

# Roca

## ПАЗАР

Продуктите от санитарен порцелан заемат централно място на пазара за оборудване на бани, които обхваща също така вани, подгушови корита, паравани, смесителни батерии, хидромасажни продукти, аксесоари и мебели. Тези различни видове продукти имат свои характерни специфики от гледна точка на продажби, производители, дистрибуция, клиентски навици и предпочитания, но санитарният порцелан е с най-голям пазарен дял и задава основните тенденции. Българският пазар на санитарен порцелан се увеличи значително – с около 10% през 2005 г. Най-силен фактор за повишеното търсене са жилищните ремонти, поддръжката и подобренията, както и нежилищният сектор (най-вече хотелите). България си остава самостоятелна от гледна точка на предлагането, като вътрешното производство заема най-голямата част от пазара. Очаква се търсенето да продължи да се мести към продукти с по-високо качество, докато продажбите на немарковите вносни стоки намаляват.

Пазарът на санитарен порцелан е един от най-динамичните в страната. „Роса България“ е пазарен лидер, който предлага интегрирани решения за банята в разнообразни стилове и сегменти. Компанията присъства с три марки на българския пазар – емблематичната Roca, Fayans и Laufen.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

„Роса България“ е част от мултинационалната корпорация „Роса“, която е световен водещ производител на продукти за цялостно обзавеждане за баня. Компанията от „Роса Груп“ произвежда приблизително 34 милиона санитарни части годишно. През 2006 г. производственият капацитет на „Роса България“ достига 1 милион продукти. Фирмата заема стабилна позиция в средния и горния сегмент на пазара у нас.

Постиженията на „Роса Груп“ като световен лидер и успехът на „Роса България“ в страната се дължат преди всичко на новаторския дух в дизайна, технологиите и качеството.

## ИСТОРИЯ

„Роса“ е създадена през 1917 г. в Испания от братята Роса като компания за производство на чугунени радиатори. Тя обаче бързо започва да доминира на пазара и този факт, както и нейното желание да се разширява са стимул да се увеличи асортиментът. Основната продуктова линия на фирмата – обзавеждането за баня, води началото си от 1925 г., когато започва производството на леги чугунени вани. През 1936 г. се появява първият санитарен порцелан с марката „Роса“, през 1953 г. са пуснати първите смесители, а през 1980 г. – керамичните плочки. Брандът „Роса“ се превръща в синоним на баня в Испания благодарение на качеството и разнообразието в предлагането.

В момента „Роса“ е пазарен лидер почти навсякъде, където се продават нейни продукти. Компанията има заводи и дъщерни дружества по целия свят. Тя е един от най-амбициозните бизнес проекти в глобален план. На българския пазар „Роса“ навлиза през 1999 г. с придобиването на швейцарския производител на санитарен порцелан Group Laufen („Лауфен Груп“), който е собственик на компанията „Фаянс“ АД (сега „Роса България“), притежаваща историческата фабрика за плочки и продукти от санитарен порцелан в Каспичан. Понастоящем „Роса“ е най-големият индустриален испански инвеститор в България.

Историята на Лауфен започва през 1892 г., когато в едноименния швейцарски град е създаден завод за керамични изделия. През 1925 г. фабриката става първият производител на санитарен порцелан в Швейцария. Само 27 години по-късно „Лауфен“ изгражда своя международна структура. Сливването на „Роса“ и „Лауфен“ ги поставя на водещо място в бизнеса със санитарен фаянс. Днес, вече в рамките на „Роса Груп“, „Лауфен“ е авангардът на новия дизайн на обзавеждането за баня, който се определя като lifestyle (начин на живот). Когато се говори за „Роса България“ и за марката Fayans, основните асоциации са традиция и българско, въпреки че стилът на испанската компания силно повлиява върху изделията.

## ПРОДУКТЪТ

„Роса“ възприема банята в нейния най-широк смисъл, който включва не само пространството, но и влиянието на архитектурата върху хигиената, здравето, естетиката, свободното време, мо-



дерния начин на живот. Затова „Роса“ разработва пълната гама от продукти, необходими за банята – от основните елементи, свързани с хигиената, до съвременното от технологична гледна точка оборудване, което цели да осигури релаксация и приятно прекарване.

Асортиментът от смесителни батерии и аксесоари към тях е една от най-специализираните категории в гамата продукти на „Роса“. Предлагат се модели с различна функционалност, ергономичност и покрития. Използват се най-раз-



нообразни материали и технологии, които отговарят на всяка нужда и на всеки вкус по отношение на банята. „Роса“ има няколко естетически направления: иновативно, минималистично, носталгично и традиционно, както и редица технологични решения: термостатични, едноръкохватковни, конвенционални, електронни, душ глави, колони и принадлежности за душ и пр. Санитарният порцелан е най-подходящият материал, който отговаря на изискванията за хигиена. „Роса“ го използва във всички видове санитарни продукти, но предлага богато разнообразие от модели и цветове. Осигурена е и възможност за комбиниране на отделните елементи за баня в абсолютна хармония. Ваните, минибасейните, подгушовите корита, хидромасажните колони и хидросауните

дават решения не само за нуждите на личната хигиена, но и за релаксация и здраве, без да се губи естетическият вид на помещението. „Рока“ произвежда различни модели душ корита и акрилни вани (двуместни, шестостенни, асиметрични, правоъгълни и пр.), чугунени и стоманени вани. При наличие на достатъчно пространство „Рока“ предлага минибасейни и просторни вани за хидромасаж. Използвани са всички последни постижения в областта на здравето – цветна терапия, воден масаж, ароматерапия, шотландски душ,



масаж на стъпалата и пр. „Рока“ предлага на клиентите и различни модели паравани, адаптирани към естетическите линии на ваните и душ коритата.

„Рока“ има разработена специална линия мебели и аксесоари за различните серии санитарен порцелан, като използва различни видове материали (череша и бор, комбинирани с мрамор и tempered стъкло, неръждаема стомана и естествено дърво, екзотично дърво, бук) и следва съответните интериорни стилове: минималистичен, класически, модерен, природен и футуристичен.

#### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

От гледна точка на иновациите светът на дизайна в момента претърпява революция, която е повлияна от желанието на клиента за функционалност, използване на нови технологии и зачитане на околната среда. По отношение на банята трябва да се прибави налагащата се тенденция тя да се приема за лично пространство, в което спокойствието и здравето са от първостепенно значение. „Рока Груп“ отговаря на новите предизвикателства, като реструктурира дизайнерския си отдел и изгражда нов Дизайнерски център „Рока“, базиран в Барселона, Испания. Създадена е Иновационна лаборатория, която се занимава с мултикултурни и мултидисциплинарни изследвания на тенденциите в дизайна в различните сфери, за да ги приложи към новите поколения продукти на „Рока Груп“. Дизайнерският център „Рока“ координира търсенето на най-престижните доставчици на технологии в целия свят, за да интегрира техните постижения в своите нови проекти по ефикасен и ненапратлив начин.

Едновременната работа в областта на смесителите, порцелана, мебелите, ваните и продуктите за здраве (хидросауна, хидро-

масаж и др.) дава възможност да се предлагат серии за бани с интегриран дизайн и да се създава уникална обстановка. „Рока Груп“ си сътрудничи с признати архитекти и вътрешни дизайнери от целия свят, които с идеите си обогатяват работата на дизайнерските ѝ центрове. Всяка година компанията отделя минимум 2% от печалбата си за развитие на дизайна и технологиите. Тези инвестиции позволяват на „Рока“ да създава продукти, които не само носят удобство и красота, но и ограничават разходите на домакинствата.

#### ПРОМОЦИЯ

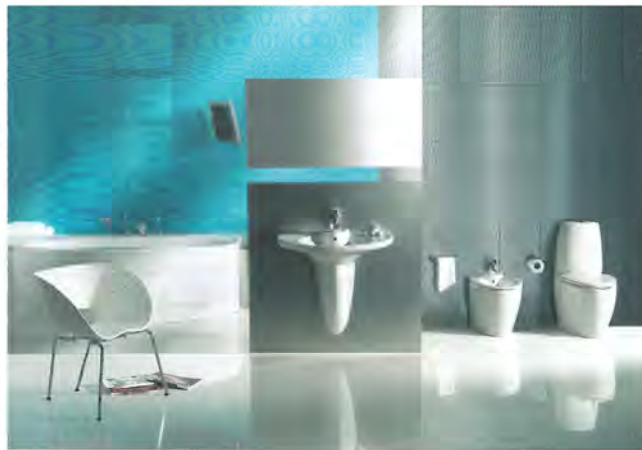
Стандартите за популяризиране на марката се фокусират по-скоро върху личните взаимоотношения с дистрибуторите, крайните клиенти, архитектите, строителите и т.н., отколкото върху комуникацията с медиите. Пряката връзка се установява чрез петнадесетте корпоративни мострени центрове в България, постоянното обучение на персонала на дистрибуторите. Учебния център за монтаж на водоснабдителни системи, членовете на Клуб „Рока“ и пряката линия за клиенти. Вземането на дългосрочни решения и установяването на стабилни взаимоотношения формират базата за развитието на марката. Това убеждение е в основата на комуникационната ѝ стратегия.

„Рока България“ се включва активно в обществения живот с различни прояви и инициативи като пролетния бал Roca Fashion, организиран за членовете на Клуб „Рока“, както и за всички приятели на марката. От 2001 г. насам компанията ежегодно избира български дизайнер, който да направи своя



за конния спорт и създаде свой турнир за млади коне Roca Grand Prix. Състезанието няма аналог на Балканския полуостров.

„Рока“ подкрепи финансово компанията на президента Георги Първанов за опазване на историческото наследство и паметниците на България чрез организиране на бригади от млади доброволци за консервиране на археологическите резервати в старите столици Плиска и Стари Преслав. Компанията работи в тясно сътрудничество с областната управа на Шумен и с град Каспичан за поддръжката и опазването на историческите паметници в целия регион.



„Рока България“ пое ангажимент пред Софийската община и всички граждани на българската столица да почисти, възстанови и реновира историческия магазин „София“, разположен в сърцето на града и бъдещ дом на Корпоративния изложбен център на „Рока България“.

#### ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Милиони хора по света използват продуктите на „Рока“, защото могат да им се доверят. В някои случаи те предлагат прозорец към едно по-добро качество на живот и просперитет, в други са символ на високо положение и статус.

[www.roca-bulgaria.bg](http://www.roca-bulgaria.bg)



#### ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

##### ROCA

- През 2006 г. „Рока“ се превърна в най-големия производител в света на продукти за баня, като има търговско присъствие в над 120 страни. За корпорацията работят 16 000 служители.
- „Рока“ 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 миналия век „Рока“ става инициатор за намаляване на капациитета на казанчетата за вода. Компанията е пионер във въвеждането на смесителни батерии, регулиращи потреблението на енергия.
- „Рока“ е толкова популярна в Испания, че когато се отправят към тоалетно помещение, испанците използват евфемизма „Отивам да видя г-н Рока“.