

gnęła następujące wyniki w 2010 r.: sprzedaż 2147 mln CHF, 5800 pracowników, 15 wyspecjalizowanych zakładów produkcyjnych, firmy przedstawicielskie w 41 krajach, zysk operacyjny (EBITDA) 26,7%. Oznacza to spadek sprzedaży firmy o 1,5%, co jest wynikiem nieproporcjonalnie wysokiego kursu CHF. Wszystkie rynki europejskie odnotowały wzrost sprzedaży na poziomie 1,5% w walutach lokalnych. Firma Geberit zaliczyła 2010 rok do udanych z powodu utrzymania wysokiej marży sprzedaży.

Następnym punktem konferencji było przedstawienie nowych działań marketingowych zaplanowanych na 2011 r. Zaprezentowano kolejny etap projektu „Za potrzebą do Europy”, którym będzie w tym roku przekazanie do użytkowania toalety w Muzeum Socrealizmu w Kozłowiec. Prawdziwą atrakcją konferencji okazało się nowe hasło do kampanii AquaClean - toalet myjących - „I love water”. Hasło dowcipnie i w bardzo prosty sposób prezentuje przesłanie kampanii.

Na koniec Dyrektor Działu Marketingu i Produktów - Pan Adam Pillich - zaprezentował nowe produkty, jakie firma Geberit wprowadza na rynek w 2011 r. Najciekawsze z nich zostały już nagrodzone na Międzynarodowych Targach we Frankfurcie (ISH 2011) znakiem design plus.

Konferencja w Gebericie

6 kwietnia firma Geberit zorganizowała konferencję prasową na temat wyników finansowych oraz nowości produktowych w ofercie na 2011 r. Prezes firmy - Andrzej Dobrut - zaprezentował ogólnoswiatową strukturę firmy Geberit, zapoznał dziennikarzy z kierunkami rozwoju, metodami działania i opracowywania nowych produktów. Firma Geberit AG osią-