

Le made in Italy menacé par la hausse des coûts de l'énergie

La Péninsule détient un tiers du marché mondial de la céramique, bien loin devant l'Espagne et la Chine. Mais ce secteur d'excellence souffre de plus en plus de la concurrence asiatique et du coût trop élevé de l'énergie.

Olivier Tosseri
— Correspondant à Rome

C'est l'une des pierres angulaires de l'excellence du made in Italy. Ou plutôt l'un des carreaux. La Péninsule est reconnue comme le principal acteur européen de l'industrie du carrelage – elle est le sixième producteur mondial, mais le premier devant la Chine en termes de chiffre d'affaires à l'exportation, avec 84 % de la production vendue à l'étranger.

Cette suprématie repose sur une tradition remontant au XV^e siècle et sur de puissants « districts » industriels répartis principalement en Emilie-Romagne, en Vénétie, dans le Latium et en Campanie. Mais la crise énergétique ainsi qu'une concurrence de plus en plus acharnée mettent en péril ce statut italien de leader mondial de la céramique.

Le rebond post-Covid a été spectaculaire pour l'industrie céramique italienne. L'année 2021 s'était achevée avec un chiffre d'affaires de 7,5 milliards d'euros, en croissance de 15 % par rapport à 2019. Il s'élevait en 2022 à 8,7 milliards d'euros, avec une nouvelle hausse de 16 % sur un an. Une performance qui n'a pu être répétée en 2023. Confindustria Ceramica, qui représente la filière, déplore ainsi une baisse de 14 % du chiffre d'affaires, tombé à 6,2 milliards d'euros.

« Grave asymétrie sur le marché »

Ce recul s'explique en partie par un retour à la normale, après l'euphorie qui a suivi la pandémie. Mais également par une concurrence asiatique de plus en plus aguerrie, ainsi que par une hausse du coût de l'électricité pour cette industrie énergivore. Les carreaux italiens coûtent en

moyenne 14 euros environ le mètre carré, soit le double de ses concurrents européens.

L'Italie conforte néanmoins sa position de leader, en particulier dans le domaine des carreaux de céramique de qualité. Ses exportations, d'une valeur de 4,2 milliards d'euros, lui octroient une part du marché mondial de 32,1 %, devant l'Espagne (19,1 %), la Chine (17,2 %) et l'Inde (14,3 %).

L'industrie de la céramique se hisse ainsi au rang des références absolues des exportations du made in Italy, au même titre que les yachts (33,8 % du marché mondial), les navires de croisière (34,3 %) ou encore les lunettes de soleil (40,1 %). Elle repose sur près de 300 entreprises, qui emploient directement plus de 26.000 personnes.

« Notre position est menacée, s'inquiète Augusto Ciarrocchi, le nouveau président de Confindustria Ceramica. Nous nous heurtons à la concurrence étrangère féroce et déloyale de pays comme la Chine et, plus récemment, l'Inde, qui ne se soucient d'aucun aspect lié à la durabilité, tant environnementale que sociale, créant une grave asymétrie sur le marché. Pour combattre, il faudrait prendre l'exemple de pays comme les Etats-Unis. »

Washington a récemment annoncé des droits de douane sur les importations en provenance d'Inde, allant de 328 % à 489 %. A la suite d'une enquête antidumping menée sur les importations de carreaux en céramique originaires d'Inde et de Turquie, la Commission européenne leur applique depuis 2023 un droit de douane au taux de 20,9 %.

Mais c'est sur le coût de l'énergie que Confindustria Ceramica enjoint au gouvernement d'agir au plus vite. « Nous avons un coût de l'électricité qui est le double de celui de nos concurrents, déplore Augusto Ciarrocchi. En Espagne et au Portugal, il représente un tiers de celui de l'Italie. En France, il est inférieur de moitié au nôtre, et en Allemagne, il est inférieur de 40 %. Il faudrait trouver une solution au niveau européen pour que tout le monde paie l'énergie de la même manière. » ■

