



NELLY.COM

- Nettbutikk innenfor mote for kvinner og menn mellom 18 og 35 år. Cirka 90 prosent av salget er dameklær.
- Er en del av svenske Cdongroup.com, som er notert på Stockholmsbørsen.
- Cdongroup.com omsatte sportsutstyr, mote, underholdning, interiør og hageutstyr for 4,4 milliarder svenske kroner i 2013. Driftsresultatet endte på minus 1,8 millioner svenske kroner.
- Nelly.com omsatte for 932 millioner kroner ifjor. Driftsresultatet endte på minus 16 millioner svenske kroner. Har gått fra en omsetning på 15 millioner svenske kroner i 2007 til en forventet omsetning på én milliard svenske kroner i 2014.
- Nelly.com skal utvides til 60 nye markeder utenfor EU.



FRYKTER IKKE KONKURRANSE. Magnus Månsson, konserndirektør i Nelly.com.

man når frem til forbrukeren. For eksempel vet vi at internettbruken i Norge og Sverige ligger på 90 prosent. I Italia ligger den på 60 prosent. Da må vi tenke annerledes for å nå fullt ut til kunder i Italia, sier Månsson.

Skjerpings

Nelly.com gjør all markedsføring på huset. I førsteetasje i hovedkontoret i Borås har de eget fotostudio med catwalk for videovisninger av de enkelte av plaggene, styling og make-up-

rom. Her tas det hver dag opp mot 300 nye outfit-bilder, som ved hjelp av et heltidsansatt team av fotograf, retusjerer, stylisten og make-up-artister sørger for at bildene er ute på nettsiden dagen etter.

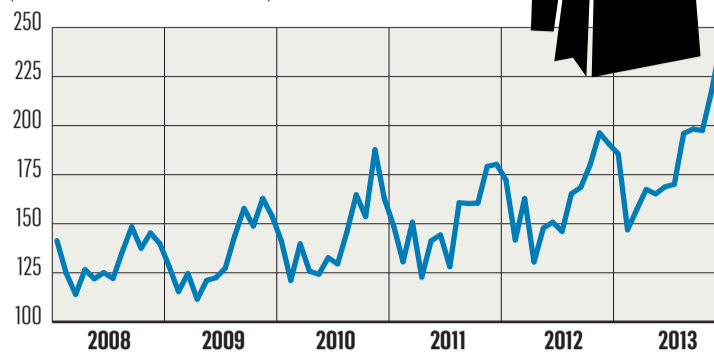
Når store aktører som H&M og Lindex nå satser for fullt på netthandel, kan det true Nelly.com som ledende innen netthandel. Månsson er ikke bekymret.

– Det er en klisjé, men konkurranse er bra, slik holder vi oss skjerpet og fokusert, sier han.

Sterk vekst i netthandel

Postordrehandel og handel via internett.

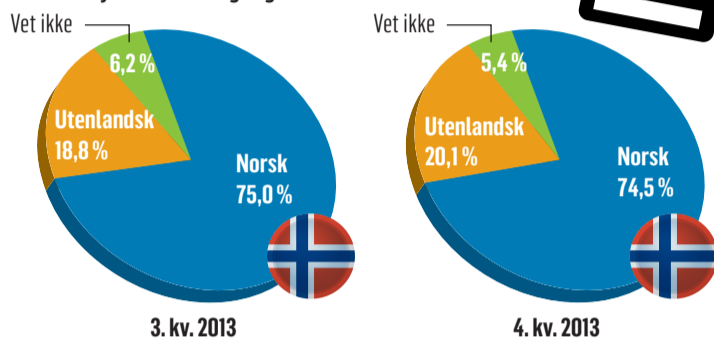
(Norske nettbutikker, ekskl. moms)



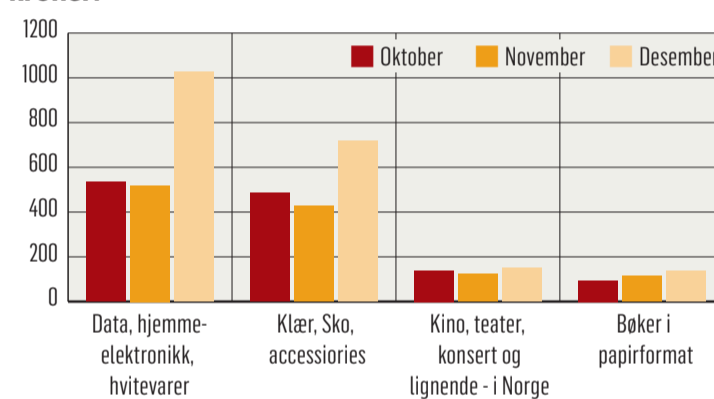
Virkes e-handelsbarometer*

(Inkluderer både norske og utenlandske nettbutikker)

■ Hvor mye av omsetningen går til norske nettbutikker?



Månedvis utvikling i utvalgte kategorier (2013) millioner kroner.



*Norsk eHandelsbarometer følger netthandelen til 1 000 personer som hver 14. dag rapporterer inn hva de har handlet på nett av varer og en rekke tjenester (som fritidsreiser, opplevelser, konserter m.m.). e-handelsbarometeret har bare statistikk fra 2013.

2014 DagensNæringsliv grafikk/Kilde: SSB, Virke, Norsk eHandelsbarometer

Zalando øker

OSLO: Den tyske motenettbutikken Zalando økte omsetningen med nær fem milliarder kroner til i underkant av 15 milliarder kroner i 2013. Mild vinter og kald sommer presset

frem store rabatter, noe som ga en negativ resultatmargin på 6,7 prosent, ifølge en pressemelding.

Zalando har virksomhet i 15 land.

Tar over stadig mer

OSLO: Netthandlene tar en stadig større bit av kaken, til detaljhandelens ulempe. Matvarekjedene er de eneste som foreløpig ikke er rammet, ifølge fagsjef i hovedorganisasjonen Virke.

– Det er tre hovedgrunner til at netthandelen øker. Den ene er at kundene nå er modne for å bruke internett. Den andre er at stadig flere butikker tilbyr netthandel. Den tredje er at det er enklere, tryggere og mer tilgjengelig enn før. Kunden har fått tillit til internett, sier fagsjef Anne Johansen i Virke.

Gruppen som handler mest på nett, er barnefamilier, som av tidsmessige årsaker gjerne foretrekker å handle hjemmefra. Detaljhandelen har allerede merket konsekvensene av den økende netthandelen.

– Bransjer som musikk, film og elektronikk er allerede snudd på hodet på grunn av netthandel. I det siste også klær og sko, opplyser Johansen.

Ifjor økte netthandelen med 17 prosent, mens detaljhandelen bare økte med to prosent i Sverige. Matvarekjedene er de som foreløpig slipper unna.

– Det skyldes nok at de fire store matgruppene i Norge ennå ikke er på nett, sier Johansen og viser til nettbutikken Godt Levert, som leverer mat på døren.

Fra en omsetning på syv – åtte millioner kroner i 2010 gikk Godt Levert til en omsetning på 200 millioner i 2014. Johansen tror det handler om at kunden må venne seg til tanken på en ny måte å handle på.

Graden av tilgjengelighet og fleksibilitet når det gjelder betalingsløsninger og forsendelsesalternativer synes å styre nettkundenes valg av butikk i større grad enn visuelt tiltalende nettsider.

– Det er ikke nødvendigvis de fresheste sidene som får kunder, men at det er enkelt å navigere seg frem, og at den leveringsmåten kunden ønsker, er tilgjengelig, sier Johansen.

Mitsubishi Pajero

TOPPMODELLEN INSTYLE+

Varebil nå fra kr 459.900,-*

- Automatgir • Xenonlys • Skinnseter
- Automatisk klimaanlegg • Regnsensor • USB
- SD-navigasjonssystem • Ryggekamera
- Rockford premium lydanlegg m.m.

NÆRINGSLEASING

fra kr 2.700,-
pr. mnd** Ekskl. mva



GARANTI
5 ÅR
100.000 km

Mellom bakkar og berg i over 30 år

Pajeros stilfulle og tidløse design reflekterer at dette er en bil skapt for å erobre de mest utfordrende og krevende terrenget. Med kraften fra elektronisk styrt Super Select 4WD, Active Stability og Traction Control har bilen et utrolig godt grep på veien. For de virkelig ekstreme kjøreforholdene har du også muligheten til å velge 4WD med låst bakre differensial. Mitsubishi Pajero tar deg sikkert og komfortabelt frem uansett hvor du skal.

Pajero personbil fra kr 827.100,-* Pajero varebil fra kr 409.900,-*

FOR NÆRMESTE FORHANDLER RING 23 37 61 00 *Veil. pris pr. 01.01.2014 levert Drammen inkl. mva og leveringskostnader. Frakt til forhandler utenfor Drammen og årsavgift kommer i tillegg. Forbruk: 8,6 l/100 km variert kjøring. CO₂-utslipp: 227 g/km. Utstyrsdetaljer kan avvike fra standard. **Leasing 36 mnd. 60.000 km, bilpris kr 473.000,- Rente 3,95% Forskuddsleie kr 50.000,- Termingbyr kr 95,- Etableringskostnader kr 3.990,- Alle priser ekskl. mva. Med forbehold om evt. trykkfeil.

Mitsubishi.youdrive.