

Lagarde aloitti IMF:n johdossa

Ranskalainen **Christine Lagarde** aloitti tiistaina työnsä kansainvälisen valuuttarahasto IMF:n uutena pääjohtajana, ensimmäisenä naisena tehtävässä.

Lagarde aloitti työnsä Yhdysvaltojen itsenäisyyspäivän jälkeen ja pitää ensimmäisen tiedotustilai-

suutensa uudessa tehtävässään tänään keskiviikkona.

Lagarden keskeisin haaste on selvittää EU:n kanssa Kreikan velkakriisiä ja rajoittaa sen vaikutuksia maailmantalouteen. IMF:n osuus Kreikan uusimmasta lainaerästä on 3,3 miljardia euroa.

Hän siirtyy tehtävään Ranskan valtiovarainministerin paikalta sen jälkeen, kun **Dominique Strauss-Kahn** erosi raiskaussyytöksen takia.

Kauppalehti



EU palauttaa Suomelle 66 miljoonaa euroa

Euroopan unioni maksaa Suomelle takaisin 66 miljoonaa euroa EU:n viime vuoden budjetista.

Takaisinmaksu hoidetaan siten, että Suomen maksuosuutta EU-budjetista pienennetään kuluvana vuonna 66 miljoonalla eurolla.

EU-parlamentti päätti asiasta tiistaina täysistunnonsa Strasbourgissa.

Kaiken kaikkiaan jäsenmaille pa-

lautetaan yhteensä 4,5 miljardia euroa. Puolet tästä summasta koostuu vuonna 2010 toteutettujen ohjelmien käyttämättä jääneistä varoista. Toinen puolisko koostuu muun muassa EU:n kassaan maksetuista sakoista ja myöhästyneiden maksujen koroisista.

Palautuksia maksetaan kaikille unionimaille. Eniten rahaa takaisin saa suurin EU-maa Saksa, jolle unioni pulittaa peräti 923 miljoonaa euroa.

Suomi maksoi EU:lle viime vuonna vajaat 1,6 miljardia euroa.

Kauppalehti, STT

raukseen

PEKKA KARHUNEN/KL



laski 1,6 prosenttia, kun pahimmat kilpailijat lisäsivät myyntiään reilusti.

kkolainoilla

jäljiltä noussut, mikä tukee katettujen lainojen kysyntää.

Vakuudelliset velkakirjat eivät ole kuitenkaan selvinneet Kreikka-huolista ilman kolhuja. Sijoittajat ovat olleet huolissaan Kreikan ongelmien vaikuttavan haitallisesti myös velkakirjojen vakuuksien arvoihin.

Vakuudelliset velkakirjat eivät voi irrottautua nyrrähdyksistä ja häiriöistä muualla markkinoilla. Ne eivät ole patenttiratkaisu, Graalin malja, joka mahdollistaa pankkien rahoittaa itseään säännöllisesti ja edullisesti ohi markkinoiden ylä- ja alamäkien, Legal & General Investment Managementin tutkimusjohtaja **Georg Grodzki** sanoi uutistoimisto Bloombergille.

Eurooppalaisten lisäksi katetuista lainoista ovat kiinnostuneet myös

muut maat. Esimerkiksi Australia, Britannia ja Kanada ovat säätämässä uutta katettuja joukkolainoja suosivaa lainsäädäntöä. Myös Yhdysvalloissa lainsäätäjät ajavat uutta lakia, joka käsittelee katettuja lainoja.

Kysyntä kasvaa

Maailman suurin joukkolainasijoittaja Pacific Investment Management (Pimco) uskoo, että kiinnostus katettuihin joukkolainoihin kasvaa yhä enemmän maailmalla laajentaen lainamarkkinoita.

Pimcon salkunhoitajat **Ben Emons** ja **Kris Mierau** kirjoittavat tuoreessa katsauksessaan, että pankkien uudet Basel III- ja vakuutusyhtiöiden Solvenssi II -säännökset kasvattavat vakuudellisten lainojen suosiota.

Reima etsii verkkokaupasta kasvua Euroopan-markkinoilla

Lastenvaatevalmistaja toivoo verkosta uutta yhteydenpitokanavaa asiakkaisiin

Anni Erkkö
anni.erkko@kauppalehti.fi

Lastenvaatevalmistaja Reima seuraillee Marimekon jalanjalkia ja avaa verkkokaupan vientinsä vauhdittamiseksi. Yhtiön tavoitteena on kasvattaa verkkomyyntin avulla markkinaosuaan etenkin Pohjoismaissa ja Euroopassa.

Ensimmäisenä verkkokauppa avautuu kuitenkin Suomessa, jossa uusi myyntikanava aukeaa elokuun alussa.

–Ensi vuoden syksyllä avaa kauppan Skandinavian maissa, sitten laajennaamme Keski-Eurooppaan. Meillä on valmius aloittaa verkkokauppa myös Venäjälle, mutta sen suhteen odotamme vielä muutamia vuosia, Reiman myyntijohtaja **Kimmo Jahila** kertoo.

Tällä hetkellä Reiman tuotteita viedään 17 eri maahan, joissa osassa toimii yhtiön oma organisaatio. Jahila uskoo tilanteen muuttuvan lähivuosina.

–Viiden vuoden päästä meillä voi olla 50 vientimaata, joista osassa toimii ehkä ainoastaan verkkokauppa.

Kuluttajalle vaikutusvaltaa

Suomalaisyrittäjiä on moitittu ylivoimaisuudesta verkkomyyntin aloittamisen suhteen. Reimassakin verkkokaupan perustamista on mietitty jo vuosia.

–Nyt aika tuntuu kypsältä verkkokaupalle kuluttajien puolesta. Jäl-

leenmyyjämme ovat lämmenneet ajatukselle, sillä tarkoituksemme ei ole kilpailla heidän kanssansa vaan verkkokauppa tukee myös kaupankäyntiä myymälöissä.

Jahilan mukaan verkkokaupan avaaminen on yksi Reiman lähihistorian merkittävimmistä investoinneista. Hankkeen arvoa hän ei kuitenkaan kerro.

–Kaupan teknologian lisäksi on järjestettävä logistiikka ja rekrytoitava ihmisiä. Koska panostus on merkittävä, myös odotusarvo on korkealla.

Myynnin vauhdittamisen ohella verkkokaupan tarkoitus on myös lisätä Reima-brändin tunnettuutta.

–Kyse on osittain myös markkinoinnin investoinnista. Myymälöissä jälleenmyyjä tekee päätöksen valikoimasta, verkkokaupassa hallinnoimme itse omaa tarjontaaamme.

Reiman markkinointijohtaja **Mari Tigerstedt** kertoo, että verkkokau-

pan ympärille halutaan rakentaa yhteisö, jossa asiakkaat voivat keskustella ja antaa palautetta yhtiön tuotteista. Reimalle erityisen mielenkiintoinen kohderyhmä verkossa ovat suosittujen lastenvaateblogien lukijat.

–Nyt tuotteiden ostaminen ja niistä keskustelu tapahtuvat eri paikoissa. Mielestämme nämä voisi hyvin yhdistää, jolloin kuluttajat voisivat vaikuttaa vaikkapa malliston kokoa ja värivalikoimiin, Tigerstedt sanoo.

Reima

■ Kankaanpäässä vuonna 1944 perustettu lastenvaatevalmistaja, tunnettu mm. Lassie- ja Tutta -merkeistä.

■ Nykyinen omistaja on amerikkalainen pääomasijoittaja The Riverside Company.

■ Liikevaihto viime vuonna 46 miljoonaa euroa, josta viennin osuus noin 70 prosenttia.

■ Tämän vuoden liikevaihtoennuste noin 60 miljoonaa euroa.

■ Henkilöstön määrä Suomessa 100 ja ulkomailla 20. Tuotanto on ulkoistettu Kiinaan.

Vientiä lisää. Tällä hetkellä Reiman tuotteita viedään 17 eri maahan, joissa osassa toimii yhtiön oma organisaatio.



Monet vaateviejät miettivät vielä verkkoon menoa

Marimekko avasi verkkokaupansa Yhdysvalloissa viime viikolla osana Pohjois-Amerikan kasvustrategiaansa. Ensi vuonna yhtiön verkkokauppa avataan Suomessa ja sen jälkeen kauppa laajennetaan muihin maihin.

Useat pienemmät suomalaiset vaateviejät vielä miettivät verkkokauppojen perustamista. Venäjälle ja Saksaan vaatteita vievällä Finnkarelialla on verkkokauppa Suomessa, mutta ei ulkomailla.

–Verkkokaupamme on toimi-

nut noin vuoden, mutta se on osoittautunut haastavaksi. Valitettavasti kohderyhmämme ei käytä kovin aktiivisesti tietokonetta. Kauppiaille suunnattu b-to-b-verkkokauppa sen sijaan osoittaa piristymisen merkkejä, yhtiön markkinointijohtaja **Franz Mascher** sanoo.

Luhta-merkistä tunnetulla L-Fashion Groupilla verkkokauppa ei ole, mutta markkinointijohtaja **Tuula Malisen** mukaan asiaa "tutkitaan ja suunnitellaan koko ajan".

Nanso näkyy verkkokauppoissa

toistaiseksi ainoastaan jälleenmyyjien kauppapaikoilla.

–Omaa verkkokauppa vientiin meillä ei vielä ole, mutta asian suhteen on kahden vuoden strategia. Tarvittaessa kauppa voidaan perustaa aiemminkin, vientijohtaja **Sirkku Vuorinen-Simula** sanoo.

–Verkkokaupasta on puhuttu kovasti ja sitä on suunniteltu. Me olemme seuranneet kansainvälisiä kilpailijoitamme, ja paljonhan niitä on perustettu.