

# VELUX®

VELUX jest jedną z najsilniejszych marek na rynku materiałów budowlanych. Jest ona utożsamiana z energooszczędnością, wysoką jakością oraz komfortem użytkowania. Grupa VELUX łącznie zatrudnia około 10 tys. osób, produkuje w 11 krajach i ma przedstawicielstwa handlowe na blisko 40 rynkach. W 2011 r. przychód Holdingu VKR, do którego należy Grupa VELUX, wyniósł 2,4 mld euro, a zysk 140 mln euro.



## Oferta i wartości

„Jesteśmy inżynierami światła” – tak Villum Kann Rasmussen, założyciel firmy i konstruktor okna VELUX, napisał w latach 40. do swoich klientów. Po dziś dzień hasło „Życie pełne światła” stanowi filozofię, na której marka opiera wszystkie swoje działania. VELUX połączył twórcze wykorzystanie zasobów naturalnych z ludzką potrzebą przyjaznej, a zarazem niedrogiej przestrzeni do życia i pracy. Z upływem lat zmieniały się działania, produkty oraz rynki, lecz wartości nadal pozostały te same: światło i świeże powietrze. Obecnie VELUX ma w swo-



jej ofercie okna dachowe, świetliki tunelowe, rolety i żaluzje, systemy automatyki w domu, produkty wykorzystujące energię słoneczną, kolektory słoneczne oraz inne akcesoria. Najwyższa jakość, innowacyjność oraz wysoki standard obsługi sprawiły, że jest jedną z najsilniejszych marek na światowym rynku materiałów budowlanych.

## Innowacje i promocje

VELUX słynie z innowacyjności, gdyż stale udoskonala swoje produkty i poszerza ofertę. Ostatnim efektem intensywnych prac między-



narodowego zespołu doświadczonych inżynierów jest nowa generacja okien do poddaszy, które dostarczają więcej światła dziennego, są bardziej komfortowe w obsłudze i montażu oraz mają lepszą termoizolacyjność.

Biznes zależy od relacji z szeroką grupą konsumentów, a także wieloma grupami zawodowymi: dystrybutorami, dekarzami, architektami, dostawcami, przedstawicielami lokalnych społeczności, w których żyjemy i pracujemy. Nie można zapominać też o mediach, konsumentach, udziałowcach, a także politykach. Dlatego również w komunikacji



firma często sięga po innowacyjne i nowatorskie narzędzia marketingowe. W Polsce działa m.in. klub dla dekarzy VELUX Team oraz klub sprzedawców okien STREFA VELUX, będące platformami do wzajemnej komunikacji. Co roku klienci marki mogą skorzystać z atrakcyjnych promocji, które są przygotowywane regularnie. W przekazach reklamowych marka koncentruje się na produktach, a jej wizualizacje słyną z wyjątkowej estetyki. Mediom oferuje wiele tysięcy zdjęć wnętrz i domów z oknami VELUX.

## Kontekst rynkowy

Firma VELUX jest światowym liderem na rynku okien do poddaszy, ma swoje przedstawicielstwa handlowe w blisko 40 krajach na świecie i zatrudnia blisko 10 tys. osób. Ekspansja rynkowa przyniosła ze sobą naturalną potrzebę rozwoju potencjału produkcyjnego i dziś firma VELUX posiada fabryki w 11 krajach. Spółka handlowa VELUX Polska, będąca częścią Grupy VELUX, jest obecna na polskim rynku od 1989 roku. Pierwszą fabrykę w Gnieźnie otwarto w 1998 roku, a kolejna powstała w 2003 roku w Namysłowie. Zatrudnienie VELUX w Polsce systematycznie rośnie, obecnie w fabrykach i spółce handlowej pracuje ponad 1450 osób. Obie firmy radzą sobie bardzo dobrze, nawet w dobie kryzysu na rynku budowlanym. W 2011 roku obroty spółki NB Polska Sp. z o.o. (podmiotu prawnego fabryki VELUX w Gnieźnie oraz Namysłowie) wyniosły blisko 608 milionów złotych, co oznacza wzrost o 6,5 proc. w porównaniu do ubiegłego roku. Również VELUX Polska Sp. z o.o., spółka handlowa VELUX w Polsce odnotowała wyższe obroty tj. 108 milionów złotych, co stanowi 5,9 proc. wzrost względem ubiegłego roku. W 2012 w związku z wprowadzeniem na rynek nowej generacji okien do poddaszy, w Gnieźnie oraz Namysłowie rozpoczęła się rozbudowa fabryk i modernizacja linii produkcyjnych. Jest to największa inwestycja VELUX od momentu rozpoczęcia produkcji okien w Polsce, jej wartość to ponad 190 mln złotych.

## Osiągnięcia i perspektywy

VELUX jest wyjątkową firmą, a jej marka odnosi wiele sukcesów. Mimo że w Polsce marka VELUX jest obecna dopiero od 1989 roku, była już wielokrotnie nagradzana, otrzymując takie tytuły jak: Budowlana Marka Roku czy Laur Klienta. Firma dąży do tego, aby klienci kojarzyli markę VELUX nie tylko z oknami dachowymi, ale także z szeroką gamą innych produktów, które oferuje. Celem jest osiągnięcie spontanicznej akceptacji, którą posiada każdy powszechnie rozpoznawalny produkt. Oznacza to, że marka VELUX chce być instynktownie kojarzona ze światłem, świeżym powietrzem

oraz lepszymi warunkami do mieszkania.

Ponadto firma stale dąży do tego, aby klienci postrzegali ją jako godną zaufania, innowacyjną, ekologiczną, konkurencyjną cenowo a także ułatwiającą innym zrównoważone życie.

## Powody do dumy

Marka VELUX jest również marką odpowiedzialną społecznie. Już w 1965 r. założyciel firmy Villum Kann Rasmussen sformułował założenia firmy modelowej i nakreślił pierwszą i nadal aktualną strategię społecznej odpowiedzialności biznesu. Fundacja charytatywna VELUX, które są właścicielem firmy przeznaczają znaczną część zysków wypracowanych przez VELUX na projekty naukowe, kulturalne i społeczne, prowadzą badania nad światłem dziennym, a także poszukują aktywności dla osób starszych lub wykluczonych społecznie na całym świecie, również w Polsce. Firma VELUX oferuje produkty przyjazne środowisku i pozwalające innym oszczędzać energię w domach. W Europie pokazuje jak projektować i budować energooszczędnie. W ramach projektu Model Home 2020 zbudowano sześć domów modelowych, które są przykładem nowoczesnej architektury o minimalnym zapotrzebowaniu na energię, a jednocześnie są pełne naturalnego światła i świeżego powietrza. Firma VELUX inwestuje w energooszczędne technologie produkcji, a długoterminowa strategia klimatyczna zakłada zredukowanie własnej emisji CO<sub>2</sub> aż o 50 proc. do roku 2020.

► [www.velux.pl](http://www.velux.pl)



## Historia marki

- **1942:** powstaje pierwsze okno do poddaszy VELUX
- **1945:** Villum Kann Rasmussen opracowuje zawias obrotowy i wprowadza na rynek pierwsze obrotowe okno do poddaszy VELUX
- **1952:** intensywny rozwój firmy VELUX oraz ekspansja na rynki Europy Zachodniej
- **1965:** koncepcja Modelowego Przedsiębiorstwa, która zakłada odpowiedzialność społeczną firmy
- **1968:** światowa premiera topowego modelu okna VELUX GGL z zawiasem umożliwiającym obrót skrzydła o 180°, który ułatwia mycie okien dachowych
- **1971:** pierwsza Fundacja charytatywna VELUX Villum Kann Rasmussen Fonden
- **1973:** pierwsze elektryczne okno VELUX i rozpoczęcie produkcji w Anglii
- **1987:** wprowadzenie do oferty rolet zewnętrznych i czujnika deszczu
- **1990:** wprowadzenie na rynek okna balkonowego GDL Cabrio, zdalnego sterowania, okna drewniano-poliuretanowego GGU; założenie biura handlowego w Warszawie
- **1998:** rozpoczęcie produkcji okien VELUX w polskiej fabryce w Gnieźnie
- **1999:** pojawienie się na rynku kolektorów słonecznych VELUX
- **2003:** wprowadzenie na rynek elektrycznej rolety zewnętrznej zasilanej baterią słoneczną
- **2005:** zmiana logo VELUX; wprowadzenie do produkcji świetlików tunelowych i systemu domu inteligentnego io-homecontrol
- **2007:** VELUX produkuje okna do płaskiego dachu
- **2009:** nowa strategia klimatyczna VELUX; start projektu Model Home 2020
- **2010:** umowa na sponsorowanie rozgrywek piłki ręcznej z EHF Champions League
- **2011:** okno z pakietem wyciszania deszczu
- **2012:** światowa premiera nowej generacji okien VELUX