۵	۶۳	۶۳	۶۲	۶۵	۳۵.۵٪	۲.۴٪	۵.۰٪
۱۰ مالزی	۴۰	۳۷	۴۶	۴۷	۵۸	۶۱.۳٪	۲.۳٪	۲۳.۷٪
مجموع	۹۵۸	۱,۰۷۴	۱,۰۳۴	۱,۰۰۳	۱,۰۰۵	۵۴.۰٪	۳۷.۶٪	۰.۳٪
مجموع جهانی	۲,۷۷۵	۳,۰۳۴	۲,۸۱۰	۲,۷۴۳	۲,۶۷۴	۱۸.۴٪	۱۰۰.۰٪	-۲.۵٪

منبع: دپارتمان تحقیقات Acimac. تولید و مصرف جهانی کاشی و سرامیک، نسخه سیزدهم، ۲۰۲۵

ارزش صنعت سرامیک ایتالیا به ۷.۵ میلیارد یورو رسید

THE ITALIAN CERAMIC INDUSTRY IS WORTH 7.5 BILLION EUROS

With 248 companies, more than 26,000 direct employees and total revenues of €7.5 billion, the Italian ceramic industry testifies to the continued strength of the country's manufacturing system despite the challenging energy and regulatory landscape.

The industry's performance figures were presented by Confindustria Ceramica in its 2024 statistical report, which covers all the sectors represented by the association (ceramic tiles and slabs, sanitaryware, porcelain and tableware, refractories, technical ceramics and heavy clay products) and was unveiled at its customary mid-year press conference held as part of the association's annual members' meeting.

معادل ۱.۱ میلیارد یورو (۳.۷٪) ایجاد کرد. تولید کل نیز اندکی کاهش یافت و به ۳۶۹.۸ میلیون مترمربع (۱.۱٪) رسید که توسط ۱۲۲ شرکت با ۱۸,۰۰۹ کارمند مستقیم انجام شد. اگرچه نتایج سال ۲۰۲۴ در مقایسه با افت شدید سال ۲۰۲۳ نسبتاً باثبات بود، اما منفی‌ترین شاخص سال مربوط به سرمایه‌گذاری‌های فناورانه بود که با کاهش ۱۹.۴٪ به ۳۸۲ میلیون یورو (معادل ۶.۳٪ از گردش مالی بخش) رسید.

به گفته رئیس Confindustria Ceramica، آگوستو چیاروکی (Augusto Ciarrocchi)، این افت عمدتاً ناشی از عدم قطعیت‌های مقرراتی (طرح گذار ۵۰ کاملاً بی‌اثر بوده است)، افزایش ساختاری قیمت انرژی و مکانیزم ETS اتحادیه اروپا است که حاشیه سود شرکت‌ها را کاهش داده است. او گفت: «قیمت ETS از ۱۰ یورو در سال ۲۰۱۸ به ۷۵ یورو در حال حاضر رسیده و برای شرکت‌ها هزینه‌ای حدود ۱۲۰ میلیون یورو در سال به همراه دارد.»

بازارهای مقصد برای کاشی ایتالیا
در سال ۲۰۲۴، صادرات کاشی ایتالیا از نظر حجم در تمام قاره‌ها رشد داشت. اروپا با ۱۹۵.۵ میلیون مترمربع دوسوم کل صادرات را تشکیل داد و در مقایسه با سال قبل تقریباً ثابت ماند. ارسال محموله‌ها در اتحادیه اروپا به ۱۶۵.۲ میلیون مترمربع (۵.۰٪) رسید که درآمدی معادل ۲.۷۴ میلیارد یورو (۴.۶٪) ایجاد کرد. بازار آلمان از نظر حجم اندکی بهبود یافت (۱.۱٪)، اما از نظر ارزش کاهش داشت (۶٪). در فرانسه هر دو شاخص حجم و ارزش کاهش یافتند (۴.۵٪ و ۱۰.۴٪). همچنین صادرات به اتریش، هلند و دیگر مقاصد مهم اروپایی افت داشت، در حالی که بلژیک رشد خفیفی را تجربه کرد (۱.۶٪).

با وجود چالش‌های انرژی و فشارهای فزاینده مقرراتی، صنعت سرامیک ایتالیا همچنان یکی از پایه‌های قدرتمند نظام تولیدی این کشور به‌شمار می‌رود. بر اساس گزارش آماری سال ۲۰۲۴ اتحادیه Confindustria Ceramica، این صنعت با ۲۴۸ شرکت فعال، بیش از ۲۶,۰۰۰ نیروی کار مستقیم و گردش مالی کل ۷.۵ میلیارد یورو، جایگاه خود را به‌عنوان یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد ایتالیا حفظ کرده است. این گزارش که همه شاخه‌های تحت پوشش اتحادیه (کاشی و اسلب، چینی‌بهداشتی، پرسلان و ظروف غذاخوری، نسوزها، سرامیک‌های فنی و محصولات سفال سنگین) را شامل می‌شود، در نشست میانی سال این انجمن و هم‌زمان با مجمع سالانه اعضا در کنفرانس خبری ویژه‌ای ارائه شد.

کاشی و اسلب: رشد در حجم فروش

بخش کاشی و اسلب که موتور اصلی صنعت سرامیک ایتالیا است، سال ۲۰۲۴ را با نتایجی اندکی بهتر از برآوردهای اولیه دسامبر گذشته به پایان رساند. مجموع فروش به ۳۷۸.۳ میلیون مترمربع رسید (۲.۵٪ نسبت به ۲۰۲۳) و گردش مالی حاصل از آن ۶.۱ میلیارد یورو بود (۱.۸٪). صادرات همچنان ستون فقرات این صنعت باقی ماند و ۸۲٪ از کل درآمد (۵ میلیارد یورو، ۱.۴٪ نسبت به ۲۰۲۳) و ۷۷.۶٪ از حجم فروش (۲۹۳.۵ میلیون مترمربع، ۳.۱٪) را تشکیل داد. با وجود فشار بر قیمت‌ها، متوسط ارزش صادرات در سطح بالا یعنی ۱۷ یورو به‌ازای هر مترمربع باقی ماند، که نشان‌دهنده توان صنعت سرامیک ایتالیا در حفظ جایگاه قدرتمند خود در بازارهای جهانی با محصولاتی شناخته‌شده از نظر طراحی، کیفیت و نوآوری است. فروش داخلی تقریباً ثابت ماند و با ۸۴.۷ میلیون مترمربع (۰.۴٪)، درآمدی



آن به ترتیب ۹.۳٪ در حجم و ۶.۶٪ در ارزش رشد کرد.

بیشترین رشد درصدی در آسیا ثبت شد (۱۲.۵٪ در حجم و ۵.۹٪ در ارزش)، به ویژه در بازارهای خلیج فارس که جهشی معادل ۳۹.۵٪ در حجم و ۳۰.۶٪ در ارزش داشتند. صادرات ایتالیا در استرالیا (۲.۷٪ در حجم و ۱.۳٪ در ارزش) و آفریقا (۳.۵٪ و ۱.۴٪) نیز رشد داشت.

روند بهبود مشاهده شده در سال ۲۰۲۴ در سه ماهه نخست ۲۰۲۵ نیز ادامه یافت، به طوری که حجم فروش ۴٪ و درآمدها ۱.۳٪ افزایش یافت. رشد صادرات تقریباً در تمام بازارهای اتحادیه اروپا، روسیه، ایالات متحده، خاورمیانه، آسیا و آفریقا مشاهده شد.



Augusto Ciarrocchi

صادرات به کشورهای غیرعضو اتحادیه اروپا به ۳۰.۳ میلیون مترمربع (۰.۷٪) و ارزشی معادل ۴۴۷ میلیون یورو (۴.۹٪) رسید. در بریتانیا فروش ۵.۳٪ از نظر حجم و ۸.۴٪ از نظر ارزش کاهش یافت، در سوئیس به ترتیب ۱.۶٪ و ۷.۱٪ افت داشت، در حالی که صادرات به روسیه به ترتیب ۵.۵٪ و ۲.۳٪ افزایش یافت.

در مقابل، صادرات به بازارهای غیراروپایی از نظر حجم و ارزش رشد داشت. ارسال محموله ها به قاره های آمریکا ۸.۳٪ افزایش یافت و به ۴۵.۴ میلیون مترمربع رسید، با درآمدی ۸۹۴ میلیون یورویی (۵.۲٪) و بالاترین میانگین قیمت فروش یعنی ۱۹.۷ یورو بر مترمربع. بازار ایالات متحده عملکردی چشمگیر داشت و فروش کاشی های ایتالیایی در

جدول ۱ - صنعت کاشی و سرامیک ایتالیا

تغییرات ٪ ۲۰۲۳/۲۰۲۴	۲۰۲۴	۲۰۲۳	۲۰۲۲	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹		
-۲.۴٪	۱۲۲	۱۲۵	۱۲۸	۱۳۱	۱۳۳	۱۳۵		شرکت ها
-۲.۳٪	۱۸,۰۰۹	۱۸,۴۳۲	۱۸,۶۳۹	۱۸,۵۲۸	۱۸,۷۴۷	۱۹,۳۱۸		کارمندان
-۱.۱٪	۳۶۹.۸	۳۷۳.۷	۴۳۱.۲	۴۳۵.۳	۳۴۴.۳	۴۰۰.۷	میلیون مترمربع	تولید
+۲.۵٪	۳۷۸.۳	۳۶۹.۲	۴۴۸.۹	۴۵۵.۳	۳۹۱.۰	۴۰۶.۹	میلیون مترمربع	کل فروش
+۰.۴٪	۸۴.۸	۸۴.۴	۹۲.۷	۹۱.۲	۷۳.۳	۸۳.۵	میلیون مترمربع	فروش داخلی
+۳.۱٪	۲۹۳.۵	۲۸۴.۸	۳۵۶.۲	۳۶۴.۱	۳۱۷.۷	۳۲۳.۴	میلیون مترمربع	صادرات
-۱.۸٪	۶,۰۶۲	۶,۱۷۵	۷,۱۸۶	۶,۱۶۶	۵,۱۳۲	۵,۳۴۱	میلیون یورو	کل گردش مالی
-۳.۷٪	۱,۰۸۴	۱,۱۲۶	۱,۲۱۵	۹۶۷	۷۲۰	۸۳۲	میلیون یورو	فروش داخلی
-۱.۴٪	۴,۹۷۹	۵,۰۴۹	۵,۹۷۱	۵,۱۹۹	۴,۴۱۲	۴,۵۰۹	میلیون یورو	صادرات
-۱۹.۴٪	۳۸۲.۰	۴۷۳.۸	۴۴۱.۳	۳۵۰.۶	۲۰۲.۸	۳۷۳.۱	میلیون یورو	سرمایه گذاری ها

مسئله انرژی و تنش‌های تجاری

در کنفرانس خبری، چپاروکی به دو موضوع حیاتی برای این صنعت پرداخت: انرژی و محیط‌زیست، و موانع جدید در تجارت بین‌المللی. در خصوص پایداری زیست‌محیطی، او اشاره کرد که صنعت کاشی ایتالیا به بالاترین سطح بهره‌وری و بازدهی رسیده است. «صنعت سرامیک ایتالیا اکنون پایین‌ترین سطح انتشار در جهان را دارد و در حال حاضر پیشرفت فناوریانه چشمگیری در مسیر کربن‌زدایی متصور نیست.»

اما انرژی همچنان موضوعی بحرانی

است. Confindustria Ceramica در سطح ملی دو درخواست مشخص دارد:

۱. حذف فاصله قیمتی میان نرخ گاز ایتالیا (PSV) و شاخص اروپایی (TTF) که

بین ۲ تا ۵ یورو بر مگاوات ساعت متغیر است؛

۲. اجرای مکانیزم Gas Release برای پاسخ ساختاری به نیازهای انرژی

شرکت‌ها.

در مورد سیستم ETS، اتحادیه خواستار آن است که سرامیک در فهرست صنایع واجد شرایط دریافت غرامت هزینه‌های غیرمستقیم قرار گیرد و کاهش سهمیه‌های رایگان از سال ۲۰۲۶ متوقف شود - حداقل تا زمانی که جایگزین‌های فناوریانه واقعی در دسترس باشند.

جدول ۲ - مقصد صادرات کاشی و سرامیک ایتالیا در سال ۲۰۲۴

مقدار (میلیون مترمربع)	% تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴	ارزش (میلیون یورو)	% تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
۱۶۵.۲	+۰.۵٪	۲,۷۴۰.۱	-۴.۶٪
۳۰.۳	-۰.۷٪	۴۴۶.۹	-۴.۹٪
۴۵.۴	+۸.۳٪	۸۹۳.۹	+۵.۲٪
۳۷.۸	+۱۲.۵٪	۶۹۹.۷	+۵.۹٪
۹.۶	+۳.۵٪	۱۰۹.۹	+۱.۴٪
۵.۲	+۲.۷٪	۸۸.۴	+۱.۳٪
۲۹۳.۵	+۳.۱٪	۴,۹۷۸.۹	-۱.۴٪

منبع: Confindustria Ceramica

در زمینه تجارت بین‌المللی نیز نگرانی‌هایی مطرح شد. چپاروکی گفت: «توافق تجاری میان اتحادیه اروپا و ایالات متحده درباره تعرفه‌ها حیاتی است و باید هرچه زودتر نهایی شود.»

او در خصوص سیاست «بازگرداندن تولید به آمریکا» دولت ترامپ توضیح داد که صنعت سرامیک ایتالیا از هم‌اکنون در این مسیر گام برداشته و اکنون یک‌سوم تولید کاشی آمریکا توسط شرکت‌های ایتالیایی انجام می‌شود.

موضوع حساس دیگر، افزایش چشمگیر واردات کاشی از هند به

اروپاست. او افزود: «این محصولات از بارانه‌های دولتی برخوردارند و شامل انواع دامپینگ اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی هستند.» صادرات کاشی هند به اروپا در سال ۲۰۲۳، ۶۷٪ افزایش یافت، در سال ۲۰۲۴ ثابت ماند و در سه‌ماهه نخست ۲۰۲۵ دوباره ۱۰٪ رشد کرد.

چپاروکی گفت: «تعرفه‌های ضد دامپینگ فعلی در اروپا بسیار پایین هستند و به راحتی جذب می‌شوند. اقدام فوری لازم است و هرگونه مذاکره برای توافق تجارت آزاد میان اتحادیه اروپا و هند باید تا حل این مسائل، صنعت سرامیک را مستثنا کند. آنچه واقعاً نیاز داریم، تصویب قانون اروپایی در زمینه برچسب‌گذاری مبدأ کالا است تا مصرف‌کنندگان بتوانند آگاهانه تصمیم بگیرند.»



Bardelli



Casalgrande Padana

جدول ۳ - صنعت سرامیک ایتالیا در سال ۲۰۲۴

بخش‌ها	شرکت‌ها	تولید	کل فروش	فروش داخلی	صادرات	کل گردش مالی (میلیون یورو)	گردش مالی داخلی (میلیون یورو)	صادرات (میلیون یورو)
کاشی و سرامیک	۱۲۲	۳۶۹.۸	۳۷۸.۳	۸۴.۸	۲۹۳.۵	۶,۰۶۲.۴	۱,۰۸۳.۵	۴,۹۷۸.۹
سرویس بهداشتی	۳۱	۳.۲	۳.۴	۲.۰*	۱.۴*	۴۱۴.۳	۲۴۸.۶*	۱۶۵.۷*
ظروف غذاخوری	۸	۹.۶	۹.۵	۷.۲	۲.۳	۵۷.۷	۳۶.۳	۲۱.۴
نسوزها	۳۰	۲۷۰.۵	۲۶۹.۱	۱۳۴.۴	۱۳۴.۷	۳۴۸.۱	۱۵۹.۷	۱۸۸.۴
آجر و کاشی سقف	۵۷	۴,۰۶۶.۸	۴,۰۶۶.۸	۴,۰۶۶.۸	-	۷۰۰,۰	۷۰۰,۰	-
مجموع	۲۴۸	-	-	-	-	۷,۵۸۲.۵	۲,۲۲۸.۱	۵,۳۵۴.۴

منبع: Confindustria Ceramica / * تخمینی

یورویی ایجاد کرد که ۴۰٪ آن (۱۶۵ میلیون یورو) از صادرات بود. صنعت نسوز ایتالیا شامل ۳۰ شرکت با ۱,۵۴۶ کارمند است که در مجموع ۲۷۰,۵۰۰ تُن محصول تولید و ۳۴۸ میلیون یورو درآمد (۱٪ +) کسب کرده‌اند؛ از این میزان، ۱۶۰ میلیون یورو مربوط به فروش داخلی و بیش از ۱۸۸ میلیون یورو از صادرات حاصل شده است. در نهایت، بخش ظروف سرامیکی رومیزی شامل ۸ شرکت با ۶۶۸ کارمند است که در سال ۲۰۲۴، ۹,۶۰۰ تُن محصول تولید کردند و گردش مالی آن‌ها به ۵۷.۷ میلیون یورو (۳٪+) رسید. بازار داخلی ۷۵٪ از حجم و ۶۳٪ از کل درآمد این بخش را به خود اختصاص داد. ■

سایر شاخه‌های صنعت سرامیک ایتالیا

حدود ۲۰٪ از کل درآمد صنعت سرامیک در سال گذشته از بخش‌هایی غیر از کاشی حاصل شده است.

صنعت سفال سنگین با ۵۷ شرکت و ۳,۰۰۰ کارمند، در سال ۲۰۲۴ حدود ۴.۱ میلیون تُن آجر و سفال تولید کرد و ۷۰۰ میلیون یورو درآمد داشت که عمدتاً از بازار داخلی حاصل شد.

بخش چینی بهداشتی ایتالیا شامل ۳۱ شرکت است که ۲۸ واحد آن در ناحیه Civita Castellana (استان ویتربو) قرار دارد و در مجموع ۲,۷۰۰ نفر را به کار گرفته‌اند. تولید سال ۲۰۲۴ به ۳.۲ میلیون قطعه رسید و درآمدی ۴۱۴ میلیون



Cotto d'Este



Keope

افت ۲۳ درصدی فروش ماشین‌آلات سرامیک ایتالیا در سال ۲۰۲۴

ITALIAN CERAMIC MACHINERY SECTOR SEES 23% DECLINE IN SALES IN 2024

Luca Baraldi, MECS-Acimac (l.baraldi@mecs.org)

The final figures confirm the forecasts made last December. After two years of strong growth (+39% in 2021 and +14% in 2022) and record turnover of €2.37 billion in 2023, the Italian ceramic machinery manufacturing sector experienced a sharp downturn in 2024, losing nearly a quarter of its sales revenue (-23%) compared to the previous year. The sector's total turnover fell to €1.82 billion, only slightly above 2019 lev-els.

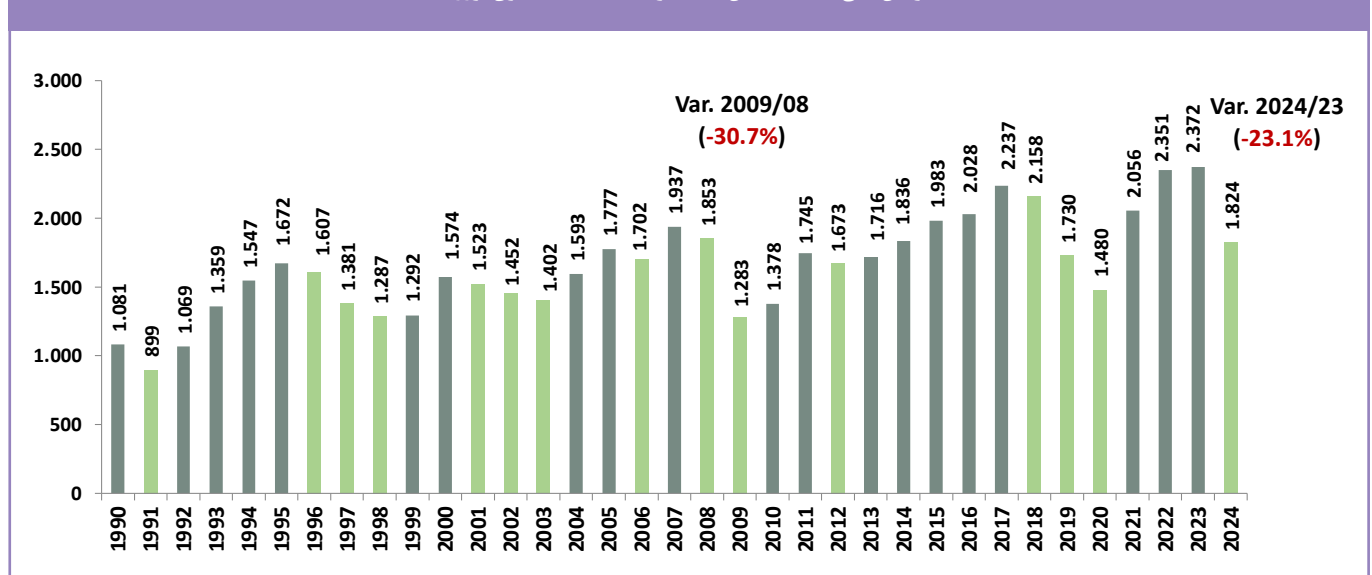
These findings emerged from the 33rd National Statistical Survey conducted by the Mecs-Acimac Research Centre and were presented at the Acimac Annual Members' Meeting held on 2 July in Sassuolo.

کندی رشد که پیش‌تر در سال ۲۰۲۳ (+۰.۹٪) مشهود بود، در سال بعد شدت گرفت و در تمامی شاخص‌های کلیدی روندی منفی نشان داد. فروش داخلی ۱۷.۶٪ کاهش یافت و از ۶۴۸ میلیون یورو به ۵۳۴.۳ میلیون یورو رسید. بازارهای صادراتی ضربه شدیدی خوردند و با افت ۲۵٪، فروش آن‌ها از ۱.۷۲۴ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۳ به ۱.۲۹۹ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۴ رسید که معادل ۷۰.۷٪ از کل گردش مالی است. با این حال، ساختار شرکت‌های فعال در این بخش تغییر قابل توجهی نداشت: در سال ۲۰۲۴ تعداد ۱۳۵ شرکت فعال بودند (سه شرکت کمتر از سال ۲۰۲۳) و ۷,۱۵۲ نفر در آن‌ها مشغول به کار بودند که تنها ۱.۸٪ کاهش نسبت به سال قبل را نشان می‌دهد.

آمار نهایی، پیش‌بینی‌های انجام‌شده در دسامبر گذشته را تأیید می‌کند. پس از دو سال رشد قوی (+۳۹٪ در سال ۲۰۲۱ و +۱۴٪ در سال ۲۰۲۲) و ثبت رکورد گردش مالی ۲.۳۷ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۳، بخش تولید ماشین‌آلات سرامیک ایتالیا در سال ۲۰۲۴ با افت شدید مواجه شد و تقریباً یک‌چهارم از درآمد فروش خود را از دست داد (۲۳٪ نسبت به سال قبل). گردش مالی کل این بخش به ۱.۸۲ میلیارد یورو کاهش یافت که تنها اندکی بالاتر از سطح سال ۲۰۱۹ است.

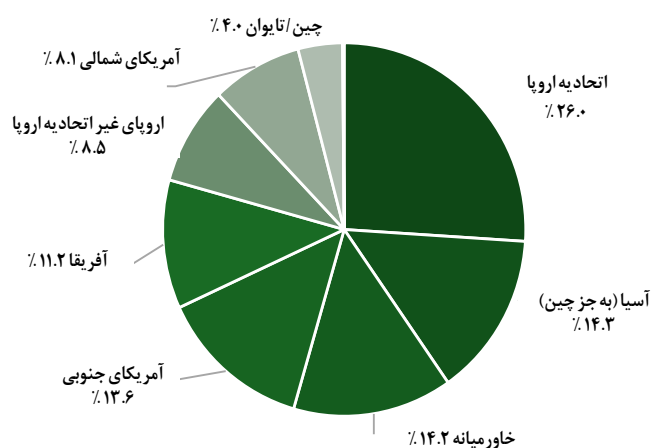
این یافته‌ها از سی‌وسومین بررسی آماری ملی که توسط مرکز تحقیقات Mecs-Acimac انجام شده، به دست آمده و در مجمع سالانه اعضای Acimac در تاریخ ۲ ژوئیه در Sassuolo ارائه شد.

گردش مالی صنعت ماشین‌آلات سرامیک ایتالیا (میلیون یورو)





صادرات بر اساس منطقه جغرافیایی



بازارهای بین‌المللی

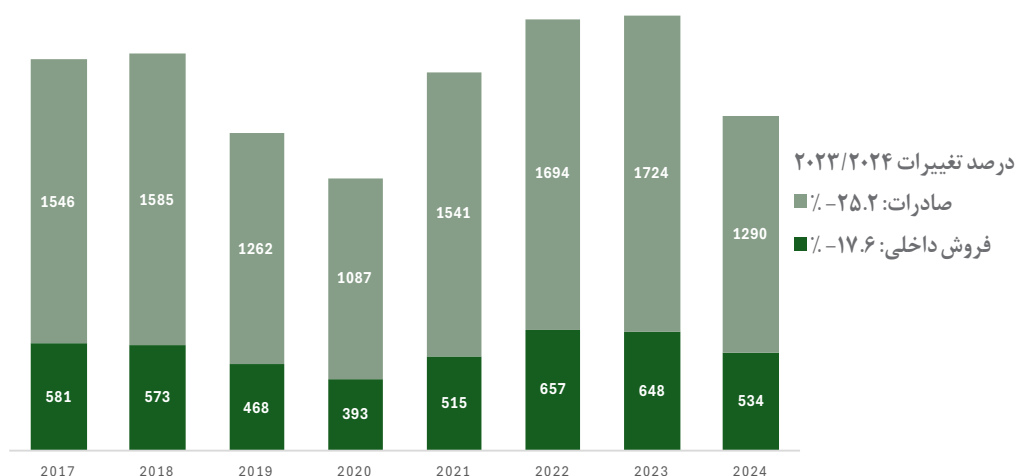
تنها دو منطقه جغرافیایی در سال ۲۰۲۴ افزایش صادرات ماشین‌آلات ایتالیایی را تجربه کردند. آفریقا رشد ۵.۲٪ داشت و به ۱۴۴ میلیون یورو رسید و روند مثبت سال قبل (۵۱٪ نسبت به ۲۰۲۲) را ادامه داد. چین نیز تا حدی از افت‌های قبلی خود بازیابی شد و با رشد ۱۳.۷٪ به ۵۱ میلیون یورو رسید.

تمام سایر مناطق، به‌ویژه اتحادیه اروپا که اصلی‌ترین مقصد صادرات ماشین‌آلات ایتالیایی است، کاهش داشتند. فروش به بازارهای اتحادیه اروپا ۱۳.۴٪ کاهش یافت و به ۳۳۵.۶ میلیون یورو رسید و روند منفی مشاهده‌شده در سال ۲۰۲۳ (۲۷.۶٪- نسبت به ۲۰۲۲) را ادامه داد.

پس از رشد ۱۴٪ در سال ۲۰۲۳، صادرات به آسیا (به جز چین) در سال ۲۰۲۴ با افت ۳۷.۷٪ به ۱۸۴.۴ میلیون یورو رسید. همچنین، فروش در خاورمیانه ۲۲.۸٪ کاهش یافت و به ۱۸۳ میلیون یورو رسید و رشد ۷٪ سال ۲۰۲۳ را معکوس کرد.

فروش در قاره آمریکا نیز کاهش قابل‌توجهی داشت. صادرات به آمریکای جنوبی ۴۱.۷٪ افت کرد و به ۱۷۶ میلیون یورو رسید (پس از عملکرد قوی در سال ۲۰۲۳)، در حالی که فروش به آمریکای شمالی ۴۲٪ کاهش یافت و به ۱۰۴ میلیون یورو رسید.

تفکیک گردش مالی بر اساس فروش داخلی و صادرات (میلیون یورو)



بخش ماشین‌آلات بهداشتی نیز همان درآمد کل ۱۰۱.۴ میلیون یورو (۱۴.۱٪) را ثبت کرد که شامل افت ۱۰.۸٪ در بازار داخلی (۲۳.۵ میلیون یورو) و ۱.۵٪ در بازار صادراتی (۷۷.۹ میلیون یورو) بود. فروش ماشین‌آلات به بخش نسوز کمترین کاهش را داشت (۴٪) و به ۸۱.۴ میلیون یورو رسید، در حالی که بازارهای صادراتی پایدار ماندند (۰.۵٪) و بخشی از افت ۲۰٪ بازار داخلی را جبران کردند. در نهایت، فروش ماشین‌آلات ظروف به ۱۲.۴ میلیون یورو (۵۴.۶٪) و بخش سرامیک‌های فنی به ۵.۲ میلیون یورو (۳۶.۴٪) رسید.

انواع ماشین‌آلات

سهم گردش مالی بر اساس نوع ماشین‌آلات نسبت به سال ۲۰۲۳ تقریباً بدون تغییر ماند.

ماشین‌آلات فرم‌دهی با درآمد ۳۳۲.۳ میلیون یورو (۱۸.۵٪) در صدر جدول قرار گرفت و پس از آن تجهیزات آماده‌سازی مواد اولیه (۲۴۶.۵ میلیون یورو؛ ۴۱٪) و ماشین‌آلات و ابزارهای پرداخت (۲۴۵.۴ میلیون یورو؛ ۹.۸٪) قرار داشتند. در رتبه‌های بعدی کوره‌ها (۱۹۵ میلیون یورو؛ ۲۱٪)، ماشین‌های تزئین دیجیتال (۱۸۷.۷ میلیون یورو؛ ۱٪)، تجهیزات جابه‌جایی و انبارش (۱۸۳.۴ میلیون یورو؛ ۲۸.۵٪)، قالب‌ها، ماشین‌های لعاب‌زنی سنتی، خطوط سورتینگ، بسته‌بندی، پالت‌گذاری و تجهیزات خشک‌کن قرار داشتند.

مقایسه میان انواع ماشین‌آلات محبوب در بازار داخلی ایتالیا و بازار صادراتی نیز جالب است، زیرا روند سال ۲۰۲۳ در هر دو مورد ادامه یافت. در ایتالیا، فناوری‌های پرداخت با ۱۰۵ میلیون یورو (۳.۴٪) بالاترین درآمد را داشتند و پس از آن فناوری‌های انبارش و حمل‌ونقل با ۶۴.۵ میلیون یورو (۲۸٪) قرار گرفتند. در سطح بین‌المللی، فناوری‌های فرم‌دهی (۲۷۶ میلیون یورو) و تجهیزات آماده‌سازی خاک (۱۸۹.۵ میلیون یورو) پرفروش‌ترین بودند.

چشم‌انداز سال ۲۰۲۵

پیمایش مرکز تحقیقات Mecs-Acimac همچنین انتظارات شرکت‌های

گردش مالی بر اساس بخش‌های مشتری				
کاشی و سرامیک	چینی بهداشتی	خاک رس سنگین	نسوزها	کارد و چنگال
سرامیک فنی	کل گردش مالی	۲۰۲۳ (میلیون یورو)	۲۰۲۴ (میلیون یورو)	% تغییرات ۲۰۲۳/۲۰۲۴
۱,۹۹۹.۵	۱۱۸.۲	۱۳۴.۶	۸۴.۸	۲۷.۲
۱,۵۲۲.۵	۱۰۱.۵	۱۰۱.۴	۸۱.۴	۱۲.۴
۸۳.۵٪	۵.۶٪	۵.۶٪	۴.۵٪	۰.۷٪
-۲۳.۹٪	-۱۴.۱٪	-۲۴.۶٪	-۴.۰٪	-۵۴.۶٪
۵.۲	۸.۲	۵.۲	۰.۳٪	-۳۶.۴
۱,۸۲۴.۵	۲,۳۷۲.۵	۱۰۰.۰٪	-۲۳.۱٪	

در نهایت، بازارهای اروپای غیر اتحادیه نیز ۲۱.۴٪ کاهش ثبت کردند و درآمد به ۱۱۰ میلیون یورو کاهش یافت.

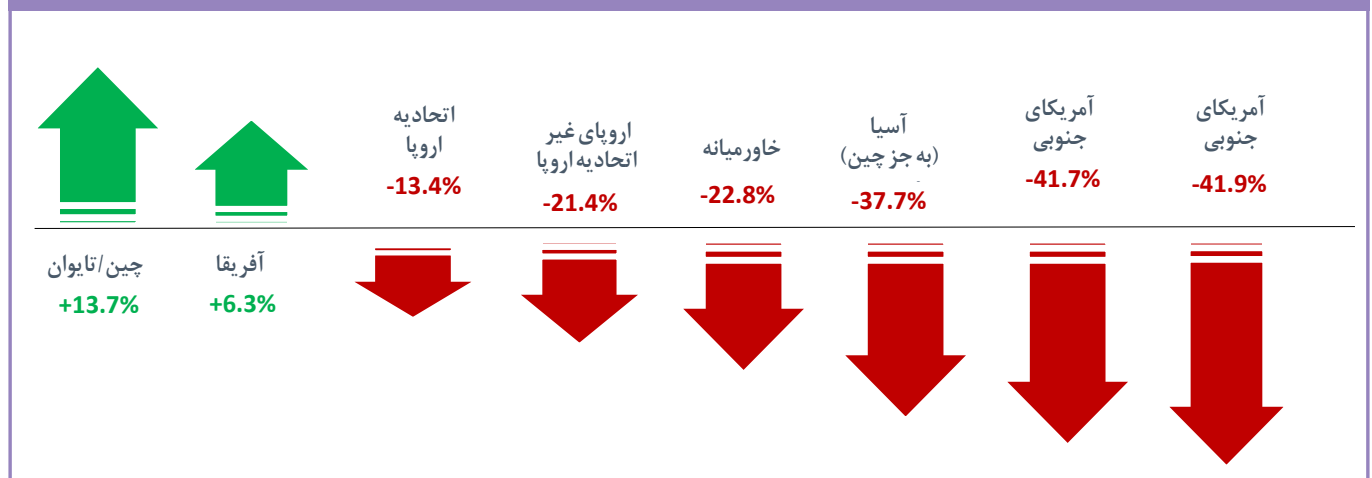
بخش‌های مشتریان

در سال ۲۰۲۴، هر شش بخش مشتری برای ماشین‌آلات سرامیک - کاشی، بهداشتی، آجر و سفال سقفی، ظروف، نسوزها و سرامیک‌های فنی - کاهش فروش را تجربه کردند.

بخش ماشین‌آلات کاشی، که همچنان با سهم ۸۳.۵٪ بازار را در اختیار دارد، بیشترین افت مطلق را ثبت کرد و از ۲ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۳ به ۱.۵۲ میلیارد یورو در ۲۰۲۴ رسید (۲۳.۹٪). بازار داخلی ایتالیا ۱۷.۲٪ کاهش یافت و به ۴۷۵ میلیون یورو رسید، در حالی که صادرات ۲۶.۵٪ افت کرد و به ۱.۰۴۸ میلیارد یورو رسید.

فروش در بخش آجر و سفال سقفی ۲۴.۶٪ کاهش یافت و به ۱۰۱.۴ میلیون یورو رسید، با افتی برابر در بازار داخلی (۱۸.۵ میلیون یورو) و صادرات (۸۲.۹ میلیون یورو).

درصد تغییر گردش مالی در هر بازار صادراتی - ۲۰۲۴





TECNA

THE GLOBAL EXPO FOR CERAMICS AND MORE

How to make it.

SEPT 22 —25
2026

RIMINI
EXPO CENTRE

Organized by

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

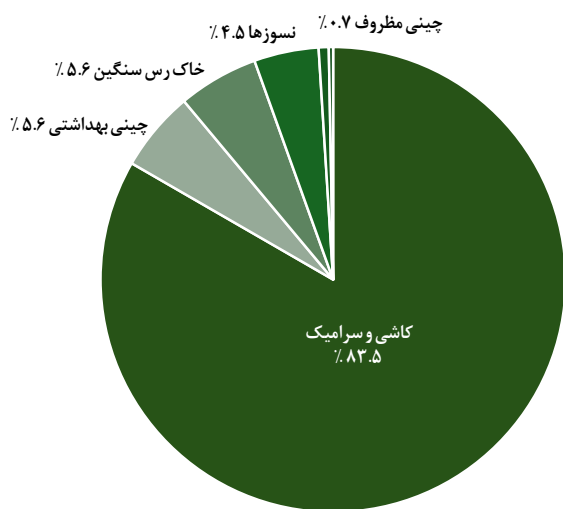
Together with

 **ACIMAC**
Associazione Costruttori Italiani
Macchine Attrezzature per Ceramica

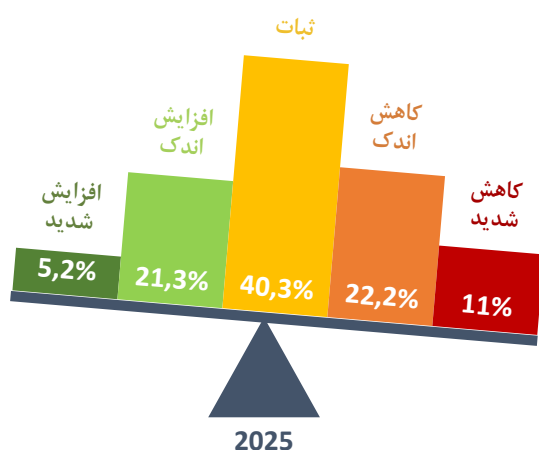


tecnaexpo.com

گردش مالی صنعت ماشین آلات سرامیک ایتالیا (میلیون یورو)



گردش مالی صنعت ماشین آلات سرامیک ایتالیا (میلیون یورو)



فعال در این بخش را برای سال جاری که همچنان تحت تأثیر چالش‌های ۲۰۲۴ است، بررسی کرد.

در میان شرکت‌های مورد بررسی، ۲۶.۵٪ انتظار بهبود فروش دارند، ۴۰.۳٪ پیش‌بینی ثبات کرده‌اند و ۳۳.۳٪ کاهش بیشتر در فعالیت تجاری را پیش‌بینی می‌کنند.

“تنش‌های ژئوپلیتیکی نیز تأثیر منفی دارند”

در تفسیر این آمار، رئیس Paolo Lamberti Acimac چند نکته را مطرح کرد:

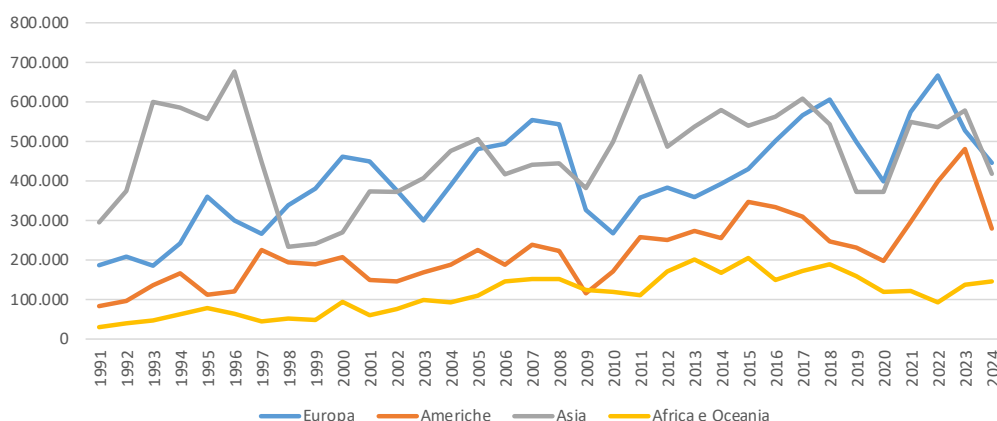
“سال گذشته، بخش ما بین یک رکود چرخه‌ای و مجموعه‌ای از عوامل درونی، از جمله رقابت بین‌المللی بی‌پروا و افزایش هزینه‌های تولید، گرفتار شد. فشارها اکنون به دلیل تعرفه‌های آمریکا، بی‌ثباتی ناشی از تغییر جهت‌های مکرر سیاستی رئیس‌جمهور Trump و درگیری‌های جدید در خاورمیانه تشدید شده است.

پیامدهای جنگ در اوکراین همچنان احساس می‌شود، زیرا روسیه همچنان تحت تحریم‌های تجاری قرار دارد و قیمت‌های بالای انرژی بر فعالیت مشتریان نه تنها در ایتالیا و اروپا بلکه در سراسر آسیا نیز تأثیر می‌گذارد.

ما نفوذی بر سیاست جهانی نداریم، بنابراین باید آستین بالا بزنیم و از نقاط قوت تولید ایتالیایی در تمام بازارها و مناطق بهره ببریم. با همین هدف، در سال ۲۰۲۴ برند “We Are Acimac” را برای ترویج کیفیت، نوآوری و قابلیت اطمینان فناوری خود راه‌اندازی کردیم.

باید تا سال ۲۰۲۶ منتظر بمانیم تا سرمایه‌گذاری جهانی بازیابی شود، اما در این میان باید به چند نکته مثبت اشاره کنم. نخست، فناوری تزئین دیجیتال تنها افت اندکی در فروش داشت (۱-٪)، در حالی که ماشین‌آلات پرداخت و قالب‌ها عملکردی بالاتر از میانگین کلی ثبت کردند، با وجود انقباض عمومی. در میان این رکود کلی، برخی بازارهای صادراتی عملکرد منفی کمتری و در برخی موارد حتی مثبت داشتند. به عنوان مثال، حجم فروش به آفریقا و چین در واقع افزایش یافت، در حالی که صادرات به اتحادیه اروپا بسیار کمتر از میانگین کلی افت کرد.”

گردش مالی صنعت ماشین آلات سرامیک ایتالیا (میلیون یورو)



Europe -15.5%
Asia -27.7%
Americas -41.8%
Africa +6.3%

BUILDING SUCCESS FOR 110 YEARS



For 110 years, we have been listening to your needs and finding the most efficient solutions to realise your projects.

Our in-depth knowledge of the sector and constant technological innovation have made us a reference point in the world of high quality heavy clay products.



Bongioanni Macchine SPA

Via Macallè 36/44 - 12045 Fossano (CN) - Italy

+ 39 0172 65 05 11

info@bongioanimacchine.com - www.bongioanimacchine.com

تداوم رکود در صنعت و بازار کاشی چین

CHINA'S TILE INDUSTRY AND MARKET CONTINUE TO DECLINE

Paola Giacomini - p.giacomini@kairosmediagroup.it

In 2024, the Chinese ceramic tile industry experienced a decline in production for the third consecutive year, a negative trend triggered by the 2021 property crisis and the consequent slump in domestic consumption, further compounded by the now decade-long fall in exports.

Figures from the China Building and Sanitary Ceramics Association reveal that domestic tile production dropped to 5.91 billion sqm in 2024, down 12.1% from 6.7 billion sqm in 2023. This decline continued despite the country's enormous installed capacity of 12.21 billion sqm, much of it subject to increasingly long production stoppages during the year or entire lines left idle. The consequences of this enormous overcapacity include fiercer price competition, shrinking company profitability, an increase in the number of loss-making firms and the exit of weaker players from the market.

در نتیجه ادغام‌ها و تملک‌های فزاینده (M&A)، ظرفیت به‌طور فزاینده‌ای در میان گروه‌های بزرگ با تولید بیش از ۱۰۰ میلیون مترمربع در سال متمرکز شده است.

استان‌هایی با بیشترین ظرفیت نصب‌شده به ترتیب عبارتند از: Guangdong, Hebei, Henan, Sichuan, Shandong, Guangxi, Fujian, Jiangxi و Liaoning. این مطالعه همچنین میزان استفاده از گاز طبیعی را بررسی کرده و نابرابری‌های منطقه‌ای قابل توجهی را نشان داده است. در سطح ملی، ۵۷.۹٪ از شرکت‌ها (۵۴۳ واحد) از گاز طبیعی استفاده می‌کنند، اما نرخ منطقه‌ای از ۴.۵٪ در Guangxi و ۱۳.۴٪ در Jiangxi تا ۷۴.۶٪ در Fujian، ۸۵.۳٪ در Guangdong و ۹۶ تا ۹۸٪ در Sichuan و Shandong متغیر است.

تغییر مدل کسب و کار: از کارخانه تا مصرف‌کننده

فرآیند تعدیل ساختاری در صنعت سرامیک چین پدیده جدیدی نیست. در سال ۲۰۱۷، تعداد ۱,۳۶۶ تولیدکننده کاشی با ۳,۲۶۴ خط تولید فعال بودند، در حالی که سه سال پیش از آن، این ارقام حتی بالاتر بود (۱,۴۵۲ شرکت با ۳,۶۰۰ خط تولید).

آنچه تغییر کرده، دلایل این انقباض است. در دوره ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ دلایل عمدتاً سیاسی بود (کارخانه‌های آلاینده‌تر و کم‌بازده‌تر به دلیل مقررات سخت‌گیرانه زیست‌محیطی تعطیل شدند و مراکز تولیدی به مناطق کمتر شهری منتقل گردیدند). اما در سال‌های اخیر، این کاهش صرفاً ناشی از بحران بازار بوده است.

همانند هر سیستم صنعتی رقابتی، این روند «انتخاب طبیعی» به نفع بازیگرانی است که از نظر تولید و مدیریت کارآمدترند، یعنی آن‌هایی که سریع‌تر مدل‌های کسب و کار خود را با تغییرات بنیادی بازار تطبیق داده و انعطاف‌پذیرتر در اصلاح سبد محصولات برای پاسخ به نیازهای جدید بازار عمل می‌کنند. بازارهای امروز - چه در چین و چه در سایر نقاط جهان - به دنبال کیفیت،

در سال ۲۰۲۴، صنعت کاشی سرامیکی چین برای سومین سال متوالی با کاهش تولید مواجه شد؛ روندی منفی که از بحران بخش املاک در سال ۲۰۲۱ آغاز شد و در پی آن، رکود مصرف داخلی و نیز افت مداوم صادرات در بیش از یک دهه گذشته، آن را تشدید کرد.

آمارهای منتشرشده از سوی China Building and Sanitary Ceramics Association نشان می‌دهد که تولید داخلی کاشی در سال ۲۰۲۴ به ۵.۹۱ میلیارد مترمربع کاهش یافته است که ۱۲.۱٪ کمتر از ۶.۷ میلیارد مترمربع در سال ۲۰۲۳ است. این افت در حالی ادامه یافت که ظرفیت نصب‌شده کشور به رقم عظیم ۱۲.۲۱ میلیارد مترمربع رسیده است؛ ظرفیتی که بخش زیادی از آن در طول سال دچار توقف‌های طولانی‌مدت تولید شد یا خطوطی به‌طور کامل بلااستفاده ماندند. پیامد این ظرفیت مازاد، افزایش رقابت قیمتی، کاهش سودآوری شرکت‌ها، افزایش تعداد شرکت‌های زیان‌ده و خروج بازیگران ضعیف‌تر از بازار بوده است.

اکثر تحلیل‌گران چینی بر این باورند که صنعت هنوز به انتهای منحنی نزولی خود نرسیده و دست‌کم سه سال دیگر با انقباض روبه‌رو خواهد بود، امری که ساختار این بخش را به‌طور اجتناب‌ناپذیر تحت تأثیر قرار خواهد داد.

تمرکز فزاینده در صنعت

مطالعه‌ای جامع که سال گذشته توسط Ceramic Information Network (taocixinxi.cn) انجام شد، تصویری دقیق از وضعیت این بخش و تأثیر سه سال اخیر بحران بر شرکت‌ها ارائه می‌دهد.

این تحقیق که در تاریخ ۲۶ دسامبر در چهاردهمین کنفرانس سرامیک در Foshan ارائه شد، نشان داد که در سال ۲۰۲۴ تعداد ۹۳۸ تولیدکننده کاشی و اسلب با ۲,۱۹۳ خط تولید فعال بودند. در مقایسه با سال ۲۰۲۲، این آمار بیانگر کاهش ۱۰۲ شرکت (۹.۸٪) و ۲۹۲ خط تولید (۱۱.۷٪) است. با این حال، ظرفیت کل تنها ۲.۸٪ کاهش یافت و به ۱۲.۲ میلیارد مترمربع رسید، زیرا خطوط موجود با کارخانه‌های دارای بهره‌وری بالاتر جایگزین شدند.



داده‌های گردآوری شده توسط مرکز تحقیقات Mecs نشان می‌دهد که پس از رشد ۶٪ در سال ۲۰۲۳، صادرات چین در سال گذشته ۲.۵٪ دیگر کاهش یافت و از ۶۱۵ میلیون به ۶۰۰ میلیون مترمربع رسید. با این حال، این حجم هنوز چین را به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده کاشی جهان حفظ کرده است، زیرا نزدیک‌ترین رقیب آن، هند، افت بسیار شدیدتری را در صادرات خود تجربه کرد (۱۱٪- تا ۵۲۵ میلیون مترمربع در سال گذشته).

بیش از ۷۰٪ صادرات کاشی چین در آسیا فروخته می‌شود

کشورهای آسیایی سهم فزاینده‌ای از صادرات چین را جذب می‌کنند. در سال ۲۰۲۴، آسیا (شامل خاورمیانه) ۴۴۲.۵ میلیون مترمربع کاشی چینی وارد کرد (۰.۹٪+ نسبت به ۲۰۲۳)، معادل تقریباً ۷۴٪ از کل صادرات چین (در مقایسه با ۵۲٪ در ده سال پیش). چهارده کشور از بیست بازار برتر صادراتی چین در آسیا قرار دارند که اندونزی، فیلیپین، مالزی، کره جنوبی و تایلند پنج بازار نخست هستند.

فروش در آمریکای لاتین، دومین منطقه مهم صادراتی برای کاشی چین، در سال گذشته ۱۱٪ کاهش یافت و به ۶۶ میلیون مترمربع رسید. در میان بازارهای اصلی این منطقه پرو، کلمبیا، شیلی و جمهوری دومینیکن تنها کلمبیا رشد فروش را ثبت کرد.

روند نزولی بیش از یک دهه‌ای صادرات چین به آفریقا نیز در سال ۲۰۲۴ تشدید شد، تا حدی به دلیل رشد واحدهای تولیدی متعلق به چین در این قاره. صادرات به ۳۴ میلیون مترمربع (۲۹٪-) کاهش یافت و کشورهای اصلی واردکننده عبارت بودند از نیجریه، غنا، کامرون، کنیا، سنگال و آفریقای جنوبی.

قابلیت اطمینان و خدمات هستند؛ به عبارت دیگر، حجم‌های کمتر از محصولات نوآورانه‌تر، سفارشی‌تر، پایدارتر و با عملکرد بالاتر.

این واقعیت که «زمستان صنعت سرامیک چین» هنوز در مراحل ابتدایی است، توسط Gong Wei، دبیر کل China Building and Sanitary Ceramics Association، در چهاردهمین کنفرانس سرامیک مورد تأکید قرار گرفت. او گفت: «در سه تا چهار سال آینده شاهد تغییر سریع‌تر مدل‌های تولیدی شرکت‌ها خواهیم بود. تولید و فروش همچنان کاهش می‌یابد و رقابت موجب خروج سریع‌تر شرکت‌ها از بازار خواهد شد.» این امر به معنای آن است که شرکت‌ها باید دیدی بلندمدت اتخاذ کرده و تمرکز خود را از کارخانه به مصرف‌کننده، از حجم به ارزش، و از جنگ قیمتی به نوآوری در محصول، کانال و خدمات منتقل کنند. وی افزود: «این بحران شدید هم‌اکنون شرکت‌ها را مجبور به تغییر کرده است و نتایج آن آشکار است: شرکت‌هایی که بیشترین تمرکز را بر نوآوری و کیفیت دارند، علی‌رغم شرایط نامساعد، همچنان در حال رشد هستند.»

بدیهی است که اندازه شرکت و قدرت مالی در این تحول نقشی حیاتی خواهند داشت، همان‌گونه که مدل‌های تولیدی انعطاف‌پذیر و چندمنظوره که کارایی و پایداری اقتصادی را حتی با تولید در مقیاس کوچک، تولید هم‌زمان چند محصول و تغییر سریع خطوط تضمین کنند.

کاهش صادرات کاشی چین به ۶۰۰ میلیون مترمربع

در سال ۲۰۲۴، صادرات کاشی سرامیکی چین روند نزولی بیش از یک دهه اخیر را ادامه داد و تنها وقفه آن در سال ۲۰۲۳ رخ داده بود.



در عین حال، صادرات کاشی چین در اقیانوسیه افزایش یافت و در سال گذشته به ۳۷.۶ میلیون مترمربع رسید (۱۰.۶٪ نسبت به ۲۰۲۳). حدود ۳۳ میلیون مترمربع (۹.۴٪) از این مقدار در استرالیا فروخته شد که همچنان ششمین بازار بزرگ خارجی چین با سهم حدود ۷۵٪ محسوب می‌شود.

از زمان اعمال تعرفه‌های ضد دامپینگ توسط ایالات متحده در سال ۲۰۲۰، صادرات چین به آمریکای شمالی تقریباً منحصراً به کانادا محدود شده است که شانزدهمین بازار صادراتی چین به‌شمار می‌رود و در سال ۲۰۲۴ رشد ۹٪ در فروش به ۹ میلیون مترمربع را تجربه کرد. ۳ میلیون مترمربع دیگر نیز به مکزیک و ایالات متحده آمریکا صادر شد، هرچند هر دو بازار کاهش داشتند. در نهایت، اروپا (اتحادیه و غیر اتحادیه) که اکنون به بازاری حاشیه‌ای برای کاشی‌های چینی تبدیل شده، در سال ۲۰۲۴ نیز شاهد کاهش بیشتر بود و به ۸ میلیون مترمربع رسید.

بیش از ۸۰٪ صادرات در ۲۰ بازار نخست متمرکز است

تحلیل دقیق‌تر عملکرد بازارهای صادراتی کاشی چین چند روند جالب را آشکار می‌کند.

نخست، فروش صادراتی به‌شدت در بزرگ‌ترین بازارها متمرکز است: در سال

۲۰۲۴، از میان حدود ۲۰۰ کشوری که چین به آن‌ها کاشی صادر کرد، ۲۰ بازار نخست ۸۲.۶٪ از کل صادرات را از نظر حجم به خود اختصاص دادند (یا ۸۱٪ بدون احتساب هنگ کنگ که یک منطقه ویژه اداری است)، یعنی ۴۹۶

جدول ۱ - صادرات کاشی و سرامیک چین بر حسب منطقه/قاره (میلیون متر مربع)

تغییرات ۲۰۲۳/۲۴	۲۰۲۴	۲۰۲۳	۲۰۲۲	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	
۰.۹	۴۴۲.۵	۴۳۸.۶	۴۳۸.۶	۴۲۷.۰	۴۱۱.۲	۴۷۷.۶	۵۱۶.۶	۵۴۳.۷	۵۸۹.۰	۵۹۶.۸	۵۷۸.۹	آسیا
-۱۱.۲	۶۵.۹	۷۴.۲	۴۸.۶	۵۶.۸	۵۷.۳	۷۵.۵	۷۸.۶	۷۲.۰	۸۴.۸	۹۴.۸	۱۰۸.۷	آمریکای مرکزی و جنوبی
-۲۹.۰	۳۴.۰	۴۷.۹	۴۲.۰	۶۱.۳	۹۰.۴	۱۲۰.۱	۱۲۰.۲	۱۵۱.۷	۲۰۴.۶	۲۳۷.۲	۲۵۷.۵	آفریقا
۱۰.۶	۳۷.۶	۳۴.۱	۳۴.۰	۳۶.۵	۳۴.۷	۳۱.۸	۳۵.۷	۳۳.۷	۳۶.۸	۳۴.۷	۳۱.۱	اقیانوسیه
۹.۰	۱۱.۹	۱۰.۸	۹.۹	۱۰.۷	۱۲.۰	۵۴.۰	۸۰.۵	۸۰.۱	۷۸.۶	۸۹.۰	۸۲.۵	آمریکای شمالی (NAFTA)
-۴.۲	۵.۶	۵.۹	۴.۰	۵.۹	۸.۱	۱۰.۳	۱۰.۷	۱۲.۴	۱۱.۹	۱۲.۹	۲۳.۹	کشورهای غیر اتحادیه اروپا
-۳۳.۱	۲.۴	۳.۷	۲.۱	۲.۵	۸.۳	۱۰.۰	۱۱.۷	۱۴.۴	۱۹.۴	۲۳.۶	۲۷.۴	اتحادیه اروپا
-۲.۵	۶۰۰.۰	۶۱۵.۱	۵۷۹.۲	۶۰۰.۶	۶۲۲.۰	۷۷۹.۳	۸۵۴.۰	۹۰۸.۰	۱۰۲۵.۰	۱۰۸۹.۰	۱,۱۱۰.۰	مجموع صادرات

منبع: MECS analysis based on ITC data



دومین روند، تفاوت زیاد میان کشورهای مختلف است: در حالی که شش کشور از ۲۰ بازار نخست در سال ۲۰۲۴ افت دو رقمی در حجم فروش داشتند (اندونزی، کامبوج، پرو، رژیم صهیونیستی، میانمار و جمهوری دومینیکن)، شش کشور دیگر رشد چشمگیری را تجربه کردند (مالزی، تایلند، ویتنام، کره شمالی، کلمبیا و قزاقستان).

افت شدید درآمد صادراتی

در حالی که صادرات چین در سال ۲۰۲۴ از نظر حجم ۲.۵٪ کاهش یافت، افت از نظر ارزش حتی شدیدتر بود. طبق داده‌های گمرک چین، درآمد صادراتی حدود ۳۰٪ کاهش یافت و از ۴.۲۷ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۳ به حدود ۳ میلیارد یورو در ۲۰۲۴ رسید. بیشتر بازارهای اصلی کاهش ارزش را تجربه کردند، در برخی موارد به‌طور قابل توجهی، حتی در کشورهایی که حجم فروش رشد داشت.

تنها استثناها استرالیا (افزایش ارزش صادرات ۲.۶٪ تا ۱۸۵ میلیون یورو) و قزاقستان (افزایش ۲۸.۶٪ تا ۳۱ میلیون یورو) بودند.

بر اساس این داده‌ها، میانگین قیمت فروش در تمام بازارها به‌طور محسوسی کاهش یافت و تنها در اندونزی در سطح ۳.۲ یورو بر مترمربع ثابت ماند.



۶۰۰ میلیون مترمربع از مجموع ۳۳ کشور دیگر حجم وارداتی بین ۱ تا ۵ میلیون مترمربع از چین داشتند، در حالی که واردات از سایر کشورها کمتر از ۱ میلیون مترمربع بود.

جدول ۲ - بازارهای اصلی صادرات کاشی و سرامیک چین

ارزش (میلیون یورو)	تغییرات ٪ ۲۰۲۳/۲۴	۲۰۲۴	حجم (میلیون مترمربع)										یورو/ مترمربع	۲۰۲۴
			تغییرات ٪ ۲۰۲۳/۲۴	۲۰۲۴	۲۰۲۳	۲۰۲۲	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶		
فیلیپین	-۳۴.۷	۲۷۳.۷	-۱.۰	۸۳.۰	۸۳.۸	۹۳.۶	۹۶.۴	۶۹.۲	۷۷.۵	۸۰.۹	۷۳.۱	۶۷.۵	۳.۳	
اندونزی	-۲۴.۱	۱۸۹.۶	-۲۲.۶	۵۹.۸	۷۷.۲	۶۲.۸	۶۷.۳	۴۹.۰	۵۱.۴	۷۲.۸	۶۲.۵	۵۷.۲	۳.۲	
کره جنوبی	-۲.۶	۲۲۶.۱	۵.۹	۵۹.۷	۵۶.۴	۵۵.۶	۶۳.۱	۵۶.۹	۵۶.۰	۶۴.۱	۶۷.۱	۶۶.۰	۳.۸	
مالزی	-۲.۸	۲۰۲.۹	۲۹.۱	۵۳.۱	۴۱.۱	۳۷.۷	۳۱.۰	۳۳.۸	۲۶.۴	۲۵.۵	۲۲.۶	۲۴.۲	۳.۸	
تایلند	-۵.۶	۱۸۵.۱	۱۹.۴	۴۱.۷	۳۴.۹	۴۰.۳	۴۱.۵	۳۷.۷	۴۱.۹	۴۰.۶	۴۰.۵	۴۰.۳	۴.۴	
استرالیا	۲.۶	۱۸۴.۹	۹.۴	۳۲.۹	۳۰.۱	۲۹.۷	۳۱.۹	۲۹.۸	۲۷.۶	۳۱.۱	۲۹.۶	۳۰.۵	۵.۶	
کامبوج	-۴۰.۷	۸۵.۹	-۱۳.۰	۲۵.۲	۲۹.۰	۳۲.۱	۳۲.۰	۳۳.۶	۴۴.۲	۳۱.۵	۳۱.۸	۲۷.۶	۳.۴	
پرو	-۱۹.۱	۵۶.۰	-۱۲.۴	۱۷.۰	۱۹.۵	۱۴.۲	۲۳.۵	۱۹.۱	۲۱.۲	۲۰.۴	۱۵.۶	۱۶.۵	۳.۳	
ویتنام	-۴۷.۲	۱۹۸.۷	۲۱.۸	۱۶.۳	۱۳.۴	۱۹.۹	۱۶.۵	۲۰.۶	۲۶.۲	۲۳.۴	۲۸.۳	۲۶.۱	۱۲.۲	
شیلی	-۲۳.۹	۴۷.۴	-۴.۵	۱۲.۹	۱۳.۶	۹.۲	۱۵.۵	۱۳.۱	۱۶.۷	۱۸.۹	۱۷.۰	۱۸.۵	۳.۷	
کره شمالی	-۰.۷	۳۷.۴	۲۳.۶	۱۲.۶	۱۰.۲	۱.۸	۰.۲	۰.۲	۱۱.۰	۹.۳	۱۲.۹	۱۲.۲	۳.۰	
کلمبیا	-۰.۳	۳۹.۷	۲۳.۵	۱۱.۸	۹.۵	۶.۳	۶.۲	۷.۱	۱۱.۰	۱۳.۴	۱۱.۹	۱۵.۹	۳.۴	
رژیم صهیونیستی	-۴۳.۶	۴۵.۴	-۲۷.۰	۱۱.۰	۱۵.۱	۶.۴	۵.۳	۱۷.۹	۱۸.۴	۱۸.۷	۱۹.۹	۲۱.۴	۴.۱	
هنگ کنگ	-۳۵.۴	۲۱۶.۳	۳۹.۶	۱۰.۵	۷.۵	۱۷.۶	۷.۱	۸.۴	۱۱.۲	۷.۸	۸.۷	۹.۳	۲۰.۶	
سنگاپور	-۷.۹	۷۸.۶	۳.۲	۹.۰	۸.۷	۱۰.۲	۸.۴	۴.۸	۷.۱	۸.۶	۹.۶	۱۳.۵	۸.۸	
کانادا	-۲۳.۲	۵۹.۳	۹.۰	۸.۹	۸.۲	۷.۷	۸.۵	۹.۱	۱۰.۹	۱۴.۰	۱۶.۲	۱۲.۷	۶.۷	
ژاپن	-۱۰.۹	۶۴.۱	-۵.۲	۸.۵	۹.۰	۹.۴	۱۰.۲	۱۰.۶	۱۱.۹	۱۲.۴	۱۲.۴	۱۲.۵	۷.۵	
میانمار	-۸۰.۲	۲۹.۹	-۳۷.۶	۸.۲	۱۳.۱	۱۵.۸	۱۱.۶	۱۹.۲	۲۱.۰	۱۵.۴	۱۳.۵	۱۴.۷	۳.۷	
قزاقستان	۲۸.۶	۳۰.۷	۳۴.۶	۶.۹	۵.۱	۳.۳	۱.۳	۱.۰	۱.۹	۱.۴	۱.۴	۱.۵	۴.۴	
جمهوری دومینیکن	-۵۸.۹	۲۰.۷	-۴۲.۴	۶.۵	۱۱.۳	۵.۷	۴.۰	۴.۴	۶.۷	۵.۹	۵.۶	۵.۱	۳.۲	
مجموع ۲۰ بازار اصلی	-۲۶.۵	۲,۳۷۲.۴	-۰.۲	۴۹۵.۶	۴۹۶.۶	۴۷۹.۳	۴۸۱.۴	۴۴۵.۵	۵۰۰.۲	۵۱۶.۱	۵۰۰.۱	۴۹۲.۹		
درصد سهم ۲۰ بازار برتر از کل		۷۶.۴		۸۲.۶	۸۰.۷	۸۲.۸	۸۰.۲	۷۱.۶	۶۴.۲	۶۰.۴	۵۵.۱	۴۸.۱		
سایر کشورها	-۴۰.۶	۷۰۳.۳	-۱۱.۹	۱۰۴.۴	۱۱۸.۵	۹۹.۸	۱۱۹.۲	۱۷۶.۵	۲۷۹.۰	۳۳۷.۹	۴۰۷.۹	۵۳۲.۱		
مجموع صادرات	-۳۰.۴	۲,۹۷۵.۷	-۲.۵	۶۰۰.۰	۶۱۵.۱	۵۷۹.۲	۶۰۰.۶	۶۲۲.۰	۷۷۹.۳	۸۵۴.۰	۹۰۸.۰	۱,۰۲۵.۰		

منبع: MECS analysis based on ITC data

KRINGLAN؛ جایی که چند کاربردی بودن سرامیک هر سطحی را دگرگون می کند

KRINGLAN: WHERE CERAMIC VERSATILITY TRANSFORMS EVERY SURFACE

Kringlan is the first indoor shopping mall built in Iceland and, since it was opened in 1987, has become a key attraction for the Icelandic people. Located in Reykjavik, it has around 150 commercial outlets and a total surface area of around 50,000 square metres. Malls have a special place in the Icelanders' life, not only for shopping but also for social activities. Given the particular climatic conditions on the island, they offer a precious opportunity for spending time outside the home in a comfortable, protected environment. And Kringlan in particular has always played an iconic role for the population, both due to its position - close to the city centre and on Iceland's busiest crossroads - and because as an indoor facility it offers great services and activities where people can spend quality time.

ایده طراحی، خلق فضایی زیبا، صمیمی و الهام بخش بود؛ محیطی که بازدیدکنندگان را به لذت بردن و به اشتراک گذاری تجربیاتشان در شبکه های اجتماعی دعوت کند و درعین حال قابلیت سازگاری با تغییرات اجتماعی را داشته باشد. THG Arkitektar از طریق طراحی، فضایی سیال، باز و پرانرژی خلق کرد؛ نه صرفاً محلی برای عبور بلکه مکانی که افراد بتوانند زمان خود را به خوشی بگذرانند، قدم بزنند و با دوستان و خانواده دیدار کنند - جایی که حس "خانه بودن" را منتقل می کند. مفهوم تأثیر عمیق معماری و طراحی بر رفتار اجتماعی، محور اصلی طراحی و سازمان دهی طبقه سوم بود و باعث شد راه حل هایی برای ارتقای تجربه کاربری و تقویت حس تعلق، مشارکت و تعامل توسعه یابد.

در مرحله طراحی، توجه ویژه ای به انتخاب مصالح شد و برای پوشش ها، از سرامیک های برندهای Iris Ceramica، FMG Fabbria Marmi e Graniti و Sapienstone (همگی از گروه Iris Ceramica Group) استفاده شد.

Gianfrancesco توضیح می دهد: "ما درباره حدود ۵,۰۰۰ مترمربع کف پوش صحبت می کنیم، علاوه بر پوشش های دیواری در آشپزخانه ها و سرویس های بهداشتی. انتخاب سرامیک بر اساس سهولت نصب و نگهداری، دوام عالی، ایمنی و راحتی بالا برای کاربران و به ویژه تنوع بی نظیر در طرح ها و جلوه های بصری انجام شد."

بخش غذاخوری

یکی از عناصر کلیدی پروژه، بازطراحی بخش غذاخوری به نام Kúmen بود؛ ترجمه ایسlandی واژه cumin (زیره)، یکی از معدود ادویه هایی که همیشه به صورت طبیعی در ایسلند رشد کرده است. طراحی آن به گونه ای انجام شد که مردم را به صرف ناهار و گذران زمان غیررسمی در فضایی با دید باز نسبت

کرینگلن (Kringlan) نخستین مرکز خرید سرپوشیده ساخته شده در ایسلند است و از زمان افتتاح آن در سال ۱۹۸۷، به یکی از جاذبه های اصلی مردم ایسلند تبدیل شده است. این مجموعه در شهر Reykjavik واقع شده و حدود ۱۵۰ واحد تجاری با مساحت کل تقریباً ۵۰,۰۰۰ مترمربع دارد. مراکز خرید در زندگی ایسلندی ها جایگاهی ویژه دارند؛ نه تنها برای خرید بلکه برای فعالیت های اجتماعی نیز. با توجه به شرایط خاص اقلیمی جزیره، این مراکز فرصت ارزشمندی برای گذران وقت در فضایی راحت و محفوظ از شرایط جوی بیرونی فراهم می کنند.

کرینگلن به ویژه به دلیل موقعیت مکانی خود - در نزدیکی مرکز شهر و در پرفت و آمدترین چهارراه ایسلند - و همچنین به خاطر امکانات و خدمات گسترده در محیطی سرپوشیده، همواره نقشی نمادین در زندگی مردم داشته است.

با هدایت دفتر معماری THG Arkitektar، با الهام و حمایت گروه بزرگ توسعه املاک Reitir و مشاوره شرکت بریتانیایی M Worldwide، طبقه سوم کرینگلن به تازگی بازطراحی شد تا به فضایی تفریحی با مجموعه ای متنوع از تجربیات برای بازدیدکنندگان تبدیل شود.

به گفته معمار Paolo Gianfrancesco، شریک در THG Arkitektar، "این پروژه تنها یک بازسازی ساده نبود، بلکه بازطراحی کلی فضاها، جریان ها و نوع فعالیت ها در طبقه سوم بود، با هدف تبدیل سرگرمی و تجربه به قلب تپنده این طبقه."

این فضا که حدود ۷,۰۰۰ مترمربع مساحت دارد، اکنون شامل بیش از ۲۰ واحد پذیرایی (Kúmen)، یک بیسترو، فضای بازی کودکان، سینمای چندسالنی، بخش تفریحی جدید Oche® و یک باشگاه بزرگ است که همگی به تئاتر شهر Reykjavik متصل اند.



در عین حال ظریف خود برجسته است؛ فضایی که با رنگ‌های بی‌پایان و ذرات سنگ و مرمر از نوع Venice Villa ساخت FMG و با افکت تراتزوی ونیزی، جلوه‌ای خاص یافته است. این متریل در مسیرها، دیوارهای بالای پیش‌خوان و میزهای فضای گلخانه‌ای نصب شده است و بافت ملایم و فریبنده آن با عملکرد کاربردی پرسلان فول‌بادی ترکیب می‌شود.

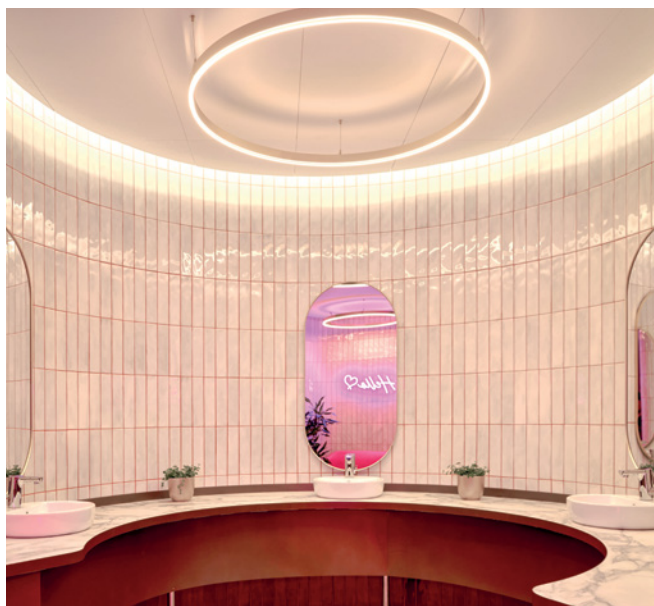
به گفته Gianfrancesco، "یکی از ویژگی‌های سرامیک فول‌بادی FMG این است که نه تنها برای کف و دیوار بلکه برای مبلمان نیز قابل استفاده است. این متریل به راحتی برش داده می‌شود و عمق رنگ و بافت آن، علاوه بر ویژگی‌های فنی مانند سختی و پاکیزگی، جذابیت بصری و زیبایی‌ای دارد که در سایر مصالح یافت نمی‌شود. بنابراین ما سطوح را به جایی رساندیم که بتوان آن‌ها را لمس کرد." در اتاق خصوصی این بیسترو، میز گرد بزرگی با قطر حدود دو متر

به اطراف دعوت کند. عناصر متعددی که بازتاب‌دهنده فرهنگ ایسلندی و تنوع‌پذیری هستند در پروژه گنجانده شده‌اند.

برای تضمین زیبایی و مقاومت در برابر تردد بالا و نظافت مکانیکی، از کالکشن Pietra di Sciara از Iris Ceramica در کف فضاهای پذیرایی و مسیرهای عبور استفاده شد. این فضا با فرم‌های نامنظم و بدون گوشه‌های تیز، به وسیله چیدمان مورب و تنوع رنگی، جلوه‌ای پویا یافته است. الگوی سطح یادآور خیابان‌های سنگ‌فرش سنتی است و حس راه رفتن در فضای باز را القای کند. دیوارها با استفاده از مجموعه Elementi Rivestimenti از Iris Ceramica در قالب آجر کلاسیک و طراحی مینیمال و خطی، گرمایی دست‌ساز و دل‌پذیر گرفته‌اند.

در میان رستوران‌ها، Finnsson Bistrot به دلیل فضای پر جنب و جوش و





شبهاتی فوق العاده به سنگ طبیعی و مرمر دارند و در عین حال پایدارند- جنبه‌ای که در طراحی روز به روز اهمیت بیشتری می‌یابد.“

در بخش سرویس‌های Oche®, THG Arkitektur بر مفهوم راحتی و حس خوشایند تمرکز کرده است. این فضاها با ترکیب رنگی جسورانه، جزئیات ظریف، گیاهان طبیعی و پوشش‌های سرامیکی Pietra di Sciara و Elementi Rivestimenti از Iris Ceramica، بازدیدکنندگان را شگفت‌زده می‌کنند و با جلوه “واو” خود، آنان را به گرفتن سلفی و اشتراک گذاری دعوت می‌نمایند.

از کالکشن Calacatta Macchia Vecchia ساخت Sapienstone ساخته شده که با جلوه‌ای شیک و معاصر، محیط را برای جلسات خاص و مناسبت‌های ویژه ایده‌آل می‌کند.

فضای بازی

فضای بازی در طبقه سوم، در همکاری با برند Oche®, متخصص سرگرمی در شمال اروپا، طراحی شده است تا ترکیبی از بازی‌های اجتماعی، غذای باکیفیت و تفریحات نوآورانه را ارائه دهد. هدف، خلق تجربه‌ای فراگیر و سرگرم‌کننده برای تعامل، ارتباط و اشتراک لحظات در شبکه‌های اجتماعی است.

در این فضا نیز نقش طراحی داخلی بسیار مهم بود: طراحی اصیل و جذاب با متریاال‌های باکیفیت، فضاهای نشیمن خصوصی و ترکیب‌های رنگی قوی و غیرمعمول. در زیر زمین بازی، از سرامیک‌های فنی Palladio ساخت FMG استفاده شده تا فضایی پویا و چشمگیر ایجاد شود.

Gianfrancesco می‌گوید: “Palladio به دلایل مختلف انتخاب شد، به‌ویژه به‌خاطر مقاومت و خاصیت ضدخش آن. این سرامیک‌های فول‌بادی از لب‌پری‌دگی ناشی از استفاده نادرست بازی‌ها جلوگیری می‌کنند و در عین حال، جذابیت زیبایی‌شناختی چشمگیری دارند.”

در پیشخوان اصلی بار کوکتل نیز از سطح 4D Arabescato ساخت Sapienstone استفاده شده است. Gianfrancesco می‌گوید: “با معرفی متریاال 4D از Sapienstone، به‌نظر من وارد عصری جدید شده‌ایم. این نسل جدید متریاال دارای رگه‌هایی است که در تمام ضخامت بدنه ادامه دارند و



سرامیکی Seminato Candido از Sapienstone بازطراحی شده است. Gianfrancesco می‌گوید: "Sapienstone راحتی کارکنان، ایمنی مشتریان و به‌ویژه ظرافتی نرم و لطیف را تضمین می‌کند که با رنگ صورتی چشمگیر تضادی زیبا ایجاد می‌نماید."

با این تحول گسترده، کرینگلن جایگاه خود را به‌عنوان یک نماد ایسلندی تثبیت کرده است. با طراحی نوآورانه و کارکردی، این مرکز اکنون فضایی صمیمی، پویا و ایدئال برای خرید، سرگرمی و تعامل اجتماعی ارائه می‌دهد. این پروژه نه تنها شامل انتخاب دقیق متریال‌های سرامیکی بود، بلکه نقشی اساسی در بهبود زیبایی، عملکرد و ایمنی فضاهای مختلف ایفا کرد.

سطوح FMG Fabbrica Marmi e Graniti، Iris Ceramica و Sapienstone نشان دادند که نه تنها در ارتقای جلوه بصری فضاها مؤثرند، بلکه می‌توانند تعامل میان کاربران و فضا را نیز بهبود بخشند. ■



سینما

سینما نیز بازسازی شده و تمرکز بر کیفیت و تجربه است. فضاهای داخلی بازتر شده‌اند تا دسترسی به بخش پاپ کورن و نوشیدنی آسان‌تر شود. همچنین یک سالن VIP جدید -لوکس‌ترین در ایسلند- با صندلی‌های تاشو برای زوج‌ها، صندلی‌های گرم‌شونده، شارژر تلفن و سیستم صوتی پیشرفته مطابق آخرین ترندها ایجاد شده است.

منطقه پذیرش با پیش‌خوانی ۱۴ متری با افکت صورتی و پوشش‌های

مکان: مرکز خرید - کرینگلن (طبقه سوم) - ایسلند

طراحی و مدیریت پروژه: THG Arkitektar

معمار و طراح داخلی اصلی: Paolo Gianfrancesco

مشاوران: MWorldwide

توسعه دهنده املاک: Reitir

تاریخ افتتاح: ۲۰۲۲

آغاز کار: ۲۰۲۰

عکس: Studiocapn



یادداشت‌های سفر یک زمین‌شناس کوله‌پشتی به‌دوش

فصل چهارم: آمریکای جنوبی

TRAVEL NOTES OF A BACKPACKING GEOLOGIST CHAPTER 4: SOUTH AMERICA

Gian Paolo Bertolotti (geo.bertolotti@libero.it)

In the 1990s, I travelled frequently to Brazil, Chile and Argentina to visit sanitaryware manufacturers. Those trips gave me the opportunity to discover local raw materials of considerable interest to the ceramic industry. Years later, growing demand for new raw materials for production in Europe took me back to South America, this time as a geological consultant tasked with evaluating major clay deposits both in the field and in the lab.

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در آرژانتین، در لبه جهان

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در آرژانتین، در لبه جهان

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.

در دهه ۱۹۹۰، بارها به برزیل، شیلی و آرژانتین سفر کردم تا از تولیدکنندگان محصولات بهداشتی دیدن کنم. این سفرها فرصتی بود تا با مواد اولیه محلی بسیار جالبی برای صنعت سرامیک آشنا شوم. سال‌ها بعد، افزایش تقاضا برای مواد اولیه جدید در تولیدات اروپایی، مرا بار دیگر به آمریکای جنوبی بازگرداند، این بار به‌عنوان مشاور زمین‌شناسی با مأموریت ارزیابی ذخایر بزرگ خاک رس، هم در میدان و هم در آزمایشگاه.



Prehistoric handprints in an Argentine cave



Clay deposit in Peru



Clay deposit in Patagonia

سازندهای زمین‌شناسی این منطقه برایم جذاب بود، زیرا بخشی از خشکی باستانی Gondwana محسوب می‌شود - ابرقاره‌ای که گفته می‌شود بیش از ۳۵۰ میلیون سال وجود داشته و سپس تجزیه شده تا قاره‌های نیمکره جنوبی امروزی را شکل دهد. برای یک زمین‌شناس، فرصت مطالعه ذخایر متعلق به چنین دوره‌ای، آن هم در هر دو قاره آفریقا و آمریکای جنوبی، امتیازی استثنایی است.

در جریان این سفرها، چند بعدازظهر را نیز دور از سایت‌های معدنی سپری کردم. یکی از تأثیرگذارترین تجربه‌ها، بازدید از شهر کوچک Nova Veneza بود؛ شهری که یادبودی برای خانواده‌های ایتالیایی ساخته که در نیمه دوم قرن نوزدهم برای یافتن زندگی بهتر به آنجا مهاجرت کردند.

در بخشی از این یادبود، یک گوندولای ونیزی -هدیه‌ای از ایتالیا- به همراه شعری با عنوان L'America دیده می‌شود که رنج‌ها و دشواری‌های مهاجرانی را روایت می‌کند که ماه‌ها در سفر دریایی طاقت‌فرسا به برزیل آمدند. هرچند سفرهای من در سراسر جهان با آن سفرهای خطرناک و طاقت‌فرسای گذشته قابل‌مقایسه نیست، اما این تجربه مرا به آن پیشگامان ایتالیایی نزدیک‌تر کرد، و احساسی عمیق و تکان‌دهنده در وجودم برانگیخت. ■

مستلزم عبور از مسیرهای سخت و پرپیچ‌وخم در رشته‌کوه‌های آند در شمال کشور، نزدیک مرز اکوادور بود. مسیرهای کوهستانی باریک و ناهموار، سفر را دشوار اما هیجان‌انگیز کرده بودند.

پرو همچنین سرزمینی با میراث باستان‌شناسی شگفت‌انگیز است؛ گنجینه‌هایی که بسیاری از آن‌ها هنوز به‌طور کامل کاوش یا مطالعه نشده‌اند. جالب بود که بدانم بیش از دو هزار سال پیش، تمدن‌هایی پیش از اینکاها، از خشت‌های گلی خشک‌شده زیر آفتاب برای ساخت بناهای عظیمی چون Huaca Pucclana در قلب لیما و Pachacamac در چند کیلومتری پایتخت استفاده کرده‌اند.

در برزیل، در پی ردپای گاریبالدی

برخی از سفرهای اخیرم به جنوب برزیل بود، به‌ویژه ایالت Rio Grande do Sul، جایی که Giuseppe Garibaldi جوان همسر و همراه مبارز خود، Anita را ملاقات کرد - اوزنی از همان منطقه بود.

در این بخش از برزیل، نزدیک مرز اروگوئه، از ذخایر بسیار جالب خاک رس بازدید کردم که حاصل دگرگونی سنگ‌های گرانیتی باستانی بودند. بررسی



Huaca Pucclana, Peru

میان نوآوری، معماری و تکنیک

BETWEEN INNOVATION, ARCHITECTURE AND TECHNIQUE

The 42nd edition of the International Exhibition of Ceramic Tile and Bathroom Furnishings held in Bologna from 22 to 26 September sees many changes and new features, beginning with the expanded 155,000 square metre exhibition space (10,000 sqm more than in 2024) and the consequent need for a complete reorganisation of the exhibition layout. The bathroom furnishings sector occupies four halls this year, while eight halls will be devoted to ceramic tiles and slabs.

استارت‌آپ‌های فناوری فعال در حوزه ساخت‌وساز در منطقه ویژه‌ای در مرکز خرید ۳۷ حضور داشتند.

در همین حال، بخش مصالح و تجهیزات نصب به سالن بازسازی‌شده شماره ۱۹ منتقل شده بود. در مجموع، نمایشگاه **Cersaie 2025** میزبان ۶۲۰ شرکت از ۲۹ کشور بود (۳۷۷ شرکت ایتالیایی و ۲۴۳ شرکت خارجی).

بیش از ۲۰۰ متخصص بین‌المللی در برنامه Cersaie Business 2025 شرکت کردند؛ برنامه‌ای برای میهمان‌نوازی بین‌المللی که ویژه طراحان و فعالان صنعت از اروپا، آمریکا، آفریقا، خاورمیانه، منطقه خلیج فارس، آسیا و استرالیا بود. این ابتکار که در چهاردهمین سال خود برگزار شد، به همت Confindustria و Ceramica و با همکاری وزارت امور خارجه و همکاری بین‌المللی ایتالیا و آژانس تجارت ایتالیا (ITA) اجرا شد و نقش نمایشگاه را به‌عنوان بستر اصلی شبکه‌سازی بین‌المللی صنعت سرامیک و لوازم بهداشتی ایتالیا برجسته ساخت.

این برنامه همچنین بر تجارت و نصب تمرکز داشت و حدود ۶۰ نماینده از انجمن‌های معتبر بین‌المللی را میزبانی کرد؛ از جمله TTA (انجمن کاشی‌کاران و توزیع‌کنندگان بریتانیا)، BDB (انجمن ملی مصالح ساختمانی آلمان) و EUF (اتحادیه اروپایی انجمن‌های ملی کاشی‌کاری).

در بخش خدمات غذایی، نمایشگاه، امسال ۳۳ رستوران فعالیت داشتند و حضور دوسر آشپز ستاره‌دار میشلن رنگ‌بویی خاص به فضا بخشید: آلبرتو بتینی (Alberto Bettini)، مالک تراسورای تاریخی "Amerigo" با یک ستاره میشلن، و ماسی میلیانو پوجی (Massimiliano Poggi)، استاد آشپزی امیلیایی، هر دو رستوران‌هایی اختصاصی در محل نمایشگاه افتتاح کردند.

فضای ویژه برای معماری

توجه به معماری در نمایشگاه هر سال بیشتر شده بود و در این دوره نیز چهره‌های برجسته طراحی در برنامه فرهنگی شناخته‌شده و تأثیرگذار «ساختن، زیستن، اندیشیدن» (Building, Dwelling, Thinking) حضور یافتند.

در این دوره که کاملاً زنانه برگزار شد، چند نام بین‌المللی شاخص حضور داشتند، از جمله آنگلا گارسیا دِ پارِدِس (Ángela García de Paredes)، معمار اسپانیایی و هم‌بنیان‌گذار دفتر Paredes Pedrosa Arquitectos.

چهل‌ودومین دوره نمایشگاه بین‌المللی کاشی سرامیکی و تجهیزات سرویس بهداشتی که از ۲۲ تا ۲۶ سپتامبر در بولونیا برگزار شد، با تغییرات و نوآوری‌های چشمگیری همراه بود. از جمله این تغییرات می‌توان به افزایش فضای نمایشگاهی به ۱۵۵ هزار متر مربع (ده‌هزار متر مربع بیشتر از سال ۲۰۲۴) و در نتیجه بازسازی کامل نقشه نمایشگاه اشاره کرد.

در این دوره، بخش لوازم بهداشتی در چهار سالن و بخش کاشی‌ها و اسلب‌های سرامیکی در هشت سالن برپا شده بود.

بخش‌های جدید محصول نیز در سالن‌های ۳۱ و ۳۲ به نمایش درآمدند که شامل سطوح غیرسرامیکی باکیفیت مانند چوب و سنگ مرمر و همچنین پوشش‌های داخلی و خارجی بودند.





گلوریا کابرال (Gloria Cabral)، معمار پاراگوئه‌ای-برزیلی، نیز با رویکردی تأمل برانگیز و انسانی در طراحی فضا شناخته شد. او طرفدار اقتصاد منابع و مصالح سنتی پاراگوئه بود و در پروژه هایش از آجر و کاشی به عنوان عناصر اصلی بهره می‌گرفت. کابرال که شاگرد پیتر زومتور (Peter Zumthor) در برنامه Rolex Arts Initiative 2014-2015 بود، اکنون استودیوی شخصی خود را در سانتا کاتارینا، برزیل اداره می‌کند.



CATARINA E RITA ALMADA NEGREIROS
STUDIO CAN RAN - ph. Diana Quintela

رویکرد او و همکاری‌اش ایناسیو پدروسا مبتنی بر پژوهش مستمر و طراحی آگاهانه بود که بازتابی از بینش مشترک آموزشی و حرفه‌ای آنان محسوب می‌شد. این دفتر تاکنون بیش از ۳۰ پروژه را تکمیل کرده است که بسیاری از آن‌ها در دوسالانه‌های معماری اسپانیا و آمریکای لاتین برنده جایزه شده‌اند؛ از جمله موزه باستان‌شناسی آلمریا، تئاتر واله-اینکلان مادرید، مرکز کنفرانس پنیسکولا، کتابخانه‌های عمومی سئوتا و کوردوبا و ویلای رومی لا اولمدا.

سخنرانان دیگر این برنامه کاتارینا و ریتا المادا نِگِرِیروس از دفتر پرتغالی CAN RAN بودند که به دلیل استفاده خلاقانه از کاشی‌های سرامیکی به عنوان عنصر اصلی در دگرگونی فضا شهرت دارند.

از آثار شاخص آنان می‌توان به پروژه Sea Level در ایستگاه رودخانه‌ای Terreiro do Paço در لیسبون (۲۰۱۱) اشاره کرد، جایی که سقفی از موزاییک‌های آبی ۱۰×۱۰ سانتی‌متری گفت‌وگویی بصری با رودخانه تاگوس ایجاد می‌کرد.

همچنین لینا مالفونا (Lina Malfona)، استاد دانشگاه پیزا و هم‌بنیان‌گذار دفتر Malfona Petrini، با معماری‌ای شناخته می‌شود که با چشم‌انداز طبیعی وارد گفت‌وگو می‌شود و از طاق‌های معلق و سازه‌های عظیم برای قاب‌گیری مناظر استفاده می‌کند.



LINA MALFONA
STUDIO MALFONA PETRINI



ÁNGELA GARCÍA DE PAREDES
STUDIO PAREDES PEDROSA ARQUITECTOS

این جوایز توسط داورانی از طراحان و معماران برجسته، از جمله دیه‌گو گراندی، پائولو دارریگو، والتینا داونی، ولادیمیرو بنداندی و چچلیا بیونه (استاد آکادمی هنرهای زیبای بولونیا) ارزیابی شدند. هدف این جوایز، نمایش نوآوری، کیفیت طراحی، پایداری و ارزش ارتباطی آثار و هدایت آن‌ها به سمت فهرست ADI Design Index بود که مقدمه‌ای برای جایزه معتبر Compasso d'Oro به‌شمار می‌رود.

بخش نصب و اجرا

در سالن جدید شماره ۱۹ با بیش از ۵۴۰۰ متر مربع فضا، شرکت‌کنندگان توانستند آخرین فناوری‌های نصب را از نزدیک مشاهده کنند. بیش از ۸۳۰ متر مربع از این فضا به Tiling Town اختصاص داشت؛ پروژه‌ای از Assoposa (انجمن ایتالیایی نصابان و فروشندگان کاشی) که بر اساس استاندارد UNI 11493-2، گواهی‌نامه‌های حرفه‌ای نصابان کاشی را ترویج می‌کرد.

آکادمی Assoposa نیز با نمایش روزانه تکنیک‌های نوین نصب توسط استادکاران برجسته و برگزاری سمینارهای فنی برای معماران و مهندسان فعالیت داشت.

یکی از جذاب‌ترین بخش‌ها، آزمایشگاه جهانی کاشی کاری Cersaie World Tiling Lab بود - منطقه‌ای بیش از ۲۰۰ متر مربع که در آن چهار تیم از ایتالیا، سوئیس، دانمارک و برزیل مهارت‌های خود را در اجرای فضاهای کاشی‌کاری شده مانند حمام، تراس، فضای نشیمن و نمای خارجی به نمایش گذاشتند.

در پایان، نمایندگان انجمن‌های کاشی‌کاران از اروپا، ایالات متحده، کانادا، مراکش، برزیل و بریتانیا در نشستی مشترک درباره مسائل فوری آموزش و استانداردهای نصب کاشی تبادل نظر کردند. ■



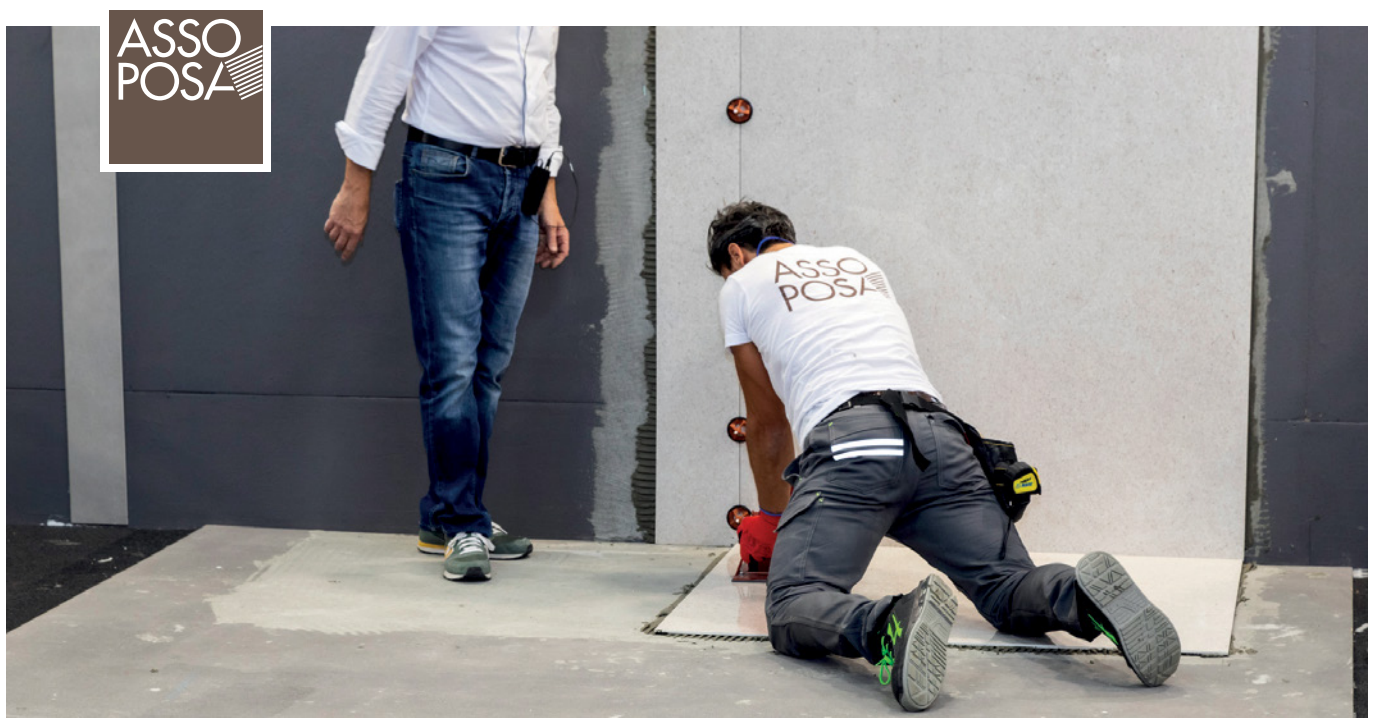
سخنرانی پایانی برنامه توسط الیزابت دیلر (Elizabeth Diller)، معمار آمریکایی و هم‌بنیان‌گذار دفتر Diller Scofidio + Renfro (DS+R)، برگزار شد؛ استودیویی که در طراحی معماری، شهرسازی و هنرهای چندرسانه‌ای رویکردی میان‌رشته‌ای دارد.

از آثار شاخص او می‌توان به پارک هوایی High Line (طول ۲.۳ کیلومتر) و بازسازی مرکز لینکلن برای هنرهای نمایشی در نیویورک اشاره کرد. دیلر در سال ۲۰۱۸ از سوی مجله Time در فهرست «صد فرد تأثیرگذار جهان» قرار گرفته بود.

جوایز طراحی ADI برای سرامیک و غرفه‌ها

همکاری میان ADI (انجمن طراحی صنعتی ایتالیا) و Cersaie در سال جاری نیز ادامه یافت. دو جایزه مهم این دوره عبارت بودند از:

- جایزه ADI Ceramic&Bathroom Design Award برای بهترین محصولات
- جایزه ADI Booth Design Award برای بهترین طراحی غرفه‌ها



تأمین کننده مواد اولیه شیمیایی
صنعت کاشی و سرامیک،
شوینده، داروسازی
و آزمایشگاهی



شرکت بازرگانی مبنا تجارت
قومس ایرانیان

تهران، خیابان ناصر خسرو، سرای اکبریه،
طبقه ۴، واحد ۵۲ تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۸۲۷۶۱

www.mabnatejaratghomes.com
mabnatejaratghomes@gmail.com



شرکت بازرگانی تجارت صنعت
گروه علوی

یزد، بلوار دانشجو، خیابان شهید صالحیه،
پلاک ۱۹۹ تلفن: ۰۳۵-۳۸۲۴۱۱۵۳

tsgalavi@gmail.com
@tsgalavi



شرکت شیمیایی
پارس سولفیت

تهران، یوسف آباد، خیابان شهید اکبری
(مستوفی)، خیابان ۱۵/۱، پلاک ۱۰، طبقه ۴،
واحد ۷ تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۰۳۵۴۲-۸۸۷۰۵۷۴۴

www.parsulfite.ir
info@parsulfite.ir



پیشرو در نوآوری و تولید روانساز برای
صنعت کاشی و سرامیک از گذشته تا امروز



شرکت شیمیایی پارس سولفیت

تهران، یوسف آباد، خیابان شهید اکبری (مستوفی)، خیابان ۱۵/۱، پلاک ۱۰،

طبقه ۴، واحد ۷ تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۰۳۵۴۲-۸۸۷۰۵۷۴۴-۸۸۷۰۵۲۶۶

www.parsulfite.ir info@parsulfite.ir



شرکت بازرگانی تجارت صنعت گروه علوی

یزد، بلوار دانشجو، خیابان شهید صالحیه،

پلاک ۱۹۹ تلفن: ۰۳۵-۳۸۲۴۱۱۵۳

tsgalavi@gmail.com

[@tsgalavi](https://www.instagram.com/tsgalavi)



شرکت بازرگانی مبنا تجارت قومس ایرانیان

تهران، خیابان ناصر خسرو، سرای اکبریه،

طبقه ۴، واحد ۵۲ تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۸۲۷۶۱

www.mabnatejaratghomes.com

mabnatejaratghomes@gmail.com



RAK Ceramics در نمایشگاه CERSAIE: تمرکز بر نوآوری و عملکرد بالا

RAK CERAMICS AT CERSAIE: A FOCUS ON INNOVATION AND HIGH PERFORMANCE

UAE-based RAK Ceramics' products reflect the company's commitment to continuous research and technological innovation, aimed at developing ever stronger, higher-performance surfaces without compromising on style. At Cersaie 2025, the company presents the latest innovations from its Innotech Lab: Softech and Scratch Guard.

اکنون در ابعاد ۳۲۴×۱۶۲ سانتی‌متر، و نیز در قالب‌های ۱۲۰×۱۲۰، ۲۸۰×۱۲۰ و ۱۲۰×۶۰ سانتی‌متر با ضخامت‌های ۹، ۱۲ و ۲۰ میلی‌متر تولید می‌شود. این فرمت‌های بزرگ برای صفحات کابینت، کف‌ها، دیوارپوش‌ها و نماهای تهویه‌دار ایده‌آل هستند و تعادلی کامل میان استحکام، انعطاف‌پذیری و طراحی ظریف را ارائه می‌دهند. ■



محصولات شرکت RAK Ceramics مستقر در امارات متحده عربی بازتابی از تعهد این شرکت به پژوهش مداوم و نوآوری فناورانه بودند؛ تلاشی که با هدف توسعه سطوحی هرچه مقاوم‌تر و با عملکرد بالاتر، بدون قربانی کردن جنبه‌های زیبایی‌شناختی انجام می‌شد.

در نمایشگاه CERSAIE 2025، این شرکت جدیدترین نوآوری‌های خود از آزمایشگاه Innotech را معرفی کرد: Softech و Scratch Guard.

Softech نسل جدیدی از سطوح را معرفی کرد که برای استفاده یکپارچه در فضاهای داخلی و بیرونی طراحی شده‌اند. این فناوری حاصل یک فرآیند نوآورانه مبتنی بر کاربرد ذرات میکروسکوپی است که حفره‌های بسیار ریز سطح را پر کرده و با ایجاد بافتی نرم‌تر، یکنواخت‌تر و آسان برای نظافت، در عین حال ایمنی بالا را تضمین می‌کند.

این سطوح گواهی‌های R10 A+B برای فضاهای داخلی و R11 A+B+C برای فضاهای بیرونی را کسب کردند.

پایان‌بندی مات و بدون انعکاس نور، ترکیبی از آسایش و طراحی را ارائه می‌دهد. بیان شاخص این فناوری در مجموعه جدید Sassi امتجلی شده است (تصویر سمت راست)، که در نسخه‌های Matera و Borgogna عرضه گردید. الهام گرفته از Sassi باستانی ماترا - سکونتگاه‌هایی تراشیده‌شده در سنگ آهکی نرم (calcarene) که در اثر آب شکل گرفته و توسط باد فرسایش یافته‌اند - این سطح لمسی و ظریف، پیشنهاد شاخص RAK Ceramics برای معماری معاصر به شمار می‌رود.

نوآوری کلیدی دیگر که در بولونیا معرفی شد، Scratch Guard بود؛ روکشی لعابی و پولیش‌شده از نوع ممتاز که مقاومت فوق‌العاده در برابر خراشیدگی را در عین حفظ براقیت و ظرافت تضمین می‌کند.

این فناوری به گونه‌ای طراحی شده بود که حتی در برابر خراش‌های عمیق ناشی از اجسام فلزی نیز دوام بیاورد و به‌عنوان یکی از پیشرفته‌ترین فناوری‌های موجود برای سنگ پرسلانی شناخته شد.

این نوآوری در تمام مجموعه‌های جدید پولیش‌شده به کار رفت، از جمله در مجموعه ظریف Calacatta Macchia Vecchia (تصویر سمت چپ)، با زمینه سفید و رگه‌های سیال در سایه‌های خاکستری، بژ و طلایی.

Calacatta Macchia Vecchia یکی از تازه‌ترین مجموعه‌های خانواده Maximus بود که به لطف فناوری Continua+ دامنه خود را گسترش داد و

KALE از بازدیدکنندگان دعوت کرد تا قدرت بیانی سرامیک را با شعار «ماده به مثابه بیان» کشف کنند

KALE INVITES VISITORS TO DISCOVER THE EXPRESSIVE POWER OF CERAMICS UNDER THE THEME OF MATERIAL AS AN EXPRESSION

At this year's Cersaie Kale is present under the theme "Material as an Expression", inviting visitors to discover the expressive power of ceramics - extending from the surface to the entire space - continuing to place sustainability at the heart of the products, using less raw material and ensuring high energy efficiency, in line with the "careforyourworld" vision of the company.



این مجموعه با ارائه گزینه‌های متنوع ضخامت و اندازه، آزادی و خلاقیت بی‌نظیری در اختیار طراحان قرار می‌داد و با شعار «مکان‌های بی‌پایان برای هر فضا»، هماهنگی زیبایی‌شناسی و عملکرد را به شکلی کامل نشان می‌داد. در بخش دیگر غرفه، بازدیدکنندگان سه فضای متفاوت را تجربه کردند که با محصولات مجموعه Intonaco طراحی شده بودند.

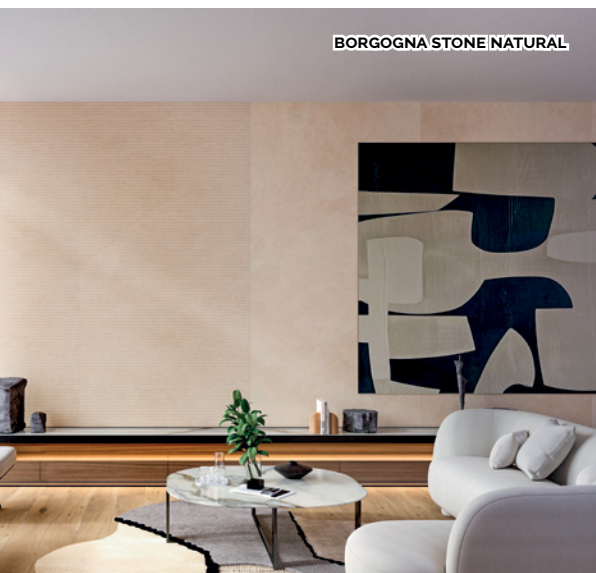
در این فضاها، رنگ‌های خاکی الهام‌گرفته از طبیعت با زیبایی‌شناسی ذن (Zen) ترکیب شده بودند و ترکیب‌هایی آرام اما تأثیرگذار پدید آورده بودند که کل طیف رنگی این سری را به نمایش می‌گذاشتند.

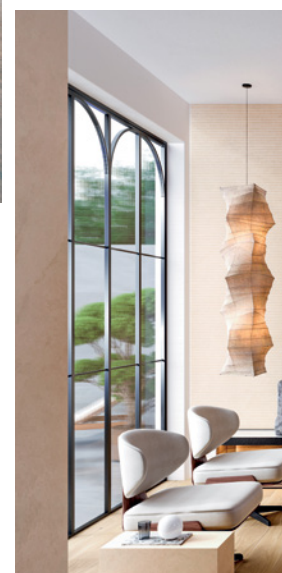
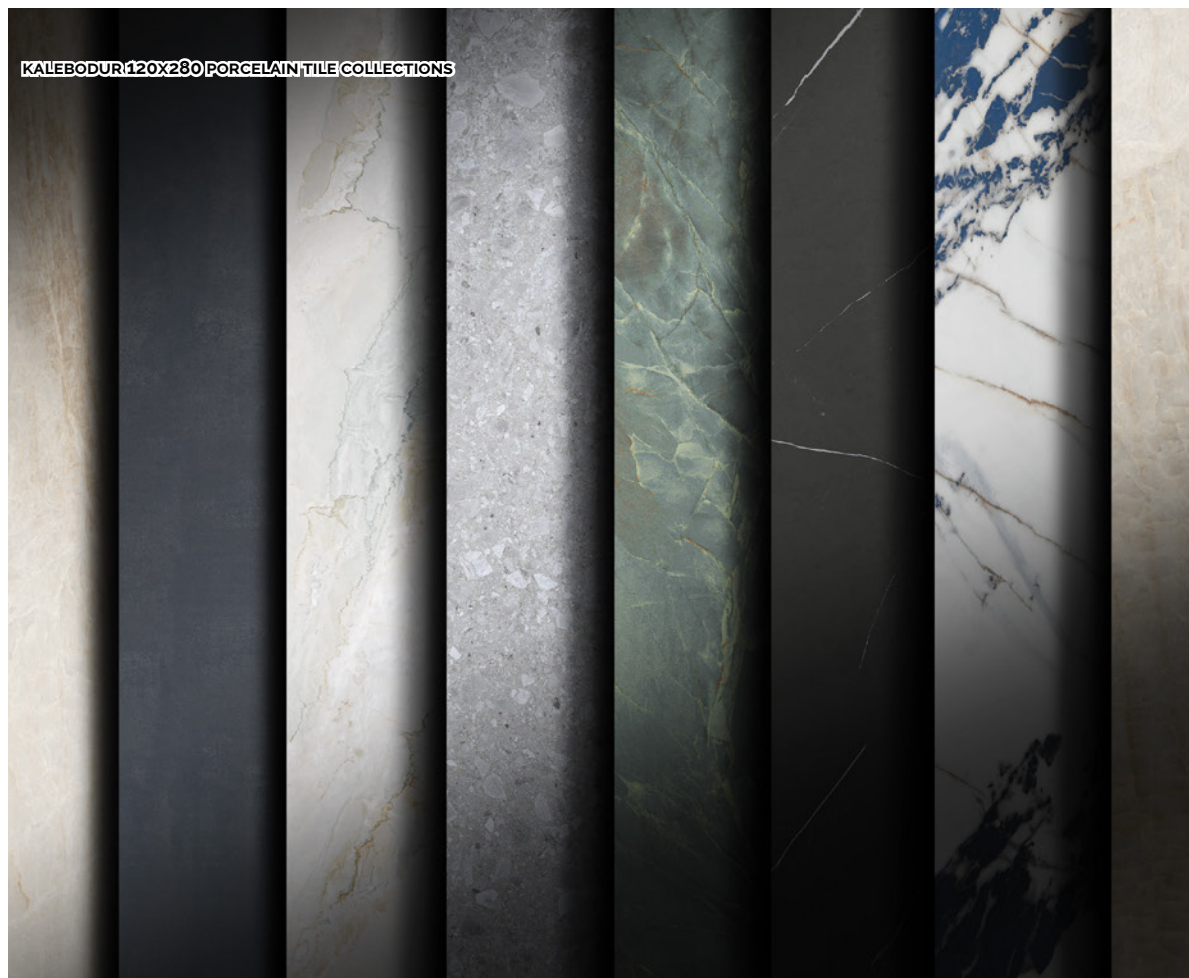
Intonaco مجموعه‌ای ماندگار و چندمنظوره بود که با زبان‌های طراحی گوناگون سازگار می‌شد و به فضاها شخصیتی آرام و درعین‌حال قدرتمند می‌بخشید. محصول نوآورانه دیگری که در غرفه به نمایش درآمد، Constantinople بود؛ که تحت برند T-ONE - نخستین برند کانترتاپ پرسلانی ترکیه - عرضه شد.

در نمایشگاه CERSAIE 2025، شرکت Kale با شعار «Material as an Expression» (ماده به مثابه بیان) حضور یافت و از بازدیدکنندگان دعوت کرد تا قدرت بیانی سرامیک را کشف کنند - از سطح تا کل فضا - در حالی که همچنان با مصرف کمتر مواد اولیه و افزایش بهره‌وری انرژی، در راستای چشم‌انداز "careforyourworld" این گروه، پایداری را در مرکز محصولات خود قرار داده بود.

غرفه Kale که در همکاری با همکاری طراحی شده بود، با نمایی چشمگیر از اسلب‌های بزرگ فرمت پرسلانی ۱۲۰×۲۸ سانتی‌متر از بازدیدکنندگان استقبال می‌کرد.

این مجموعه‌ها که برای فضاهای داخلی و بیرونی توسعه یافته بودند، با رنگ‌ها و بافت‌های الهام‌گرفته از طبیعت جلوه‌ای قدرتمند پدید آوردند و از طریق نوآوری فنی و تنوع سطوح، راه‌حلی با عملکرد بالا برای معماری مدرن ارائه دادند. یکی از پیشنهادهای جدید این نمایشگاه، مجموعه Panorama بود که با الهام از بافت‌های طبیعی و انطباق آن‌ها در قالب‌های متنوع، ترکیب‌هایی منحصر به فرد در فضا ایجاد کرده بود.





مواد غذایی در سطح بین‌المللی تأیید شده است و راه‌حلی زیبا و مطمئن برای سطوح آشپزخانه به‌شمار می‌رود. از ویژگی‌های خاص غرفه امسال نمایش محصولات با ضخامت‌های گوناگون از ۲ تا ۲۰ میلی‌متر بود که ظرفیت تولیدی Kale را به‌خوبی نشان می‌داد. در میان آن‌ها، اسلب‌های پرسلانی انعطاف‌پذیر با ضخامت ۳ میلی‌متر برای کاربردهای نمای خارجی بیش از همه جلب توجه کردند؛ ترکیبی از سبکی و دوام که مرزهای طراحی را گسترش داده و امکان‌های تازه‌ای را پیش‌روی معماران گشودند. ■

این محصول با فناوری V-Intech تولید شده بود که اجازه می‌دهد رگه‌های سطح بدون انقطاع در تمام ضخامت بدنه ادامه یابند، و از همین‌رو نمونه‌ای روشن از برتری طراحی و فناوری Kale محسوب می‌شد. Constantinople همچنین موفق شد مقام نخست در بخش آشپزخانه را در جوایز Elle Deco International Design Awards 2025 (EDIDA) از آن خود کند. این محصول دارای گواهی NSF بود، بنابراین برای تماس مستقیم با

ENERGIEKER



مجموعه جدید L'Eclipse از سرامیک‌های EnergieKer تفسیری معاصر از زیبایی‌شناسی کلاسیک مرمر ارائه داد و آن را با سایه‌های ظریف سبز و بژ غنی‌تر کرد. تضادهای متعادل و الگوهای رگه‌ای عمق و پویایی به سطوح بخشیدند و فضاهایی ظریف و در عین حال دلپذیر پدید آوردند. هر جزئی با هدف جلب توجه و ارتقای زیبایی محیط طراحی شده بود تا بخشی از راه‌حل سرامیکی باشد که زیبایی جاودان را با طراحی شخصیت‌دار ترکیب می‌کند.

فناوری‌های جدیدی که توسط EnergieKer به کار گرفته شدند، این امکان را فراهم آوردند که مرمر Eclipse هویت خود را هم در کیفیت گرافیکی و هم در بافت لمسی‌اش بیان کند.

این مجموعه در نسخه‌های مات و پولیش کامل و در اندازه‌های ۶۰×۱۲۰، ۱۲۰×۱۲۰ و ۲۸۰×۱۲۰ سانتی‌متر ارائه شده بود.



PROGRESS PROFILES

• PROSHOWER SQUARE GRATE FLOWER با طراحی تزئینی و ظریف دامنه محصولات همچنین شامل PROSHOWER BASE L PRO 40 می‌شد - کانال فولادی ضد زنگ در طول‌های مختلف با شبکه‌های گوناگون، قابل نصب هم‌سطح با کف یا در ارتفاع ۲۴ میلی‌متری. سیفون ۴۰ میلی‌متری قابل چرخش ۳۶۰ درجه، از محبوبیت ویژه‌ای میان متخصصان برخوردار بود. در نهایت، قفسه‌های PROSHELF مجموعه محصولات شرکت را تکمیل کردند - قابل نصب در حین یا پس از اجرا، برای حداکثر انعطاف‌پذیری در طراحی - که با حفظ زیبایی، فضا را بهینه می‌کردند.



شرکت **Progress Profiles** طیف گسترده‌ای از محصولات و سیستم‌ها را برای ساخت دوش‌های Walk-in معرفی کرد که هر محدودیت طراحی را به فرصتی برای شخصی‌سازی تبدیل می‌کرد.

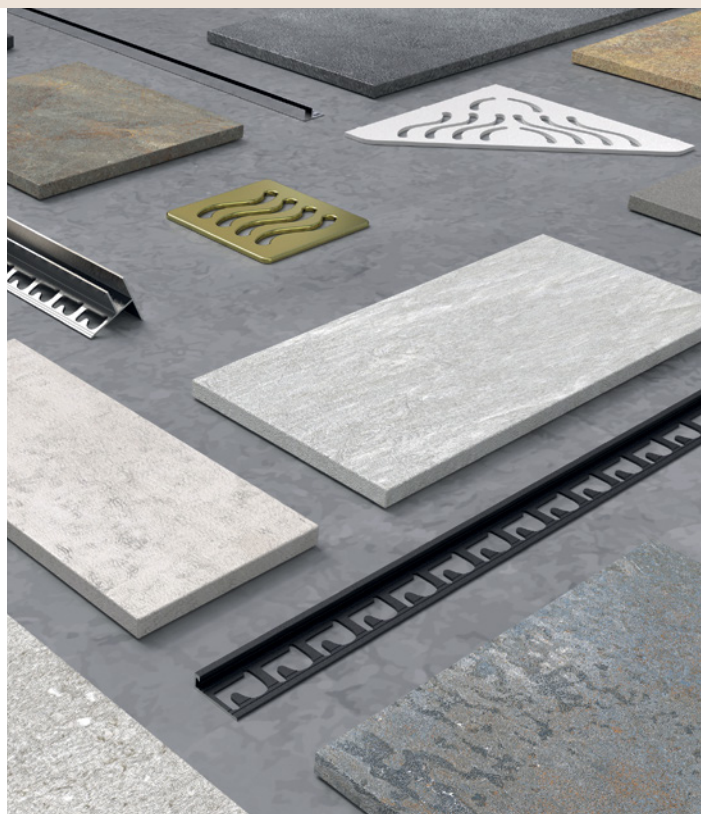
از جمله این راه‌حل‌ها می‌توان به PROSHOWER PANEL اشاره کرد - سینی دوش ضد آب از جنس XPS با چگالی بالا و شیب ۲٪ - که پیش‌تر در بازار آمریکا موفق شده بود و اکنون برای استانداردهای اروپا تطبیق داده شده بود.

این پنل در اندازه‌های مختلف عرضه می‌شد و قابلیت نصب مستقیم به عنوان پایه کاشی‌کاری را داشت. همچنین می‌توانست با PROSHOWER SQUARE DRAIN 1010 (دریچه مربعی ۱۰×۱۰ سانتی‌متر) ترکیب شود که کاملاً با سینی دوش هماهنگ بود.

ویژگی‌های آن شامل نصب آسان، تنظیم ارتفاع شبکه خروجی، و اتصال کاملاً ضدنشبت بود. انعطاف‌پذیری سیستم نیز امکان اتصال آسان به زهکش‌های استاندارد موجود را فراهم می‌کرد.

دو مدل توری منحصر به فرد برای این دریچه عرضه شدند:

• PROSHOWER SQUARE GRATE DESIGN برای سبکی مدرن و مینیمالیستی



مجموعه جدید **Poetry Net** الهام گرفته از پروژه‌های طراحی داخلی در فضاهای متنوعی چون هتلداری، رستوران‌داری و مسکونی بود و تکامل مفهومی گسترده‌تر به نام Poetry House به شمار می‌رفت که توسط **ABK** و استودیوی Paola Navone OTTO توسعه یافته بود.

Poetry Net از پوشش‌های دیواری منحصربه‌فردی سرچشمه گرفت که در همکاری با کارشناسان بوم و مرمت پارچه و فرسکو طراحی شدند تا دیوارهایی چشم‌نواز و هنری خلق کنند.

الیاف پارچه‌ای از کنف تا پنبه، با بافت‌های سبک یا متراکم، با مواد رنگی ترکیب شدند تا جلوه‌هایی غیرمنتظره و سرشار از زیبایی و تنوع پدید آورند. واژه‌ی "Net" به درستی بیانگر بافتی درهم‌تنیده است که رنگ‌ها و عناصر تصویری را درون خود محصور می‌کند.

خلاقیت ناب این سطوح به‌ویژه در نسخه‌های Patch و Multi نمایان بود؛ طرح‌هایی که حس قطعات متعدد پارچه غوطه‌ور در رنگ را بر کف و دیوار منتقل می‌کردند و سایه‌پردازی‌هایی چشمگیر و شاعرانه پدید می‌آوردند، در حالی که زیبایی در ناپایداری و ناهماهنگی را جشن می‌گرفتند.

در توانالیه‌های خنثی، بافت پارچه‌ای ظریف‌تر اما همچنان گرم و فراگیر بود و فضایی نرم و دلپذیر می‌ساخت که با هر نوع طراحی داخلی سازگار بود.

اصالت مجموعه با طیف متنوع اندازه‌ها از جمله اسلب‌های بزرگ 280×120 سانتی‌متر، 120×120 و 120×60 سانتی‌متر غنی‌تر شده بود.



ITALGRANITI



مجموعه **Calcis** از سطوح سرامیکی، از ترکیب الهمابخش دو سنگ طبیعی - سنگ آهک (limestone) و مرمر اسپانیایی مارفیل (marfil) - پدید آمده بود.

سنگ آهک، با رنگ‌های روشن، رگه‌های ظریف و بافت نرم، برای هر سبک طراحی مناسب است؛ در حالی که مرمر مارفیل با درخشش ملایم و ظرافت طبیعی خود جایگاهی ممتاز دارد.

Calcis در چهار رنگ عرضه شد:

Crema کلاسیک، **Avorio** درخشان، **Corde** مدرن و **Visone** ظریف؛ که هر یک بازتابی از ارتعاشات زمین و روح مواد معدنی بودند.

رگه‌های درونی عمیق، حس سه‌بعدی ویژه‌ای به این مرمر سرامیکی بخشیدند.

کیفیت منحصربه‌فرد **Calcis** حاصل بهره‌گیری هم‌زمان از فناوری **RealUp®** و پرداخت براق در قسمت‌های روشن بود که سطحی پویا با تعادل دقیق میان رنگ و بافت به وجود آورد.

این فناوری، جزئیات مرمر طبیعی را به‌صورت دیجیتال بازتولید می‌کرد و هم‌زمان جلوه‌ای عمیق و غنی از نظر بصری و لمسی ارائه می‌داد.

Calcis در قالب اسلب‌های **Mega®** و کاشی پرسلانی استاندارد (با ضخامت ۹ میلی‌متر) تولید شد و شامل موزاییک مربعی، مستطیلی (۶ و ۹ میلی‌متر)، **Listello Tratto** و ماژول تزئینی **Stripe** (اندازه ۱۲۰×۶۰ سانتی‌متر) بود؛

مدولی با خطوط عمودی تراش‌خورده که با ظرافت و بی‌نظمی طبیعی خود، ریتمی متغیر و پویا در فضا ایجاد می‌کرد.



یک کارخانه تمام اتوماتیک جدید در بنین

A NEW TURNKEY PLANT IN BENIN

Generoso Verrusio (g.verrusio@kairosmediagroup.it)

A fully automated industrial facility in Benin, designed to produce up to 200 tonnes of clay bricks a day, is Cosmec's latest groundbreaking project aimed at radically transforming residential construction in Sub-Saharan Africa.

This private initiative was launched with the approval and support of the government by the founder of Nature Brique, Victor Franck Kidjo, to address the urgent need to improve the housing conditions of the local population.

In a fragile climate prone to extreme events, clay remains one of the most effective and sustainable building materials thanks to its thermal and acoustic insulating properties and its resistance to earthquakes, flooding and the increasingly frequent and sudden impacts of climate change.

و صوتی بالا بوده و در برابر زلزله، سیلاب و آثار فزاینده تغییرات اقلیمی مقاوم است.

فناوری‌های مبتنی بر پایداری محیطی

این کارخانه قادر به تولید طیف گسترده‌ای از محصولات رسی خواهد بود، از جمله بلوک‌های دیواری داخلی و خارجی، دال‌های سقف و کف، تیرچه‌ها، آجرهای نما و آجرهای نازک تزئینی.

خط تولید تمام اتوماتیک شامل بخش آماده‌سازی مرطوب مواد اولیه، سیلوهای ذخیره، سیستم اکستروژن، خشک کن تونلی مدل Vicenza، خطوط

شرکت **Cosmec** با اجرای پروژه‌های نوآورانه در کشور بنین، کارخانه‌ای صنعتی و تمام اتوماتیک طراحی کرده است که توانایی تولید روزانه تا ۲۰۰ تن آجر رسی را دارد. این پروژه نقطه عطفی در مسیر دگرگونی ساخت و ساز مسکونی در منطقه زیر صحرای آفریقا به شمار می‌رود.

این طرح خصوصی به ابتکار ویکتور فرانک کیجو (Victor Franck Kidjo)، بنیان‌گذار شرکت Nature Brique، و با تأیید و حمایت دولت بنین آغاز شد تا پاسخی عملی به نیاز فوری برای بهبود شرایط مسکن در این کشور باشد.

در اقلیمی شکننده و مستعد بلایای طبیعی، رس به عنوان یکی از پایدارترین و کارآمدترین مصالح ساختمانی شناخته می‌شود؛ چراکه دارای عایق حرارتی





دیدار با ویکتور فرانک کیجو، مردی توانمند، خلاق و شجاع که با اراده‌ای راسخ در تلاش است تا تغییر واقعی در کشورش ایجاد کند.»

در مقابل، کیجو نیز از همکاری با شرکتی ابراز خرسندی کرد که با وجود چالش‌های فراوان، تصمیم گرفته در بافت دشوار اقتصادی و زیرساختی آفریقای زیر صحرای فعالیت کند.

شرکت Nature Brique که در سال ۲۰۱۱ توسط کیجو تأسیس شد، دفتر مرکزی آن در کوتونو و واحد تولیدی‌اش در تانوه هسو (Tanwé Hessou) در منطقه زوگبودومه (Zogbodomey)، در مرکز بنین واقع است. این شرکت با حدود ۳۰ نفر نیروی کار، به تولید آجر رسی اختصاص دارد و مأموریت خود را ارائه راه‌حل‌های ساختمانی پایدار، کارآمد و سازگار با اقلیم گرم آفریقا تعریف کرده است.

هدف این شرکت، تولید محصولات بادیوم، سالم و مطابق با استانداردهای بین‌المللی است که حداکثر بهره‌را از منابع و مهارت‌های فنی کشور ببرند. با اجرای این پروژه، Cosmec بار دیگر چشم‌انداز جهانی و تعهد خود را به توسعه مناطق نوظهور نشان می‌دهد و جایگاهش را به‌عنوان شریکی قابل اعتماد و نوآور، آگاه به نیازهای محلی تحکیم می‌بخشد. ■

جابه‌جایی محصولات خام و خشک، کوره تونلی سنتی و سیستم چیدمان و پالت‌گذاری خودکار محصولات نهایی خواهد بود.

در راستای اصول پایداری زیست‌محیطی، کل مجموعه با سیستم فتوولتائیک مجهز به باتری‌های ذخیره انرژی تغذیه می‌شود تا ضمن کاهش اثرات زیست‌محیطی، پایداری تأمین انرژی در برابر نوسانات شبکه برق محلی تضمین گردد. همچنین یک ژنراتور پشتیبان نیز برای تأمین انرژی اضطراری کل کارخانه نصب خواهد شد.

پروژه‌ای در خدمت توسعه منطقه‌ای

شرکت‌های Nature Brique و Cosmec با هدف تقویت صنعت داخلی و مقابله با پدیده مهاجرت جوانان به اروپا، این پروژه را به‌عنوان محرک اشتغال‌زایی طراحی کرده‌اند. این طرح علاوه بر ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، به تربیت نیروی متخصص در زمینه تولید محصولات رسی کمک خواهد کرد و امید می‌رود آغازگر «مهاجرت معکوس» - بازگشت مهارت‌ها و فرصت‌ها به منطقه مبدأ - باشد.

به گفته میرکو رورر (Mirko Rorer)، مدیر فروش Cosmec، «افتخاری بود



در HAIKOU، آجر به دریا بدل می‌شود

IN HAIKOU, BRICK BECOMES SEA

Kringlan is the first indoor shopping mall built in Iceland and, since it was opened in 1987, has become a key attraction for the Icelandic people. Located in Reykjavik, it has around 150 commercial outlets and a total surface area of around 50,000 square metres. Malls have a special place in the Icelanders' life, not only for shopping but also for social activities. Given the particular climatic conditions on the island, they offer a precious opportunity for spending time outside the home in a comfortable, protected environment. And Kringlan in particular has always played an iconic role for the population, both due to its position - close to the city centre and on Iceland's busiest crossroads - and because as an indoor facility it offers great services and activities where people can spend quality time.

One Plus Partnership از بافت و ریتم آجر برای بازنمایی حرکت امواج اقیانوس استفاده کرده است. با یادآوری شن، خط ساحل و مناظر طبیعی، آجرها به سطحی روان و موج‌دار تبدیل می‌شوند که سینما را به محیط اطرافش پیوند می‌دهد. آجرهای نمایان با الگویی پویا چیده شده‌اند تا بازی پیوسته‌ای از نور و سایه در طول روز ایجاد کنند، به بنا جان بخشند و گفت‌وگویی دائمی میان ساختمان، خورشید و طبیعت به وجود آورند.

زمانی که معماری می‌کوشد داستان یک مکان را روایت کند، اغلب این کار را از طریق ماده‌ای انجام می‌دهد که بیش از هر چیز نمایانگر هویت آن مکان است. نمونه‌ای شاخص از این رویکرد، سینمای Hainan Haikou Gaoxingli Insun است که به‌تازگی در جزیره هاینان افتتاح شده؛ جایی که شرکت معماری چینی One Plus Partnership از آجر نه به‌عنوان صرفاً یک پوشش، بلکه به‌عنوان ابزاری برای انتقال زبان، فرم و فضا بهره گرفته است.

شبیه‌سازی حرکت امواج

دیوارها و میلمان مستقیماً از دل آجرکاری پدید می‌آیند: نیمکت‌ها،

بازی نور و سایه

به‌جای انتخاب بدیهی رنگ آبی تیره برای تداعی موقعیت دریایی، استودیوی



معمار: One Plus Partnership

مساحت: ۶۰۰۶ متر مربع

سال تکمیل: ۲۰۲۴

عکاس: Jonathan Leijonhufvud

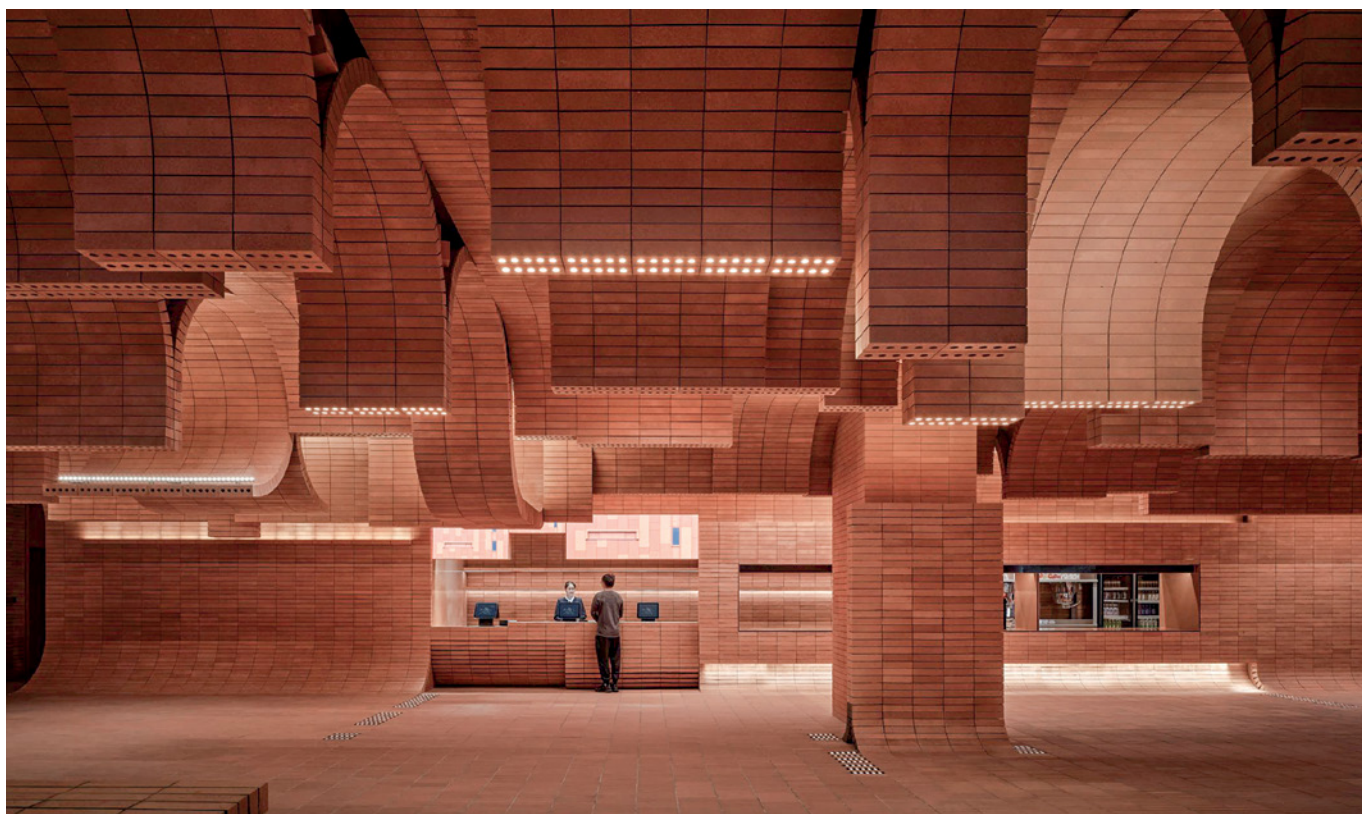


پیشخوان‌ها و میزها همچون امواج سنگ‌شده از زمین برمی‌خیزند. حتی پیشخوان ورودی نیز بی‌درز با کف آجری درهم آمیخته است و حس تداوم فضایی را تقویت می‌کند، تا تجربه سینما به سفری حسی و فراگیر تبدیل شود. سقف نیز که با عناصری آویزان و سوراخ‌دار طراحی شده، بار دیگر از آجر برای خلق بافتی زنده و پرانرژی استفاده می‌کند که نور گرم و پخش‌شده‌ای را در شب فیلتر می‌نماید. در اینجا، ماده به صحنه‌پردازی بدل می‌شود؛ نه صرفاً عنصر ساخت، بلکه چشم‌اندازی مصنوعی که مدام مد و جزر دریا را بازتاب می‌دهد.

تجربه‌ای فراگیر و شاعرانه

با استفاده از آجر، سینمای Haikou تصویر سنتی سالن‌های خنثی و دیوارهای ساده را واژگون کرده است. آجرکاری‌های منحنی و موج‌گونه، بازدیدکنندگان را در فضایی غوطه‌ور می‌سازد که میان معماری و روایت پیوندی شاعرانه برقرار می‌کند.

این ماده فروتن و کهن، در این پروژه به نمادی از دریا بدل شده و فضایی سرگرم‌کننده را به تجربه‌ای فرهنگی و حسی منحصر به فرد ارتقا داده است. ■



UNCERTAINTY HAMPERS THE RECOVERY

The global ceramic tile industry and market closed 2024 with a continuation of the negative performance of 2022 and 2023. The 13th edition of the report entitled **"World Production and Consumption of Ceramic Tiles"** produced by MECS / Acimac Research Centre and previewed in this issue reveals that the prolonged economic slowdown and ongoing international geopolitical tensions have further dampened global demand for tiles, leading to another contraction in global production and trade volumes.

World tile consumption fell by 6.8% to 14.5 billion sqm (compared to -5% in 2023), while global production dropped to 15 billion sqm (-6.2% compared to -5.5% in 2023). In both cases, much of the decline is attributable to sharp falls in China and, to a lesser extent, in India, although almost every geographical area recorded negative results. The European Union was an exception, posting a modest recovery with production up by 1.4% and consumption by 1%.

Global exports, totalling 2,674 million sqm, also repeated the 2.5% drop seen in 2023. Among the top ten exporting countries, only Italy, Turkey, Poland and Vietnam saw positive results.

With just over three months to go until the end of 2025, this year is again shaping up to be one of transition and above all uncertainty – the word most frequently used by economists and analysts to describe the current situation.

According to Euroconstruct estimates, construction activity in Europe is expected to return to positive territory this year with a modest 0.3% increase following the 2.1% decline in 2024, while the residential segment continues to struggle. Strong growth in Spain (+4.2%), Poland (+4%) and Northern European countries will be almost completely cancelled out by the continued downturn in Italy (-4.8%) and Germany (-2.1%). For a

real recovery in European construction activity we will have to wait until 2026 (+2%) and 2027 (+2.3%).

In the United States, a recovery in construction activity is also not expected until next year. Forecasts for 2025 still point to a 1% decline in new housing starts, while sales of existing homes remain weak. The renovation segment, however, is showing the first signs of recovery. According to data from the Tile Council of North America, the first half of 2025 saw a 0.6% fall in tile consumption compared to the same period in 2024, while frontloading contributed to an increase in imports (+2.6% in volume and +5% in value), strengthening the market positions of Italy, Spain and Brazil.

However, in Iran, the persistent downturn in the construction sector and the significant decline in investment over recent years have made it increasingly difficult to anticipate any meaningful improvement in market conditions. According to data and projections published by the Iran Ceramic Producers Syndicate, production, domestic consumption, and exports in 2024 remained virtually unchanged from the previous year, amounting to 450 million sqm, 200 million sqm, and 202 million sqm, respectively.

Notably, more than 76% of Iran's total tile exports -equivalent to 155 million sqm- were destined for Iraq, a single market that accounts for nearly 80% of Iraq's total imports in this sector.

Such a high level of export concentration -where more than one-third of national ceramic tile output relies on a single foreign market- constitutes a significant strategic risk for the industry, particularly in light of the prevailing political and geopolitical uncertainties. It underscores the urgent need for diversification and long-term policy planning among both government authorities and industry stakeholders. ■



”هر کودک یک
هنرمند است؛
مشکل این است که
وقتی بزرگ شدی
هنرمند بمانی.“

پابلو پیکاسو



**DESIGN FOR DIGITAL TECHNOLOGIES,
MASTER MOULDS AND PUNCHES.**

Since 1992 Tecnografica has been thinking, running and working hard for ceramic tile industry. Thanks to its dreams, passion and great teamwork, Tecnografica is constantly creating and developing the designs and the new techniques for the most modern ceramic technologies.



@tecnografica_surfacedesign



Year 15, No. 68, Autumn 2025 - Bimonthly review

Concessioner & Director responsible
Majid Mohassesian
ceo@cwr.ir

Chief Editor
Majid Mohassesian
Policy Council
Paola Giacomini
GianPaolo Crasta

Translation Team
Chat GPT 5.1
Peyvand Shafii
Editor
Using AI

Art Director
Maryam Hosseini
Graphic Dept.
Mehdi Kamkar

Advertisements
Arta Group
mktg@cwr.ir, phone: +989363249893

Printing Supervision
Mehdi Kamkar
Printing
Yazda

Internet & Social media
Meta Business Suite
Website Technical Manager
Hanieh Mohammadi

www.ceramicworldweb.ir
info@cwr.ir

<https://t.me/ceramicworldreview>
[ceramic_world_review](https://www.instagram.com/ceramic_world_review)



ARTAGROUPLTD
Unit 8 No. 11 Babak Bahrami St
Africa Blvd. Tehran - Iran
Tel. +98 21 8877 5803
Fax +98 21 8819 4408
info@artatrading.ir

Published under license
From
KAIROS MEDIAGROUP s.r.l.
Via Fossa Buracchione 84
41126 Baggiovara, Modena, Italy.
Tel. +39 059 512103
Fax +39 059 512157
info@kairosmediagroup.it
www.kairosmediagroup.it



Ceramic World Review
(Bimonthly publication)
Editor: Paola Giacomini
p.giacomini@tiledizioni.it
Editorial Board
Luca Baraldi, Milena Bernardi,
Cristian Cassani, Omar
Gubertini, Francesco Incerti,
Paola Roller

English translations
John Freeman

KAIROS MEDIA GROUP S.r.l., in compliance with the «Consolidated law on privacy», guarantees the confidentiality of the data used for subscriptions and for the typical purposes of the specialized press and the possibility of modifying or deleting them. All reproduction and translation rights of published articles are confidential. Even partial reproduction is prohibited without the Publishers authorization. Manuscripts, drawings, photographs, and other material sent to the editorial office, even if not published, will not be returned. The Management does not assume responsibility for the opinions expressed by the authors of the editorial and advertising texts.



ACIMAC

Associazione Costruttori Italiani
Macchine Attrezzature per Ceramica

Promoted by



Tile Edizioni also publishes:



Ceramic & Heavy Clay

ACIMAC 31

APADANA CERAM 2E

ARSHAM PARSE ANAHITA 3cover

BONGIOANNI MACCHINE 43

CERAMARA 9

CERAMIC NAGHSH YAZD 1E

EEFA CERAM 2cover

INCO 6

LOABIRAN 2

MAHAND VIBRE 22|23

PARSULFITE, MABNA & ALAVI 56|57

POPPI CLEMENTINO 29

REMAS 19

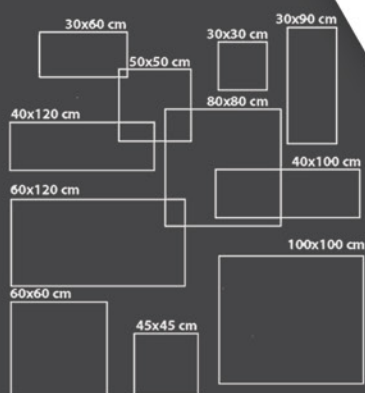
SINA TILE 1

TECNA 41

TECNOGRAFICA 4E

UNICERAMICS 4cover

VANDAD 4



آپاداناسرام دارای ۸ دستگاه بالمیل، ۷ دستگاه اسپری درایر، ۲۷ دستگاه پرس، ۲۶ دستگاه درایر عمودی، ۲۸ خط لعاب، ۱۸ دستگاه کوره، ۷ خط پولیش و ۲۶ خط سورت و بسته بندی میباشد. این ماشین آلات در کنار وجود نیروهای فنی و متخصص، این کارخانه را به یکی از بزرگترین تولید کنندگان کاشی و سرامیک بدل ساخته است.

عملیات اصلی شرکت تولید انواع مختلف کاشی و سرامیک با استفاده از تکنولوژی روز دنیا است. ظرفیت اسمی شرکت تولید ۳۰ میلیون متر مربع انواع کاشی دیواری لعابدار دوبار پخت، کاشی پرسلاتی بدون لعاب (کاشی گرانیتی) و کاشی پرسلاتی لعابدار میباشد. شرکت آپاداناسرام با تولید این حجم کاشی در رده بزرگترین تولید کنندگان جهانی قرار میگیرد و با اجرای طرح توسعه قادر به تولید ۵۰ میلیون متر مربع کاشی و سرامیک در سال خواهد بود.

سرامیک نقش یزد



Ceramic Naghsh Yazd

تأمین و تولیدکننده انواع لعاب، انگوب، جوهر چاپ، رولر و گلوله سرامیکی

آدرس: یزد، اشکذر، شهرک صنعتی نیکو، بلوار
گلدیس، میدان صنعت ۳، بلوار کسری، تولید ۱۰
کد پستی: ۸۹۴۶۱۸۷۴۴۳
تلفن: ۰۳۵-۳۲۷۲۱۷۶۰-۶۳



MACHINES



SPARE PARTS



RAW MATERIAL

projecta
A Company of **GRUPPO b&t**

S_Coding
Trace Evolution

People & Technology
THE VALUE OF HUMAN FACTOR

COLOROBIA

نمایشگاه UNICERAMICS فوشان - چین

۳۱ فروردین تا ۳ اردیبهشت ۱۴۰۵

بزرگترین
نمایشگاه سرامیک در آسیا

آخرین دستاوردهای صنعت سرامیک

محصولات جدید	طرح‌های جدید	کاربردهای جدید	روش‌های جدید
مواد جدید	تجهیزات جدید	فناوری‌های جدید	فرآیندهای جدید



www.uniceramicsexpo.com

مرکز بین‌المللی همایش‌ها و نمایشگاه‌های فوشان - تانژو
SHUNDE · GUANGDONG · CHINA