

Link do produktu: <https://ksiegarnia.wspinalanie.pl/4outdoor-nr-31-22014-luty-wersjapdf-p-499.html>



4outdoor nr 31 (2/2014, luty) - wersjaPDF

Cena	9,00 zł
Dostępność	Dostępny
Czas wysyłki	24 godziny
Producent	4outdoor.pl
Rok wydania	2014, luty
Format	A4
Liczba stron	40

Opis produktu

W tym numerze Magazynu 4outdoor głównym tematem są najważniejsze targi branżowe - ISPO MUNICH. Ponadto materiał o kurtkach hybrydowych, relacja z ISPO ACADEMY oraz podsumowanie całego roku 2013. Tradycyjnie również najświeższe informacje z branży.

- Przed nami targi KIELCE SPORT-ZIMA 2014 4
- Zimowy biwak WinterCamp 2014 4
- Dream Peak-- nowy przedstawiciel marki Rab na polskim rynku 6
- Sieci sklepów Naturkompaniet i Partioaita tworzą sojusz z Globetrotter 6
- Icepeak - nowa marka w portfolio spółki Martes Sport 6
- Liny STERLING od wiosny w sklepach 6
- HUDY Sport w Katowicach już tylko do końca lutego 6
- EOG szacuje wartość sprzedaży detalicznej na europejskim rynku outdoorowym 8
- BMW i SALEWA ogłaszają współpracę 8
- Barometr rynku: grudzień mocno pod kreską 10
- Nowi członkowie stowarzyszenia Polish Outdoor Group 10
- Turbo Down - nowa technologia Columbii 10

ISPO MUNICH 2014

- Targi pozytywnej energii. ISPO MUNICH 2014 12
- Nowości produktowe na sezon 2014/15 14Retail Tour - czyli niemieckie sklepy, którymi można się pochwalić 18
- Polskie sukcesy w konkursach ISPO MUNICH 2014 20
- ISPO AWARD GOLD WINNER 22
- ISPO BRANDNEW 2014 26

Kurtki hybrydowe - mieszaniec w outdoorowym świecie 30

Artur Szachniewicz

Różne rodzaje izolacji, różne rodzaje materiałów i laminatów, różne technologie - a wszystko w jednym produkcie, słowem: hybrydowość. Oto trend, który nieśmiało wchodził na outdoorowe salony od kilku sezonów, by teraz zagościć na nich na dobre. Czy słusznie?

ISPO Academy - dwa dni z branżowymi specjalistami 34

Konsument core'owy - trendsetter czy nisza? 36

Konsument core'owy - jak przyjęło się w naszej branży nazywać tę specyficzną grupę konsumentów - budzi mieszane uczucia. Jest dla rynku outdoorowego ważny, czy jest może tylko kwiatkiem do kożucha względem rzeszy „zwykłych” konsumentów? Pomaga, czy może wręcz przeciwnie - przeszkadza ze swoją wiedzą i potrzebami?

Polski rynek outdoorowy w 2013 roku - podsumowanie 38

Aneta Żukowska

Cieniem na 2013 roku kładzie się przede wszystkim tragiczna śmierć Artura Hajzera. W minionym roku wydarzyło się jednak także wiele pozytywnych rzeczy – powstało ponad dwadzieścia nowych sklepów outdoorowych, pojawili się nowi dystrybutorzy, na nasz rynek z optymizmem wkroczyły nowe marki, a polskie firmy otrzymały wiele nagród.