

BOCCHI

IL BAGNO PER TUTTI

Bocchi tasarım, inovasyon ve ar-ge yatırımını 5 katına çıkarıyor

Bocchi 25 farklı renk seçeneğiyle banyo ve mutfaklarda beyazın tekdüzeliğine meydan okuyor

Bocchi, 21 Mart Dünya Renk Günü'nde 25 farklı renk seçeneği sunan 2022 yılı skalasını tanıttı. Beton, petrol mavisi, Burgonya bordosunu skalasına ekleyen marka, 2022'de mint yeşil, mandalina sarısı, somon, yeşil gibi doğadan ilham alan renklerin de en çok tercih edilenler arasında olacağını öngörüyor. Pandemiyle birlikte ev dekorasyonuna verilen önemin arttığına dikkat çeken Bocchi Genel Müdürü Serkan Ak, "2019'dan 2021'e seramik sağlık gereçleri ürün kategorisinde satış adedimiz yüzde 44 artarken, renkli ürün satışımızı da 2,5 katına çıkardık. Renkli ürünlerin satış portföyümüzdeki payı 2 yılda yüzde 67 arttı. Dünyaca ünlü tasarımcılar Ross Lovegrove, Claudia Danelon ve Federico Meroni'nin imzasını taşıyan koleksiyonlarımız da bu dönemde daha fazla ilgi görmeye başladı. Tasarım, inovasyon ve ar-ge'ye ayırdığımız bütçeyi önümüzdeki iki yılda 5 katına çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

İtalyan kökenli Bocchi, 2022 yılında skalasına eklediği beton, petrol mavisi, Burgonya bordosu ile birlikte 25 farklı seçenek sunan yeni renk skalasını 21 Mart Dünya Renk Günü'nde lanse etti. Tasarımlarını 'Il bagno per tutti' (Herkes için banyo) mottosuyla hayata geçiren Bocchi, 18 farklı banyo ve 5 farklı mutfak koleksiyonunu müşterilerinin tercihine göre renklerle kişiselleştiriyor. Türkiye'nin en geniş renk yelpazesine sahip banyo mutfak markası Bocchi, mekânlarda beyazın tekdüzeliğine meydan okuyor.

Bocchi'nin renk skalasında mat ve parlak tonlarındaki siyah, beyaz ve altın renginin yanı sıra gri, yasemin, kaşmir, turuncu, bisküvi, kırmızı, antrasit, mandalina sarısı, kahve, yeşil, buz mavisi, somon, mint yeşil, beton, bronz, petrol mavisi, Burgonya bordosu ve gümüş rengi yer alıyor. Mint yeşil, mandalina sarısı, somon, yeşil gibi doğadan ilham alan renklerin 2022 yılının en çok tercih edilenleri arasında yer alacağı öngörülüyor.

Tasarım ve teknolojiyi erişilebilir fiyatlarla 'akıllı lüks'e dönüştürüyor

75 yıla yakın tarihe sahip Bocchi'de modern ve insan odaklı tasarım anlayışını, ileri teknoloji ile birleştirdiklerini vurgulayan Bocchi Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü **Serkan Ak** şunları ifade etti:

"Biz buna 'akıllı lüks' diyoruz. Tasarım ve teknolojiyi erişilebilir fiyatlarla tüketiciyle buluşturuyoruz. Seramik sağlık gereçleri sektöründeki kariyerimin 29'uncu yılına yaklaşıyorum. Bocchi'yi Türkiye pazarına kazandıran ekipte yer almak bu yolculuğun dönüm noktalarından biriydi. Bocchi'nin yenilikçi, enerjik, tarz sahibi marka özü sürekli yaratıcı fikirler üretmek için bizi motive ediyor. Banyo ve mutfak, sahibinin ruhunu taşıyan önemli bir yaşam alanı olarak görüyoruz. Hem estetik hem teknolojik açıdan Bocchi severlerin

BOCCHI

IL BAGNO PER TUTTI

tarzlarını yansıtacak, ihtiyaçlarına yanıt verecek zenginliği sunmak için çalışıyoruz. Tasarım, inovasyon ve ar-ge'ye ayırdığımız toplam bütçeyi iki yıl içinde 5 katına çıkarmayı hedefliyoruz.”

Pandeminden sonra banyo ve mutfaklar renklendi

Pandemi ile birlikte banyo ve mutfak tasarımının öneminin arttığına dikkat çeken Ak şöyle konuştu:

“Herkes evde daha fazla vakit geçirmeye ve daha fazla misafir ağırlamaya başladı. Evler sabah çıkıp akşam girilen yerler olmaktan ana yaşam merkezine dönüştü. Bunun etkisini Bocchi'nin rakamlarında da hissettik. 2019'dan 2021'e seramik sağlık gereçleri ürün kategorisinde satış adedimiz yüzde 44 artarken, renkli ürün satışımızı da 2,5 katına çıkardık. Renkli ürünlerin toplam satış portföyümüzdeki payı 2 yılda yüzde 67 arttı. Aynı zamanda dünyaca ünlü tasarımcılar Ross Lovegrove, Claudia Danelon ve Federico Meroni'nin imzasını taşıyan koleksiyonlarımız da daha fazla ilgi görmeye başladı. Önümüzdeki dönemde bu özel koleksiyonlara yenilerini eklemeyi planlıyoruz.”

“4 yıl üst üste Türkiye'den Amerika'ya ihracatta lideriz”

Bocchi'nin üretildiği Gebze'deki fabrikalarda yıllık üretimin yüzde 87'sinin ihraç edildiğini de sözlerine ekleyen Ak, “TİM verilerine göre 2017, 2018, 2019 ve 2020 yıllarında seramik sağlık gereçleri kategorisinde Amerika'ya ihracatta lider olduk. Toplam ihracatta ise yine 4 yıl üst üste Türkiye ikincisi olduk. 2021 yılı sonuçları açıklanmadı ama bizim elimizdeki verilere göre 5. kez aynı unvanın sahibi olacağımıza inanıyoruz” diye konuştu.

Bocchi, dünyaca ünlü tasarımcıların imzasını renklerle buluşturuyor

Bocchi'nin, Ross Lovegrove imzasını taşıyan iki koleksiyonundan New Age köşeli hatları ve ince detaylarıyla dikkat çekerken, Strata seramiğin şeffaflık ve derinliğini kullanarak bir Doğu Batı sentezi sunuyor. Claudia Danelon ve Federico Meroni tarafından Bocchi için tasarlanan Etna koleksiyonu heykelsi çizgileriyle banyoya güçlü ve sofistike bir görünüm kazandırıyor. Adını Anka Kuşu'nun İtalyanca'daki karşılığından alan Fenice koleksiyonu ise döngüsel olarak yeniden doğan bu mitolojik kuş gibi tüm yüzeyleri kesintisiz bir döngü oluşturacak şekilde birbirine bağlıyor.

Avrupa'da yaşlılar ve bedensel engelliler için banyo ürünleri sunan ilk marka unvanına da sahip Bocchi, Care & Comfort koleksiyonuyla herkes için erişilebilir banyolar tasarlıyor. Uluslararası standartlara uygun, fonksiyonel, ergonomik, güvenli uygulamalardan oluşan Care & Comfort koleksiyonu konfor ve estetiği bir arada sunuyor.

Bocchi, dünyaca ünlü tasarımcıların imzasını taşıyan koleksiyonlarından yaşlı ve bedensel engellilere özel tasarımlarına kadar tüm ürünlerini 25 farklı seçenekten oluşan renk skalasıyla mekânın ruhuna, kullanıcılarının tarzına göre özelleştiriyor.