

# PANDORA

Założona ponad 30 lat temu w Danii PANDORA to obecnie jedna z największych na świecie marek jubilerskich, znana z wysokiej jakości ręcznie wykańczanej biżuterii w przystępnych cenach. PANDORA projektując, produkując i sprzedając ponadczasową kobiecą biżuterię, z najwyższej jakości srebra, złota oraz kamieni szlachetnych i półszlachetnych, pozwala wyrazić poprzez nią każdej kobiecie swój indywidualny styl, opowiedzieć własną historię oraz zachować niezapomniane momenty życia na zawsze.



## Kontekst rynkowy

Produkty PANDORA sprzedawane są w ponad 90 krajach, na sześciu kontynentach, w prawie 10 tys. punktach sprzedaży, z których ponad 1400 to markowe salony PANDORA. Spółka PANDORA notowana jest na duńskiej giełdzie NASDAQ OMX. W 2013 roku łączne przychody firmy wyniosły 9 miliardów DKK, czyli około 1,2 miliarda EUR.

Na polskim rynku PANDORA obecna jest od 6 lat.

Kluczowe wartości marki PANDORA stanowią filary wszystkich działań firmy. Jej pracownicy zawsze stawiają na autentyczność i najwyższą jakość wszystkiego, co robią. Nieustannie się rozwijają i poszukują nowych rozwiązań. Są przekonani, że życie jest niezwykłą przygodą, dlatego dbają o to, by praca była ich pasją. Chcą inspirować kobiety na całym świecie do wyrażania swojej indywidualności. Wierzą,

że biżuteria PANDORA pozwoli im na celebrowanie wszystkich najważniejszych i najpiękniejszych momentów życia.

## Historia Marki

PANDORA założona została w 1982 roku w Kopenhadze przez duńskiego złotnika Per Enevoldsen i jego żonę Winnie, którzy od początku wiedzieli, że chcą zaoferować kobietom na całym świecie wysokiej jakości, ręcznie wykończone i nowoczesne wyroby jubilerskie w przystępnych cenach. To marzenie doprowadziło ich aż do Tajlandii, gdzie odkryli nie tylko niezwykle rynek metali i kamieni szlachetnych, lecz także wysoko wykwalifikowanych rzemieślników z doświadczeniem w ręcznym tworzeniu biżuterii. Dlatego to właśnie tam, w 1989 roku, PANDORA rozpoczęła produkcję biżuterii.



Pomysł stworzenia wyjątkowej bransoletki, dzięki której kobiety mogłyby nie tylko wyrazić własny styl, lecz także zachować niezapomniane chwile, narodził się w 2000 roku. Wtedy powstały Charmsy. Bransoletka stała się dla marki zwiastunem międzynarodowego przełomu, a firma bardzo szybko rozpoczęła działalność na nowych, ważnych rynkach, takich jak USA, Kanada, Australia i Niemcy.

Lata 2005-2010 to dla marki czas budowania i umacniania obecności na świecie. Dzięki dynamicznemu rozwojowi, PANDORA zbudowała solidną, globalną markę, dokonała ekspansji na nowe rynki, w tym Wielkiej Brytanii i Hiszpanii, oraz otworzyła pierwszy concept store PANDORA w Hamburgu, w 2006 roku.

Kolejnym ważnym etapem był rozwój w regionie CEE & ME, obejmującym dziś 30 rynków, a zarządzanym przez biuro zlokalizowane w Warszawie.

Obecnie PANDORA to marka globalna, która inspiruje kobiety w ponad 90 krajach na sześciu kontynentach. Ma m.in. około 4 milionów lojalnych fanów na Facebooku i 5 milionów członków PANDORA Club.

### Osiągnięcia

PANDORA wierzy, że oferowanie biżuterii wysokiej jakości, a jednocześnie w przystępnej cenie, idzie w parze z praktykami odpowiedzialnego biznesu. Dzięki nim marka zobowiązuje się tworzyć PRODUKTY przy zapewnieniu jak najlepszych warunków PRACOWNIKOM, minimalizując przy tym negatywny wpływ na nasze ŚRODOWISKO.

Ścisła współpraca z dostawcami jest dla firmy gwarantem, że partnerzy PANDORA także przestrzegają praktyk odpowiedzialnego biznesu oraz etycznych standardów przy respektowaniu praw pracowników, bezpieczeństwa i warunków pracy oraz minimalizując swój negatywny wpływ na środowisko.

Ważną częścią polityki firmy są szkolenia, które PANDORA prowadzi dla swoich partnerów, upewniając się, że każdy z nich podziela wizję odpowiedzialnego biznesu, będącą jednocześnie warunkiem współpracy.

Nowoczesne fabryki ulokowane w Tajlandii zapewniają bezpieczne warunki pracy dla ponad 7 tys. ludzi zaangażowanych w produkcję biżuterii, umożliwiając dalszy rozwój zawodowy i osobisty każdemu członkowi zespołu.

Swoim pracownikom zatrudnionym przy produkcji, poza zagwarantowaniem godziwego wynagrodzenia, PANDORA zapewnia również szereg dodatków jak: darmowe posiłki, transport do pracy, stypendia, dostęp do biblioteki, zajęcia dla matek, dodatkowe dni wolne od pracy, zajęcia sportowe oraz specjalne wydarzenia masowe.

Pracownikom zatrudnionym w salonach sprzedaży PANDORA zapewnia regularne profesjonalne szkolenia podnoszące ich kwalifikacje oraz wiedzę o produktach, tak, by każdy z nich mógł udzielić wyczerpującej odpowiedzi na temat jakości, sposobu wykonania oraz unikalnego charakteru biżuterii oferowanej przez markę.

PANDORA przywiązuje szczególną uwagę do ograniczenia zużycia zasobów energetycznych oraz wody podczas produkcji. Wszystkie niewykorzystane materiały poddawane są recyklingowi.

PANDORA posiada certyfikat i jest członkiem Rady Odpowiedzialnej Produkcji Biżuterii (ang. Responsible Jewellery Council – RJC), co oznacza, że zachowuje najwyższe standardy wewnątrz organizacji. Dzięki RJC współpracuje z innymi markami, organizacjami i stowarzyszeniami w kierunku udoskonalenia procesów tworzenia biżuterii, zaczynając od kopalni aż do przekazania produktu klientowi. Fabryki PANDORA posiadają certyfikat ISO 14001 (środowisko), OHSAS 18001 (zdrowie i bezpieczeństwo), ISO 50001 (energia) oraz ISO 9001 (jakość) oznaczające zachowanie wysokich standardów.

### Oferta

Oferta marki PANDORA na zawsze zmieniła postrzeganie biżuterii. Spersonalizowane produkty, dające nieskończone możliwości wyrażania swojej indywidualności i stylu, pod-

biły serca kobiet na całym świecie. Najbardziej znanym i pożądanym produktem marki jest bransoletka z zawieszkami. Pozwala na dobieranie elementów według własnego uznania czy nastroju, czyli stworzenie absolutnie unikatowej biżuterii. Klientki PANDORA mogą zaprojektować osobistą, niepowtarzalną kompozycję, wybierając spośród bogatej oferty oryginalnych wzorów zawieszek, gdzie każda z nich może symbolizować ważny moment w życiu jej właścicielki, a ich zestaw opowiadać całą wyjątkową i osobistą historię.

PANDORA daje również możliwość komponowania niezwykłych zestawów z pierścionków. Zamiast jednego można nosić ich kilka na raz, odważnie łącząc srebro z 14-karatowym złotem, cyrkonie sześciennie z kamieniami szlachetnymi czy perłami.

Według własnego pomysłu można tworzyć również kolczyki – jest to możliwe dzięki oryginalnym haczykom oraz dużemu wyborowi specjalnych zawieszek.

Naszyniki i wisiorki PANDORA obejmują różne materiały i wzory, pozwalają na stworzenie wielu spersonalizowanych ozdób – od subtelnych, pojedynczych zawieszek, aż po całe łańcuszki łączące rozmaite stylistycznie elementy.

PANDORA wprowadza nowe produkty siedem razy w roku co jest nowatorskim podejściem w tradycyjnej branży biżuteryjnej, a jednocześnie przejętym rozwiązaniem ze świata mody. Oferuje swoim klientkom możliwość komponowania zestawów biżuterii na każdy dzień tygodnia, osiągając za każdym razem inny efekt. Kobiety bawią się modą i wraz z marką PANDORA tworzą swój własny styl.



### Promocja Marki

Marka PANDORA wyróżnia się nowoczesną i dynamiczną komunikacją. Ścisłe monitoruje potrzeby oraz zachowania konsumentów i natychmiast na nie reaguje doбором odpowiednich narzędzi. Kilka razy w roku przeprowadza zintegrowane kampanie reklamowe zarówno sprzedażowe, jak i wizerunkowe. Stawia przede wszystkim na telewizję, prasę oraz działania online, a także silne wsparcie PR. W salonach PANDORA za każdym razem pojawiają się nowe materiały dotyczące aktualnych kampanii.

Bardzo istotnymi filarami komunikacji marki są digital, social media, otwarty w 2014 roku e-store oraz media własne. Na Facebooku od kwietnia 2012 roku działa profil PANDORA Polska, który zrzesza ponad 120 tysięcy fanów.

[www.pandora.net](http://www.pandora.net)



## TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- W 2013 roku PANDORA wprowadziła na rynek nową kolekcję biżuterii PANDORA ESSENCE COLLECTION, która symbolizuje najważniejsze kobiece wartości – m.in.: intuicję, wrażliwość, wolność, szczęście czy godność.
- W 2013 roku PANDORA wyprodukowała 79 milionów sztuk biżuterii.
- Charms ze srebrnym sercem jest najlepiej sprzedającą się zawieszka – od 2000 roku sprzedano go ponad 3 miliony sztuk.