



dołącz do ulubionych

Koncepcja wprowadzenia do Polski sieci centrów handlowych zainicjowana została przez koncern METRO Group w latach 90. Utworzone wówczas M1 było pierwszą taką siecią na polskim rynku. Przez ponad 20 lat działalności M1 ewoluowało, dostosowując swoją ofertę do wciąż zmieniających się potrzeb klientów oraz wielokrotnie wyznaczało kierunek działań dla innych graczy na rynku. Dziś M1 to marka dynamicznie rozwijających się centrów handlowych, słynących z wielu akcji promocyjnych i chętnie odwiedzanych przez klientów.



#### Kontekst rynkowy

Gdy w latach 90. wprowadzono sieć do Polski, długo zastanawiano się nad jej nazwą. Obecna prezes zarządu METRO Properties, Renata Kinde-Czyż, zaproponowała wówczas, aby nazwa centrów nawiązywała do sloganu „number one”, z uwagi na to, że będzie to pierwsza w kraju sieć centrów handlowych. Takie były początki marki M1 – „M” jak METRO Group, „1” jak pierwsza sieć w Polsce. Obecnie rynek centrów handlowych, na którym działa marka M1, wciąż dynamicznie się rozwija. W 2015 roku, zgodnie z danymi PRCH, w Polsce działało ponad 400 centrów handlowych. Całkowita istniejąca podaż powierzchni handlowej w dużych obiektach to 10,5 miliona metrów kwadratowych! Jednym z najsilniejszych graczy na tym rynku jest METRO Properties, spółka zarządzająca nieruchomościami należącymi do koncernu METRO Group w obrębie 30 państw. METRO Properties na polskim rynku obecne jest już drugą dekadę i oferuje wszystkie usługi z zakresu planowania, budowy i zarządzania obiektami handlowymi, usługowymi i biurowymi. METRO Properties zarządza obecnie 4 parkami handlowymi oraz 9 centrami M1 zlokalizowanymi w miastach liczących powyżej 200 tys. mieszkańców.

#### Osiągnięcia

Zarówno METRO Properties, jak i sama marka M1 są laureatami wielu wyróżnień. Do najważniejszych zaliczyć można:

- Międzynarodowa nagroda Solal Marketing Awards 2009 przyznana zarządcy M1, firmie METRO Properties,

za przeprowadzoną przy współpracy z Fundacją Dziecięca Fantazja kampanię na rzecz nieuleczalnie chorych dzieci.

- Nagroda PRCH Awards 2010 w kategorii Kampania Prosprzedażowa za akcję „Zimowa Loteria w Centrach Handlowych M1” przeprowadzoną we wszystkich punktach M1. Nagrodę otrzymał zarządca Centrów Handlowych M1.
- Certyfikat BREEAM In-Use odnowiony w 2015 roku – w zakresie oceny stanu nieruchomości czyli kategorii „Asset Rating” cała sieć M1 podniosła swoją ocenę do „Excellent”. W zakresie sposobu zarządzania – M1 Kraków i M1 Poznań uzyskały najwyższą możliwą ocenę „Outstanding”, a pozostałe centra utrzymały notę „Excellent”. Jedynie 3 proc. audytowanych budynków osiągnęło tak wysokie wyniki – jest to rekord na skalę europejską. Podczas procesu certyfikacji szczegółowym audytem obejmuje się szereg aspektów funkcjonowania nieruchomości – jej wpływu na środowisko, sześć pojętych zagadnieniami ekologicznymi, zarządzania energią, higieną, bezpieczeństwem, sortowaniem odpadów, czy też udogodnieniami dla rowerzystów.
- Nagroda Premium Brand – Marka Wysokiej Reputacji 2015, którą została uhonorowana sieć Centrów Handlowych M1.
- Nagroda Exceptional Growth Story 2015 przyznawana przez Warsaw Business Journal, która podkreśla wyjątkowe tempo rozwoju działalności.
- Godło Superbrands Created in Poland 2013/2014 oraz 2014/2015.
- Nagroda Top Marka – Laur Konsumenta za 2015 rok.
- Najwyższe wyróżnienie w Polsce dla marketerów centrów handlowych czyli nagroda Polskiej Rady Centrów Handlowych (PRCH) za Kampanię Wizerunkową roku

w postaci telewizyjnego show „Shopping Queen” emitowanego na antenie Polsatu i Polsat Cafe.

- Wyróżnienie podczas gali PRCH za organizację dwóch sezonów ligi ESL – ogólnopolskiej ligi sportów komputerowych (rozgrywek on-line Battlefield – Global Offensive oraz League of Legends) – przeznaczonych dla dzieci i młodzieży. M1 działa również na polu dobroczynności, organizuje zbiórki artykułów dla potrzebujących, karmy dla psów w schroniskach, darmowe konsultacje medyczne, wymianę glukometrów dla chorych na cukrzycę, czy zbiórki pieniężne przy współpracy z wieloma fundacjami. Przez 3 lata wspólnie z Fundacją Dziecięca Fantazja organizowało największą trasę koncertową w historii branży pod hasłem „Marzenia z gwiazdami i... z fantazją”. Koncerty odbywały się na terenie Centrów Handlowych M1 w całej Polsce. Akcja pozwoliła na spełnienie ponad 500 marzeń nieuleczalnie chorych dzieci – podopiecznych Fundacji.

#### Oferta

Centra Handlowe M1 to placówki skupiające pod jednym dachem zarówno sklepy wielkopowierzchniowe, jak i detaliczne oraz punkty usługowe. Pierwsze Centrum Handlowe M1 otwarto w 1997 roku, obecnie sieć M1 to 9 centrów handlowych działających na obszarze centralnej i południowej Polski (Bytom, Czeladź, Częstochowa, Kraków, Łódź, Marki, Poznań, Radom i Zabrze). Centra są systematycznie modernizowane i rozbudowywane, m.in. wyposażone w udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością, kobiet karmiących i rodziców z małymi dziećmi. W większości Centrów Handlowych M1 znajdują się strefy, nazywane Krainą Dzieci, zaaranżowane z myślą o najmłod-



szych. To specjalnie przygotowane miejsca, w których dostępne są takie atrakcje, jak: baseny z kulkami, konsole do gier, ścianki wspinaczkowe. Rodzice mają możliwość organizacji dla swoich pociech urodzin lub innych imprez okazjonalnych. Kraina Dzieci to bezpłatne „przedszkole”, w których na czas zakupów rodzice mogą bezpiecznie zostawić swoje pociechy pod fachową opieką.

#### Promocja Marki

Marka M1 zapisała się na kartach historii centrów handlowych w Polsce jako brand, który jako pierwszy na rynku wprowadza innowacyjne rozwiązania promocyjne:

- Od 2001 roku we wszystkich Centrach Handlowych M1 dwa razy do roku przeprowadzane są akcje promocyjne pod nazwą „Loteria”. Podczas wielkiego finału losowani są laureaci, którzy otrzymują nagrodę główną w postaci wysokiej klasy samochodu osobowego (w każdym Centrum Handlowym M1 do wygrania jest jeden samochód). Do końca 2015 roku M1 rozdało swoim klientom łącznie 189 samochodów.

#### HISTORIA MARKI

- 1997** Otwarcie M1 Czeladź.
- 1998** Otwarcie M1 Bytom, M1 Poznań oraz M1 Radom.
- 1999** Otwarcie M1 Marki, M1 Częstochowa, M1 Łódź oraz M1 Zabrze.
- 2001** Otwarcie M1 Kraków.

- M1 znane jest również z cyklicznych akcji, których głównym celem jest urozmaicenie i uatrakcyjnienie klientom czasu spędzonego na zakupach. Od 7 lat w M1 regularnie organizowane są prawdziwe „pchle targi”, podczas których klienci mogą znaleźć dzieła sztuki, militaria, antyki a nawet stare płyty winylowe. Od 9 lat odbywają się także jarmarki dla miłośników tradycyjnego, regionalnego, ekologicznego i „slow-foodowego” jedzenia.
- We wszystkich centrach M1 organizowane są również cykliczne akcje promocyjne dedykowane dzieciom. Są to m.in. targi edukacyjne, spotkania ze znanymi postaciami z bajek (np. Bobem Budowniczym i Scooby-Doo), LEGO Star Wars, Angry Birds czy wystawy samochodów bajkowych i filmowych.
- W 2012 roku M1 przeprowadziło akcję promocyjną „Milionada”, której zwycięzca otrzymał najwyższą w historii centrów handlowych w Polsce nagrodę pieniężną w wysokości 1 000 000 zł.
- Marka M1, jako pierwsza sieć centrów handlowych w Polsce, zdecydowała się w 2012 roku na wzmocnienie komunikacji marketingowej poprzez wykorzystanie ogólnopolskiej telewizji.

- Rok 2014 był dla reklamy Centrów Handlowych M1 jednym z ważniejszych w historii. Zorganizowano wówczas niestandardowe, jak na tego typu przestrzenie komercyjne, wydarzenia promocyjne. Wśród nich – „Mistrzostwa Polski w grach komputerowych”, które podzielono na dwa sezony powiązane z rozgrywkami turnieju ESL Pro Series. Blisko 500 000 osób obejrzało w specjalnym kanale telewizyjnym ESL.tv transmisję na żywo z rozgrywek odbywających się w M1.
- Przy współudziale i pod kuratelą największych autorytetów w dziedzinie zapachu specjalnie na potrzeby M1 powstała interaktywna wystawa odkrywająca tajemnice perfumiarstwa. Wydarzeniu towarzyszyła prezentacja zapachowej instalacji artystycznej światowej sławy naukowca i artystki – wizjonerki Sissel Tolaas.

- W 2013 roku sieć M1 gościła popularny program „Bez Recepty” – lekarze specjaliści konsultowali klientów M1 i pomagali im w rozwiązywaniu problemów zdrowotnych oraz w walce ze skomplikowanymi chorobami.
- M1 jako pierwsze w historii branży zaangażowało się w 2014 roku w produkcję programu telewizyjnego „Shopping Queen”, emitowanego na antenie Polsat Cafe. Każdy odcinek kręcony był w innym centrum sieci M1, a uczestniczki – klientki M1 – brały udział w prawdziwej „bitwie” na najlepsze stylizacje. Program od stycznia 2015 roku emitowany był również na antenie Polsatu. Od czasu premiery pierwszego odcinka późnym latem 2014 roku „Shopping Queen” oglądany był ponad 10 milionów razy!
- W 2014 roku, na zaproszenie jednego z największych najemców w M1 Marki, do centrum handlowego przyjechał raper 50 Cent – laureat nagrody Grammy, którego

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- M1 to prawdziwy champion na polu ekologii. Centra dbając o bioróżnorodność i starając się mieć jak najmniejszy wpływ na środowisko wysiewa na swoich terenach zielonych łąki kwietne oraz dobiera rośliny ozdobne pod okiem specjalistów, aby były uzupełnieniem lokalnej flory, a także montuje budki dla ptaków, nietoperzy oraz bezkręgowców!
- Historia centrów M1 jest pełna anegdot i ciekawostek. Zespół Cool Kids of Death sesję zdjęciową dla swojej płyty urządził w... toaletach M1 Łódź (ze względu na ich industrialny, oszczędny charakter i absolutną czystość), Zespół DeMono kręcił jeden ze swoich teledysków w... korytarzu M1 Marki (ze względu na atrakcyjne murale na jego ścianach).



albumy od ponad dekady rozchodzą się w wielomilionowych nakładach na całym świecie.

Średnio 43 proc. klientów odwiedza M1 ze względu na organizowane akcje. Podczas wszystkich akcji promocyjnych centra sieci M1 wykorzystują wiele kanałów komunikacji marketingowej – emisje spotów radiowych, kolportaż ulotek, nośniki outdoorowe, reklamę prasową oraz reklamy na terenie samych obiektów. Dodatkowo od momentu popularyzacji internetu w Polsce włączone zostały kampanie e-mail marketingowe, AdWords, reklamy na portalach społecznościowych.

#### Ostatnie wydarzenia

Od września 2015 roku do maja 2016 roku odbywa się autorska liga taneczna M1 Dance Battle, której marka M1 jest sponsorem głównym. Jest to pierwszy w Polsce projekt taneczny integrujący style taneczne typu street o ciągłej klasyfikacji rankingowej i wyjątkowo wysokich nagrodach dla zwycięzców. Pula nagród całej ligi to 125 000 złotych.

[www.m1-centrum.pl](http://www.m1-centrum.pl)

telewizji jako kanału komunikacji jest kontynuowana do dziś.

- 2014** M1 angażuje się w produkcję telewizyjnego programu rozrywkowego „Shopping Queen”.
- 2015** M1 wyróżnione aż 4 godłami jakości. Otrzymało także 3 najbardziej prestiżowe nagrody w branży.