

2015 U.S. Ceramic Tile Industry Update

USA: Edilizia e ceramica in espansione per il sesto anno

By Andrew Whitmire, Tile Council of North America - AWhitmire@tileusa.com

2015 was another year of strong growth for the U.S. ceramic tile market. Supported by gains in the construction and housing markets, as well as low interest rates and falling unemployment, ceramic tile consumption increased for the sixth consecutive year.

In the housing market **new home starts** increased for the sixth year in a row, reaching their highest annual level since 2007. The 1.11 million units started in 2015 represented a 10.8% increase from the previous year. However, even with new home starts' more than doubling from 2009 (their lowest point on record) to 2015, they still have a ways to go to reach their pre-recession total. In fact new home starts in 2015 were down 38.3% vs. 2006, the year prior to the start of the last recession (Fig. 1).

Single-family new home starts in 2015 jumped 10.4% from 2014 to 715,300 units, and multi-family starts were up 11.4% from 2014 to 395,900 units.

According to the National Association of Homebuilders (NAHB), new housing starts are expected to experience double-digit growth again in 2016. NAHB is predicting 2016 total new starts to be at a level of 1.26 million units, up 13.4% from 2015.

New single family home sales rose for the fourth straight year and were at a total of 501,000 units, up 14.5% vs. 2014. Despite the recent growth, new home sales were still less than

Il 2015 è stato un altro anno di forte crescita per il mercato ceramico negli Stati Uniti.

Sostenuto dal nuovo recupero del mercato immobiliare e residenziale, oltre che da bassi tassi di interesse e calo della disoccupazione, il consumo di piastrelle ceramiche è cresciuto per il sesto anno consecutivo.

Nel segmento dell'**edilizia residenziale**, anche il numero di **nuovi cantieri** è aumentato per il sesto anno di fila, raggiungendo quota 1.110.000 unità abitative (+10.8% sul 2014), livello record dal 2007. Sebbene il numero di nuove case avviate l'anno scorso sia più che raddoppiato rispetto al livello minimo toccato nel 2009, tuttavia esso rimane pur sempre inferiore del 38,3% rispetto al 2006, a ripro-

va di quanta strada vi sia ancora da fare per raggiungere i volumi pre-crisi (fig. 1).

Le nuove abitazioni monofamiliari sono salite a 715.300 unità (+10.4% sul 2014) e quelle plurifamiliari hanno segnato una crescita dell'11,4% arrivando a 395.900 unità.

Secondo le previsioni della National Association of Homebuilders (NAHB), nel 2016 il segmento della nuova edilizia residenziale dovrebbe registrare un altro incremento a doppia cifra, per un totale di 1,26 milioni di nuove case (+13,4% rispetto al 2015).

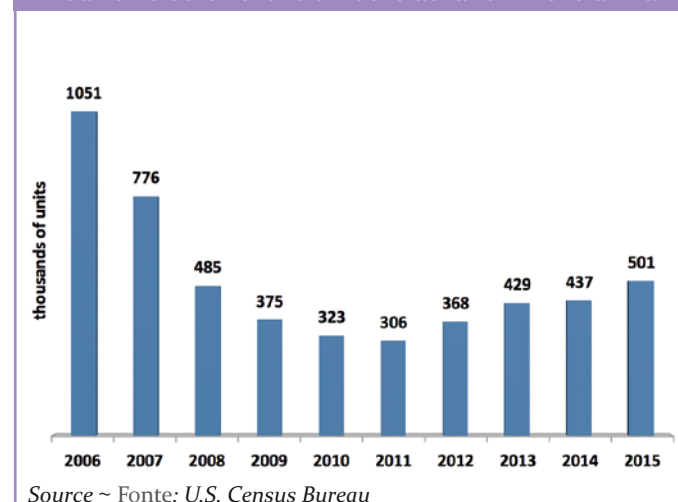
Le **vendite di nuove abitazioni monofamiliari**, in crescita per il quarto anno, hanno riguardato 501.000 unità (+14,5% sul 2014), tuttavia ancora meno della metà rispetto al dato di dieci anni fa (fig. 2).

Dopo il calo del 3% registrato

FIG. 1 - USA: NEW HOUSING STARTS
Andamento dei nuovi cantieri residenziali negli USA



FIG. 2 - USA: NEW SINGLE FAMILY HOME SALES
Andamento delle vendite di nuove abitazioni monofamiliari





half of what they were just ten years ago (Fig. 2). After experiencing a decline in 2014, **existing home sales** rose in 2015 to a level of 4.65 million units, up 7.0% vs. the previous year.

2015 also saw strong gains in **remodeling**, which is an important segment for the ceramic tile market. The National Association of Homebuilders' (NAHB) Remodeling Index, which takes into account both current remodeling activity and indicators of future remodeling activity, showed remodeling was at its highest annual level since the index's inception in 2008. Foreclosures, a major indicator of the residential market's health, were down for the fifth straight year to their lowest annual total since 2006. The 1.08 million foreclosure filings on U.S. properties in 2015 represented a 3.0% decline from 2014 and a 62.3% decline from the peak foreclosure year (2010).

The **30-year fixed mortgage rate** fell from 4.17% in 2014 to 3.85% in 2015, the second lowest annual rate on record. These historically-low rates should help spur potential buyers to purchase homes, boosting home sales and starts in the

nel 2014, le **vendite di abitazioni esistenti** sono tornate a crescere nel 2015 raggiungendo i 4,65 milioni di unità (+7%). Un segmento importante per il mercato delle piastrelle ceramiche è quello delle **ristrutturazioni**, anch'esso in forte recupero nel 2015.

Secondo il Remodeling Index della National Association of Homebuilders - l'Indice di Ristrutturazione redatto dall'associazione nazionale delle imprese di costruzione che prende in esame sia le attività di ristrutturazione in corso che quelle programmate - il 2015 ha infatti segnato il livello più

elevato dal 2008.

Un altro elemento indicativo del buono stato di salute del settore residenziale è il calo, per il quinto anno consecutivo, del numero dei pignoramenti, pari, nel 2015 a 1,08 milioni (-3% sul 2014 e -62,3% dal picco massimo del 2010), il dato più basso dal 2006.

Una spinta al mercato immobiliare dovrebbe venire anche dai bassi tassi di interesse sui mutui: nel 2015, il tasso dei **mutui trentennali** a tasso fisso è sceso al 3,85% (era il 4,17% nel 2014), il secondo valore più basso mai registrato.

Il livello di disoccupazione negli

TAB. 1 - U.S. CERAMIC TILE SHIPMENTS, SALES AND CONSUMPTION
USA: Produzione, vendite e consumo di piastrelle

Year Anno	U.S. shipment Produzione	Imports	Exports	U.S. Consumption* Consumo	% var. in consumption from previous year Var.% consumo
2015 (est.)	83.4 (+10%)	174.7 (+9.8%)	3.5	254.6	10.0
3Q 2015	64.2	133.6	2.9	194.8	12.1 (on 3Q 2014)
2014	75.8	159.1	3.4	231.5	0.5
2013	73.8	160.2	3.7	230.2	12.9
2012	69.5	138.6	4.2	203.9	5.4
2011	66.7	131.1	4.2	193.6	4.0
2010	60.3	129.6	3.9	186.0	7.7
2009	53.1	123.9	4.2	172.8	-18.1
2008	58.9	156.6	4.7	210.9	-15.2
2007	50.6	202.4	4.4	248.7	-19.3
2006	58.5	253.8	4.2	308.1	1.8
2005	61.1	245.1	3.4	302.8	3.5

*Shipments include exports. Consumption = Shipments-Exports+Imports

La produzione include l'export. Consumo=Produzione-Export+Import

Values in million sq.m ~ Valori in mil. di mq.

Source ~ Fonte: U.S. dept. of commerce & TCNA statistics

near future.

The U.S. unemployment rate in 2015 was 5.3%, down from 6.2% in 2014 and the lowest annual rate since 2008.

U.S. construction spending (includes both private and public residential and non-residential construction) in 2015 was \$1.1 trillion, a 10.5% increase from the previous year.

The overall U.S. economy experienced its sixth consecutive year of expansion, as GDP increased 2.4% from 2014 to 2015.

U.S ceramic tile consumption

Through 3Q 2015 U.S. ceramic tile consumption was 2.10 billion sq.ft. (194.8 million sq.m), up 12.1% vs. 3Q 2014 YTD (table 1). Based on data available to date, we estimate 2015 U.S. ceramic tile consumption to be 2.74 billion sq.ft. (254.6 million sq.m), up 10.0% vs. 2014. This sixth consecutive year of growth has brought consumption back to its highest level since 2006, the year before the recession began.

Imports

Through 3Q 2015, 1.44 billion sq.ft. (133.6 million sq.m) of imported ceramic tile arrived in the U.S. This represented a 12.0% increase from 3Q 2014 YTD. For the year based on available data, we project 2015 U.S. imports to be 1.88 billion sq.ft. (174.7 million sq.m.), up 9.8% from the previous year. Through 3Q 2015 imports comprised 68.6% of U.S. tile consumption (in sq. ft.), down slightly from 68.7% in 2014.

China regained the position as

Stati Uniti è sceso nel 2015 al 5,3% (era il 6,2% nel 2014), il dato più basso dal 2008.

L'anno scorso, gli investimenti in costruzioni nei segmenti dell'edilizia residenziale e non residenziale pubblica e privata sono stati pari a 1.100 miliardi di dollari, in aumento del 10,5% rispetto al 2014.

Nel suo complesso, l'economia statunitense ha conosciuto il suo sesto anno di espansione, con il PIL in crescita del 2,4% rispetto all'anno precedente.

Il consumo di piastrelle ceramiche

Nei primi 9 mesi del 2015 il consumo di piastrelle negli Stati Uniti aveva raggiunto i 194,8 milioni mq, in crescita del 12,1% sullo stesso periodo del 2014 (tab. 1). Sulla base dei dati disponibili ad oggi, stimiamo, per l'intero 2015, una domanda complessiva pari a 254,6 milioni mq (+10% sul 2014), la sesta crescita annuale consecutiva che riporta il consumo al di sopra dei livelli 2007, primo anno di recessione.

Importazioni

Alla fine del terzo trimestre 2015, 133,6 milioni mq di piastrelle avevano raggiunto i porti statunitensi dall'estero, segnando una crescita del 12% sui primi 9 mesi del 2014.

Le importazioni totali dell'anno sono stimate intorno ai 174,7 milioni mq (+9,8% sui 159 milioni mq del 2014) e rappresentano il 68,6% del consumo nazionale (era il 68,7% nel 2014).

La Cina ha riconquistato il primato di maggiore esportatore verso gli Stati Uniti, in volume, dopo averlo ceduto al Messico nel 2014.

Nei primi 9 mesi del 2015 la Cina ha coperto il 29,2% delle importazioni USA, seguita dal Messico

TAB. 2 - US CERAMIC TILE IMPORTS BY COUNTRY OF ORIGIN, IN VOLUME
TOTAL 2014 AND 3Q 2015
USA: Importazioni di piastrelle in volume per Paese di origine nel 2014 e primi 9 mesi 2015

Country	total 2014 sq.m / mq	2014/2013 % change	% on total 2014 imports	3Q 2015 sq.m / mq	3Q 2015/2014 % change	% on total 3Q 2015 imports
China	46,789,121	-2.8%	29.4%	38,944,032	13.1%	29.2%
Mexico	46,940,893	-1.5%	29.5%	37,015,205	1.6%	27.7%
Italy	28,717,436	3.8%	18.1%	24,120,697	14.0%	18.1%
Spain	9,588,747	3.7%	6.0%	9,168,873	29.9%	6.9%
Turkey	6,909,701	22.2%	4.3%	6,305,893	19.6%	4.7%
Brazil	6,535,147	-12.9%	4.1%	5,890,117	18.7%	4.4%
Peru	4,129,967	15.0%	2.6%	3,726,895	29.1%	2.8%
Colombia	2,404,635	-22.0%	1.5%	2,055,733	8.7%	1.5%
Thailand	1,030,494	-31.2%	0.7%	976,082	17.2%	0.7%
Germany	n.a.	n.a.	n.a.	668,175	890.9%	0.5%

Source ~ Fonte : U.S. Dept. of Commerce

TAB. 3 - USA: CERAMIC TILE IMPORTS BY COUNTRY IN VALUE. TOTAL 2014 AND 3Q 2015

USA: Importazioni di piastrelle in valore per Paese di origine nel 2014 e primi 9 mesi 2015

Country	Total 2014 (US\$)	% on total 2014 imports' value	2014/2013 % change	3Q 2015 (US \$)	3Q 2015/2014 % Change	% on total 3Q 2015 imports' value	Average price 3Q 2015 (\$/m2)
Italy	634,888,206	34.8%	8.7%	525,077,118	11.3%	34.3%	21.8
China	469,208,103	25.7%	4.7%	400,510,553	16.2%	26.2%	10.3
Mexico	300,680,754	16.5%	0.4%	225,859,058	-2.4%	14.8%	6.1
Spain	161,599,182	8.9%	13.0%	142,140,990	18.4%	9.3%	15.5
Turkey	79,781,165	4.4%	32.2%	73,467,889	21.2%	4.8%	11.7
Brazil	48,772,435	2.7%	-7.6%	45,075,990	20.7%	2.9%	7.7
Peru	21,258,308	1.2%	11.2%	20,324,280	34.3%	1.3%	5.5
Colombia	14,534,662	0.8%	-25.5%	12,190,782	6.6%	0.8%	5.9
Japan	12,843,353	0.7%	2.3%	11,269,523	17.9%	0.7%	n.a.
Argentina	11,796,082	0.6%	11.8%	9,901,917	25.9%	0.6%	n.a.
All Countries	1,822,777,268	100.0%	5.7%	1,529,597,523	12.5%	100.0%	

Imports value includes duty, freight and insurance | Source ~ Fonte : U.S. Dept. of Commerce

largest exporter in volume to the U.S. (3Q 2015 YTD) after Mexico held the top place in 2014. Chinese tile made up 29.2% share of U.S. imports (3Q 2015 YTD), followed by Mexico with a 27.7% share of imports, and Italy with an 18.1% share. Spain and Turkey rounded out the top five with a 6.9% and 4.7% share of imports, respectively (Table 2).

None of the top ten exporting countries to the U.S. experienced a decrease (3Q 2015 YTD), on the contrary most of them registered a double-digit growth: Spain (+30% vs. 3Q 2014 YTD), Peru (+29%), Turkey (+20%), Brazil (+19%), Thailand (+17%), Italy (+14%), China (+13%), while Germany entered the ranking thanks to its +890.9% (vs. 3Q 2014 YTD).

Through 3Q 2015 the value of imports was \$1,529 million, up 12.5% vs 3Q 2014 YTD.

Italy (\$525.1 million, up 11.3% vs 3Q 2014 YTD) remained the largest exporter to the U.S. on a dollar basis, comprising 34.3% of U.S. imports. China was second with a 26.2% share, and Mexico was third with a 14.8% share (table 3).

► U.S. Shipments

While imports comprised 68.6% of the U.S. market (in volume) through 3Q 2015, U.S. produced tile has made significant inroads over the last decade; as recently as 2006 imports comprised 82.4% of the market.

The increased domestic capacity has certainly contributed to the growth in consumption of U.S. produced tile. In fact 2014 was a record year for U.S. manufacturers, as an all-time high of 816 million sq.ft. (75.8 million sq.m.) were produced domestically (including domestic shipments and U.S. exports), and 2015 production is projected to exceed the 2014 total by approximately 10%.

Through 3Q 2015 YTD, domestic shipments (less exports) were 659.2 million sq.ft. (61.2 million sq. m), up 12.3% from 3Q 2014 YTD. In dollar value U.S. FOB factory sales of domestic shipments (less exports) through 3Q 2015 were \$965.6 million, up 11.5% vs. 3Q 2014 YTD.

The per unit value of domestic shipments (less exports) de-

co con una quota del 27,7% e dall'Italia con il 18,1%. Più distanziate nella "Top 5", Spagna e Turchia, con una quota sulle importazioni totali rispettivamente del 6,9% e del 4,7% (tab. 2).

A fine settembre 2015, tutti i 10 maggiori Paesi esportatori di piastrelle verso gli USA (in volume) avevano registrato un incremento delle vendite, in molti casi a doppia cifra: Spagna +30%, Perù +29%, Turchia +20%, Brasile +19%, Thailandia +17%, Italia +14%, Cina +13% e Germania che entra in classifica grazie al suo +891%.

In valore, le importazioni dei primi 9 mesi del 2015 hanno raggiunto i 1.529 milioni di dollari (+12,5% sullo stesso periodo del 2014).

Maggiore esportatore in valore, con una quota del 34,3% sul valore totale delle importazioni, si è confermata ancora una volta l'Italia (525,1 milioni di dollari, +11,3% sullo stesso periodo 2014). Seguono la Cina con una quota del 26,2% e il Messico col 14,8% (tab. 3).

► La produzione nazionale

Nell'ultimi decennio la produzione nazionale di piastrelle ha fatto parecchia strada se è ve-

ro che nel 2006 le importazioni coprivano ben l'82,4% del consumo interno in volume e l'anno scorso il 68,6%.

La maggiore capacità produttiva degli Stati Uniti ha sicuramente contribuito alla crescita della domanda di ceramica Made in USA. Secondo i preconsuntivi TCNA, la produzione locale ha continuato a crescere anche nel 2015, superando di circa il 10% i volumi record prodotti nel 2014 (75,8 milioni mq) e portandosi quindi intorno agli 83 milioni mq. Nei primi 9 mesi dell'anno, le vendite sul mercato domestico sono state pari a 61,2 milioni mq (+12,3% rispetto allo stesso periodo del 2014), per un valore di 965,6 milioni di dollari (+11,5%). Il prezzo medio di vendita sul mercato interno è sceso a 15,7 \$/mq rispetto ai 15,9 \$/mq di un anno prima.

► Le esportazioni

Nei primi 9 mesi del 2015 le esportazioni sono cresciute del 19,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, toccando i 2,9 milioni mq.

Ancora superiore l'incremento in valore, +22,4%, da 30,5 a 37,4 milioni di dollari. I principali mercati di destinazione dell'export USA si confermano il Canada (57%) e il Messico (18,1%).

creased from \$1.48 sq.ft. (15.9 \$/sq.m) (3Q 2014 YTD) to \$1.46 sq.ft. (15.7 \$/sq.m) (3Q 2015 YTD).

Exports

U.S. exports through 3Q 2015 were 31.5 million sq.ft. (2.9 million sq.m), up 19.6% vs. 3Q 2014 YTD. The vast majority of these exports (in sq. ft.) were to Canada (57.0%) and Mexico (18.1%).
The value of U.S. exports rose 22.4% from \$30.5 million (3Q 2014 YTD) to \$37.4 million (3Q 2015 YTD). The major exports markets of the US ceramic tile were once again Canada (57%) and Mexico (18.1%).

The Canadian ceramic tile market

The Canadian ceramic tile market has not experienced the same level of growth so far in 2015 as its southern neighbour. Based on data available to date, we estimate 2015 Canadian ceramic tile consumption to be 420.0 million sq.ft. (39.0 million sq. m), up 1.0% vs. 2014 (note: to our knowledge there is no significant ceramic tile production in Canada, so imports are approximately equal to consumption).
Through 3Q 2015, 315.8 million sq.ft. (29.3 million sq.m) of ceramic tile arrived in Canada. This was an increase of 1.4% from 3Q 2014 YTD. Their total value was 301.2 million Canadian Dollars* (US \$218.7 million). The three major exporting countries to Canada, in volume, were China (38.2% of total imports), Italy (24.6%) and Turkey (18.6%). On a value base, Italy ranked first with a share of 36.3% on total import value.

* Canadian imports are valued FOB place of direct shipment to Canada. The import valuation excludes costs of freight and insurance in bringing the goods to Canada from the point of direct shipment.

Uno sguardo al mercato canadese

Il mercato delle piastrelle ceramiche canadese non ha vissuto lo stesso livello di crescita di quello statunitense.
Sulla base dei dati disponibili, il consumo totale 2015 è stimato sui 39 milioni mq, in crescita di appena l'1% sul 2014. Non essendovi pressoché alcuna produzione nazionale significativa, i dati relativi al consumo equivalgono sostanzialmente a quelli delle importazioni.
Nei primi 9 mesi del 2015, il Canada aveva importato 29,3

milioni mq di piastrelle (+1,4% rispetto allo stesso periodo 2014), per un valore complessivo di 301,2 milioni di dollari canadesi* (218,7 milioni di dollari USA).
I tre maggiori Paesi esportatori verso il Canada, in volume, sono la Cina, con il 38,2% delle importazioni totali, l'Italia, con una quota del 24,6% e la Turchia con il 18,6%.
In valore, l'Italia guida la classifica con una quota del 36,3% del valore totale dell'import.
* il valore delle importazioni canadesi è FOB, esclude quindi i costi di trasporto e assicurazione.

TAB. 4 - CANADA: CERAMIC TILE IMPORTS BY COUNTRY IN VOLUME				
Canada: importazioni di piastrelle in volume per Paese di origine				
Country	3Q 2014 sq.m / mq	3Q 2015 sq.m / mq	3Q 2015/2014 % change	% on total 3Q 2015 imports
China	11,299,429	11,192,998	-0.9%	38.2%
Italy	6,872,341	7,210,080	4.9%	24.6%
Turkey	5,541,143	5,458,002	-1.5%	18.6%
USA	1,539,773	1,729,295	12.3%	5.9%
Spain	1,481,166	1,683,758	13.7%	5.7%
Mexico	398,552	557,757	39.9%	1.9%
Portugal	280,052	240,338	-14.2%	0.8%
Thailand	207,155	163,649	-21.0%	0.6%
Israel	220,010	149,716	-32.0%	0.5%
Brazil	322,378	131,686	-59.2%	0.4%
All Countries	28,940,324	29,338,964	1.4%	2.8%

Source ~ Fonte : Statistics Canada

