

DIDRIKSONS

DIDRIKSONS FORTSÄTTER ATT EXPANDERA PÅ NYA MARKNADER

Det svenska jackvarumärket Didriksons har under 2020 upplevt positiva synergieffekter till följd av företagets närvaro på både den digitala och den fysiska marknaden. Modellen, som gett ett succéartat resultat på företagets befintliga marknader under året, introduceras nu även för Frankrike. Som första steg in på den franska marknaden lanserade Didriksons sin e-handel för franska slutkonsumenter i december 2020. Till följd av den stora efterfrågan, och i linje med den beprövade modellen, fortsätter expansionen nu fysiskt med ett tillfälligt showroom i området Le Marais i Paris.

- Vi har länge sett en ökad efterfrågan på våra produkter från franska slutkonsumenter men inte haft möjligheten att erbjuda dem, varken via vår egen e-handel eller fysiska destinationer i Frankrike. Därför är vi väldigt glada att äntligen kunna erbjuda hela vårt breda sortiment via vår e-handel, samtidigt som vi stärker upp den fysiska närvaron. Det gör vi med hjälp av en agent och ett tillfälligt showroom i Le Marais i Paris, säger Petra Sabo, Head of DTC på Didriksons.

Synergieffekterna mellan det digitala och det fysiska har varit ett lyckat koncept för Didriksons under 2020, då man introducerade 12 nya marknader på den egna e-handeln. Samtidigt ser företaget att flertalet återförsäljare, inte minst de som verkar digitalt, har fått ett rejält uppsving under 2020, vilket har lett till en ökad efterfrågan på produkter från Didriksons över alla kanaler och befintliga marknader.

- Vi är i grund och botten ett återförsäljarföretag och har byggt varumärket Didriksons tillsammans med våra partners, varför är vi väldigt måna om vårt samarbete och inte vill konkurrera med tillfälliga rabatter eller erbjudanden i vår egen e-handel. Vår hemsidas främsta syfte är att öka varumärkeskännedomen, berätta vår historia, utbilda och inspirera slutkonsumenterna, fortsätter Petra Sabo.

Resultatet för Didriksons e-handel under 2020 har slagit alla tidigare rekord. Försäljningen på de jämförbara marknaderna har mer än fördubblats, samtidigt som de nya marknaderna med UK och Tyskland i spetsen har genererat en efterfrågan och försäljning långt över förväntan. En utveckling som Didriksons hoppas kunna upprepa även i Frankrike.

KONTAKT

[didriksons.com](https://www.didriksons.com)

Petra Sabo, Head of DTC
+46 724 51 53 56
petra.sabo@didriksons.com

Johan Ekeroth, CEO
+46 706 54 32 48
johan.ekeroth@didriksons.com

Didriksons grundades 1913 av Julius och Hanna Didrikson med visionen att hålla fiskare torra och varma. 107 år senare är bolaget ett av Skandinaviens ledande varumärken inom jackor och tillverkar idag plagg för hela familjen. Didriksons omsätter cirka 500 miljoner kronor, och säljs i över 19 länder med en tredjedel av försäljningen online. Bolaget ägs av Adelis Equity och har huvudkontor i textilstaden Borås.