

KappAhl

KappAhl to jedna z największych skandynawskich sieci sklepów odzieżowych, oferująca setkom tysięcy swoich klientów modną odzież w dobrej cenie. KappAhl posiada 370 salonów w Szwecji, Norwegii, Finlandii, Polsce i Wielkiej Brytanii, w których zatrudnia 4 000 pracowników. W Polsce firma posiada 25 sklepów KappAhl i 3 sklepy pod szyldem Newbie, zlokalizowane w centrach handlowych dużych i średnich miast. Oprócz sprzedaży detalicznej KappAhl prowadzi e-commerce na rynkach: szwedzkim, norweskim, fińskim i polskim.



Kontekst rynkowy

Historia firmy rozpoczęła się ponad 60 lat temu, gdy Per-Olof Ahl, w małym lokalu, mieszczącym się w jednej z piwnic Göteborga, otworzył sklep z płaszczami, w którym każda kobieta mogła znaleźć coś dla siebie bez względu na zasobność portfela. Hasło „Moda w przystępnej cenie dla wielu ludzi” wciąż pozostaje mottem marki KappAhl. Klient po dokonaniu zakupu w KappAhl za każdym razem powinien mieć poczucie, że dobrze wydał swoje pieniądze. Koncepcje kolekcji i prototypy ubrań są przygotowywane przez projektantów marki w centrali w Mölndal. Dogłębna wiedza w zakresie wzornictwa sprawia, że ubrania wpisują się w aktualne trendy i cieszą się uznaniem klientów. KappAhl nie posiada własnych fabryk produkcyjnych – szycie zleca największym producentom odzieży na świecie, przyczyniając się do tworzenia miejsc pracy w Azji i Europie Wschodniej i ekonomicznego rozwoju tych obszarów. Choć w skali globalnej KappAhl nie jest wielkim podmiotem, dba o to, aby tworzyć lepszy i bardziej sprawiedliwy świat – przeprowadza regularne kontrole, aby upewnić się, że jego kontrahenci spełniają normy i przestrzegają prawa. Cały proces – począwszy od projektu, przez produkcję, transport, magazynowanie i promocję, aż do momentu sprzedaży – uwzględnia zasady zrównoważonego rozwoju. KappAhl czuje odpowiedzialność zarówno za swoich pracowników, jak i środowisko naturalne. Wybór krajów, w których produkowane są kolejne kolekcje stawia przed firmą ogromne wyzwania, dlatego też dokłada ona wszelkich starań, aby na każdym etapie swojej działalności eliminować ryzyko wystąpienia szkód społecznych i środowiskowych. Niesprzedaną odzież, firma przekazuje organizacjom pożytku społecznego w krajach swojej działalności. Ponadto, KappAhl inicjuje wśród swoich klientów liczne akcje edukacyjne, poświęcone rozpowszechnianiu wiedzy, w jaki sposób powinni dbać o swoje ubrania, aby cieszyć się nimi jak najdłużej i nie szkodzić środowisku naturalnemu.

Oferta

KappAhl stale dba o swój rozwój: usprawnia procesy produkcji, ulepsza produkty i poprawia jakość komunikacji. Kluczem do sukcesu marki jest wiedza na temat tego, kim jest jej klient i jakie są jego potrzeby, dzięki

czemu udało się jej odnaleźć własne miejsce na rynku. KappAhl oferuje modną odzież w przystępnej cenie dla wielu grup klientów – kobiet, mężczyzn i dzieci – ze szczególnym nastawieniem na kobiety w wieku 30-50 lat, posiadające rodzinę. W swojej ofercie KappAhl ma także bieliznę dzienną i nocną, stroje kąpielowe i modne akcesoria.

KappAhl oferuje dojrzałą alternatywę dla wszystkich osób kochających modę, wykorzystując symbolikę, która przemawia do wielu ludzi. Reklama ma oddawać ducha KappAhl, podkreślać styl i charakter brandu, który oparty jest na takich wartościach jak ciepło, wspólnota i dojrzała moda. KappAhl chce być blisko swoich klientów, gdyż tylko tak może zapewnić im jeszcze lepszą obsługę. Projektanci marki chętnie nawiązują kontakt z klientami poprzez specjalne fora: odpowiadają na pytania, udzielają wskazówek i inspirują. Takie działania spotkały się z bardzo pozytywną reakcją, dlatego w przyszłości będą również kontynuowane. KappAhl jest dla wszystkich – firma nie daje przyzwolenia na jakiegokolwiek formy dyskryminacji. Kampanie reklamowe są dobrze przemyślane – nie prowokują złych zachowań. KappAhl potępia agresję, rasizm, seksizm oraz okrucieństwo wobec zwierząt. W ofercie marki nie ma żadnych produktów nawiązujących do wojny czy przemocy.



HISTORIA MARKI

1953 Per-Olof Ahl otwiera sklep z płaszczami w Göteborgu przy ulicy Omvägen.

1963 Sieć liczy 25 sklepów i osiąga obrót w wysokości 50 milionów koron. Pod koniec lat 60. sieć ma 50 sklepów.

1978 KappAhl tworzy pierwszy dział dziecięcy.

1981 KappAhl uruchamia w Mölndal najnowocześniejszy w Europie magazyn centralny.

Osiągnięcia

KappAhl zdobył wiele nagród, które stanowią powód do dumy. Firma jest laureatem Doskonałości Twojego Stylu, trzykrotnie otrzymała nagrodę Superbrands Polska - przyznaną za szczególne osiągnięcia w dziedzinie marketingu, a sygnowane przez KappAhl kolekcje dziecięce są nagradzane w wielu konkursach w Polsce i poza jej granicami. Markę wielokrotnie nominowano także do tytułu Retailer of the Year, a jej produkty były nagradzane w testach konsumenckich na wielu rynkach.



KappAhl wierzy, że zrównoważony rozwój i opłacalność powinny iść w parze, dlatego też oferuje swoim klientom odzież dobrej jakości, w dobrej cenie. Każda rzecz produkowana jest z szacunkiem i troską o ludzi i środowisko, a KappAhl wciąż nie ustaje w wysiłkach, aby produkowane przez niego ubrania były jeszcze bardziej ekologiczne i wolne od szkodliwych chemikaliów. Pierwsza ekologiczna kolekcja marki powstała w 1993 roku, a w 1999 roku KappAhl jako pierwsza sieć sklepów odzieżowych na świecie uzyskała certyfikat ekologiczny według ISO 14001. Głównym celem firmy wciąż pozostaje to, by oferowane produkty były produkowane z troską i szacunkiem, zarówno dziś, jak i w przyszłości. Kwestie środowiskowe to jedno z największych wyzwań, gdyż produkcja odzieży pochłania dużo energii i wody. Dlatego też KappAhl chętnie współpracuje z innymi firmami z branży oraz niezależnymi organizacjami, czuwającymi nad zachowaniem standardów. Jest członkiem wielu organizacji o światowym zasięgu, jak na przykład Better Cotton Initiative – której celem jest ekologiczna uprawa bawełny, Business for Social Responsibility (BSR) – światowej organizacji zajmującej się kwestiami etyki i środowiska oraz jednym z inicjatorów SWAR, szwedzkiego projektu wdrażającego czystsza produkcję tekstyliów w Indiach i Bangladeszu. Dzięki tym inicjatywom – KappAhl powoli, ale konsekwentnie zwiększa udział ekologicznej odzieży w swojej ofercie – obecnie ponad 57% ubrań firmy KappAhl jest oznaczanych znakiem środowiskowym Öko-Tex Standard 100, unijną stokrotką lub logo Organic Cotton. Kolekcje produktów typu basic oraz

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Nazwa firmy to połączenie dwóch słów: *plaszcz* (kappa w języku szwedzkim) – pierwszego produktu w ofercie i nazwiska jej założyciela – Ahl. KappAhl to po prostu „Płaszcz Ahl'a”

Newbie, kolekcje dla najmłodszych, w 100% wykonane są z bawełny ekologicznej.

KappAhl zatrudnia własnych projektantów, którzy zajmują się opracowaniem kolekcji – począwszy od analizy trendu – na gotowym produkcie kończąc.

60 000 000

Tyle sztuk odzieży jest rocznie sprzedawanych w sklepach sieci KappAhl.

ubranka dla najmłodszych pod marką Newbie są wykonane w 100% z ekologicznej bawełny. Ponadto, w ramach akcji Responsible Fashion, KappAhl prowadzi zbiórki tekstyliów, które następnie poddawane są recyklingowi. Wraz z konkurentami – koncernami H&M oraz Lindex – KappAhl zapoczątkował akcję One Bag Habit, której celem jest aktywne zmniejszenie zużycia plastikowych i papierowych toreb. Klienci zachęceni są do zakupu wytrzymałej torby i ponownego jej wykorzystywania podczas kolejnych zakupów.

Ostatnie wydarzenia

KappAhl świetnie radzi sobie na wszystkich rynkach sprzedaży, o czym świadczy m.in. fakt, że sprzedaż wzrosła o 2,4 procent w porównaniu z rokiem poprzednim. Pod koniec 2018 roku Elisabeth Peregi została mianowana nowym dyrektorem generalnym KappAhl. Przejmnie urząd wiosną 2019 roku, a dzięki szerokiemu doświadczeniu w dziedzinie ekonomii i marketingu ma wszystko, czego potrzeba, aby skutecznie poprowadzić KappAhl ku nowym sukcesom w branży.

www.kappahl.pl



2006 KappAhl debiutuje na giełdzie sztokholmskiej.

2015 KappAhl uruchamia sklep internetowy, wprowadza aplikację klubową i stawia na wzmacnianie customer experience.

2018 Ponad 57% asortymentu posiada oznaczenia ekologiczne.