

atlantic®

Marka Atlantic to lider i ekspert na rynku bielizny damskiej i męskiej w Polsce. Wysoka jakość i innowacyjne wzornictwo sprawiają, że produkty marki Atlantic od ponad 20 lat cieszą się niezmiennym zaufaniem klientów nie tylko w naszym kraju, lecz również w innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej. Solidne fundamenty i przemyślane zarządzanie pozwalają firmie z optymizmem patrzeć w przyszłość.

Kontekst rynkowy

Firma Atlantic założona w 1993 roku przez Wojciecha Morawskiego – który zarządza nią do dziś – jest obecnie liderem wśród przedsiębiorstw oferujących bieliznę w Polsce (Drivery & Bariery, sierpień 2011, zrealizowane przez Dom Mediowy Starcom).

W 1996 roku Atlantic rozpoczął ekspansję na rynki wschodnie, debiutując w Rosji i na Ukrainie, a dwa lata później na Litwie i Białorusi. Przez ponad 15 lat obecności na rynku Europy Środkowo-Wschodniej zagwarantował sobie pozycję lidera i eksperta w sektorze bielizny. Aktualnie firma obecna jest ze swoimi produktami na 16 rynkach i planuje dalszy rozwój zarówno na wschodzie, jak i na zachodzie kontynentu. W samej Rosji działa obecnie 75 salonów, na Ukrainie – 58, a na kolejne lata planowane są nowe inwestycje.

Ekspansji firmy na zagraniczne rynki sprawiła, że dziś Atlantic Group składa się z czterech spółek: Atlantic S.A. (1993, Polska), VIS Retail Ltd. (2004, rynki UE i NUE), VIS RS Ltd. (2006, Rosja), VIS UA (2006, Ukraina).

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Firma, rozpoczynając swoją działalność w 1993 roku, zatrudniała zaledwie 8 pracowników.

Jako pierwszy producent na rynku polskim, Atlantic wprowadził kolorową bieliznę i przełamywał schemat czysto użytkowego znaczenia bielizny.

W 2006 roku sesja zdjęciowa dla kolekcji Atlantic wiosna/lato odbyła się w Hollywood.

Katarzyna Sokołowska, najlepsza w Polsce reżyserka pokazów mody i jurorka programu *Top Model*, wyreżyserowała dla marki Atlantic wiele pokazów, min. prezentację podczas Fashion Week w Łodzi w 2011 roku.

W 2013 roku Atlantic obchodzi 20-lecie istnienia.

Oferta

Do portfolio produktów marki Atlantic należy szeroka gama bielizny, także nocnej, damskiej i męskiej. Tak, jak wszyscy światowi liderzy, również Atlantic przygotowuje kolekcje sezonowe fashion – wiosna/lato oraz jesień/zima, w ramach których występują linie okazjonalne (np. świąteczne czy walentynkowe), a także stroje kąpielowe, bielizna korygująca czy bielizna termoaktywna. Cała oferta stanowi atrakcyjną kolekcję, tworzoną zgodnie z najnowszymi trendami w modzie, głównie w zakresie kolorystyki, doboru materiałów i krojów.

Podstawą oferty jest linia BASIC czyli wysokiej jakości komfortowa bielizna z najwyższej jakości bawełny poddanej procesowi *bio wash* (przez co jest bardziej miękka i trwała w użytkowaniu), microfibry oraz innych materiałów innowacyjnych, zapewniających wysoki komfort użytkownika. Doskonała jakość oraz idealnie dopasowany krój sprawiają, że produkty z linii BASIC znalazły na stałe zaufanie i sympatię Klientów.



Marka przywiązuje dużą wagę do innowacyjności. Nieustannie prowadzi badania i rozwija się, aby jeszcze lepiej zaspakajać oczekiwania swoich klientów. Stąd różnorodność krojów i stałe wdrażanie nowych, innowacyjnych rozwiązań w zakresie materiałów i wzornictwa. Hitem ostatnich sezonów stały się innowacyjne biustonosze: Magic Push – Up oraz typu Gelly Pad. Wśród mężczyzn dużą popularnością cieszy się innowacyjny krój szortów i slipów Magic Pocket.

Dzięki stosowaniu wielu nowatorskich rozwiązań technologicznych, bielizna Atlantic zapewnia wysoki komfort użytkowania, idealne dopasowanie i podkreślenie kształtów sylwetki. Wysoka jakość stosowanych materiałów i staranność wykonania to kolejna, stała wartość marki, niezmiennie od lat potwierdzana satysfakcją klientów.

Od początku istnienia firmy pracownia projektowa tworzy projekty bielizny, odzwierciedlające podstawowe wartości i kompetencje firmy: modny charakter kolekcji, podążający za najnowszymi trendami w modzie światowej, innowacyjność w rozwiązaniach konstrukcyjnych i materiałowych oraz wysoka jakość produktów odpowiadająca na potrzeby najbardziej wymagających klientów.

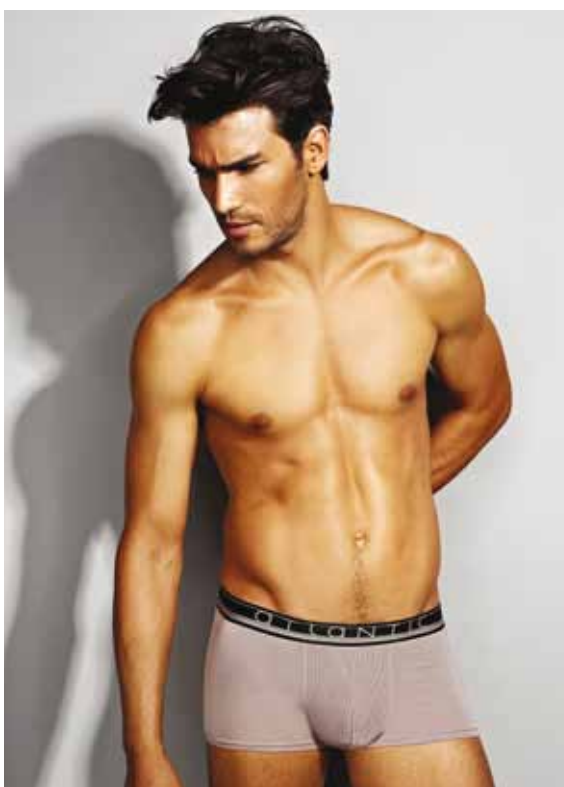
Firma koncentruje się na sprzedaży detalicznej poprzez sieć własnych salonów firmowych i franczyzowych oraz dostarcza swoje produkty do hurtowni, sieci handlowych i sklepów detalicznych w Polsce i zagranicą. Aktualnie sieć Atlantic to ponad 200 salonów w Polsce i na świecie. 65 salonów, w tym 23 franczyzy depozytowe, 34 salony firmowe i 8 outletów zlokalizowanych jest w największych polskich miastach. To jednak nie koniec ekspansji firmy. W 2013 roku spółka zamierza wzmocnić swoją aktywność w Polsce i na rynkach zagranicznych poprzez otwarcie nowych 35 salonów.

Uzupełnieniem oferty sklepów stacjonarnych jest działający od 2010 roku sklep internetowy, obsługujący trzy rynki: polski, rosyjski i ukraiński.

Osiągnięcia

Założyciel i właściciel firmy, Wojciech Morawski, od 2001 roku jest Wiceprezydentem Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan” oraz laureatem prestiżowych nagród: w 2002 roku znalazł się na liście 25 Najlepszych Polskich Menedżerów według miesięcznika „Home&Market”, a rok później zdobył tytuł *Przedsiębiorca Roku* w kategorii Export w konkursie organizowanym przez firmę Ernst&Young. W roku 2003 otrzymał również nominację do tytułu *Businessman Roku 2003* przyznawanego przez „Businessman Magazine”.

Także firma Atlantic otrzymała wiele nagród i wyróżnień, co świadczy o ogromnym uznaniu dla produktów i sposobu zarządzania spółką. Jednak najważniejszym wyznacznikiem dobrej kondycji firmy są pozytywne opinie stałych klientów, a także stale rosnąca liczba no-



wych konsumentów. W 2005 roku Atlantic nagrodzony został srebrnym godłem Laur Konsumenta.

W tym samym roku strona internetowa www.atlantic.pl zdobyła I nagrodę w V edycji konkursu TERAZ INTERNET w kategorii Serwis Branżowy Produktowy.

Od 2008 roku Atlantic należy do Polskiej Organizacji Franczyzodawców (POF), która zrzesza pracodawców-franczyzodawców, działając w ich imieniu oraz na rzecz wspólnych interesów. POF jest członkiem Europejskiej Federacji Franchisingu, jedynej tego typu oficjalnej organizacji reprezentującej franczyzę na forum europejskim. W 2010 roku przedstawiciel firmy Atlantic został wybrany na członka Zarządu POF.

Na przełomie 2003 i 2004 roku w Grzędach pod Warszawą Atlantic uruchomił Centrum Dystrybucyjne o powierzchni 12 tys. m² – zastosowano w nim najnowocześniejsze systemy i technologie usprawniające pracę całej firmy. W 2008 roku w Pniewach koło Grójca otwarto nowoczesne centrum logistyczne o powierzchni 15 tys. m², w którym Atlantic wykorzystuje nowoczesne systemy informatyczne (SAP) i procesy logistyczne.

W grudniu 2010 roku Atlantic otrzymał od Izby Celnej w Warszawie certyfikat AEO (Instytucja Upoważnionego Przedsiębiorcy) przyznawany podmiotom, które zostały poddane procesowi audytu i uchodzą za niezawodne i wiarygodne.

Promocja Marki

Atlantic, od 20 lat wyznaczając trendy na polskim rynku bielizny, dba nie tylko o komfort noszenia i szeroko rozumianą atrakcyjność produktów, lecz także o wizerunek i pozycję marki na europejskim rynku mody.

Oryginalne i spójne z wizerunkiem marki sesje zdjęciowe to efekt pracy z najlepszymi polskimi fotografami, m.in. Piotrem Porębskim czy Aldoną Kaczmarczyk.

Do współpracy zaproszeni zostali także pracującym na co dzień dla najlepszych światowych marek modele, m.in.: Fabio Delai (Prada, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent, Tom Ford), Greg Kheel (Calvin Klein, Ralph Lauren) czy Bruno Santos (Versace, Giorgio Armani). W 2013 roku w łódzkiej Manufakturze będzie miała miejsce premiera nowego konceptu salonu Atlantic, wyróżniającego się nowoczesnością, modnym charakterem oraz ścią niebiańską lekkością, którą zapewnią przydymione lustra i nowatorski sufit.

Wartości Marki

Wiodące wartości marki to: modowy charakter kolekcji, innowacyjność oraz wysoka jakość. Atlantic promuje także trend odchodzenia od wyłącznie funkcjonalnego traktowania bielizny na rzecz bardziej emocjonalnego, osobistego podejścia, zgodnie z ewoluującymi w tym kierunku potrzebami klientów.

www.atlantic.pl



HISTORIA MARKI

1993: Powstanie firmy Atlantic.

1995: Wprowadzenie na polski rynek pierwszej kolekcji marki Atlantic.

1996: Wejście na rynki Rosji i Ukrainy.

2000: Wprowadzenie na rynek kolekcji kostiumów kąpielowych.

2002: Sprzedaż 3 329 041 fig!

2004: W rankingu najdroższych marek polskich przeprowadzonych przez „Rzeczpospolitą” oraz firmy Ernst&Young Corporate Finance i AC Nielsen Polska marka Atlantic znalazła się na 59. miejscu.

2007: Powstanie siedziby firmy w Rosji i na Ukrainie.

2010: Uruchomienie sklepu internetowego.

2011: Pokaz Atlantic na Fashion Week w Łodzi wyreżyserowała Katarzyna Sokółowska.

2012: Zmiana statusu prawnego spółki z Atlantic Sp z o.o. na Atlantic S.A.