

Capgemini pressekontakt:

Gunilla Resare

Tel.: + 47 45 00 25 42

E-mail: gunilla.resare@capgemini.com

Mer samhandling må til for å takle finanskrisen

Omstilling til et nytt økonomisk klima krever innovative samarbeidsformer

Oslo 10. februar 2009 - En rapport fra Capgemini viser at finanskrisen kan bli en katalysator for innovasjon og samhandling, om bare bedrifter vet å gripe mulighetene. Rapporten "Succeeding in a Volatile Market – 2018: the Future Value Chain" undersøker hvordan den internasjonale verdikjeden vil utvikle seg. Rapporten ser på hvordan varehandel- og produksjonssektoren påvirkes av et usikkert finansielt klima og endrete forbruksvaner.

Studien undersøker hvordan endringer i markedet, forbruk og råvarer vil påvirke bransjen over de neste ti årene, og ser på hvordan bransjen best kan møte dagens utfordringer samtidig som de forbereder seg på fremtidens markedssituasjon. Rapporten er et samarbeid mellom Capgemini og Global Commerce Initiative. Gjennom å dele rutiner for beste praksis og økt samhandling mellom forretningspartnere og forbindelser, vil bransjen stå bedre rustet til å tilpasse seg nye markedssituasjoner.

– Rapporten understreker behovet for mer samhandling mellom alle partene i verdikjeden nå som vi går vanskelige tider i møte, sier Kjell André Engen, Administrerende direktør i Capgemini Norge.

Rapporten er utarbeidet etter samtaler med 130 ledende personer innen MRD (Manufacturing, Retail & Distribution) sektoren i Europa, Nord-Amerika og Asia, inkludert i Kina, India og Japan. Studien ser på de endrede rammene for produksjon av forbruksvarer, og identifiserer måter bransjen kan tilpasse seg, og bedre møte forbrukernes behov i et vanskelig økonomisk klima.

– Rapporten viser at bransjen har en åpning til å gripe mulighetene som krisen tross alt tilbyr, ved å fortsette å jobbe for løsninger som er enda bedre tilpasset kundenes behov, sier Engen. – Det vil bli helt nødvendig å tenke innovativt for å møte disse utfordringene, sier han.

Rapporten slår fast at om ti år vil den økonomiske maktbalansen ha endret seg, både for bedrifter og forbrukere. Den voksende middelklassen i Asia og den verdensomspennende teknologirevolusjonen vil skape nye kommunikasjons- og kjøpemønstre. Kostnaden og tilgjengeligheten av forskjellige råmaterialer vil påvirke forsyningskjedene, og fokuset på miljø- og samfunnsmessig forsvarlig drift vil øke. For forbrukere er det gode nyheter: mer samhandling, både mellom bedrifter og mellom bedrifter og kunder, vil gi større påvirkningskraft

og mer makt til forbrukerne. For bedrifter som makter å omstille seg til et mer omskiftelig og konkurranseutsatt marked, vil tettere samarbeid med leverandører og kunder kunne gi konkurransefortrinn.

Rapporten fokuserer spesielt på utviklingen i det Asiatiske markedet.

Om Capgemini

Capgemini er en verdensledende leverandør av consulting, teknologi og outsourcing tjenester. Vi hjelper våre kunder å endre sine virksomheter og realisere sitt potensial gjennom teknologi. Capgemini gir kundene innsikt og muligheter til å øke sin frihet til å oppnå enestående resultater ved hjelp av en unik arbeidsmetode – the Collaborative Business Experience – og vår globale leveransemodell Rightshore[®], som tilbyr de rette ressursene på rett sted og til en konkurransedyktig pris. Capgemini er representert i 36 land, har mer enn 88 000 ansatte globalt og omsatte for 8,7 milliarder Euro i 2007.

Ytterligere informasjon er tilgjengelig på www.capgemini.no