



Роса е световен лидер в производството на продукти за цялостно обзавеждане на баня. Марката има фабрики в над 20 страни. Роса продава своите продукти в над 125 страни. Една от тях е България.



ПАЗАР

Промениите в България довеждат до значителен ръст в строителството на жилищни и обществени сгради, хотелски комплекси. Българинът започва да отделя все по-голямо внимание на интериора, на личното си пространство. Еднообразието на издेलия в недалечното минало превръща обновяването на банята в ключов момент при реновирането на жилище. Пазарът на санитарен порцелан е силно конкурентен и динамичен, а потребителят – изключително взискателен. Значението на фактора качество нараства, въпреки че тук все още водещ критерий е цената. „Рока България“ АД, част от мултинационалната корпорация Роса, предлага интегрирани решения за баня в разнообразни стилове и във всички ценови сегменти. Компанията е лидер с приблизително 60% пазарен дял и присъства с три марки на българския пазар – Роса, Faуans и Laufen.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Постиженията на Група Роса като световен лидер и успехът на Роса в България се дължат преди всичко на новаторския дух в дизайна, технологиите и качеството. През 2007 г. производственият капацитет на „Рока България“ АД надхвърля един милион изделия от санитарен порцелан – 50% от тях се реализират на вътрешния пазар, а останалите 50% – в Испания, Гърция, Великобритания, Франция, Германия, Холандия,

Република Чехия и на Балканите. Фирмата заема стабилна позиция в средния и горния сегмент на пазара у нас.

Роса инвестира в изграждането на изложбени зали, в които създава уникална среда за представяне на всички продуктови линии и на най-новите предложения на марката. На 28 юни 2007 г. Роса откри уникален изложбен център в сградата на бившия магазин „София“. ЕКСПО БАНЯ СОФИЯ е повече галерия на дизайна и модерните технологии в проектирането на бани, отколкото търговски обект. Той е ново културно средище за обмен на идеи и въдъхновение между архитекти, дизайнери и клиенти.

Успехът на марката се дължи на уникалния „семейен“ подход към работата. Тя разчита на собствения интелектуален потенциал, който е основата на развитието. Признание за това са получените от „Рока България“ награди за Перфектност по безопасност и здраве при работа 2007.

За ангажираността си към развитието на културата и межкултурното сътрудничество Роса има Дарителска грамота от Софийския университет „Св. Климент Охридски“ за особени заслуги 2006.

Усилията на Група Роса постоянно да развива и да иновира санитарния сектор са високо ценени от редица международни и местни организации. Роса е удостоена с приза Superbrand 2007 от Superbrands Bulgaria. „Рока България“ притежава сертификати на

AENOR и IQNet по ISO 9001:2000 за качествената система на мениджмънта, която включва дизайн, развитие, продукция, логистика, продажби и маркетинг на санитарен порцелан.

ПРОДУКТЪТ

Роса възприема банята в най-широк смисъл. Израз на това е идеята за култура на банята, която марката реализира във всеки свой продукт. Здравина и надеждност, технология и елегантност, иновация и дълготрайност отличават оригиналните продуктови линии за обзавеждане на бани от Роса. Те са разработени от водещи дизайнери като Дейвид Чипърфийлд, Белен & Рафаел Монео, Рамон Бенедито, Херцог & Де Мьорон, Шмид & Лакнер, „Було Дизайн“ и са съобразени с различните стилове и финансови възможности на потребителите.

Сериите санитарен порцелан Роса предлагат богато разнообразие от продукти и модели с възможност за комбиниране на отделните елементи.

1917

Роса е създадена от братята Рока като компания за производство на чузунени радиатори.

1925

Започва производството на лети чузунени бани.

В уелнес продуктите – вани, минибасейни, подгушкови корита, хидромасажни колони, душ кабиничи и хидросауни, Роса използва всички постижения в областта на здравето: цветна терапия, воден масаж, ароматерапия, шотландски душ, масаж на стъпалата. В допълнение има и различни модели паравани, адаптирани към естетическите линии на ваните и душ коритата.

Смесителите Роса съчетават технология, ефективност, уникален дизайн и гарантират високо качество при експлоатацията. След като създава Atai – първата серия смесители, произведени от неръждаема стомана вместо от хромиран месинг, Роса отново революционизира индустрията, като изобретява Kendo. Новата серия едноръкохваткови смесители разрушава представите за конвенционалност с цилиндричните си изчистени линии и футуристичен стил.

За оригиналните колекции модулни мебели и аксесоари за баня Роса използва различни материали (дърво, комбинирано с мрамор и tempered стъкло, неръждаема стомана и др.). Разработени са така, че да се адаптират към всяко пространство и да осигурят пълната му функционалност, индивидуалност и хармония с избрания стил: минималистичен, класически, модерен, природен и футуристичен.

Продуктите Роса са синоним на надеждност, врата към по-добро качество на живот и благоденствие, символ на изисканост и висок статус.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

От гледна точка на иновациите светът претърпява революция, повлияна от желанието на клиента за повече функционалност, нови технологии и опазване на околната среда. За да отговори на предизвикателствата, Роса реструктурира своя Център за дизайн в Габа (Барселона), като включва Иновационна лаборатория. През 2006 г. в лабораторията започват работата първите концептуални дизайнери, професионалисти с различни специалности (електроника, нови материали, комуникации, антропология и етнография), заети в мултикултурни и мултидисциплинарни изследвания на най-новите тенденции. Целта на Роса е да предвижда желанията на потребителя по отношение на банята и да ги реализира в нови поколения продукти.

Всяка година компанията отделя минимум 2% от печалбата си за развитие на дизайна и нови технологии. Роса използва ноу-хау, придобито през десетилетията специализация в своята област и уменията да открива най-добрите практики, за да разработва свои технологични решения, които прилага във всички производствени звена. Тя приема пълно обновяване на производството



в България, като инвестира 15 милиона евро в нова автоматизирана фабрика в Каспичан. Новата технология е в съответствие със социално отговорната позиция на Роса по проблемите на околната среда и глобалното затопляне. Компанията въвежда програмата „Нулево разхищение“, с която намалява до минимум използването на вода и електричество във всички свои фабрики.

Роса води политика на насърчаване на обновеното потребление и грижа за околната среда и въвежда в своите продукти системи за понижаване разходите на вода и енергия. Компанията с над 20 000 служители по целия свят цени високо интелектуалния капитал и уважава межкултурните различия. За да улесни комуникацията в групата, създава проект за обучение, основан на различни езици (немски, френски, български, руски, португалски и английски). Стартира програма „Хан Кубрат“ за насърчаване на работата в екип, интеграцията и мотивацията на персонала във фабриката в Каспичан, където ще открие нови 100 работни места. За газифицирането на Каспичан компанията предоставя земя от територията на фабриката и спира производството за 96 седмици.

Роса подкрепя компанията на президента Георги Първанов за опазване на историческото наследство на България, като организира бригади от млади доброволци в старите столици Плиска и Преслав. Компанията е и спомоществвател на проекта за изграждане на паметник на княз Борис I в Плиска, официално открит на 2 май 2007 г.

ПРОМОЦИЯ

Стандартите за популяризиране на марката се фокусират върху личния контакт и грижата за клиентите, партньорите и медиите. Пряка връзка се установява чрез Телефонната линия на клиента, корпоративния изложбен център ЕКСПО БАНЯ СОФИЯ и консултантите на компанията в изложбените зали Роса и някои търговски вериги в страната. Компанията приема като предизвикателство задачата да предоставя информация и да провежда технико-практическо обучение на специалисти. Центровете за подготовка РОСА дават възможност да се научи всичко за проектирането, монтажа и поддръжката на водопроводните инсталации.



Компанията „Мистериозен купувач“ на Роса подпомага връзката производител-търговец-потребител.

Инициативата „Новости“ е сцената, където марката представя първо пред своите партньори дистрибутори, архитекти, интериорни дизайнери и медиите най-новите дизайнерски решения и технологии.

Роса се включва активно в обществения живот с различни прояви в рамките на Клуб Роса. Една от тях е пролетният бал Роса Fashion. От 2001 г. – в подкрепа на българското изкуство – компанията ежегодно избира български дизайнер, който създава своя колекция, върхоневена от Роса.

С грижа за повишаване на качеството на живот и с уважение към ролята на архитектурата за създаване на по-добра градска среда, „Рока България“ е спонсор на Европейските архитектурни награди за българска архитектура VIZAR. От 2003 г. компанията увеличава традиционната си подкрепа за конния спорт и създава свой ежегоден турнир за млади коне Роса Grand Prix, без аналог на Балканския полуостров.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Марката Роса е споделена ценност, която идентифицира и отличава компанията. Тази ценност се изгражда от целия екип в продължение на десетилетия усилена работа. Отдадена на развитието на култура на банята и символ на санитарното оборудване в световен мащаб, Роса е основен фактор в ежедневието на милиони хора по света. Те използват продуктите Роса, защото могат да им се доверят. Марката е всеобщо признат еталон и пресечна точка за предаване на идеи и предлагане на стойностни решения за постигане на по-добро качество на живот и просперитет.

www.roca-bulgaria.bg

Факти, които не знаете за ROCA

Роса е 100% семеен бизнес. Семейството се оттегля от прякото управление през 1975 г. и сега има само представителни функции в стратегическите и оперативните дейности на корпорацията.

През 60-те години на 20. век Роса иницира намаляване на водния капацитет на казанчетата за вода. Компанията е пионер в създаването на смесителни батерии, регулираща потреблението на вода и енергия.

Роса е толкова популярна в някои страни, че когато се отправят към тоалетно помещение, хората използват евфемизма „Отивам да посетя г-н Рока“.

1936

Появява се първият санитарен порцелан с марката Роса.

1953

Компанията пуска на пазара първите смесители за вода.

1980

Започва производството на керамични плочки.

1999

Роса навлиза на българския пазар с придобиването на ивещарския производител на санитарен порцелан Laufel, собственик на компанията „Фаянс“ АД (сега „Рока България“ АД), притежаваща фабриката за плочки и продукти от санитарен порцелан в Каспичан.

2007

Марката е пазарен лидер почти навсякъде, където се продават нейни продукти. Днес Роса е най-големият испански инвеститор в България.