



ROCA GROUP

MEMORIA ANUAL





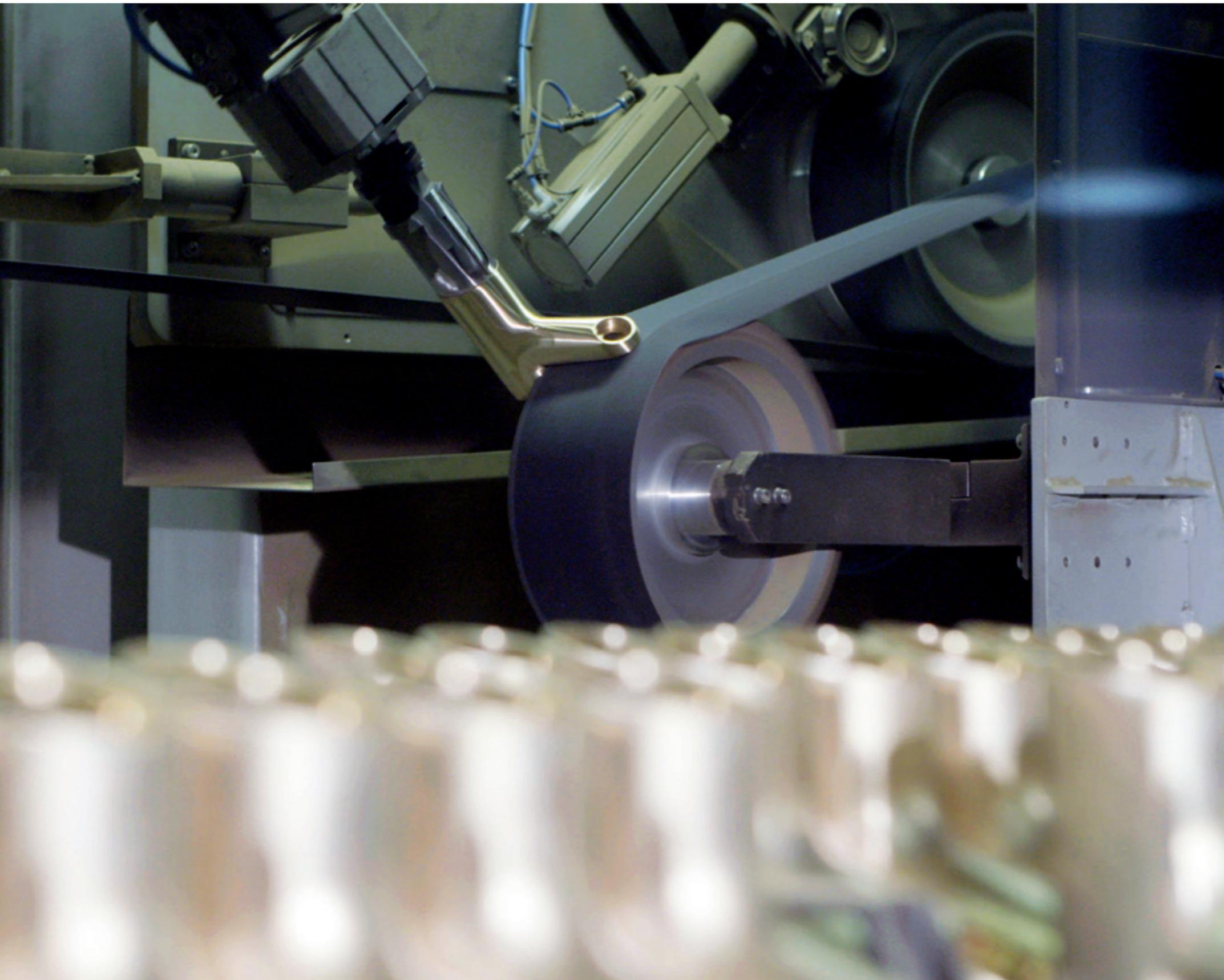
El diseño de la portada incluye imágenes de productos fabricados con SaphirKeramik, un innovador material cerámico desarrollado en exclusiva por el Grupo Roca. Este material ofrece nuevas e incomparables posibilidades en el diseño del espacio de baño, gracias a sus elevadas prestaciones en resistencia y ligereza. Un cuerpo cerámico más delgado y una estructura más simple reducen el peso del producto (en comparación con la porcelana convencional), lo que supone una disminución de la materia prima y del consumo de energía utilizado tanto en la producción como en el transporte.

Esta nueva generación renueva la vigencia de la porcelana sanitaria como la solución más higiénica, segura y duradera -más de 40 años de vida útil y completamente reciclable- para equipar el espacio de baño.

2019

MEMORIA ANUAL

ROCA GROUP



ÍNDICE

2019, EN RESUMEN	4
PRESENTACIÓN	6
EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR	8
AVANZANDO HACIA EL FUTURO	14
Crecimiento	18
Excelencia operacional	22
Innovación	26
Transformación digital	30
Sostenibilidad	34
Personas	38
FUNDACIÓN WE ARE WATER	42
TODO EN BAÑO EN TODO EL MUNDO	52
Europa Occidental, África y Oriente Medio	54
Norte, Centro y Este de Europa	62
América	70
Asia-Pacífico	76
INFORME FINANCIERO	82
Datos más significativos	84
Cuenta consolidada de pérdidas y ganancias	90
Balance consolidado	92
Sociedades del Grupo	94

EN RESUMEN

2019

RÉCORD HISTÓRICO DE FACTURACIÓN

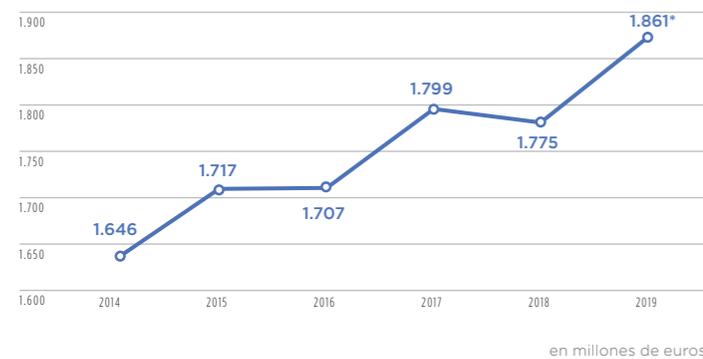
Por primera vez en la historia, el Grupo supera los 1.800 millones de euros de facturación*, con unas ventas de 1.861 millones y un aumento del 4,8% sobre 2018. Este incremento se produce a pesar de una situación macroeconómica muy incierta e inestable a nivel global.

El EBITDA* asciende a 253 millones de euros y el beneficio neto se sitúa en 69 millones. El importe total de las inversiones en inmovilizado material e intangible alcanza los 154 millones, destinados principalmente a aumentar la capacidad y actualizar la dotación tecnológica de las plantas de producción.

*La facturación y el EBITDA se ven afectados por las normativas NIIF16 y NIC 29 (más información en págs. 85-86).



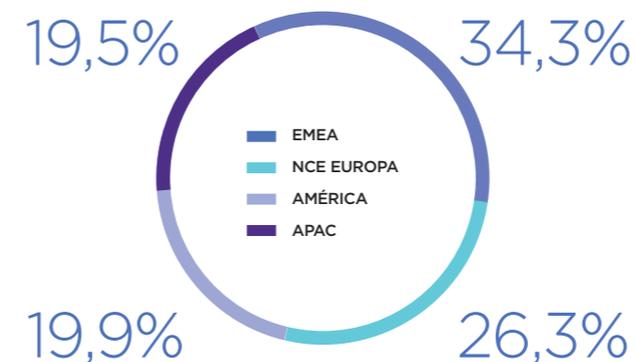
CIFRA DE NEGOCIOS



1.861 M€

Crecimiento en la mayoría de mercados y en todos los negocios. Destaca la evolución de China e India, y el incremento de grifería y cerámica plana.

DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR REGIONES



	2016	2017	2018	2019
Inversiones	141	117	145	154
EBITDA	239	242	243	253*
Resultado neto	127	83	95	69

en millones de euros

PRESENTACIÓN

En el año 2019 las ventas consolidadas alcanzaron su mayor registro histórico con 1.861 millones de euros, superando en un 4,8% la cifra del año anterior y ligeramente por encima de lo presupuestado.

El crecimiento se dio en la práctica totalidad de los mercados, tanto en las economías emergentes como en las desarrolladas, y en todos los negocios; aunque cabe destacar la evolución de nuestras operaciones en China e India, así como el incremento de los negocios de grifería y cerámica plana.

Todo ello a pesar de que la economía mundial creció al ritmo más lento desde el inicio de la crisis de 2008 (+2,9%), en un entorno económico global marcado por la incertidumbre generada por las tensiones comerciales entre potencias, el repunte de conflictos de carácter geopolítico y la creciente radicalización en algunos países.

Aunque el año fue bueno en cuanto a crecimiento, se hace necesario avanzar con decisión con el objetivo de seguir mejorando en agilidad y eficiencia para garantizar la solidez financiera que nos permita seguir invirtiendo en la modernización del Grupo.

En nuestro sector identificamos tres grandes retos: la creciente competencia a escala global, el impacto disruptivo de las nuevas tecnologías y la mayor complejidad normativa, fundamentalmente motivada por las exigencias en materia de sostenibilidad y las crecientes restricciones al comercio internacional. La respuesta la daremos focalizándonos en el crecimiento e identificando las mejores prácticas de excelencia operacional y de procesos de innovación para extenderlos a toda la organización.

Hemos llegado hasta aquí gracias al compromiso y el talento de todo el equipo, que está demostrando que se sabe adaptar con esfuerzo, inteligencia y espíritu de colaboración para superar cualquier circunstancia. Una organización cada vez más integrada nos hace más fuertes y competitivos.

Conscientes de la responsabilidad que tenemos depositada, nos sentimos privilegiados por contar con el apoyo de un accionariado que, hoy como ayer, sigue apostando por la reinversión y la creación de valor a largo plazo. En los principios de empresa familiar encontraremos las soluciones necesarias para prosperar.



EL MUNDO A NUESTRO ALREDEDOR

Ampliar nuestro liderazgo exige seguir de cerca las grandes tendencias globales que afectan al sector, como la sostenibilidad o la digitalización, para anticipar los cambios en las preferencias de clientes, prescriptores y la sociedad en general.

UN MUNDO EN TRANSFORMACIÓN ACCELERADA...

La transformación digital y la sostenibilidad son tendencias transversales que marcan la evolución de los hábitos de consumo y de la relación entre ciudadanos y compañías.



'DIGITAL LIFESTYLE'

En la era de la conectividad, el mundo cabe en la palma de la mano gracias a *smartphones* y *tablets*. Los llamados "nativos digitales" –y, poco a poco, el conjunto de la población– se informan, trabajan, relacionan y divierten mediante una única plataforma.

El imparable desarrollo del IoT (*Internet of Things*) extenderá y amplificará los efectos de este ecosistema digital, favoreciendo que los usuarios puedan acceder a nuevas funcionalidades y servicios desde los objetos más cotidianos.



TECNOLOGÍA APLICADA

El valor del desarrollo tecnológico se mide por su utilidad y funcionalidad. La innovación –por ejemplo, en desarrollo de materiales o de aplicaciones informáticas– se orienta a solucionar problemas reales en lugar de intentar crear nuevas necesidades, como solía ocurrir en el pasado.

La búsqueda de soluciones inteligentes, capaces de ofrecer prestaciones necesarias y mejorar la experiencia de usuario, será la tendencia predominante en el uso de las tecnologías en desarrollo.



'CUSTOMER CENTRICITY'

En un entorno de consumo globalizado y que tiende a la homogeneización, cobra impulso la reivindicación de lo personal, lo individual y lo genuino. Los individuos tratan de definir su personalidad a partir de la personalización de su entorno, tanto físico como virtual (por ejemplo, mediante perfiles).

Hasta los espacios privados del hogar se convierten hoy en públicos a través de las redes sociales, transformándose en reflejo y escaparate de la propia personalidad.



SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

La concienciación sobre la preservación de los recursos actuales para no comprometer el progreso futuro es una prioridad en el conjunto de la sociedad (administraciones, empresas, ciudadanos...).

Reducir emisiones, racionalizar el consumo de agua y electricidad, evitar el uso de materiales contaminantes, fomentar el reciclaje o incorporar el factor de la sostenibilidad en la decisión de compra de productos o servicios son algunas de las líneas maestras de esta tendencia.

...QUE LLEGA AL ESPACIO DEL BAÑO

Como espacio de bienestar personal y estancia principal del hogar, el baño aúna las diversas tendencias con productos que combinan diseño, innovación y funcionalidad.

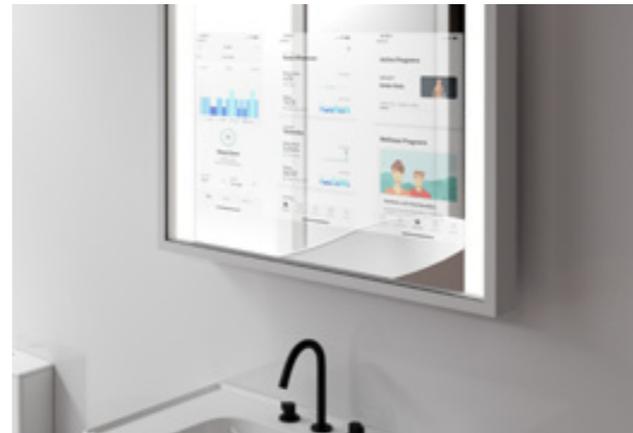
BAÑOS INTELIGENTES

Interacción y optimización de recursos. El baño no es ajeno a la digitalización de los espacios de la vida cotidiana y, por tanto, del hogar. Las soluciones “inteligentes” incorporan nuevas funcionalidades y aprenden del día a día para ofrecer un nivel de servicio insólito hasta la fecha.



BAÑOS TECNOLÓGICOS

Nuevas prestaciones y mayor confort. La innovación en materiales y tecnología se aplica a las funciones tradicionales del espacio de baño mediante productos que ofrecen nuevos niveles de prestación, interacción y confort para una experiencia de uso más satisfactoria y eficiente.



BAÑOS PERSONALIZABLES

Espacio de expresión personal. La mayoría de los mercados ha superado la concepción del baño como un espacio utilitario para considerarlo uno de los entornos más personales del hogar, con nuevas opciones de individualización mediante combinación de soluciones, colores, formas, etc.



BAÑOS SOSTENIBLES

Integración de la responsabilidad ambiental. El baño y la cocina son los principales espacios de consumo de recursos naturales en el hogar. Su equipamiento integra soluciones de ahorro de agua y energía en el uso cotidiano, para reducir la factura doméstica y contribuir a proteger el planeta.



NUESTRAS SOLUCIONES DESTACADAS

- Lanzamiento y evolución de la categoría de *smart toilets* (gamas In-Wash® Roca y Cleanet Navia de Laufen).
- Plataformas de monitorización de baños públicos y privados a través de IoT (RocaProtect®).
- Grifería de ducha electrónica *smart shower*, con control de prestaciones, personalización de perfiles, etc.

- Nueva generación de porcelana sanitaria: Fineceramic® y SaphirKeramik.
- Funcionalidades en inodoros: Rimless®, In-Tank® o tapas y asientos con tratamiento antibacteriano Supralit®.
- Innovación en materiales: lavabos en Surfex®, platos de ducha en Senceramic® y Stonex®, o acabado In&Out en cerámica plana.
- Placas de accionamiento *touchless*.

- Inodoros, lavabos, accesorios y grifería en color.
- Acabados *premium* en grifería (tratamiento PVD).
- Desarrollo de soluciones a medida o 100% personalizadas gracias a las prestaciones de los nuevos materiales.
- Combinación entre colecciones y categorías de producto.

- Reducción del consumo de cisternas (doble descarga).
- Prestaciones de ahorro de agua y energía en grifería: limitadores de caudal, apertura Cold Start, temporizadores, etc.
- Desarrollo de soluciones pioneras en gestión de residuos (save!).
- Integración de IoT para una gestión más eficiente.



AVANZANDO HACIA EL FUTURO

Seis pilares estratégicos para
afrentar los principales retos
de la organización, marcados por
la creciente competencia, el impacto
disruptivo de las nuevas tecnologías
y unas normativas cada vez más
complejas y exigentes.

SEIS PILARES ESTRATÉGICOS...



CRECIMIENTO

Progresar en la trayectoria de crecimiento sostenido del Grupo mediante el desarrollo de soluciones completas para el baño, la atención a las grandes tendencias y una filosofía de control de costes.



EXCELENCIA OPERACIONAL

Profundizar en una cultura de mejora continua en todos los procesos, con foco en el cliente. Identificar y extender las mejores prácticas para construir una organización más ágil y de aprendizaje rápido.



INNOVACIÓN

Construir un ecosistema transversal de innovación, que implique a toda la organización y haga que nuestras marcas, productos y soluciones sean reconocidos como referentes de innovación.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Desarrollar una estrategia de digitalización que integre la gestión de la producción y los servicios, acelere procesos y aporte valor añadido en toda la cadena (a la propia organización y al mercado).



SOSTENIBILIDAD

Aplicar el criterio de sostenibilidad en todas las operaciones y procesos, de acuerdo con el principio de creación de valor que ha caracterizado la actividad del Grupo Roca históricamente.



PERSONAS

Actuar como un único equipo a escala global, bajo una cultura corporativa común, y participar activamente en su desarrollo profesional y personal mediante planes de formación de primer nivel.

... PARA LOGRAR EL TRIPLE IMPACTO

Nuestras acciones están orientadas a consolidar una cadena de valor capaz de crear impacto económico y, al mismo tiempo, repercutir de forma positiva en la sociedad y en el medio ambiente.



ECONÓMICO

- Visión de negocio a largo plazo y trayectoria de crecimiento sostenido, para la creación de valor en todos los grupos de interés.
- Reinversión de beneficios en I+D, adaptación de la capacidad de producción y adquisiciones.
- Contribución al progreso del sector mediante la inversión en nuevas tecnologías, la colaboración con prescriptores y la difusión de conocimiento.



SOCIAL

- Soluciones avanzadas en el baño para la mejora de la higiene y salud de usuarios de todo el mundo, y acceso a nuevos niveles de bienestar y calidad de vida.
- Desarrollo personal y profesional de nuestros empleados.
- Entorno laboral de calidad y eficiencia.
- Acciones de concienciación por una nueva cultura del agua y de difusión de los ODS (Fundación We Are Water).



MEDIOAMBIENTAL

- Soluciones pioneras de ahorro de agua y energía en producto.
- Sistemas innovadores para la gestión sostenible de equipamientos públicos.
- Programas corporativos de reducción del impacto de la actividad industrial y logística.
- Mejora del acceso al agua y saneamiento básico de comunidades desfavorecidas (Fundación We Are Water).



En el desarrollo de nuestra actividad nos alineamos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por Naciones Unidas para el periodo 2015-2030, con las metas globales de erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos.



CRECIMIENTO

La vocación de emprendimiento, la capacidad de adaptación, la independencia financiera y la visión a largo plazo definen la trayectoria de crecimiento sostenido del Grupo en sus más de cien años de historia. Para dar continuidad a este modelo de crecimiento en un escenario tan complejo y cambiante como el actual, sigue desarrollando su posicionamiento como compañía especializada en el espacio de baño a partir de dos líneas de trabajo complementarias: el diseño de una oferta de producto completa para el baño, que responde a las necesidades de todos los segmentos del mercado; y la capacidad de anticipar y atender las nuevas tendencias. Todo ello, alrededor del mundo y adaptándose a las características de los mercados locales, tanto a nivel social y cultural como a nivel normativo.

Para mantener la capacidad de afrontar nuevos proyectos y garantizar la solvencia financiera, el Grupo mantiene también una estricta filosofía de control de costes y optimización de recursos, que se extiende en toda la organización mediante metodologías de trabajo que persiguen la captura de valor y la eficiencia en todos los procesos.

PRESENCIA COMERCIAL

170
mercados

OFERTA DIVERSIFICADA

2
marcas globales

más de
30
marcas locales

PREPARADOS PARA RESPONDER A LOS NUEVOS RETOS

Hoy, más que nunca, el crecimiento de la organización se vincula a la capacidad de identificar y atender tendencias, mantener una oferta de producto actualizada y reaccionar con agilidad para responder a la demanda de todos los mercados.



SOLUCIONES COMPLETAS PARA EL BAÑO

La oferta de producto de las marcas del Grupo cubre cualquier necesidad para equipar el espacio de baño: porcelana sanitaria, grifería, mobiliario, accesorios, sistemas de instalación, cerámica plana, etc. La gama se revisa y actualiza año a año con nuevas soluciones y materiales.

Esta extensa oferta se estructura mediante una arquitectura de marcas que permite atender adecuadamente las necesidades de todos los mercados y segmentos: las marcas globales Roca y Laufen; marcas locales de gran arraigo en sus respectivos territorios; y marcas especializadas en categorías específicas del baño.



ANTICIPACIÓN DE MEGATENDENCIAS

La integración de elementos tecnológicos y nuevos materiales, el desarrollo de servicios adicionales que mejoran la experiencia de los usuarios, la demanda de soluciones constructivas más ágiles y eficientes (soluciones modulares), o la exigencia de un mayor nivel de personalización son algunas de las tendencias que impulsan el crecimiento del sector.

El Grupo cuenta con sistemas de monitorización y seguimiento de las nuevas tendencias para anticipar su desarrollo y ofrecer soluciones eficaces. Esta respuesta se gestiona mediante equipos especializados; por ejemplo, en producto electrónico o soluciones personalizadas.



PRÓXIMOS A CLIENTES Y USUARIOS

La renovación tecnológica está transformando los canales tradicionales de distribución y comunicación. El Grupo adapta su modelo tradicional a este entorno mediante una presencia activa en todos los canales y el desarrollo de acciones y soluciones específicas para cada uno.

La proximidad a los usuarios se expresa también mediante un estilo de comunicación claro y directo en todos los puntos de contacto, con información segmentada en función de sus perfiles. La colaboración con diseñadores y arquitectos sigue siendo clave en el posicionamiento de marca, tanto en el desarrollo de colecciones exclusivas como en el análisis conjunto de los retos del sector.



INVERSIÓN EN CAPACIDAD Y TECNOLOGÍA

La adecuación de la capacidad industrial a la demanda de los mercados y a los cambios tecnológicos es fundamental para mantener el nivel de servicio a clientes y usuarios. Por ello, la actividad industrial es prioritaria en la política de inversiones del Grupo, con más del 50% de las inversiones que realiza anualmente.

En el ejercicio 2019 destacan la puesta en marcha de nuevas plantas de porcelana sanitaria en Egipto e Indonesia, los proyectos de ampliación de plantas ya existentes en Rusia y México, el desarrollo de unidades especializadas en *smart toilets* o la automatización de procesos en todas las categorías.



EXCELENCIA OPERACIONAL

El Grupo está formado por una plantilla de 23.900 trabajadores, cuenta con una red de 82 plantas en 19 países y su capacidad de producción permite atender la demanda de más de 170 mercados. Para la gestión de una organización de esta dimensión y complejidad, desarrolla un modelo que integra las capacidades de todas las unidades para garantizar la mayor agilidad y eficiencia en las diversas etapas del proceso.

Este modelo integrado permite identificar sinergias, compartir buenas prácticas y reaccionar con flexibilidad a los cambios que están transformando la cadena de suministro. Para ello, cuenta con direcciones corporativas de Supply Chain y Calidad, y direcciones especializadas en la producción de las distintas categorías (porcelana sanitaria, grifería, mobiliario, cerámica plana, etc.).

RED INDUSTRIAL

 **82**
plantas

 **19**
países

GESTIÓN INTEGRAL DE LA CADENA DE SUMINISTRO

El modelo de gestión integral se basa en el uso de las soluciones tecnológicas más avanzadas para aportar valor en cada una de las etapas (planificación, *procurement*, producción y logística) y dar respuesta a la exigencia de un mercado cada vez más complejo.



INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DEL SISTEMA

En la actualidad, la gestión eficaz de la cadena de suministro debe tener en cuenta la diversificación de los canales de información, decisión, compra y distribución, y la complejidad propia del sector del espacio de baño (nuevas categorías de producto, integración de nuevos elementos tecnológicos en las soluciones finales o reducción del *time-to-market*). El Grupo afronta este nuevo modelo con una visión transversal y desde una gestión integral de todo el proceso para capturar el mayor valor posible en cada etapa (planificación, *procurement*, producción y logística).

El modelo se sustenta sobre una plataforma virtual de gestión de información, que permite una estandarización prácticamente total de la cadena de suministro, y la automatización de procesos intermedios (control centralizado de los indicadores de producción de todas las plantas, robotización de centros logísticos para el almacenamiento en red, o trazabilidad de componentes y piezas terminadas).



SISTEMA DE PLATAFORMAS INDUSTRIALES

El Grupo adoptó hace cerca de una década un modelo de fabricación en plataformas industriales –propio de la automoción o los productos electrónicos–, basado en la estandarización de los componentes técnicos básicos de cada pieza para una posterior personalización del producto final según la demanda de cada mercado.

Nacido para acelerar el crecimiento de nuevas líneas de producto (grifería, muebles...), se ha ido extendiendo al conjunto de categorías y ha contribuido decisivamente a ganar agilidad y flexibilidad en los lanzamientos.



CALIDAD HOMOGÉNEA EN TODA LA CADENA

El sistema de gestión de calidad integra también la última tecnología en gestión de datos para garantizar una calidad homogénea en productos, servicios y procesos. El área de Calidad coordina todo el proceso: de la auditoría y certificación de producto a la homologación de plantas y la satisfacción del cliente.

En 2019 se ha elaborado la Declaración Ambiental de Producto de Grifería, que complementa las declaraciones de porcelana sanitaria (Roca y Laufen), cerámica plana (Roca) y bañeras de acero (BLB).




INNOVACIÓN

La capacidad de innovación es hoy un factor determinante en el éxito de las empresas del sector del espacio de baño; en especial, en el entorno actual de rápida evolución de las tendencias, transformación tecnológica y diversificación de los canales de distribución. Por ello, el Grupo entiende la innovación con una mentalidad transversal, que afecta tanto al desarrollo de producto como a los procesos de gestión y al mismo modelo de negocio.

Con este objetivo, ya se trabaja internamente mediante equipos multidisciplinares e interconectados. Por ejemplo, en el proceso de desarrollo de producto, que se realiza a partir de la aplicación de la metodología NPL (*New Product Launch*) con el trabajo coordinado de las unidades de Diseño, Supply Chain, Producción y Marketing. En paralelo, se promueve el trabajo con profesionales externos, tanto del mundo de la arquitectura y el diseño en el desarrollo de productos icónicos como de instituciones especializadas en proyectos de I+D, como el pionero inodoro save!

En el proceso de diseño, el Grupo cuenta con diversos clústeres de desarrollo (España, Suiza, Brasil, China, India y Taiwán) que dan servicio tanto a las marcas globales Roca y Laufen como a las marcas locales. La agilidad en esta fase viene determinada en gran medida por la reducción de los tiempos de prototipo y ensayo, y por el conocimiento actualizado de las normativas locales para la certificación y homologación de nuevos productos.

CENTROS DE DISEÑO

6

España, Suiza, Brasil, China, India y Taiwán

SOLUCIONES INNOVADORAS, ORIENTADAS AL CONFORT Y EL SERVICIO

La integración de tecnología y nuevos materiales, el desarrollo de funciones que mejoran la experiencia de los usuarios, y diseños minimalistas y funcionales, principales ejes de innovación.



'SMART TOILETS'

Nueva generación de In-Wash® Roca con In-Tank® (inodoro sin cisterna) y evolución del Cleanet Navia de Laufen.



NUEVOS COLORES

Nuevas paletas de colores para porcelana y grifería, en respuesta a la tendencia de diseños cada vez más personales.



SENSECERAMIC®

Combinación de los beneficios de la porcelana con una innovadora textura antideslizante extraplana para platos de ducha.



SAPHIRKERAMIK

Nuevas aplicaciones del SaphirKeramik: colecciones The New Classic de Marcel Wanders o Sonar de Patricia Urquiola.



CERÁMICA PLANA

Nuevos acabados en madera (Abbey), cemento (Weekend) o piedra (Couvét), y la innovadora textura antideslizante In&Out.



GRIFERÍAS DE COCINA

Incorporación de soluciones monomando con innovaciones como la apertura Cold Start o filtración para agua potable (Syra-F).

DESARROLLO DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN COLABORACIÓN CON 'PARTNERS' ESPECIALIZADOS

CUMPLIMIENTO ODS

Porcelana sanitaria, material sostenible



Salud y bienestar: superficie higiénica, impermeable y resistente para facilitar el acceso a mejores condiciones de salud y calidad de vida.



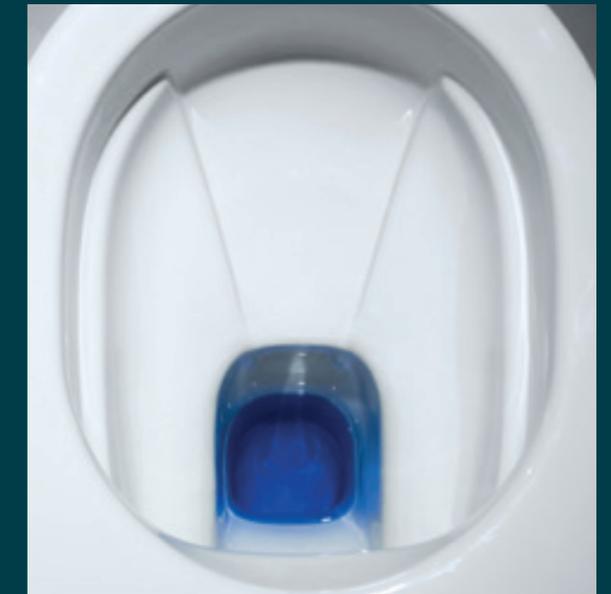
Agua limpia y saneamiento: sistema universal de conexión a redes de saneamiento seguras.



Producción y consumo responsables: durabilidad (vida útil de 40 años) y 100% reciclable.

GESTIÓN DE RESIDUOS

save!, inodoro de separación de orina



Laufen ha desarrollado en colaboración con el estudio de diseño austríaco EOOS y el Swiss Federal Institute of Aquatic Science and Technology (Eawag) save!, un pionero inodoro de separación de orina. Esta solución supone una revolución en la interfaz del usuario para la gestión sostenible del agua urbana y cumple con los estándares más avanzados de la industria.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La aplicación del *Internet of Things* al uso y mantenimiento de productos de uso cotidiano, la integración de servicios y productos, el desarrollo de la Industria 4.0 en el proceso de producción o la fusión de los entornos físico y virtual en la relación con usuarios y clientes son los principales impactos de la revolución digital en el sector del espacio de baño.

En el desarrollo de producto, esta transformación supone una doble oportunidad. Por un lado, la aceleración del *time-to-market* a partir de un conocimiento cada vez más preciso del mercado y la aplicación de nuevos sistemas de desarrollo de prototipos; por otro, el avance en un nuevo modelo de interacción con clientes y usuarios mediante productos inteligentes que permiten un uso más personalizado y eficiente.

En la gestión de la cadena de suministro, las nuevas herramientas digitales permiten una integración prácticamente total de la cadena a partir de la progresiva automatización de cada uno de los procesos: de la robotización de las labores más complejas y rutinarias de la cadena de producción a la gestión automatizada de la distribución y la logística. En su aplicación a la formación, la digitalización abre también nuevas oportunidades de transmisión de conocimiento, tanto a los propios empleados mediante la labor de la Roca Corporate University como la extensión de contenidos a otros grupos de interés (clientes, arquitectos y diseñadores, instaladores, etc.).

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL

La transformación digital impacta en toda la cadena de valor: del desarrollo de prototipos y el diseño de productos con nuevas funcionalidades a la automatización de la producción y los sistemas de diseño de proyectos.



En el desarrollo de nuevos productos, los nuevos *software* de diseño y las impresoras 3D aceleran el proceso de preparación de prototipos para verificar características de funcionamiento, instalabilidad y prestaciones básicas.

Sistemas de gestión por IoT

El progreso tecnológico llega ya al usuario con soluciones que mejoran su experiencia de uso, al tiempo que ofrecen nuevos niveles de eficiencia y fiabilidad gracias a la integración del *Internet of Things* (IoT). Junto al desarrollo de los *smart toilets*, el avance hacia un baño más “inteligente” se observa también mediante innovaciones como la plataforma RocaProtect® (ver columna derecha) o las *smart showers* presentadas por Roca. Esta nueva generación de duchas integra funciones como la

programación a distancia (vía Bluetooth), personalización mediante perfiles, programa de limpieza automático o función de “pausa” para no desperdiciar agua.

En los procesos de producción, junto con la automatización de labores como el esmaltado de piezas de porcelana sanitaria o la robotización de las líneas de grifería –extendida a las principales plantas del Grupo– se ha lanzado un proyecto piloto de trabajo con robots colaborativos (*cobots*). Por último, en la colaboración con arquitectos y diseñadores, cabe citar la plena consolidación de la metodología BIM de diseño, construcción y mantenimiento de edificios e infraestructuras, impulsada por Roca y que facilita el traspaso de información entre todos los actores implicados en la vida útil de un proyecto.

MEJORA DE LA EFICIENCIA

RocaProtect®, fomento del ahorro mediante IoT

DESARROLLO DE SISTEMAS AVANZADOS, MÁS EFICIENTES Y FIABLES, QUE MEJORAN LA EXPERIENCIA DE USUARIO



CUMPLIMIENTO ODS

Soluciones que contribuyen al ahorro de agua y energía

- 
Salud y bienestar: extensión de productos de calidad que mejoran la salud, calidad de vida y bienestar.
- 
Agua y saneamiento: desarrollo de soluciones innovadoras que reducen el consumo cotidiano de agua.
- 
Producción y consumo responsables: concienciación en un uso responsable y la reducción de desechos.
- 
Acción por el clima: reducción de emisiones de CO₂ a partir del ahorro del consumo de energía.

La plataforma RocaProtect® pone la tecnología de última generación al servicio de las personas, mejorando la gestión de instalaciones públicas y privadas, y fomentando el ahorro gracias al IoT. RocaProtect® monitoriza en tiempo real la actividad y funcionamiento de todos los componentes del baño, lo que permite detectar al instante posibles incidencias (averías, fugas, etc.) y garantizar una gestión más eficiente de los recursos. La plataforma fue una de las principales novedades presentadas por Roca en la feria ISH 2019.





LIMITADOR DE CAUDAL

5

LITROS / MINUTO

COLD START

APERTURA EN AGUA FRÍA PARA AHORRO DE ENERGÍA

QUICK REACTION®

ENTREGA DE LA TEMPERATURA DESEADA EN SEGUNDOS

SECURITY 38°®

SISTEMA DE SEGURIDAD QUE IMPIDE SUPERAR LOS 38°C



SOSTENIBILIDAD

El desarrollo de soluciones que facilitan el ahorro de agua y energía en su uso cotidiano, y la progresiva reducción del impacto de la actividad industrial en el entorno natural son los dos ejes históricos de desarrollo de la sostenibilidad ambiental. Este compromiso se renueva y extiende año a año mediante la integración de nuevas innovaciones y la inversión continua en equipos más avanzados y eficientes, que permiten alcanzar unos estándares muy elevados y cumplir con las normativas más exigentes. Este modelo se extiende progresivamente al conjunto de la organización integrando la visión sostenible a todos los procesos.

Un buen ejemplo de esta visión es la aplicación de ensayos representativos del ciclo de vida de producto en el análisis y validación de series piloto de nuevos productos o de *restyling* de colecciones en el mercado.

CICLO DE VIDA DE PRODUCTO



REDUCCIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL

De acuerdo con la política corporativa de minimización del impacto medioambiental de la actividad industrial, las medidas implantadas en 2019 han permitido la reducción de los principales indicadores, a pesar del incremento de la actividad en un 2,7%. Se ha avanzado también en la homogeneización de los sistemas de *reporting*.

AGUA

CONSUMO DE AGUA
-7,7%

Objetivo de descarga cero de agua mediante inversión en equipos de tratamiento y medidas de reutilización del agua imprescindible para los procesos de producción en refrigeración de equipos, limpieza de instalaciones, riego, etc. Desarrollo del programa "Let's make a deal" (ver pág. 41), con objetivos específicos de ahorro en 14 plantas.

ENERGÍA

EMISIONES CO2
-4,7%

Extensión de buenas prácticas y acciones de reducción del consumo de energía: sustitución de iluminación por lámparas led, reutilización del calor residual, inversión en aislamiento térmico, sustitución de motores de combustión por eléctricos, adquisición de energía de fuentes renovables o instalación de placas solares.

RESIDUOS

RESIDUOS
-2,0%*

Objetivo global de optimización de recursos en aplicación de la política corporativa de Zero Waste y mejora continua. Medidas específicas de reciclaje de materias primas y residuos (yesos, pérdidas de esmalte, piezas defectuosas, etc.).

* Reducción del volumen total de residuos por el incremento del porcentaje de residuos reciclados.

CERTIFICACIONES

ISO 14001
50
plantas

ISO 9001
57
plantas

Progresiva certificación de la red industrial. En 2009, nueve plantas han sido homologadas por la ISO 14001 de sistemas de gestión ambiental, hasta alcanzar el 59% de las plantas. El 63% están certificadas por la ISO 9001 de gestión de la calidad.

CUMPLIMIENTO ODS

Políticas corporativas de gestión ambiental



Agua y saneamiento: reducción del consumo de agua y medidas de reutilización.



Energía asequible y no contaminante: uso de energía procedente de fuentes renovables.



Industria, innovación e infraestructuras: renovación tecnológica para el progreso del sector.



Producción y consumo responsables: uso eficiente de recursos y energía, e infraestructuras que no dañen el medio ambiente.



Acción por el clima: reducción y compensación de emisiones de dióxido de carbono (CO₂).

NUESTRAS PLANTAS
INCORPORAN
SISTEMAS INNOVADORES
DE AHORRO DE ENERGÍA
Y REDUCCIÓN DE
RESIDUOS

ENERGÍA RENOVABLE

Plantas fotovoltaicas propias en India



Las plantas de producción de Alwar, Bhiwadi, Dewas y Perundurai cuentan con paneles solares en el techo de sus instalaciones que captan energía solar para alimentar parte de sus necesidades energéticas. En concreto, la energía procedente de esta fuente renovable supone entre el 20% y el 35% del consumo total de cada planta. La instalación contribuye también a contar con un aire más limpio, ya que reduce las emisiones de CO₂ procedentes de otras fuentes no renovables.



PERSONAS

Al cierre de 2019, el Grupo cuenta con 23.900 empleados distribuidos en 37 países. La gestión del talento se desarrolla mediante los principios de una misma cultura corporativa, definida por los valores que han guiado el crecimiento del Grupo en su historia centenaria, y la extensión de unos objetivos estratégicos y metodologías de trabajo comunes.

La unidad encargada de su implantación es la Roca Corporate University (RCU), que coordina todas las actividades de formación y que en 2019 ha lanzado nuevos programas orientados a consolidar una organización de alto rendimiento y excelencia operacional, preparada para competir en un entorno tan complejo e incierto como el actual.

EMPLEADOS

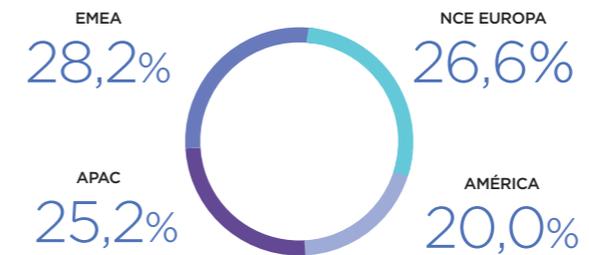
23.896

FORMACIÓN

1.048

programas

DISTRIBUCIÓN POR REGIONES



21.203

participantes

310.654

horas



La Roca Corporate University (RCU) trabaja bajo el principio de la adecuación constante de sus programas y proyectos a las necesidades de capacitación del Grupo, definidas en tres ejes: capacitación técnica, entrenamiento en *skills* (habilidades) para la gestión de equipos y procesos, y otros contenidos especializados para el desarrollo profesional y personal. En paralelo, participa en el impulso de la transformación digital en el conjunto de la organización, para lo que última el rediseño de su plataforma tecnológica de formación.

Entre las nuevas iniciativas impulsadas en 2019 destaca el programa de desarrollo directivo en Asia, enfocado a capacitar a los managers para la etapa de crecimiento que afronta la región. También se ha realizado

el programa “Let’s make a deal” para el ahorro de agua en las plantas del Grupo, una iniciativa conjunta con la Fundación We Are Water (ver columna derecha). Durante el año, la RCU ha gestionado 33 programas de motivación y liderazgo para managers, con más de 900 participantes y 32.500 horas de formación.

Integración de nuevos centros de trabajo

Junto con las tareas de formación, el departamento de Recursos Humanos ha trabajado en 2019 en la implantación de la metodología corporativa en organización del trabajo y sistemas de compensación en las nuevas plantas de producción de Yakarta (Indonesia) y 6 de Octubre (Egipto).

FORMACIÓN AMBIENTAL

“Let’s make a deal”, juntos en el ahorro de agua



LA RCU INCORPORA NUEVOS CONTENIDOS ORIENTADOS A ASPECTOS COMO EL AHORRO DE AGUA O LA PROMOCIÓN DEL BIENESTAR

CUMPLIMIENTO ODS

Desarrollo personal y profesional de nuestros equipos



Salud y bienestar: entornos libres de riesgos y promoción del cuidado de la salud (empresa saludable).



Educación de calidad: programas de formación especializada desarrollados por la RCU.



Trabajo decente y crecimiento económico: condiciones laborales dignas mediante firma de convenios colectivos.

Programa impulsado conjuntamente entre la RCU y la Fundación We Are Water en 14 plantas de producción para concienciar de la importancia del consumo racional de agua y demostrar que es posible alcanzar ahorros significativos mediante la aplicación de buenas prácticas. Se identificaron oportunidades reales de ahorro y se establecieron objetivos específicos por centro, además de realizar actividades como la grabación de un *lipdub*. Finalmente, se ahorraron más de 25,6 millones de litros –equiparables a 11 piscinas olímpicas–, con un valor de 40.000 euros. Parte del ahorro conseguido se ha donado a proyectos de la Fundación en India.





FUNDACIÓN WE ARE WATER

Mediante el desarrollo de acciones de concienciación y formación, y la colaboración en proyectos de cooperación, la Fundación We Are Water participa en el progreso social y económico de comunidades desfavorecidas y contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.



FUNDACIÓN WE ARE WATER



La Fundación We Are Water nació en 2010 con el objetivo de contribuir a la resolución de los problemas derivados de la falta de agua y saneamiento en el mundo. Su actividad se centra en dos líneas principales: la difusión de una nueva cultura del agua mediante acciones de concienciación y formación, y el impulso y apoyo a proyectos de cooperación en comunidades necesitadas.

Ambas líneas de trabajo tienen un impacto social, cultural y económico muy profundo: el acceso al agua y el saneamiento son derechos universales que impulsan aspectos como la salud, la formación, la alimentación o la reducción de las desigualdades, entre otros. De este modo, se convierten en vehículos efectivos para el desarrollo de las comunidades y, con ello, para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

AGUA Y SANEAMIENTO EN EL MUNDO

2.400 M
de personas no disponen de servicios básicos de saneamiento

663 M
de personas no tienen acceso a agua potable

PROYECTOS DE COOPERACIÓN (2011-2019)

50
proyectos

24
países

675.000
personas beneficiadas

ACCIONES DE CONCIENCIACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTO

Un valor diferencial de la Fundación es el desarrollo de iniciativas innovadoras que persiguen la difusión de conocimiento con la mayor repercusión posible, tanto entre la población en general como en la comunidad especializada.



El We Art Water Film Festival o las campañas de comunicación que se desarrollan en ocasión del Día Mundial del Agua ejemplifican el modelo de acciones de la Fundación: iniciativas originales, de ámbito global y adaptadas a las nuevas plataformas de comunicación, que permiten transmitir mensajes directos sobre la problemática del agua en el mundo y la responsabilidad de todos para contribuir a su resolución.

En las cuatro ediciones celebradas, el We Art Water Film Festival acumula 5.600 participantes de 127 países y en 2019 ha convocado la quinta edición. En el Día Mundial del Agua 2019 se dio continuidad a la campaña #TheHiddenLifeOfWater, que demuestra la

importancia del agua en el día a día de las personas. Gracias a las acciones presenciales y a su difusión en redes sociales, la campaña ha impactado en más de 2,7 millones de personas en todo el mundo en los dos últimos años.

Contribución al debate

Gracias a la colaboración estrecha con entidades y profesionales del sector, la Fundación ha consolidado también una tarea de desarrollo de conocimiento, que comparte con la comunidad especializada mediante la organización de mesas redondas o conferencias con visión multidisciplinar. Destaca la plataforma "Smartwater" que profundiza en la relevancia estratégica de

la gestión del agua en el urbanismo, el turismo o el comercio. Bajo este ciclo, en 2019 se ha celebrado en Ciudad de México el tercer encuentro "Smartwater, Smartbuilding".

Programas de formación

El conocimiento de la Fundación se comparte también en programas de formación propios, a medida de colectivos muy diversos. Destaca el proyecto "Let's make a deal" que, junto con su aplicación en plantas del Grupo (ver pág. 41), se ha implantado en establecimientos hoteleros en colaboración con el grupo Diamond Resorts. Otro programa en desarrollo es "Aquanautas. Protectores del agua", con talleres que se ofrecen gratuitamente a centros escolares.

COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

Divulgación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible



La labor de la Fundación We Are Water y, especialmente, su modelo diferencial de concienciación le ha llevado a colaborar con Naciones Unidas y otros organismos de referencia en el desarrollo de programas internacionales sobre agua y saneamiento. En paralelo, y consciente de la centralidad de esta cuestión en el desarrollo sostenible, la Fundación ha incorporado a sus acciones y presentaciones la difusión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Este compromiso es compartido por el conjunto del Grupo, que apoya y difunde el cumplimiento de los ODS tanto en sus acciones públicas como a nivel interno.

COLABORAMOS CON NACIONES UNIDAS EN LA CONCIENCIACIÓN SOBRE EL AGUA Y LA DIFUSIÓN DE LA AGENDA 2030

PROYECTOS DE COOPERACIÓN EN COMUNIDADES NECESITADAS

Impulso de proyectos dirigidos a paliar la falta de agua potable o de acceso a saneamiento básico, ofreciendo los recursos y conocimientos para su mantenimiento prolongado en el tiempo. En esta página se recoge una selección de los principales proyectos desarrollados en 2019.



Mejora del acceso a infraestructuras de saneamiento en comunidades rurales (Burkina Faso): construcción y mantenimiento de letrinas para reducir los problemas de salud por defecación al aire libre, con implicación de la comunidad local.

45.000 PERSONAS BENEFICIADAS



Rehabilitación del sistema de agua dañado por la erupción del volcán de Fuego (Guatemala): instalación de sistemas de captación de agua de lluvia, y capacitación a la comunidad en el uso correcto y sostenido de las nuevas infraestructuras.

11.780 PERSONAS BENEFICIADAS



Mejoras en el acceso al agua y saneamiento en aldeas y escuelas (Andhra Pradesh, India): construcción de inodoros y unidades de saneamiento en aldeas y escuelas secundarias; y suministro de agua potable limpia y segura mediante tanques y sistemas de ósmosis inversa.

2.000 PERSONAS BENEFICIADAS



Desarrollo de las comunidades agrícolas de Telaga Dalam y Cinto Mandi (Indonesia): instalación de filtros de agua y creación de comités para su gestión y mantenimiento en comunidades sin un acceso regular a agua potable. Desarrollado en colaboración con el Gobierno de Indonesia.

350 PERSONAS BENEFICIADAS



Construcción de dos embalses en comunidades con sequía crónica (India), para abastecer 26 pozos en superficie e irrigar una superficie total superior a 60,5 hectáreas. Los agricultores ceden los terrenos y participan en la construcción.

2.420 PERSONAS BENEFICIADAS



Instalaciones de saneamiento en escuelas gubernamentales (India): construcción y renovación de inodoros en escuelas de Rewari y Alwar, y distribución de accesorios de baño a escuelas públicas.

1.500 PERSONAS BENEFICIADAS



Ayuda de emergencia a afectados por el terremoto y tsunami de 2018 (Indonesia): distribución de kits de higiene familiar e infantil para evitar enfermedades infecciosas (Célebes Central) e instalación de letrinas de emergencia para personas desplazadas (Lombok).

5.590 PERSONAS BENEFICIADAS



Mejora de las condiciones de refugiados sirios y comunidades locales (Líbano): proyecto integral con foco en menores de edad (mejora del acceso a servicios de agua y saneamiento, reconstrucción de letrinas y puntos de lavado de manos, etc.).

7.290 PERSONAS BENEFICIADAS



Ayuda de emergencia a los afectados por el ciclón Idai (Mozambique / Zimbabue): distribución de filtros de agua y kits de higiene entre las familias más afectadas por las inundaciones.

590 PERSONAS BENEFICIADAS

Proyectos desarrollados en colaboración con:



Agua y saneamiento, motores de desarrollo

Las acciones de la Fundación contribuyen de forma directa al cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible número 6 (Agua limpia y saneamiento). Sin embargo, su actividad también afecta decisivamente al desarrollo socioeconómico de las comunidades a niveles muy diversos, que se vinculan a numerosos ODS.



Fin de la pobreza: acceso regular y seguro al agua para garantizar una actividad laboral continuada.



Hambre cero: desarrollo de la actividad agrícola y ganadera mediante infraestructuras hídricas seguras.



Salud y bienestar: erradicación de enfermedades relacionadas con consumo de agua contaminada o saneamiento inadecuado.



Educación de calidad: programas de formación sobre agua y saneamiento, con foco en la formación de la mujer.



Igualdad de género: acciones de empoderamiento de la mujer y erradicación de prácticas discriminatorias.



Agua limpia y saneamiento: objetivos principales de los proyectos que desarrolla la Fundación.



Trabajo decente y crecimiento económico: capacitación de colectivos en el mantenimiento de infraestructuras.



Reducción de las desigualdades: acceso igualitario a unas condiciones dignas de saneamiento y acceso al agua.



Ciudades y comunidades sostenibles: acceso igualitario a servicios básicos adecuados, seguros y asequibles.



Acción por el clima: organización y apoyo a acciones de concienciación para combatir el cambio climático y sus efectos.



ACCIÓN SOCIAL

Empoderamiento de la mujer, contra la desigualdad de género



Numerosos proyectos de la Fundación incorporan transversalmente el empoderamiento de la mujer a las acciones propias de mejora del acceso al agua y saneamiento básico. Entre otros, destaca el proyecto desarrollado en Haiderpur Haryana (India), que mediante la creación de una unidad de fabricación de compresas higiénicas de bajo coste proporcionó oportunidades empresariales a las mujeres y contribuyó a erradicar el estigma sociocultural sobre la menstruación. Las acciones de formación en el ámbito escolar ponen también el foco en la higiene menstrual de las niñas o en el desarrollo de medidas para prevenir la discriminación y la violencia de género.



TODO EN BAÑO EN TODO EL MUNDO

Contamos con equipos propios de profesionales en todos los mercados en los que operamos, con el objetivo de conocer de primera mano las preferencias de los usuarios y clientes locales. Este conocimiento nos permite poner a su disposición una oferta siempre sensible a sus necesidades.

En el capítulo siguiente se recoge una selección de los principales hitos de 2019 en cada una de las cuatro regiones operativas en las que se divide la actividad del Grupo.

EUROPA OCCIDENTAL, ÁFRICA Y ORIENTE MEDIO

ESPAÑA, REINO UNIDO,
FRANCIA, PORTUGAL, ITALIA,
MARRUECOS, EGIPTO,
ORIENTE MEDIO, TURQUÍA

La renovación continua de la gama de producto desarrollada en los últimos ejercicios -racionalización de referencias, colecciones integrales, impulso de nuevas categorías, etc.- y el mantenimiento del pulso comercial permiten que la región mantenga la tendencia positiva de los últimos años. Destaca el impulso de los principales mercados europeos, encabezados por España, que consiguen un meritorio incremento de las ventas.

La actividad industrial se renueva con la puesta en funcionamiento de nuevas unidades de producción y la actualización tecnológica para atender las nuevas tendencias en todas las categorías de producto.

MARCAS



28,2% TOTAL GRUPO

6.739
EMPLEADOS

30,5% TOTAL GRUPO

25
PLANTAS

34,3% TOTAL GRUPO

639,5M€
FACTURACIÓN

LOS BUENOS
RESULTADOS DE
LOS MERCADOS
EUROPEOS,
ENCABEZADOS POR
ESPAÑA, IMPULSAN
EL CRECIMIENTO
DE VENTAS EN LA
REGIÓN

BARCELONA, ESPAÑA

CAMPAÑA GLOBAL “SHAPES OF LIFE”

La nueva campaña global de Roca define, mediante situaciones cotidianas en el baño, diversos perfiles de usuarios para poner en valor que la marca dispone de productos adecuados para cada uno de ellos. La campaña arrancó en la feria ISH y se ha extendido a más de 20 mercados de todo el mundo.



ESPAÑA

‘SMART TOILETS’, CATEGORÍA DE ÉXITO

En 2019 han proseguido las acciones para divulgar las características y prestaciones de los *smart toilets*, una categoría ya plenamente integrada en la sociedad. Destacan las acciones con distribuidores, campañas en medios de comunicación, presencia en ferias y su introducción en el sector hotelero.

ESPAÑA

NUEVO ‘SITE’ CON CONTENIDOS PERSONALIZADOS

La página web de Roca en España (www.roca.es) renueva su imagen y contenidos para adaptarse a los nuevos usos. Destaca un diseño optimizado para dispositivos móviles, nuevo sistema de navegación por la tienda online y la personalización de contenidos en función del perfil de los usuarios.

CASTELLÓN, ESPAÑA

INNOVACIÓN CONTINUA EN CERÁMICA PLANA

La oferta de cerámica plana se renueva con el lanzamiento de nuevos acabados y formatos. Destacan las series Abbey (madera), Weekend (cemento) o Couvet (piedra); los formatos 40x120 y 120x120; y el innovador acabado antideslizante In&Out, válido para interior, exterior y fachadas. Las principales novedades se presentaron en las ferias Cevisama (Valencia) y Cersaie (Bolonia).



LEICESTERSHIRE, REINO UNIDO

NUEVA BASE DE OPERACIONES EN REINO UNIDO

La nueva oficina central del Grupo en Reino Unido se encarga de la gestión de las cuatro marcas que operan en el país: Roca, Laufen, Armani / Roca y Cosmic, especializada en accesorios. Las instalaciones integran oficina, centro logístico y un extenso *showroom* multimarca.

MILÁN, ITALIA

INMERSIÓN EN LOS SECRETOS DE LA PORCELANA

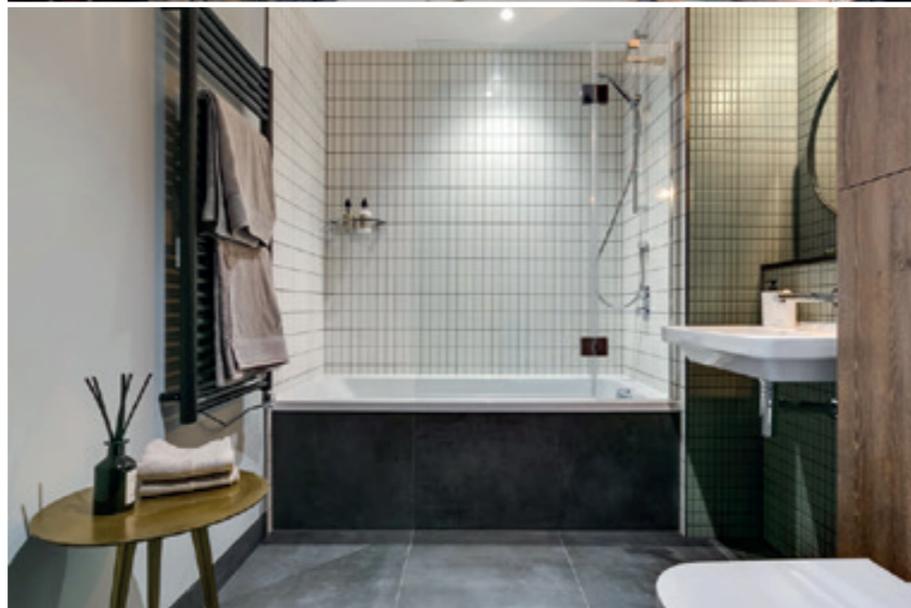
Con motivo de la celebración de la Milan Design Week, Laufen presentó en el Teatro Arsenale una instalación artística que se adentró en los materiales y el proceso industrial que permite la fabricación de las piezas de porcelana en SaphirKeramik. La instalación fue desarrollada en colaboración con el estudio Snarkitecture.



LONDRES, REINO UNIDO

EL BAÑO,
EN UN 'POD'

Las marcas del Grupo tienen una presencia destacada en diversos proyectos de construcción modular en desarrollo en Reino Unido, en los que el baño se monta por completo en un *pod* que se instala directamente en el edificio. Entre los proyectos más destacados figuran la Croydon Tower, uno de los edificios modulares más altos del mundo, y Greenford Quay, de la compañía de alquiler residencial Greystar.



ESKIŞEHİR, TURQUÍA

NUEVA
GENERACIÓN DE
GRIFERÍA

La planta de grifería de Eskişehir ha incorporado nuevos equipos para la producción de grifería en PVD, que permite acabados metálicos en color. Esta tecnología incorpora una fase de vaporizado para obtener un producto *premium* de alta calidad y durabilidad.



6 DE OCTUBRE, EGIPTO

ARRANCA LA
NUEVA PLANTA

En agosto de 2019 arrancó la producción en serie en la nueva planta de porcelana sanitaria en la ciudad de 6 de Octubre, que en una primera fase alcanzará una producción de 1,5 millones de piezas anuales.



NORTE, CENTRO Y ESTE DE EUROPA

RUSIA, SUIZA, ALEMANIA,
POLONIA, REP. CHECA, AUSTRIA,
BENELUX, RUMANÍA, BULGARIA, CROACIA,
SUECIA, NORUEGA, DINAMARCA

Pese al endurecimiento de las condiciones en los diversos mercados, el reconocimiento de Laufen como marca *premium* y la oferta integral para el baño de Roca permiten aumentar el nivel de ventas en la región, con un desempeño notable en los principales mercados (Suiza, Rusia o Polonia). El nivel de innovación y excelencia de los últimos lanzamientos, presentados en la feria ISH, responden a la demanda de unos mercados de gran exigencia.

Las inversiones industriales se orientan a potenciar soluciones diferenciales, como las colecciones en el material cerámico SaphirKeramik o la producción de series limitadas para proyectos personalizados.

MARCAS



26,6% TOTAL GRUPO

6.366
EMPLEADOS

25,6% TOTAL GRUPO

21
PLANTAS

26,3% TOTAL GRUPO

488,8M€
FACTURACIÓN

EL RECONOCIMIENTO DE LAUFEN COMO MARCA 'PREMIUM' Y LA OFERTA INTEGRAL DE ROCA PERMITEN INCREMENTAR LAS VENTAS Y RESPONDER A LA ELEVADA EXIGENCIA DE LOS MERCADOS DE LA REGIÓN

FRANKFURT, ALEMANIA

HOMENAJE A LA PORCELANA EN ISH

La feria bienal ISH Frankfurt, la mayor muestra sobre el espacio de baño en el mundo, reunió de nuevo las novedades de las primeras marcas del sector. Los stands de Roca y Laufen reflejaron la esencia y visión de futuro de cada marca. Roca presentó un espacio funcional y práctico, orientado al consumidor. La marca ha adaptado esta imagen a sus nuevos puntos de venta. Por su parte, Laufen presentó un stand que homenajeó las raíces de la marca a partir de instalaciones artísticas realizadas con productos de porcelana.



ROCA



LAUFEN

ÁMSTERDAM, PAÍSES BAJOS

THE NEW CLASSIC, ELEGANCIA ATEMPORAL

“El baño es un lugar reservado para la relajación, el rejuvenecimiento y la verdadera paz. El diseño juega un papel crucial en la conexión con el espíritu humano en este espacio íntimo y privado”, explica el diseñador Marcel Wanders, que ha aprovechado las posibilidades de SaphirKeramik (líneas finas y redondeadas) para transmitir este concepto.

The New Classic es una colección completa para baño, reconocida con un Red Dot Award 2019 - Product Design a la línea de grifería y un iF Product Design Award 2019 a la línea de accesorios.



MOSCÚ, RUSIA

RELANZAMIENTO DE AQUATON EN MOSBUILD

Mosbuild es otra de las grandes citas anuales del calendario de ferias del sector. Junto con la presencia de Roca y Laufen, destaca el stand de la marca local de mobiliario Aquaton, que aprovechó la repercusión del evento para presentar el rediseño de su logotipo y su nueva imagen de marca, orientada a usuarios menores de 35 años.

TOSNO, RUSIA

AMPLIACIÓN DE LA PLANTA DE TOSNO

En 2019 ha arrancado uno de los mayores proyectos industriales de futuro del Grupo: la ampliación en cerca de un millón de piezas anuales de la planta de porcelana sanitaria de Tosno, localidad ubicada a unos 50 kilómetros de San Petersburgo.



GIVISIEZ, SUIZA

**‘BESPOKE’:
INSTALACIÓN
PÚBLICA EN
SCOTT SPORTS**

Proyecto personalizado de Laufen para equipar las instalaciones de baño de la nueva sede de la compañía de material deportivo Scott Sports. Destacan lavabos a medida en *solid surface*, grifería automática, o lavabos en SaphirKeramik de la serie Val, combinados con grifos de Kartell by Laufen.

MOSCÚ, RUSIA

**PRIMERA ‘BOUTIQUE’
LAUFEN EN MOSCÚ**

La nueva *boutique* se planteó como un espacio racional y de líneas sencillas, pero con una fuerte carga emotiva que resalta la calidad e innovación de la oferta de la marca. Ubicada en 60/2 Leninsky Prospekt es la primera *boutique* monomarca de Laufen en Moscú.



COPENHAGUE, DINAMARCA

**EL ARTE
DEL BAÑO**

Laufen sigue presente en los principales eventos de arquitectura y diseño de los países nórdicos. En la edición de 2019 de la muestra 3daysofdesign de Copenhague participó en una exposición en la embajada de Suiza, con piezas de las colecciones de baño Sonar y Val en SaphirKeramik, y la innovación save!

AMÉRICA

BRASIL
ESTADOS UNIDOS
ARGENTINA
MÉXICO

El éxito de las series exclusivas lanzadas en la región, la diversificación de la oferta y la gestión de los nuevos canales de distribución consolidan al Grupo como un *partner* de confianza tanto entre usuarios domésticos como entre los principales promotores de proyectos públicos o privados.

La fortaleza de las diversas marcas permite alcanzar buenos resultados en Brasil y Argentina, a pesar de una situación interna complicada. Para atender la nueva demanda, México prepara la puesta en funcionamiento de una nueva unidad productiva en Puebla.

MARCAS



20,0% TOTAL GRUPO

4.771
EMPLEADOS

19,5% TOTAL GRUPO

16
PLANTAS

19,9% TOTAL GRUPO

370,5M€
FACTURACIÓN

EJERCICIO DE
CONSOLIDACIÓN
EN LA REGIÓN CON
LA RECUPERACIÓN
DE LAS VENTAS
EN BRASIL Y
ARGENTINA, Y
EL DESARROLLO
DE LA ACTIVIDAD
INDUSTRIAL EN
MÉXICO

SÃO PAULO, BRASIL

CINCO MARCAS EN REVESTIR

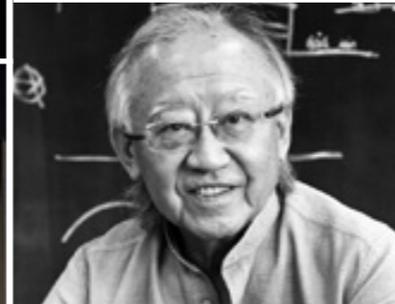
El Grupo ha presentado en Revestir, la mayor feria del sector en Latinoamérica, las propuestas de las cinco marcas que operan en Brasil: Roca, Armani/Roca, Laufen, Incepa y Celite. El espacio de exposición total superó los 1.300 m² de superficie.



BRASIL

EL MEJOR DISEÑO DEL MUNDO PARA EL BAÑO

La colección de lavabos firmada por el arquitecto y diseñador brasileño Ruy Ohtake ha conseguido el Red Dot Award 2019 - Best of the Best en la categoría de lavabos, considerado el premio de diseño más prestigioso del mundo.



reddot award 2019
best of the best



SANTA LUZIA, BRASIL

CELITE, IMPULSANDO EL SECTOR DESDE 1941

Las instalaciones de la planta de producción de Santa Luzia acogen el nuevo Museo Celite, que recopila los hitos tecnológicos de una marca pionera en el desarrollo del sector del espacio de baño en Brasil y muy cercana a las familias del país.



MIAMI, EE. UU.

ROCA LLEGA A FLORIDA

La oferta de baño de Roca llega por primera vez a Estados Unidos, con su lanzamiento en Florida y áreas de influencia. Las principales colecciones de la marca se exponen, junto con las últimas propuestas de cerámica plana, en el primer *showroom* urbano del Grupo en el país, ubicado en el Miami Design District.



EE. UU.

NUEVOS FORMATOS EN CERÁMICA PLANA

Las soluciones en cerámica plana, principal categoría del Grupo en Estados Unidos, se diversifican con nuevas opciones de diseño y acabados, y formatos de menor tamaño. La nueva oferta permite consolidar la presencia en proyectos de firmas de prestigio de la moda o la automoción.



BUENOS AIRES, ARGENTINA

CASA FOA, ESCAPARATE 'PREMIUM'

Las últimas colecciones de Roca han estado presentes en una nueva edición de Casa FOA Argentina, la exposición de arquitectura y diseño interior más importante de la región, donde la marca ha sido reconocida con el premio al Mejor Diseño de Baño. Roca también participó en la edición de Casa FOA celebrada en Chile.



MONTERREY, MÉXICO

DESARROLLO DE LA CAPACIDAD INDUSTRIAL

El Grupo mantiene la inversión en capacidad industrial en México para atender tanto la demanda interna como la extensión de la actividad comercial a nuevos mercados de la región. Los proyectos en desarrollo son la remodelación de la planta de Puebla, adquirida en 2018, y la ampliación de la planta de Monterrey.



ASIA-PACÍFICO

CHINA, INDIA, MALASIA,
AUSTRALIA, TAILANDIA,
INDONESIA

La capacidad para responder con agilidad a las nuevas tendencias del mercado, la fiabilidad industrial -reforzada por las inversiones en nuevas categorías de producto- y la visibilidad de las diversas marcas que operan en la región permiten alcanzar nuevos récords históricos de facturación en China e India, dos de los principales mercados del Grupo a nivel global.

En paralelo, prosigue la expansión en mercados de futuro por su elevada demografía y desarrollo de la calidad de vida, como Malasia, Tailandia o Indonesia, donde ha entrado en funcionamiento una nueva planta de porcelana sanitaria.

MARCAS

Roca

LAUFEN

EYING

Johnson & Suisse

Parryware

COSMIC

JIKA

25,2% TOTAL GRUPO

6.020
EMPLEADOS

24,4% TOTAL GRUPO

20
PLANTAS

19,5% TOTAL GRUPO

362,0M€
FACTURACIÓN

CHINA E INDIA
ALCANZAN NUEVOS
RÉCORDS HISTÓRICOS
DE VENTAS MIENTRAS
PROSIGUE LA
EXPANSIÓN POR LOS
PRINCIPALES MERCADOS
DE FUTURO DE LA
REGIÓN

SHANGHÁI, CHINA

SOLUCIONES AVANZADAS PARA UN BAÑO MÁS 'SMART'

La feria KBC Shanghai acogió la presentación de soluciones avanzadas de las marcas del Grupo (Roca, Laufen, Ying y Giessdorf) en *smart bathroom*, principal tendencia del sector con una elevada demanda en mercados asiáticos.



SHANGHÁI, CHINA

RENOVACIÓN DEL ESTADIO QIZHONG

Los productos Roca equipan los baños VIP y de tenistas del Qizhong Forest Sports City Arena de Shanghai. Esta famosa instalación deportiva es sede del ATP Rolex Shanghai Masters 2019, patrocinado por la marca.

CHENNAI, INDIA

'SHOWROOM' MULTIMARCA EN CHENNAI

Con una población de más de 11 millones de habitantes y una gran actividad comercial marítima, Chennai es el principal mercado del Grupo en India y sede de su mayor *showroom* en el país, con exposición conjunta de Roca, Laufen y Parryware.



YAKARTA, INDONESIA

EXTENSIÓN COMERCIAL E INDUSTRIAL

En 2019 se ha cubierto una nueva fase de la expansión en Indonesia, con la inauguración de un nuevo *showroom* de más de 1.000 m² de superficie en el distrito financiero de Yakarta, y el inicio de la producción en la nueva planta de porcelana sanitaria.



KUALA LUMPUR, MALASIA

DISEÑANDO EL LAVABO MÁS FUNCIONAL

El concurso Roca One Day Design Challenge ha celebrado su primera edición en Malasia. Más de 220 jóvenes talentos repensaron el diseño de los lavabos, incorporando nuevas funcionalidades. El ganador propuso un diseño para la higiene de recién nacidos, que recrea el vientre materno.



AUSTRALIA

SOLUCIONES DIFERENCIALES EN MERCADO EN TRANSFORMACIÓN

Introducción en Australia de *best sellers* de Roca (Inspira, The Gap y Meridian) y Laufen (Sonar) en respuesta a la rápida evolución del mercado en el país. Destacan tendencias como el *rimless* como solución estándar en inodoros, la introducción del color en porcelana y grifería, o la progresiva expansión de los *smart toilets*.





INFORME FINANCIERO

Pese a la incertidumbre e inestabilidad del entorno macroeconómico, en el ejercicio 2019 el Grupo ha conseguido incrementar su cifra de ventas y mantener los buenos ratios de solvencia para seguir impulsando proyectos de crecimiento y expansión.

DATOS MÁS SIGNIFICATIVOS

La economía mundial ha cerrado 2019 con una última estimación de crecimiento en torno al 2,9%, siete décimas por debajo del crecimiento registrado en 2018 (3,6%). Pese a ello, el Grupo consigue una mejora significativa de su facturación, con un desempeño relevante en los principales mercados.

La desaceleración de la economía mundial en 2019 se atribuye a la incertidumbre del comercio internacional y la situación geopolítica. Según el Fondo Monetario Internacional, las economías avanzadas crecen menos de lo esperado (1,7%) por la crisis arancelaria y la debilidad manufacturera, compensada en parte por el vigor del sector servicios. Las economías emergentes crecen un 3,7%, lastradas por la incertidumbre por la situación comercial y las políticas internas.

Los principales mercados del Grupo registraron una evolución dispar: la economía española creció un 2,0%, medio punto menos que en 2018 pero todavía superior a la media de los países de la zona del euro; Brasil repitió el crecimiento del 1,1%; Rusia frenó su actividad con una evolución del 1,3%, un punto menos; China mantuvo un crecimiento del 6,1% (frente al 6,6% de 2018), e India notó la fuerte moderación de su demanda interna (4,2% frente al 7,1% de 2018).

CIFRA DE NEGOCIOS

1.861
millones de euros

+4,8%
en relación a 2018

EBITDA

253
millones de euros

RESULTADO NETO

69
millones de euros

INVERSIONES

154
millones de euros

Cifra de negocios

El importe neto de la cifra de negocios del Grupo en el ejercicio 2019 ha sido de 1.861 millones de euros, la facturación más elevada de la historia y superando por primera vez los 1.800 millones. En relación con 2018, se registra un aumento del 4,8%, a pesar del impacto negativo de los tipos de cambio (-0,7%).

Las ventas en España, principal mercado del Grupo, crecen un 2,7% y ya acumulan un incremento del 66% respecto a 2013. Cabe destacar el esfuerzo realizado en el desarrollo de nuevos productos y, en especial, la apuesta por los negocios de grifería, muebles y complementos del baño. La mejora de las ventas en España viene dada tanto por proyectos de obra nueva como de rehabilitación de viviendas existentes.

En el resto de mercados, destaca el importante crecimiento en los países BRIC, que aumentan sus ventas un 7,5% en relación con 2018 hasta alcanzar el 34% de la cifra de negocios del Grupo. Otros mercados con crecimientos notorios son Portugal, Reino Unido, Marruecos, Polonia, Suiza y México.

EVOLUCIÓN DE LA CIFRA DE NEGOCIOS



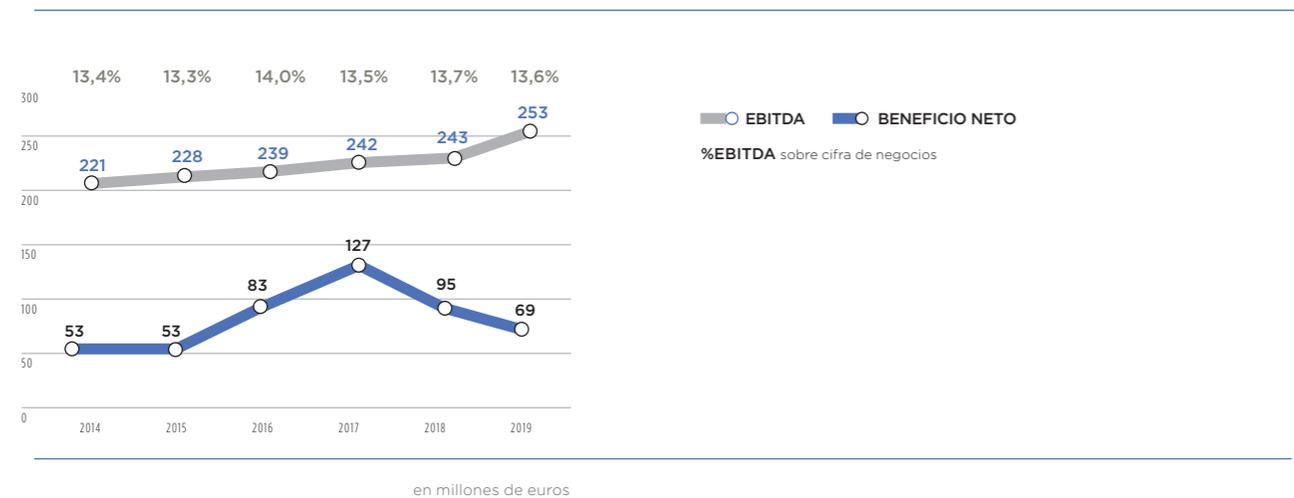
en millones de euros

Resultados

El EBITDA alcanza los 253 millones de euros, con un impacto neto positivo de 10 millones por el efecto de la implantación, por primera vez, de la NIIF16 sobre arrendamientos* y la aplicación de la Norma Internacional de Contabilidad 29 (NIC 29) por la calificación de Argentina como país hiperinflacionario. Excluyendo dicho efecto, el EBITDA del Grupo se hubiera situado en 243 millones de euros, en línea con el obtenido el año anterior.

El resultado consolidado neto del ejercicio atribuido al Grupo refleja un beneficio de 69 millones de euros. Por su parte, el resultado de explotación se ha situado en 101 millones de euros frente a los 146 millones en 2018.

A pesar de los buenos resultados del ejercicio, debe reiterarse que el Grupo opera en un entorno con importantes incertidumbres económicas en numerosos países y con presiones constantes para la reducción de los precios de venta en la mayoría de los mercados. Estos aspectos negativos han sido compensados a nivel interno con medidas como una política de reducción y contención de los costes de producción — en concreto, en aquellos mercados donde se mantiene un importante crecimiento en volumen—, la reducción de los costes logísticos, el control estricto de los gastos de estructura y, en especial, la implementación de una operativa de negocio marcada por la flexibilidad en la adaptación a los gustos locales de los clientes, pero regida al mismo tiempo por una eficiencia en los procesos.



*La normativa NIIF 16 (normas internacionales financieras de contabilidad) consiste, de forma simplificada, en la contabilización de los arrendamientos mediante un activo y un pasivo no corrientes, y la imputación en la cuenta de resultados de un gasto por amortización y financiero en lugar de un gasto de explotación.

Inversiones

El importe total de las inversiones del ejercicio en inmovilizado material y otro inmovilizado intangible se eleva a 154 millones, frente a la inversión de 145 millones en 2018. Cabe recordar que en el ejercicio anterior se realizaron además operaciones de adquisición por importe de 8 millones de euros en México (negocio de grifería) e Indonesia (49% de la sociedad P.T. Suryaprabha Jatisatya de comercialización de productos sanitarios y cerámica plana).

Este elevado nivel de inversión, en la tónica del Grupo de reinversión de beneficios como palanca de crecimiento, es necesario para aumentar la capacidad de las plantas de producción, y garantizar

que cuenten con la mejor dotación tecnológica y cumplan los estándares a nivel medioambiental y de seguridad. Las principales inversiones de expansión en 2019 se han efectuado en las plantas de porcelana sanitaria de Rusia, México y Marruecos, con ampliaciones de la capacidad productiva para atender el crecimiento de ventas de los mercados locales y sus áreas de influencia. Al margen de estas inversiones, se ha llevado a cabo un elevado número de inversiones ordinarias (renovación, reducción de costes, medioambientales, seguridad, etc.), que permiten el adecuado desarrollo de los centros productivos bajo las normas vigentes de seguridad, medioambiente y uso eficiente de recursos.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inversiones	172	115	210	116	153	154

en millones de euros

Estructura financiera

La estructura financiera del Grupo al cierre del ejercicio 2019 se mantiene equilibrada, con una deuda financiera bancaria neta de 365 millones de euros y unas líneas de crédito no dispuestas por un importe de 226 millones de euros. Esta situación permite acometer de forma holgada y sin riesgos las inversiones necesarias, tanto ordinarias como de expansión, tendentes a la mejora de las áreas estratégicas.

El Grupo renovó el 3 de agosto de 2017, de forma anticipada, el contrato de financiación sindicada que había firmado en diciembre de 2014 por un periodo de seis años, con el objeto de mejorar sus condiciones financieras y a la vez alargar su vencimiento hasta el año 2023. El Grupo ha cumplido ampliamente las obligaciones financieras que estipula el contrato de financiación sindicado a largo plazo.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total patrimonio neto	1.173	1.223	1.353	1.276	1.305	1.402
Situación financiera neta	(378)	(349)	(322)	(323)	(378)	(365)

en millones de euros

La situación financiera neta refleja los saldos al cierre de cada ejercicio en inversiones financieras a corto plazo, efectivo y otros activos líquidos equivalentes, menos las deudas a corto y largo plazo con entidades de crédito.

Impacto de la pandemia de la Covid-19

Con posterioridad al cierre del ejercicio 2019 y hasta la fecha de cierre de esta publicación (1 de junio de 2020), cabe citar la crisis generada por la expansión global del brote vírico Covid-19, calificado como “pandemia” por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020. La expansión del coronavirus y las consiguientes medidas de aislamiento, confinamiento y ralentización de la actividad económica hacen prever que el crecimiento mundial sufra una brusca contracción en 2020.

La crisis ha provocado la interrupción o desaceleración de las cadenas de suministro, el aumento significativo de la incertidumbre económica a nivel mundial, y la consecuente reducción drástica de la actividad económica y del consumo. En consecuencia, la actividad del Grupo se ha visto progresivamente afectada en todo el mundo a medida que se extendía la pandemia y se prevé una afectación diversa en función del grado de confinamiento aplicado en cada mercado y su duración.

A pesar de tener una posición de solvencia financiera y patrimonial notable, el Grupo ha ampliado su capacidad de financiación para hacer frente a un potencial incremento futuro de las necesidades de caja en los diferentes mercados en los que opera. También ha tomado medidas para preservar sus disponibilidades de liquidez durante los periodos de confinamiento existentes y ha establecido un seguimiento detallado de la situación de su cartera de clientes, así como medidas de optimización de las decisiones de inversión y de contención de costes en línea con la reducción de los niveles de producción. Además, el Grupo está gestionando el acceso a las diversas medidas de estímulo fiscal, financiero y de cualquier otro tipo que los distintos gobiernos estén ofreciendo con el objetivo de apoyar a las empresas frente a la pandemia.

Desde el inicio, el Grupo ha adoptado puntualmente todas las recomendaciones de las autoridades locales e internacionales, tales como confinamiento, suspensión temporal de actividad y política de desplazamientos, seguridad de los empleados o cancelación de eventos multitudinarios. En este sentido, se ha creado un grupo de trabajo específico para el seguimiento diario de la evolución de la pandemia a partir de la información de los distintos organismos oficiales.



CUENTA CONSOLIDADA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO

INGRESOS (GASTOS)	2019	2018
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	1.860.772	1.775.290
Aprovisionamientos y otros gastos externos	(690.463)	(668.776)
Gastos de personal	(490.446)	(474.305)
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	(125.308)	(107.374)
Trabajos efectuados por el Grupo para activos no corrientes	24.203	23.665
Otros gastos e ingresos de explotación	(478.033)	(402.608)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	100.725	145.892
RESULTADOS FINANCIEROS	(12.622)	(17.338)
Resultado de entidades valoradas por puesta en equivalencia	(26)	(17)
Resultado por pérdida de influencia significativa	-	-
RESULTADOS CONSOLIDADOS ANTES DE IMPUESTOS	88.077	128.537
Gasto por impuesto sobre las ganancias	(20.997)	(34.095)
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	67.080	94.442
Resultado atribuible a la Sociedad Dominante	68.530	95.154
Resultado atribuible a socios minoritarios	(1.450)	(712)

Las cuentas anuales consolidadas de los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2018 y 2019 se han preparado de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE).

BALANCE CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE

ACTIVO	2019	2018
ACTIVOS NO CORRIENTES		
Fondo de comercio	245.263	242.973
Otros activos intangibles	144.968	139.732
Derechos de uso	71.329	-
Inmovilizado material	835.734	784.761
Inversiones inmobiliarias	14.641	15.289
Inversiones en empresas asociadas	10.532	7.739
Activos financieros no corrientes	10.953	11.117
Otros activos no corrientes	25.356	22.563
Activos por impuestos diferidos	119.825	114.907
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	1.478.601	1.339.081
ACTIVOS CORRIENTES		
Existencias	469.363	456.240
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	349.727	339.902
Otros activos financieros corrientes	54.504	58.180
Activos por impuestos corrientes	4.830	5.330
Otros activos corrientes	45.431	44.523
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	62.790	70.815
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	986.645	974.990
TOTAL ACTIVO	2.465.246	2.314.071

PASIVO	2019	2018
PATRIMONIO NETO		
Capital	153.034	153.034
Prima de emisión	409.564	409.564
Reservas	972.651	886.928
Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante	68.530	95.154
Dividendo a cuenta	(22.800)	(22.800)
Diferencias de conversión	(189.792)	(224.595)
PATRIMONIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	1.391.187	1.297.285
Socios minoritarios	10.430	8.123
TOTAL PATRIMONIO NETO	1.401.617	1.305.408
PASIVOS NO CORRIENTES		
Subvenciones	3.930	3.462
Provisiones	23.214	25.777
Pasivos financieros con entidades de crédito	305.720	278.350
Otros pasivos financieros no corrientes	59.827	12.729
Pasivo por impuestos diferidos	31.199	36.839
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	423.890	357.157
PASIVOS CORRIENTES		
Provisiones	15.729	14.087
Pasivos financieros con entidades de crédito	165.563	215.684
Otros pasivos financieros corrientes	51.561	26.146
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	360.895	351.865
Pasivos por impuestos corrientes	12.528	13.308
Otros pasivos corrientes	33.463	30.416
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	639.739	651.506
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2.465.246	2.314.071

SOCIEDADES DEL GRUPO

	DOMICILIO	COMPAÑÍA
ALEMANIA	Staudt	Roca GmbH
ARGENTINA	Buenos Aires	Roca Argentina, S.A.
AUSTRALIA	Botany	Bathroom Products Australia Pty Ltd
AUSTRIA	Wilhelmsburg	Laufen Austria AG
BRASIL	Campo Largo	Incepa Revestimentos Cerâmicos Ltda.
	Jundiaí	Roca Sanitários Brasil Ltda.
BULGARIA	Kaspichan	Roca Bulgaria AD
CHINA	Foshan	Roca (China), Co. Ltd.
	Foshan	Xinle Bathroom Products (Foshan), Co. Ltd.
	Foshan	Cosmic Bathroom Accessories, Co. Ltd.
	Shanghái	Roca Sanitaryware Trading, Co. Ltd.
	Suzhou	Roca Sanitaryware (Suzhou), Co. Ltd.
	Tangshan	Tangshan Ying Bathroom Products, Co. Ltd.
CROACIA	Zapresic	Roca Croacia d.d.
DINAMARCA	Køge	Laufen Nordic ApS
EGIPTO	6th of October City	National Industrial & Trading Co "Gravena" S.A.E.
	6th of October City	National Sanitaryware Company S.A.E.
	6th of October City	Sphinx for Sanitary Ware Production S.A.E.
	Dokki (Giza)	Gravena Import Co.
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	Dubái	Roca Sanitario, S.A. (R.O.)
ESLOVAQUIA	Bratislava	Laufen SK s.r.o.
ESPAÑA	Barcelona	Roca Corporación Empresarial, S.A.
	Barcelona	Roca Sanitario, S.A.
	Barcelona	Industrias Cosmic S.A.
	Cortes	Vitrometal S.L.
	Madrid	Laufen Bathrooms, S.A.
	Burgos	Cerámicas Gala, S.A.
	Castellón	Cerámicas Belcaire, S.A.
	Sevilla	Cerámicas de Bellavista, S.A.
EE.UU.	Miami	Roca USA Inc.
FEDERACIÓN RUSA	Cheboksary	Keramika OOO
	Davidovo	Aquatón Rus OOO
	Kaluga	Ugrakeram ZAO
	Tosno	Roca Rus OOO

FRANCIA	París	Roca S.A.R.L.
GRECIA	Atenas	Roca Hellas, A.E.E.
HOLANDA	Eindhoven	Laufen Benelux B.V.
HONG KONG	Hong Kong	Roca Asia Ltd.
	Hong Kong	Roca Sanitaryware Ltd.
INDIA	Chennai	Roca Bathroom Products Pvt Ltd.
INDONESIA	Yakarta	PT. Roca Industries Indonesia
	Yakarta	PT. Roca Trading Indonesia
	Yakarta	P.T. Suryaprabha Jatisatya
ITALIA	Milán	Roca Sanitario, S.A. (Sede Secundaria)
KAZAJISTÁN	Almaty	Roca Kazakhstan LLP
MALASIA	Selangor Darul Ehsan	Roca Malaysia Sdn Bhd
	Selangor Darul Ehsan	Johnson Suisse Sdn Bhd
	Selangor Darul Ehsan	Econax Sdn Bhd
MARRUECOS	Settat	Roca Maroc, S.A.
MÉXICO	Monterrey	Productos de Baño Monterrey, S.A.de C.V.
	San Pedro Garza García	Roca Bathroom Products México, S.A. de C.V.
	Guadalajara	Grifos y Accesorios Mexicanos, S.A. de CV
NORUEGA	Drammen	Laufen Norge AS
POLONIA	Gryfice	Roca Pool-Spa, Sp. z.o.o.
	Gliwice	Roca Polska, Sp. z.o.o.
PORTUGAL	Agueda	BLB - Indústrias Metalúrgicas, S.A.
	Anadia	Sanitana, S.A.
	Cantanhede	Roca Torneiras, Lda.
	Leiria	Roca, S.A.
REINO UNIDO	Coalville	Roca, Ltd.
REPÚBLICA CHECA	Praga	Laufen CZ, s.r.o.
RUMANIA	Bucarest	Roca Obiecte Sanitare SRL.
SINGAPUR	Singapur	Roca Bathroom Products Singapore Pte Ltd
SUECIA	Sundsvall	Laufen Sverige AB
SUIZA	Laufen	Keramik Laufen AG
	Laufen	Similor AG
TAILANDIA	Bangkok	Roca Bathroom Products (Thailand) Co Ltd
TAIWÁN	Changhua	Roca Taiwan Co Ltd
TURQUÍA	Eskişehir	Roca TR Banyo A.S.

JUNIO 2020

Avda. Diagonal 513, 08029 Barcelona

En 2019, el Grupo ha realizado de nuevo el Estado de Información no Financiera (EINF) para dar cumplimiento a lo dispuesto por el Código de Comercio, la ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, y otras disposiciones legales y que tiene como objeto informar sobre cuestiones medioambientales, sociales y relativas al personal, en relación a los derechos humanos, a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como en relación a la sociedad y que son relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

