

FACTORY

FACTORY to wiodąca na polskim rynku marka centrów wyprzedażowych, administrowana przez firmę NEINVER - lidera branży w Polsce i Hiszpanii. Centra FACTORY zlokalizowane w Warszawie (FACTORY Annapol i FACTORY Ursus), Krakowie i Poznaniu, tworzą największą w kraju sieć odwiedzaną rokrocznie przez miliony klientów poszukujących wysokiej jakości produktów w stale obniżonych cenach.



Kontekst rynkowy

FACTORY jest pierwszą i największą siecią centrów wyprzedażowych, która zaistniała w Polsce. FACTORY Ursus, otwarte w 2002 roku, było pierwszym outletem na terenie naszego kraju. Obecnie na polskim rynku funkcjonuje jeszcze 14 centrów o podobnym formacie, należących do innych operatorów. Większość z nich zlokalizowana jest w Polsce centralnej i południowej. Outletry z Grupy NEINVER są zlokalizowane w Warszawie (FACTORY Ursus i FACTORY Annapol), Poznaniu i Krakowie. Utrzymują one stałą dynamikę wzrostu wartości sprzedaży zapewniając swoim klientom szeroką ofertę produktów z obszaru mid-mass market i premium. W centrach handlowych sieci FACTORY zlokalizowanych na obrzeżach aglomeracji, ale z łatwym dostępem komunikacją miejską, jak również własnym transportem, znajduje się ponad 400 sklepów niemal wszystkich branż, w których nawet naj-

bardziej wymagający klienci wybiorą idealny dla siebie produkt. W 2018 roku centra FACTORY odwiedziło ponad 11,3 mln osób. Komfort zakupów zapewniają estetyczne, nowoczesne i funkcjonalne przestrzenie handlowe, wyposażone w liczne udogodnienia – np. parkingi ze stacjami ładowania pojazdów elektrycznych. FACTORY dba także o rodziny wybierające się na zakupy z dziećmi - w centrach zaaranżowane zostały pokoje dla rodziców z dziećmi, place zabaw i mini-kina dla najmłodszych.

Oferta

FACTORY ma w swojej ofercie wiele popularnych marek światowych i lokalnych. Ich ceny są zawsze niższe – od 30% do aż 70% od cen standardowych, a w okresach finału sezonu, czyli specjalnych okresach wyprzedaży outletowej, ceny spadają jeszcze bardziej – nawet do 80%. Finały Sezonu – wcześniej nazywane rozprzedażami - prowadzone są latem i zimą. Ponadto, często

pojawiają się także promocyjne oferty okresowe – z okazji np. Walentynek czy też Dnia Dziecka. Jeszcze większe niż standardowo rabaty obowiązują także podczas tematycznych weekendów specjalnych – wyjątkowych akcji rabatowych skierowanych do wybranych grup klientów lub skoncentrowanych na odpowiednich branżach, jak: Weekend Męski, Weekend Damski czy Jeans Week albo Weekend Butów i Dodatków. FACTORY stale współpracuje z prasą lifestyleową i tytułami takimi jak „Avanti” i „Logo”, biorąc udział w organizowanych przez nie Weekendach Zniżek. Podczas akcji w magazynach dostępne są strony z atrakcyjnymi kuponami rabatowymi do salonów FACTORY. W centrach FACTORY nie brakuje też indywidualnych ofert specjalnych wprowadzanych przez poszczególne marki. Najwięcej salonów w galeriach FACTORY mają marki modowe oferujące odzież dla kobiet, mężczyzn i dzieci (m.in. Simple, Lidia Kalita, Mango, Tatum, Pierre Cardin, Smyk, Coccodrillo,

Lancerto, Bytom, Próchnik, Vistula, United Colors of Benetton, Desigual, Reserved, Levis). Coraz silniej reprezentowane są także marki z segmentu premium takie jak: Trussardi, Guess, Calvin Klein czy Lacoste. Bogaty asortyment oferują marki obuwnicze (m.in. Ecco, Geox, Wojas, Kazar czy Gino Rossi), sportowe (m.in. Adidas, Reebok, Asics, Nike, 4F, Puma) i outdoorowe (m.in. Elbrus, Hi-Tec, Mountain Warehouse). W centrach FACTORY nie brakuje również sklepów z biżuterią i akcesoriami (m.in. Apart, Kruk), kosmetykami (m.in. Ziaja, Inglot, Rossmann) czy artykułami wnętrzarskimi (m.in. Duka, Dajar Home & Garden, Home & Cook). W galeriach oprócz sklepów z promocyjnymi cenami znajdują się także strefy przeznaczone do rekreacji i rozrywki, takie jak place zabaw dla dzieci czy też popularne restauracje i cukiernie np. Sphinx, Grycan.

Osiągnięcia

FACTORY od lat pozostaje liderem rynku centrów wyprzedażowych w Polsce i najlepiej rozpoznawalną marką outletową w kraju. W 2018 roku, pomimo wyłączenia z handlu 23 niedziel, sieć odnotowała stabilny wzrost wartości sprzedaży na poziomie 1%, a cztery polskie centra administrowane przez NEINVER odwiedziło aż 11 350 000 klientów. FACTORY chętnie wspiera wydarzenia kulturalne i sportowe. Tylko w ubiegłym roku sieć sponsorowała takie lokalne inicjatywy jak „PZU Cracovia Półmaraton Królewski” oraz „Ursus biega”, a także wspierała strefy chillout na miejskich plażach. Na uwagę zasługuje także oryginalny sposób, w jaki FACTORY promował swoją ofertę na popularnych stokach narciarskich podczas kampanii „Łowco, stoki do zdobycia” organizując Strefy Active w i zachę-



cając do aktywności sportowej. FACTORY wspiera także działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Galerie handlowe FACTORY posiadają certyfikaty potwierdzające ich zaangażowanie w ochronę środowiska naturalnego – np. certyfikat BREEAM In-Use gwarantuje, że budynki galerii są w doskonałej kondycji, przy ich powstaniu wykorzystano nowoczesne technologie, dzięki czemu lepiej funkcjonują i spełniają rosnące oczekiwania najemców.

Promocja marki

Centra FACTORY zintensyfikowały działania w dwóch popularnych kanałach społecznościowych, gromadząc wiernie grono ponad 100 000 obserwujących. Na profilu Facebook prezentowane są informacje o ważnych wydarzeniach poszczególnych centrów.



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

FACTORY współpracuje z Traficarem, umożliwiając klientom powrót wypożyczonym autem po udanych zakupach. Samochody tej popularnej aplikacji są wypożyczane na minuty i dostępne na parkingach wszystkich outletów w Polsce.

84 500

Tyle metrów kwadratowych wynosi łączna powierzchnia handlowa obiektów FACTORY w Polsce.

nych centrów oraz liczne oferty promocyjne, natomiast profil na Instagramie obserwowany przez 12 000 klientów ma charakter inspiracyjny. Aby jeszcze bardziej wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów FACTORY zainicjowało kreatywną kampanię reklamową „Barwy łowcy”. Jej założeniem jest świeże spojrzenie na wszystko, co modne, w połączeniu z nowoczesną stylistyką i kolorystyką. Modele ubrani w stylizację dostępne w outletach FACTORY, prezentują ofertę marki na wielkoformatowych nośnikach reklamowych zlokalizowanych w 130 miejscach w Polsce. Hasło reklamowe kampanii charakteryzuje profil klienta FACTORY, poszukującego atrakcyjnych okazji zakupowych – dobrych marek w niskich cenach – dla którego zakupy to przyjemność i dobra zabawa.

Ostatnie wydarzenia

W 2018 roku FACTORY Poznań, jedyne centrum outletowe w Wielkopolsce, przeszło gruntowną modernizację: wymieniono m.in. posadzki, unowocześniono korytarze prowadzące do toalet, powstały nowe strefy wypoczynku z naturalną roślinnością oraz punktami ładowania urządzeń mobilnych. Centrum zyskało również infrastrukturę ułatwiającą zakupy rodzinom z dziećmi, m.in. zbudowano nowy plac zabaw i unowocześniono pokoje dla rodziców. W krótkim czasie podobną zmianę przeszły również pozostałe outlety z sieci FACTORY.

www.factory.pl

HISTORIA MARKI

2002 Otwarcie FACTORY Warszawa Ursus – pierwszego centrum wyprzedażowego w Polsce.

2006 Otwarcie FACTORY Wrocław.

2007 Otwarcie FACTORY Poznań.

2011 Otwarcie FACTORY Kraków.

2013 Otwarcie FACTORY Warszawa Annapol.

2015 Otwarcie centrum FACTORY Ursus po rozbudowie: 30 nowych salonów outletowych, nowy parking podziemny i naziemny, unowocześnione wnętrza i otoczenie obiektu.

2018 Otwarcie nowoczesnej strefy restauracyjnej FACTORY Kraków wraz z zakończeniem gruntownej renowacji wnętrza.

2018 Zakończenie procesu modernizacji wnętrza całej sieci outletów FACTORY wraz z rozbudową oferty dodatkowej, m.in. mini-kina, place zabaw, strefy relaksu z punktami ładowania urządzeń mobilnych, pokoje dla rodziców z dziećmi, etc.