



W 9. edycji „Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek”, który został opublikowany przez dziennik Rzeczpospolita, Paradyż zajął ponownie 1. miejsce w kategorii płytki ceramiczne oraz 80. w zestawieniu generalnym, poprawiając tym samym wynik z ubiegłego roku aż o 13 pozycji.

Pod względem wartości marka Paradyż została wyceniona na 164,8 mln zł, co stanowi 21 proc. wzrost w porównaniu z 2011 rokiem – 93. pozycja przy wartości 136,2 mln zł. Znak Paradyż umocnił się również w innym zestawieniu opublikowanym przez dziennik – moc marki w kategorii pozostałe produkty niespożywcze. W porównaniu z jego ubiegłoroczną edycją (moc na poziomie 244), marka umocniła się o 23 pkt (moc 267), czym została sklasyfikowana w powyższej kategorii na 23. miejscu. Ponadto Paradyż znalazł się w zestawieniu pokazującym wskaźnik prestiżu marki, który w jego przypadku wyniósł 16,90 w 20 stopniowej ocenie, dając mu tym samym 43. miejsce.

Wysoka pozycja marki Paradyż w rankingu dowodzi, że podejmowane przez Grupę Paradyż strategiczne decyzje przynoszą zamierzony skutek, jakim jest m.in. wzrost przychodów ze sprzedaży, na podstawie których wyliczana jest wartość marki do rankingu. Jest to dla nas bardzo dobra informacja, gdyż na sektor płytek ceramicznych znaczny wpływ ma cała branża budowlana, która znajduje się obecnie w fazie spowolnienia. Oczywiście nie zamierzamy spocząć na laurach i dalej konsekwentnie będziemy inwestować w naszą markę – podsumowuje Łukasz Kardas, Prezes Zarządu Spółek Grupy Paradyż.

„Ranking Najcenniejszych Polskich Marek” jest przygotowywany przez redakcję Rzeczpospolitej oraz firmę Acropolis Advisory od 2004 roku. Nagradzanych jest w nim 330 najlepszych i najbardziej wartościowych polskich brandów konsumenckich z kilkunastu branż, których łączna wartość w tegorocznym zestawieniu wyniosła ponad 57 mld zł.

Grupa Paradyż, w skład której wchodzi spółki Ceramika Paradyż Sp. z o.o. i Paradyż Sp. z o.o., to wiodący polski producent płytek ceramicznych. Od ponad 23 lat tworzy produkty, które zyskują uznanie klientów w prawie 40 krajach świata. Produkty Grupy Paradyż powstają w pięciu zakładach produkcyjnych wyposażonych w nowoczesny i zaawansowany park maszynowy. Inwestycje w nowoczesne technologie, doskonała jakość wyrobów oraz uznane wzornictwo to podstawa dynamicznego rozwoju firmy. Ofertę wyróżnia nowatorski design, dbałość o dopracowanie detali oraz szeroka gama kompletnych kolekcji ściennie-podłogowych i elementów zdobniczych w wielu formatach, co daje szerokie możliwości aranżacji odmiennych w charakterze wnętrz. Obecny potencjał rynkowy Grupy Paradyż to 1800 pracowników oraz trzy marki w portfolio produktowym – marka Kwadro Ceramika skierowana do segmentu ekonomicznego, marka Paradyż oferująca szeroką paletę kolekcji w różnych stylach i formatach oraz marka My Way Paradyż Group - propozycja premium skierowana do najbardziej wymagających klientów, którzy poszukują indywidualnych i nowatorskich rozwiązań w zakresie wzornictwa oraz technologii wykonania. Elegancja, styl, radość, klasa, a także nowoczesny minimalizm - produkty Grupy Paradyż to pewny i najlepszy z możliwych wyborów – to gwarancja pięknego wnętrza. Uznanie klientów potwierdzone dynamicznie rosnącymi wynikami sprzedaży oraz

licznymi nagrodami przyznanymi w prestiżowych konkursach – m.in. tytuł „Ambasador Polskiej Gospodarki 2012”, Złote Godło w kategorii QI Product w konkursie „Najwyższa Jakość Quality International”, nagrodę "Filary Polskiej Gospodarki 2011", „JAKOŚĆ ROKU ZŁOTO 2012”, oraz „Wielka Perła Ceramiki UE 2011 z diamentami” dowodzą, że Grupę Paradyż można dziś uważać za przewodnika po światowym designie na rodzimym rynku materiałów budowlanych i wyposażenia wnętrz oraz doskonałą wizytówkę polskiego przemysłu na świecie.

Ceramika Paradyż

więcej informacji ([PRESS BOX](#))