



Coverings'19, un evento de primera magnitud en la estrategia de expansión de ITT Ceramic en Norteamérica

Creative, la marca de azulejo tradicional en pequeño formato, ha registrado una excelente acogida en la feria celebrada este año en Orlando

Coverings, la cita más importante para el sector cerámico en Norteamérica, ha dejado unos excelentes resultados para ITT Ceramic, ya que, tal y como confirma Vicente Sorlí, deputy general manager de la compañía española, “el nivel de afluencia de visitantes ha sido más que satisfactorio. En este sentido, cabe resaltar que se trata de un público profesional muy interesante, que tiene una visión claramente orientada al negocio y que tiene perfectamente estructurados los objetivos a cumplir”.

Durante las cuatro jornadas de feria, la actividad en el stand de ITT Ceramic ha sido incesante. Delegaciones procedentes de diversos puntos de Estados Unidos y de Sudamérica (Mexico, Puerto Rico, Argentina, Panamá, Colombia, Chile, Brasil...) han pasado por el espacio de ITT Ceramic en el Orange County Convention Center de Orlando. Con todo, según explica Sorlí, “especialmente relevante ha sido la cantidad de visitantes canadienses, un hecho que responde a la expansión de nuestra empresa en este país”.

En su 30º aniversario, Coverings se afianza, por tanto, como un evento de primera magnitud dentro de la estrategia comercial y en lo referente a las previsiones de crecimiento de ITT Ceramic, además de a nivel promocional, ya que en este escenario se dan cita distribuidores, minoristas, contratistas, especialistas en arquitectura, diseño, constructores y promotores inmobiliarios, etc.

A nivel de producto, sobresale la excelente acogida de los nuevos porcelánicos en formato 120x120, como los modelos Angel, Bianco Lassa, Sahara Bianco y Volakas, que, además, representan la fuerte tendencia de reinterpretación de los mármoles clásicos. Una gama por la que, sin duda, el interiorismo contemporáneo está apostando fuerte como recurso decorativo para espacios contemporáneos en los que se busca un valor añadido.

Esencia cerámica

Asimismo, la puesta de largo de Creative en Coverings'19 ha superado todas las expectativas. La nueva marca, que recupera la esencia del azulejo tradicional en pequeño formato, ha tenido una magnífica bienvenida en el mercado norteamericano, sobre todo por lo que respecta al formato 7,5x30. Modelos como Osaka, Poema y Norai, que brillaron con luz propia en la pasada edición de Cevisama, han conquistado al público por su encanto natural y, sobre todo, por su potencial decorativo.

Por su parte, Arklam, la marca de masa sinterizada de gran formato de Saniceramic Group, también ha sobrepasado todas las perspectivas en Coverings'19. "El camino que iniciamos con Arklam hace poco más de tres años ya está dando sus frutos, tanto en 6 mm para proyectos exclusivos, como en 12 mm (encimeras) para el canal cocina", matiza Sorlí.



Contacto de prensa:

Merche Romero
communication@ittspain.com
964626309
<https://ittceramic.com/>