

Link do produktu: <https://ksiegarnia.wspiny.pl/4outdoor-nr-37-42015-lipiec-wersja-pdf-p-587.html>



4outdoor nr 37 (4/2015, lipiec) -
wersja PDF

Cena	9,00 zł
Dostępność	Dostępny
Czas wysyłki	24 godziny
Producent	4outdoor.pl
Rok wydania	2015, lipiec
Format	A4
Liczba stron	32

Opis produktu

W czwartym numerze 2015 roku znajdziemy materiały związane z najważniejszymi światowymi targami branży - OutDoor we Friedrichshafen. M.in. informacje o polskich wystawcach i dystrybutorach, nowościach produktowych i technologicznych a także przydatne poradniki. Ponadto ciekawe wywiady z ludźmi z branży. Ponadto w numerze jak zawsze najświeższe

Spis treści:

- Barometr rynku: majowy wzrost sprzedaży 4
- Polar Sport w Warszawie 4
- 4F planuje zagraniczną ekspansję 4
- Kolejni detaliści w European Outdoor Group 6
- Marka Berghaus dołączyła do bluesign 6
- Arc'teryx otwiera pierwszy w Europie własny salon marki 6
- Makanu wyłącznym przedstawicielem marki Opinel w Polsce 6
- Polartec świętuje – miliard butelek zostało przetworzonych na dzianiny 8
- Polartec i Pontetorto rozstrzygają konflikt prawny i zawiązują spółkę 8

Przed nami targi OutDoor 2015 10

Od 15 do 18 lipca (środa-sobota) we Friedrichshafen odbędą się największe europejskie targi branży outdoorowej – OutDoor 2015. Na przestrzeni 12 hal ponad 940 wystawców z 41 krajów zaprezentuje najnowsze produkty i innowacje, wyznaczając trendy na kolejny sezon. Zobaczymy także stoiska pięciu producentów z Polski.

- **Polska branża outdoor na targach OutDoor 2015 11**
- **Polscy przedstawiciele marek na targach OutDoor 2015 12**

Co nowego w sezonie wiosna/lato 2016? 14

Przed nami kolejny sezon z nowymi produktami, trendami i potencjalnymi przełomami. Zanim jednak wkroczymy w lato 2016, z nowościami zmierzmy się na targach OutDoor Show we Friedrichshafen. Już teraz przedstawiamy wybrane propozycje od topowych marek.

Lekko i jeszcze lżej - nowości w ultralekkich tkaninach i materiałach 18

„Każda grupa producentów tkanin, membran, ocieplin czy zamków prezentuje swoje najnowsze osiągnięcia. Obecnie najpopularniejszy wyścig to obniżanie wagi oraz zmniejszanie uciążliwości produktów dla środowiska”.

Wojciech Kłapcia

To be or not to be? Targi w działaniach public relations 22

Targi branżowe z założenia to okazja do zawierania kontraktów handlowych. Głównym celem udziału w targach jest sprzedaż. Jednak nie wolno zapominać, że obecność na takim wydarzeniu to także narzędzie komunikacji z otoczeniem, budowanie

wizerunku firmy oraz produktu, i co ważne – podpatrywanie i nasłuchiwanie, „co w branży piszczy”.

Anna Wróblewska, Agencja PROJEKT 77

Outhorn umacnia pozycję na rynku odzieży sportowej 24

Pierwsze półrocze tego roku należało do marki OUTHORN. Dedykowane sesje zdjęciowe, nowa strona internetowa, działania w mediach społecznościowych, sukces kolekcji na targach w Kielcach oraz wyjątkowe wsparcie Partnerów Handlowych – to zaledwie początek szerzej zakrojonych działań.

Arc'teryx Alpine Academy Chamonix 2015 26

Stale podnosimy sobie poprzeczkę 28

Firma rodzinna, działająca na rynku od ponad 25 lat, z ambicjami podbicia rynku nie tylko w Polsce, ale i za granicą. O obecnej kondycji firmy Mactronic i planach na przyszłość rozmawiamy z Bartoszem Mockiem, wiceprezesem zarządu.

Dzięki kryzysowi mam naprawdę fajną firmę 30

„Jaki jest cel przedsiębiorstwa? Większość odpowie: zysk. Otóż nie, moi mili. Celem przedsiębiorstwa jest akumulacja zysku. A tego brakuje polskim sklepom. Kapitału. Dlaczego?” – o kondycji i problemach branży outdoorowej oraz sytuacji firmy Red Bird rozmawiamy z Arkadiuszem Majewskim.