

BLACK RED WHITE

Black Red White należy do czołówki najbardziej rozpoznawalnych i najwyżej cenionych polskich marek. Dzięki wysokiej jakości wyrobów, zróżnicowanemu wzornictwu i konkurencyjnym cenom, meble, dodatki i oświetlenie z bogatej oferty Black Red White już od ponad 20 lat goszczą w polskich domach. Klienci cenią markę za wysokie standardy obsługi i rozbudowaną ofertę, a stale modernizowane ekspozycje w salonach dają odwiedzającym możliwość zapoznania się z najnowszymi trendami wnętrzarskimi na polskim rynku.

Kontekst rynkowy

Black Red White to marka, której celem jest tworzenie wnętrz dających radość i polepszających życie. Dlatego dużą wagę przykładają do jakości i estetyki zarówno swoich produktów, jak i sposobu ich prezentacji. Swoje pomysły na urządzenie wnętrz pokazują w postaci pięknie i funkcjonalnie zaaranżowanych salonów, starannie przygotowanych katalogów i broszur oraz na stronie internetowej. Black Red White nieustannie dąży do tego, aby sposób prezentacji mebli i dodatków osiągał coraz wyższe standardy, a proponowane rozwiązania inspirowały klientów do wprowadzania pozytywnych zmian w ich domach. Natomiast lojalność klientów i ich przywiązanie do marki motywuje do podejmowania kolejnych ambitnych działań rynkowych. Obecnie Black Red White jest największą polską grupą meblarską, producentem i dystrybutorem mebli oraz artykułów wyposażenia wnętrz z około 20 proc. udziałem w rynku pod względem wartości sprzedaży.

Historia tego meblowego giganta, stabilne wyniki finansowe oraz intensywny i ciągły rozwój są doskonałym dowodem na to, że produkty oferowane przez markę nie ustępują miejsca światowym potentatom.

Grupa lokuje ponad 40 proc. swojej sprzedaży za granicą. Asortyment Black Red White dostępny jest, poza rynkiem polskim, w ponad 40 krajach świata, m.in.: Czechach, Słowacji, Węgrzech, Rumunii, Rosji, Łotwie, Litwie, Estonii, Ukrainie, Białorusi, Niemczech, Austrii, Belgii, Bułgarii, Bośni i Hercegowinie, Chorwacji, Serbii, Grecji, krajach skandynawskich, Kazachstanie, Kirgistanie, Mongolii, Nowej Zelandii, Wielkiej Brytanii czy Kanadzie.

Historia Marki

Założycielem i jednocześnie twórcą marki Black Red White jest Tadeusz Chmiel, który w latach 80. we własnym, niewielkim zakładzie stolarskim w Chmielku wykonał pierwsze wzory mebli. W 1991 roku firma przyjęła nazwę P.P.H. Black Red White, a zainteresowanie produkowanymi przez nią meblami było na tyle duże, że w niedługim czasie otworzyła zakłady produkcyjne i magazynowe w Biłgoraju (1996). Z czasem dołączyły do nich kolejne, w tym główna spółka produkcyjna BRW Sp. z o.o. oraz centrum logistyczne w Mieleckiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej (1997). W 1999 przedsiębiorstwo przekształciło się w spółkę akcyjną – powołano BLACK RED WHITE S.A.

Kolejne lata działalności to ciągły rozwój i rozbudowa firmy: w latach 2002-2003 powstały zakłady produkcyjne na Ukrainie i Białorusi oraz rozpoczęto budowę własnej sieci



sprzedaży detalicznej w Polsce (2003). Zaczęto też powoływać pierwsze spółki zależne: Meble-Black Red White sp. z o.o. (2003) oraz THK Europe Sp. o.o. odpowiedzialną za ofertę dodatków (2005). W 2005 roku spółka wykupiła większość udziałów Atlas Meble Kuchenne.

Rozwojowi na polskim rynku towarzyszyła ekspansja poza granicami Polski: utworzono spółki handlowe w Bośni i Hercegowinie, na Słowacji (2009) oraz na Węgrzech (2012). W 2014 roku powołano w strukturach Grupy spółkę handlu hurtowego w Czechach.

Jednocześnie rozpoczęto inwestycje w kolejne punkty sprzedaży w Polsce. W latach 2007-2009 otwartych zostało 12 wielkopowierzchniowych salonów firmowych, a w 2013 roku własna sieć sprzedaży detalicznej liczyła już 74 sklepy. Od 2013 roku intensywnie rozbudowywano także sieć salonów kontrahenckich Black Red White.

Obecnie w skład Grupy Kapitałowej wchodzi BLACK RED WHITE S.A. oraz 22 spółki

zależne, w tym 11 podmiotów zagranicznych. Działalność produkcyjna na rzecz Black Red White prowadzona jest w 21 zakładach produkcyjnych w Polsce i za granicą. Dynamiczny rozwój Black Red White sprawił, że w 2015 roku zdecydowano się na wprowadzenie nowej identyfikacji wizualnej marki.

Osiągnięcia

Black Red White od lat jest liderem pod względem wartości sprzedaży wśród rodzimych producentów mebli skrzyniowych i kuchennych. Funkcjonalność, jakość i estetykę oferowanych mebli potwierdzają zaś liczne nagrody i wyróżnienia przyznawane zarówno przez ekspertów z branży meblarskiej, jak i konsumentów. Produkty marki od lat zdobywają uznanie w prestiżowych konkursach, m.in. Dobry Design, Meble Plus – Produkt Roku, Diament Meblarstwa, Konsumentki Lider Jakości czy Produkt Roku 2014 (godło Centralnego Biura Certyfikacji Krajowej). Badania konsumenckie potwierdzają zaufanie klientów do marki – Black Red White zdobył tytuły Firmy Roku 2014 oraz Superbrands 2014/15.

Doskonałą kondycję Grupy Black Red White potwierdza jej obecność w Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek 2013 przeprowadzonym przez „Rzeczpospolitą”. We wcześniejszych latach Grupa znalazła się także wśród laureatów Diamentów Forbesa (2010) oraz Filarów Polskiej Gospodarki (2012). „Kurier Lubelski” oraz „Dziennik Wschodni” wyróżniły spółkę w rankingach największych firm Lubelszczyzny w takich kategoriach jak: Firmy z największym przyrostem zatrudnienia czy Największy

pracodawcy, a w badaniu Superbrands 2014/15 zdobyła tytuł Created in Poland Superbrands oraz Business Superbrands.

Doceniona została również działalność eksportowa Black Red White oraz istotny wkład w promowanie Lubelszczyzny w kraju oraz poza granicami Polski. Marka otrzymała m.in. prestiżowy tytuł Ambasadora Województwa Lubelskiego w 12. edycji plebiscytu organizowanego przez Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego oraz znalazła się wśród laureatów Rankingu Exporters in Poland zorganizowanego przez „Warsaw Business Journal” (2013).

Black Red White chętnie angażuje się w przedsięwzięcia charytatywne. Przykładem jest udział w akcji „Reszta w Twoich rękach” organizowanej w 2013 roku przez Mennicę Polską wraz z UNICEF oraz w akcji „Cała reszta to szczęście” organizowanej w 2014 roku przez Mennicę Polską oraz Fundację TVN „Nie jesteś sam”.

Dzięki wdrożeniu nowej polityki energetycznej i przystąpieniu do programu organizacji Auraeko, Black Red White może poszczycić się certyfikatem „Firmy przyjaznej naturze”.

Oferta

Black Red White oferuje klientom rozbudowane portfolio mebli przeznaczonych do kompleksowego wyposażenia pokoi dziennych, młodzieżowych, sypialni, jadalni, przedpokoi i kuchni. Marka proponuje również meble tapicerowane, szafy z drzwiami przesuwными i materace. Funkcjonalność, nowoczesne rozwiązania technologiczne oraz atrakcyjne i urozmaicone wzornictwo – te cechy wyróżniają meble polskiej grupy meblarskiej. Ich dopełnieniem są artykuły wyposażenia wnętrz – tekstylia, oświetlenie, dekoracje, dywany oraz akcesoria niezbędne w łazience, kuchni, garderobie czy jadalni. Dzięki wykorzystaniu nowoczesnych technologii klienci Black Red White mają także możliwość samodzielnego projektowania mebli odpowiadających ich gustom i indywidualnym potrzebom. Przełomowa kolekcja Possi daje nieograniczone możliwości wyboru, a swoje meble można projektować przez internet.

Klienci salonów Black Red White nie tylko otrzymują kompleksową ofertę wyposażenia wnętrz w jednym miejscu, lecz także mogą liczyć na szybkie i przyjemne zakupy. Jest to możliwe dzięki funkcjonalnie zorganizowanej ekspozycji sklepów, które podzielone są na strefy – pokoje dzienne, młodzieżowe, jadalnie, sypialnie, kuchnie czy wyprzedaże. Sprzedaż detaliczna realizowana jest przez rozbudowaną sieć dystrybucji zarówno w kraju, jak i poza jego granicami, za pośrednictwem salonów własnych oraz setek partnerów handlowych. W Polsce sprzedaż mebli i artykułów wyposażenia wnętrz – poza ok. 600 punktami partnerskimi – prowadzona jest przez sieć 74 salonów własnych, w tym 12 sklepów wielkopowierzchniowych we Wrocławiu, Krakowie, Lublinie, Zabrzu, Będzinie, Chorzowie, Łodzi, Bydgoszczy, Poznaniu, Warszawie i Gdańsku. Firma posiada również salony własne poza granicami kraju, zlokalizowane głównie na terenie Ukrainy, Białorusi, Słowacji i Węgier.

Promocja Marki

Marka Black Red White od lat prowadzi stałą, intensywną komunikację nastawioną na klientów. Są to zarówno działania marketingowe promujące ogólnopolskie i lokalne akcje promocyjne, jak i kampanie wizerunkowe. Wspiera również działania reklamowe swoich zagranicznych partnerów.

Strategia komunikacyjna Black Red White obejmuje wszelkie dostępne kanały – marka wykorzystuje zarówno nowoczesne, jak i tradycyjne media, takie jak telewizja, internet, radio, prasa i outdoor. Prowadzi także stałą komunikację PR. Podejmowanymi działaniami wspiera własne salony sprzedaży detalicznej oraz współpracujących z Black Red White kontrahentów.

Ostatnie wydarzenia

Rok 2015 przyniósł marce zmianę systemu komunikacji wizualnej. Odświeżono wizerunek Black Red White, jeszcze bardziej przybliżając markę klientom.

www.brw.com.pl

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Od początku swojego istnienia marka związana jest z Lubelszczyzną. Założycielem firmy, a jednocześnie twórcą marki Black Red White, jest Tadeusz Chmiel, który w latach 80. XX wieku wykonał pierwsze wzory mebli we własnym, niewielkim zakładzie stolarskim w miejscowości Chmiel.
- Na rzecz Black Red White, w spółkach zależnych oraz współpracujących z Grupą, pracuje łącznie ponad 11 tys. pracowników.
- Meble Black Red White dostępne są w ponad 40 krajach na całym świecie.

