Dane aktualne na dzień: 28-03-2024 21:35

Link do produktu: https://ksiegarnia.wspinanie.pl/4outdoor-nr-54-32019-czerwiec-wersja-pdf-p-807.html



4outdoor nr 54 (3/2019, czerwiec) - wersja PDF

Cena	**9,00 zł**
Dostępność	**Dostępny**
Czas wysyłki	**24 godziny**
Producent	**4outdoor.pl**
Rok wydania	**3/2019, czerwiec**
Format	**A4**
Liczba stron	**48**

Opis produktu

Rytm życia branży wybijają zmiany kolekcji, zamówienia przedsezonowe, a także imprezy branżowe, takie jak targi zimowe i letnie. Na tych drugich spotkamy się już wkrótce – w tym roku po raz pierwszy w Monachium. Tradycyjnie w przedwakacyjnym numerze 4outdoor Biznes przedstawiamy krótki przewodnik po najważniejszych wydarzeniach targowych, obszarach zainteresowań i rozmieszczeniu segmentów tematycznych. Jak zawsze ważne dla nas informacje dotyczą obecności polskiej branży na targach. Podczas OutDoor by ISPO powstanie pierwsza oficjalna Polish Outdoor Village. W numerze znajdziecie również dane kontaktowe polskich producentów oraz przedstawicieli marek.

Z sygnałów napływających do nas w ostatnich miesiącach wynika, że dla wielu uczestników rynku początek 2019 roku jest okresem dobrym, choć oczywiście nie brakuje w nim wahań. Nagłe zmiany pogody i szybkie następowanie po sobie kolejnych pór roku sprawiają, że zarówno sklepy, jak i dostawcy muszą być elastyczni i szybko reagować na nowe zapytania ze strony klientów. Póki co optymistycznie przedstawiają się dane w naszym Barometrze rynku – znajdziecie go na str. 6.

W dzisiejszych czasach nie tylko pogoda, ale również potrzeby klientów zmieniają się dynamicznie. Rośnie zainteresowanie nowymi dziedzinami sportu, formami wypoczynku na świeżym powietrzu – do tej pory mało popularnymi lub nieznanymi, dobrze znane aktywności powracają w nowej oprawie (np. niegdyś turystyka górska, a dziś trekking, hiking, speedhiking, mikrowyprawy, bushkraft, obozy wędrowne), wzrasta także świadomość problemów ekologicznych. Aby sprostać wymaganiom klientów producenci nie skupiają się już wyłącznie na sprzedaży produktu. Swój wizerunek budują w sposób dużo bardziej złożony niż niegdyś. Misja, wizja, filozofia – to słowa, których używamy coraz częściej w odniesieniu do marek outdoorowych. Każda z nich stara się opowiedzieć historię, podkreślić i ugruntować pozycję na rynku. Zbudować ciąg skojarzeń, które przekonają i przywiążą do niej klienta.

Sposobów, aby to osiągnąć, jest wiele. W niniejszym numerze przyglądamy się markom, z których każda reprezentuje nieco inny punkt widzenia – gdzie indziej stawia akcent w rozmowie z klientem. Postaraliśmy się zestawić różnorodne poglądy i podejścia do prowadzenia biznesu, chociaż z pewnością zauważycie, że istnieje wiele podobieństw, które chyba dobrze obrazują dzisiejsze realia. Z rozmów i artykułów poznacie m.in.: CEO grupy Oberalp, jednego z najważniejszych graczy na europejskim rynku, Jakuba Rymowicza – reprezentującego markę Fjällräven, Jarosława Daniela – prezesa Oberalp Polska, Piotra Gąsiorowskiego – odpowiedzialnego w Polsce za markę Dynafit, Pawła Marchlewicza – dystrybutora marek wspinaczkowych (CAMP) i nie tylko, historię wchodzącej na polski rynek marki Royal Robins czy hiszpańskiej, a dokładniej pochodzącej z Kraju Basków, marki Ternua.

Ciekawi jesteśmy Waszych wrażeń i spostrzeżeń. Którą z dróg obranych przez producentów oceniacie jako najbardziej korzystną? Która z nich najbliższa jest Waszej filozofii? Mamy nadzieję, że już wkrótce będzie okazja, aby porozmawiać na ten oraz inne tematy. Do zobaczenia na targach Outdoor by ISPO!

Michał Gurgul
Redaktor prowadzący 4outdoor Biznes Magazyn

Spis treści

Spis treści:

- European Outdoor Summit 2019 – otwarto rejestrację 4
- 20 lat serwisu wspinanie.pl – #wspinaniepl 4
- Mniej plastiku w outdoorze 6
- Barometr rynku: maj na sporym plusie 6
- Spotkanie przedstawicieli POG i Ptak Warsaw Expo 8
- Edelrid – nowy agent marki w Polsce 8
- Czwarta edycja „SNOW EXPO – nie tylko dla narciarzy”. 26-27 października 2019 8

OutDoor by ISPO 2019 10
Tego lata po raz pierwszy przedstawiciele branży outdoor spotkają się w Monachium. OutDoor by ISPO to nowa koncepcja monachijskiego ośrodka targowego, mająca na celu jak najlepsze odzwierciedlenie poszerzającego się rynku produktów outdoorowych oraz zmian potrzeb i zachowań klientów naszej branży.

Polscy wystawcy i przedstawiciele marek 14

Nowości wiosna-lato 2020 16
Cykl w branży outdoor jest dwusezonowy. Mimo że pojawia się coraz więcej czynników wskazujących na potrzebę większej elastyczności, działamy według tradycyjnego schematu – kolekcji wiosna-lato oraz jesień-zima. Nie pozostaje nam zatem nic innego, jak zgodnie z branżowym rytmem zaprezentować nowości na wiosnę i lato 2020.

Royal Robbins – z granitowych ścian Yosemite na cały świat 26

Dynafit: co w trawie piszczy – rozmawiamy z Piotrem Gąsiorowskim 32

Co słychać w branży? – rozmowa z Pawłem Marchlewiczem z firmy Namaste 35

Fjällräven: pomagamy sprzedawać – rozmowa z Jakubem Rymowiczem z Fenix Outdoor 36

Ternua – z serca Kraju Basków 38
Stoimy na jednym z okolicznych klifów, pod nami rozpościerają się wzburzone wody Zatoki Biskajskiej. Ten widok łączy w sobie piękno i dramatyzm morskiego żywiołu. Wysokie fale uderzają o skalisty brzeg, wieje porywisty wiatr, zaczyna zacinać deszcz. Widzę, że mój towarzysz Michel Gogniat, szef sprzedaży Ternua, jest zadowolony, wszak pokazuje mi jeden z wielu pięknych zakątków Kraju Basków. Krainy, która może poszczycić się nie tylko piękną przyrodą, ale również dumna jest ze swojego rozwoju gospodarczego.

Test: Uniwersalny plecak Thule Alltrail 45 42

Test: Rapida GTX AKU – buty w stylu Relaxed Fit 44

Współpraca ze studiem projektowym 48
Projektowanie rozumiemy zarówno jako poszukiwanie pięknych form i wzorów, jak i rozwiązywanie problemów, znajdowanie nowych możliwości rozwoju firm i marek. W artykule przybliżamy proces współpracy ze studiem projektowym.