

atlantic®

Marka Atlantic już od ponad 20 lat zapewnia swoim klientom świetny wygląd i samopoczucie dzięki nowoczesnej bieliznie o zawsze modnym designie i bardzo wysokiej jakości. Będąc w Polsce pionierem traktowania bielizny jako elementu mody i tożsamości, a nie tylko funkcjonalnej części garderoby, Atlantic adresuje swoje kolekcje do młodych, nowoczesnych ludzi, śledzących trendy w modzie, którzy ubraniem chcą wyrażać swoją osobowość oraz styl. Te wartości, połączone z niezmiennym naciskiem na jakość *premium* i staranne wykończenia, uczyniły markę Atlantic liderem na rynku bielizny damskiej i męskiej w Polsce oraz silnym graczem na wielu rynkach zagranicznych.

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Oryginalne i spójne z wizerunkiem marki sesje zdjęciowe to efekt pracy z najlepszymi polskimi fotografami, m.in. Piotrem Porębskim czy duetem Zuza Krajewska & Bartek Wieczorek.

Do współpracy zapraszani są też znani modele, którzy na co dzień pracują dla światowych marek – Fabio Delai (Prada, Yves Saint Laurent, Tom Ford), Bruno Santos (Versace, Giorgio Armani) czy Alena Blohm.



### Kontekst rynkowy

Dzięki konsekwentnie realizowanej przez lata strategii biznesowej, założona w 1993 roku przez Wojciecha Morawskiego firma Atlantic wyrosła na liczącego się gracza na rodzimym rynku oraz zagwarantowała sobie pozycję lidera wśród przedsiębiorstw oferujących bieliznę w Polsce (Drivery&Bariery, sierpień 2011, Dom Mediowy Starcom). Od 1996 roku Atlantic działa również z sukcesem na rynkach zagranicznych, a głównie obszary ekspansji to Rosja, Ukraina, Białoruś, Armenia i Republiki Bałtyckie. Obecnie produkty z logo marki znaleźć można na 16 rynkach.

Atlantic koncentruje się na sprzedaży poprzez sieć własnych salonów firmowych i franczyzowych oraz salonów multibrandowych. Aktualnie sieć sprzedaży marki to ponad 200 salonów monobrandowych oraz kilkaset multibrandowych w Polsce i na świecie. To jednak nie koniec aktywności spółki, która w kolejnych latach planuje rozszerzać swoją sieć o kolejne lokalizacje, zarówno w Polsce, jak i na pozostałych rynkach, na których jest obecna. Uzupełnieniem sieci sklepów stacjonarnych jest działający od 2010 roku sklep internetowy, który obsługuje 3 rynki – polski, rosyjski i ukraiński.

### Oferta

Od początku istnienia firmy, co sezon, własna pracownia projektowa tworzy wzory bielizny, dla których inspiracją stają się najnowsze trendy w świecie mody, prezentowane na wybiegach światowych projektantów. To odzwierciedla podstawowe wartości i kompetencje marki: modowy charakter kolekcji, w zgodzie z najnowszymi trendami w modzie światowej, innowacyjność w rozwiązaniach konstrukcyjnych i materiałach oraz jakość *premium*, odpowiadającą potrzebom najbardziej wymagających Klientów. Atlantic stawia na innowacyjność. Nieustannie prowadzi badania i rozwija się, aby jeszcze lepiej zaspokajać rosnące oczekiwania klientów. Stąd stałe wdrażanie nowych, innowacyjnych rozwiązań w zakresie materiałów i krojów, np. Magic Push-up lub Magic Pocket.

W portfolio marki znajduje się szeroka gama nowoczesnej bielizny, bielizny nocnej i *beachwearu* dla kobiet oraz mężczyzn. Marka, tak jak wszyscy światowi liderzy tej kategorii, przygotowuje kolekcje fashion – wiosna/lato oraz jesień/zima, w ramach których występują linie okazjonalne. Całe portfolio tworzy spójny wizerunek wiodącej, stale rozwijającej się marki bielizny w stylu fashion.

W najnowszej kolekcji Atlantic na sezon wiosna/lato 2014 marka wyznacza kierunek zgodny ze światowymi trendami, tworząc kolekcję pełną ciekawych i modnych krojów, innowacyjnych materiałów oraz możliwości wyrażenia siebie.

Kolekcja damska Atlantic na ten sezon to dwie niezwykle nowoczesne i utrzymane w klimacie fashion linie – Flash Code i Pink Revolution. Każda z nich to odrębne spojrzenie na wymiar kobiecości. Męska kolekcja Atlantic na sezon wiosna/lato 2014 została zaprojektowana z myślą o aktywnych, pewnych siebie mężczyznach, lubiących oryginalny nowoczesny design i wysokiej jakości materiały. Wyznaczając światowe trendy w modzie, Atlantic stworzył dwie linie produktowe dla mężczyzn – Marine i Performance. Obie linie charakteryzuje modny *look* i oryginalny męski styl.

### Osiągnięcia

Atlantic jest laureatem wielu nagród i wyróżnień przyznanych zarówno produktom marki, jak i samej firmie, m.in. srebrne godło Laur Konsumenta (2005), Created in Poland Superbrands (2013). Jednak najważniejszym wyznacznikiem dobrej kondycji firmy są dla jej twórców przede wszystkim pozytywne opinie stałych klientów, a także stale rosnąca liczba nowych.

W listopadzie 2013 roku Atlantic odebrał nagrodę ekskluzywnego rosyjskiego magazynu branżowego „Profashion” dla najlepszego monobrandu w kategorii bielizna. Redakcja doceniła rosnącą rolę marki Atlantic na rosyjskim rynku odzieżowym oraz potencjał oferty produktowej, a także rozwój sieci salonów. Wyróżnienie magazynu „Profashion” dowodzi, że Atlantic jest brandem docenianym przez profesjonalistów i ekspertów na rynku rosyjskim. Atlantic został nominowany także w kategorii „Najlepszy franczyzodawca”, znajdując się w otoczeniu takich marek jak Michael Kors, Louis Vuitton i Hugo Boss.

Aby sprostać wyzwaniom związanym z utrzymaniem silnej rynkowej pozycji, Atlantic inwestuje w ciągły rozwój. W 2008 roku w Pniewach koło Grójca otwarto nowoczesne centrum logistyczne, w którym Atlantic wykorzystuje innowacyjne systemy informatyczne (SAP) i procesy logistyczne.

### Promocja Marki

Atlantic od ponad 20 lat wyznacza trendy na polskim rynku bielizny oraz dba nie tylko o komfort noszenia i szeroko rozumianą atrakcyjność produktów, lecz także o wizerunek i pozycję marki na europejskim rynku modowym.



W marcu 2013 roku w łódzkiej Manufakturze został otwarty flagowy salon Atlantic, który wyróżnia się modowym charakterem oraz nowoczesnym, designerskim wnętrzem.

### Wartości Marki

Wartości, będące od początku misją marki Atlantic, to modowy charakter kolekcji, innowacyjność oraz wysoka jakość. Atlantic zapoczątkował także w Polsce trend odejścia od wyłącznie funkcjonalnego traktowania bielizny na rzecz bardziej emocjonalnego, osobistego podejścia, rozpoznając i odpowiadając na ewoluujące w tym kierunku potrzeby klientów, którzy szukają w modzie możliwości wyrażenia siebie i swojej wyjątkowości.

[www.atlantic.pl](http://www.atlantic.pl)

## HISTORIA MARKI

- 1993:** Założenie firmy Atlantic przez Wojciecha Morawskiego.
- 1995:** Wprowadzenie na polski rynek pierwszej kolekcji marki Atlantic.
- 1996:** Debiut produktów z logo Atlantic na rynku rosyjskim i ukraińskim.
- 2000:** Wprowadzenie pierwszej kolekcji kostiumów kąpielowych.
- 2004:** Atlantic na 59. miejscu w rankingu najdroższych marek polskich („Rzeczpospolita” oraz firmy Ernst&Young Corporate Finance i AC Nielsen Polska).
- 2007:** Powstanie spółek zależnych w Rosji i na Ukrainie.
- 2010:** Uruchomienie sklepu internetowego.
- 2012:** Przekształcenie Atlantic Sp. z o.o. w Atlantic S.A.
- 2013:** Otwarcie pierwszego Concept Store w łódzkiej Manufakturze.
- 2013:** Wyróżnienie marki Atlantic jako najlepszego monobrandu w kategorii bielizna przez rosyjski branżowy magazyn „Profashion”.
- 2014:** Nowa odsłona serwisu internetowego i sklepu on-line.
- 2014:** Atlantic otrzymał prestiżową nagrodę Najwyższa Jakość Quality International 2014.