

Utrecht, 3 april 2008

C&A, MediaMarkt en Jumbo genomineerd voor (Re-)Connect Retail Award 2008

C&A, Jumbo en MediaMarkt zijn dit jaar genomineerd voor de (Re-)Connect Retail Award die op 9 april aanstaande wordt uitgereikt op de zeventiende editie van What's going on in Retailing?!. De drie retailers verdienen de nominatie doordat ze de aansluiting bij de wensen van de consument bovengemiddeld goed wisten te (her)vinden. De (Re-)Connect Retail Award wordt uitgereikt op basis van het onderzoek Trends in Retail, dat elk jaar wordt uitgevoerd door TNS NIPO in opdracht van Capgemini.

Op basis van voortdurend consumentenonderzoek beoordeelt Trends in Retail het presteren van Nederlandse retailers op de factoren attractiviteit, *commitment* en *brand equity*. Uit het onderzoek blijkt dat de genomineerde retailers uitstekend wisten in te spelen op de ontwikkelingen in hun sector en het beste gehoor gaven aan de wensen van de klant. Op die manier haalden zij bovendien het meeste profijt uit de consumentenbestedingen in 2007.

C&A heeft zich binnen het *family fashion*-segment op alle fronten weten te onderscheiden. De attractiviteit van het merk nam toe, evenals het commitment van de klant. Daarnaast kiest de consument tegenwoordig bewuster voor C&A. Uit het onderzoek blijkt ook dat de *multiformat*-strategie die C&A vanaf vorig jaar heeft ingezet, goed wordt ontvangen. Door de samenwerking met thuiswinkel Wehkamp kan nu ook online worden besteld. C&A wint ten slotte aan attractiviteit en commitment door het aanbod van meer modische basics, het sneller wisselende assortiment en de eco-bewuste strategie.

Binnen de sector consumentenelektronica blijft MediaMarkt een flinke stijger. In circa zeven jaar is de keten gegroeid van nul naar bijna dertig winkels en blijkt de formule in staat als publiekstrekker te blijven scoren. MediaMarkt weet impulsen te versterken en laat daardoor een positieve attractie index zien. De snelheid waarmee het assortiment wisselt en waarmee nieuwe *wannahaves* beschikbaar

komen, versterkt deze aspecten. Ook op het gebied van commitment onderscheidt de formule zich. Dit vertaalt zich in een toename van het aantal bezoeken en aankopen per periode. Ter illustratie: de vestiging Amsterdam Arena wordt per jaar meer dan twee miljoen keer bezocht.

Jumbo werd vorig jaar ook genomineerd als uitschieter binnen de sector *foodretail*, maar moest toen Albert Heijn voor laten gaan. Dit jaar laat de formule weer een sterke impuls op verschillende imagoaspecten zien. De ogenschijnlijke tegenstellingen in de propositie van de formule, zoals de beste service, het grootste assortiment en de laagste prijs, verhogen de attractiviteit voor de consument. Hoge ogen gooit Jumbo ook vanwege het verrassende aanbod en de grote diversiteit. Klanten doen graag boodschappen bij Jumbo en treffen daar producten aan die ze niet eerder zagen. Jumbo is niet langer een pure prijsvechter, maar gaat net als Albert Heijn voor commitment.

Trends in Retail laat ook dit jaar opvallend goede scores zien voor *runners-up* Expert, WE en Ikea. Ikea blijkt de afgelopen twaalf tot achttien maanden vooral aan attractiviteit gewonnen te hebben. Daarbij worden vooral brede doelgroepen aangesproken; Ikea is een van de weinige formules die actief marketingactiviteiten ontwikkelt voor de verzilverende babyboomgeneratie. Expert scoort vooral goed op het commitment van de consument en op attractiviteit. Het merk WE wist het afgelopen jaar een grotere en stabiele *footprint* te realiseren onder de jongere consument die meer *high fashion minded* is.

De winnaar van de (Re-)Connect Retail Award wordt bekend gemaakt op woensdag 9 april aanstaande, tijdens de zeventiende editie van What's going on in Retailing?! bij NBC in Nieuwegein (voor meer informatie, zie: www.retailing.nl). De uitreiking van de award is gebaseerd op het onderzoek Trends in Retail 2008, dat de belangrijkste trends op het gebied van retail beschrijft, aangeeft hoe de retailsector zich in de komende jaren zal ontwikkelen en laat zien hoe retailers hierop in kunnen spelen. Het volledige onderzoek wordt dit jaar in mei gepresenteerd.

EINDE PERSBERICHT

Over Capgemini

Capgemini levert aantoonbaar toegevoegde waarde aan de prestaties en veranderingsprocessen van zijn klanten in een groot aantal branches. Dit gebeurt met een compleet en innovatief aanbod van consulting-, technology- en outsourcingdiensten, die vrijheid creëren in het ondernemerschap van de klanten. Daarbij werkt Capgemini op een onderscheidende manier - the Collaborative Business Experience - samen met zijn klanten aan het behalen van snellere en betere resultaten. Bovendien

wordt gebruikgemaakt van het eigen wereldwijde leveringsmodel Rightshore®, met als doel de juiste resources op de juiste locatie tegen concurrerende prijzen te kunnen leveren. Capgemini heeft vestigingen in 36 landen en heeft wereldwijd meer dan 83.000 medewerkers in dienst. De organisatie realiseerde in 2007 een omzet van 8,7 miljard euro. Meer informatie is beschikbaar op www.nl.capgemini.com.

Voor meer informatie:

Capgemini

[Madelon Kaspers](#)

Woordvoerder

Telefoon: +31 (0) 30 689 2453

Mobiel: +31 (0) 6 100 358 34

Email: persvoorlichting.nl@capgemini.com

Stassen Communicatie

Telefoon: +31 (0) 30 693 0664