

FACTORY

FACTORY Outlets to marka największej sieci centrów wyprzedażowych w Polsce, zarządzana przez hiszpańską firmę NEINVER – lidera tego segmentu w Polsce i drugiego operatora w Europie. Popularne outlety każdego roku odwiedza kilkanaście milionów klientów, by skorzystać z bogatej oferty marek polskich i światowych, w cenach obniżonych zawsze od 30% do 70%.



Kontekst rynkowy

Polskie centra FACTORY w 2016 roku zwiększyły sprzedaż średnio o 14% i przyciągnęły 15 mln odwiedzających, czyli 10% więcej niż rok wcześniej. FACTORY pozostało wiodącą marką outletową w kraju, od lat odnotowując wzrost sprzedaży.

W centrach FACTORY działa ponad 400 butików outletowych, głównie mid-mass-market, ale coraz częściej dołączają do nich te z segmentu premium, jak Calvin Klein, Guess czy Tommy Hilfiger. Silną reprezentację stanowią marki modowe dla kobiet, mężczyzn i dzieci (m.in. Simple, Vera Wang, Digel, Pierre Cardin, Smyk, Coccodrillo). Bogatą ofertę prezentują też marki obuwnicze (m.in. Ecco, Geox, Wojas, Kazar czy Gino Rossi). Oferta centrów to również reprezentacja marek sportowych (m.in. Adidas, Reebok, Asics, Nike, 4F, Puma), outdoorowych (m.in. Elbrus, Hi-Tec, Mountain Warehouse), męskich (m.in. Lancerto,

Bytom, Próchnik, Vistula) mix fashion (United Colors of Benetton, Desigual, Reserved, Bestseller) oraz popularne marki Rossmann, Empik czy restauracja Sphinx. Nie brakuje również sklepów z biżuterią i akcesoriami (m.in. Apart, Kruk), kosmetykami (m.in. Ziaja, Inglot) czy artykułami wnętrzarskimi (m.in. Duka, Dajar Home & Garden, Home & Cook).

Osiągnięcia

- Stały wzrost sprzedaży w centrach FACTORY na przestrzeni ostatnich lat.
- 14% wzrost sprzedaży i 15 mln klientów w 2016 roku, czyli 10% więcej niż w roku ubiegłym. Największy wzrost sprzedaży odnotowały dwa warszawskie outlety: FACTORY Anopol i FACTORY Ursus. Największą liczbę klientów przyjęło natomiast FACTORY Kraków. Dużym powodzeniem cieszyły się również centra we Wrocławiu i Poznaniu.

• Utrzymanie pozycji lidera rynku outletów w Polsce – FACTORY pozostało wiodącą marką centrów wyprzedażowych w kraju.

• Centra FACTORY rozpoczęły stałą współpracę z Qpony.pl. Katalog z aktualnymi promocjami każdego centrum FACTORY dostępny jest na stałe w aplikacji. Do końca 2016 roku w aplikacji opublikowano ponad 2500 kuponów, które użytkownicy wyświetlili ok. 250 000 razy.

• W ramach akcji rabatowej towarzyszącej aplikacji Qpony.pl rozdystrybuowano aż 400 000 książeczek rabatowych. Promocja wyświetlona została ponad milion razy. W sumie w akcjach wspieranych przez aplikację wzięło udział aż 1,5 mln uczestników, co przełożyło się na 20% wzrost odwiedzalności centrów i znaczny wzrost obrotów w czasie trwania promocji.

• NEINVER z powodzeniem ukończył odnawianie certyfikatów BREEAM In-Use we wszystkich europejskich



objektach handlowych zarządzanych przez firmę od minimum dwóch lat, potwierdzając tym samym opinię developera zaangażowanego w ochronę środowiska. W Polsce odnowienie certyfikacji objęło cztery centra FACTORY. Wszystkie uzyskały ocenę very good. Poza tym piąte FACTORY Annapol zapewniło sobie pieczęć BREEAM In-Use po raz pierwszy. W obydwu przypadkach przyznano notę very good.

Oferta

- Centra FACTORY gromadzą znane marki polskie i światowe, w cenach stale obniżonych od 30% do 70%.
- Rozprzedaże to organizowane dwa razy w roku specjalne wyprzedaże oferty FACTORY. Rozprzedaże są prowadzone latem i zimą, a obniżki cen sięgają wówczas nawet 80%.
- Tematyczne weekendy rabatowe to specjalne akcje dodatkowych obniżek, przeznaczone dla wybranych grup klientów: Męski Weekend, Damski Weekend, Weekend Jeansowy, czy związane ze szczególnymi wydarzeniami w roku, np. weekend dla uczniów Back to school.
- Outletry FACTORY wyposażono w sieć nadajników beacon. Służą one przede wszystkim do informowania klientów o bieżących promocjach – osoby wchodzące do centrum otrzymują spersonalizowany komunikat na swojego smartfona.

Promocja Marki

- Smart shopping, czyli promowanie rozsądnych zakupów – dobrych marek w atrakcyjnych cenach, zakupów dobrze zaplanowanych, kompleksowych dla całej rodziny bądź na cały sezon.
- FACTORY Fashion Capsule – promocja idei szafy kapsułkowej, umożliwiającej wykorzystanie niewielkiej liczby ubrań i akcesoriów w różnorodnych stylizacjach. Akcja

prowadzona była w czterech miastach. Uznane stylistki ubierały klientki FACTORY.

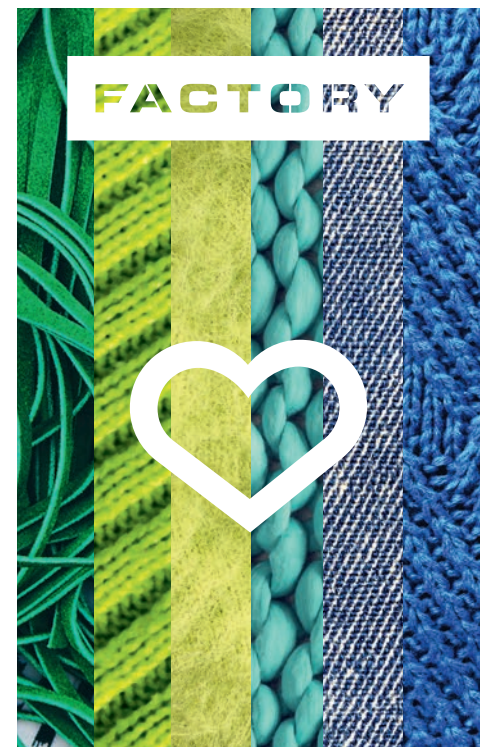
- FACTORY kocha miasto – platforma komunikacyjna centrów FACTORY, w której ramach wiosną i jesienią zaprezentowano kampanie wizerunkowe, w tym roku pod hasłem „miejski styl”. Nowa platforma komunikacyjna jest oparta na idei lokalności i budowaniu relacji z mieszkańcami.
- Centra FACTORY zadebiutowały na Instagramie – każde centrum ma swój osobny profil. W czasie dziewięciu miesięcy FACTORY zbudowało wokół nich społeczność liczącą ponad kilkanaście tysięcy fanów. Na profilach prezentowana jest głównie moda i miejski styl życia, a także informacje o bieżących promocjach i wydarzeniach.



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- FACTORY Outlets to pierwsze centra wyprzedażowe w kraju, które wydały specjalny poradnik dla swoich klientów. Książkę „W dobrym kierunku” można w dowolnej chwili pobrać ze strony www.factory.pl.
- Podczas sezonowych rozprzedaży w centrach FACTORY ceny spadają nawet do 80%.

- Wirtualny showroom – promuje indywidualną ofertę poszczególnych butików obecnych w centrach FACTORY. Przygotowane packshoty publikowane są w prasie kolorowej i na popularnych portalach internetowych.
- W dobrym kierunku to najnowsza książka FACTORY zachęcająca do zdrowego, świadomego i harmonijnego stylu życia. Publikacja jest interesującym zbiorem cennych porad z obszaru mody, finansów, kulinariów czy po prostu dobrego stylu życia.
- Stylowy Recykling to cykliczna akcja FACTORY, łącząca ważną ideę pomagania, ekologię i promocję marki FACTORY. Klienci przynoszą niepotrzebne im już ubrania do specjalnej szafy FACTORY, w zamian otrzymując kupony na zakupy w centrach. Odzież trafia do podopiecznych Polskiego Czerwonego Krzyża. W 2017 roku



www.factory.pl

HISTORIA MARKI

- 1996** Wprowadzono koncepcję centrów outletowych pod marką FACTORY. Pierwsze centrum powstało w Madrycie w Hiszpanii.
- 2002** Firma NEINVER otworzyła pierwsze centrum wyprzedażowe w Polsce – FACTORY Warszawa Ursus.

- 2006** Otwarto kolejne centrum – FACTORY Wrocław.
- 2007** Otwarto FACTORY Poznań.
- 2011** Powstało FACTORY Kraków.
- 2013** Otwarto kolejne centrum w Warszawie – FACTORY Annapol.

- 2015** FACTORY Ursus rozbudowano o ponad 30 nowych butików outletowych, czyniąc je największym centrum wyprzedażowym w aglomeracji warszawskiej.