

**1 + 1 = 3**  
**Un partenariat parfait.**  
Les raisons de la force de Loewe dans le commerce  
spécialisé.

**LOEWE.**



## Un partenariat parfait.

Loewe et le commerce spécialisé : une coopération fructueuse.

Le secret : Loewe fait confiance à ses revendeurs spécialisés, et les revendeurs spécialisés font confiance à Loewe. Chaque Loewe Galerie profite ainsi d'un concept commun qui, chaque année, prend un peu plus d'ampleur.

Découvrez ici cinq raisons de la force de Loewe dans le commerce spécialisé. Et investissez dans l'avenir.

Raison n°1 : leadership sur le segment premium	p. 04
Raison n°2 : leadership en matière de divertissement à domicile	p. 10
Raison n°3 : systèmes de présentation en magasin et promotion des ventes	p. 16
Raison n°4 : une communication substantielle	p. 22
Raison n°5 : un dialogue entre partenaires	p. 28

Raison n°1 :  
**leadership sur le segment premium.**



Loewe Galerie Herz  
Berlin – Allemagne

# No. 1

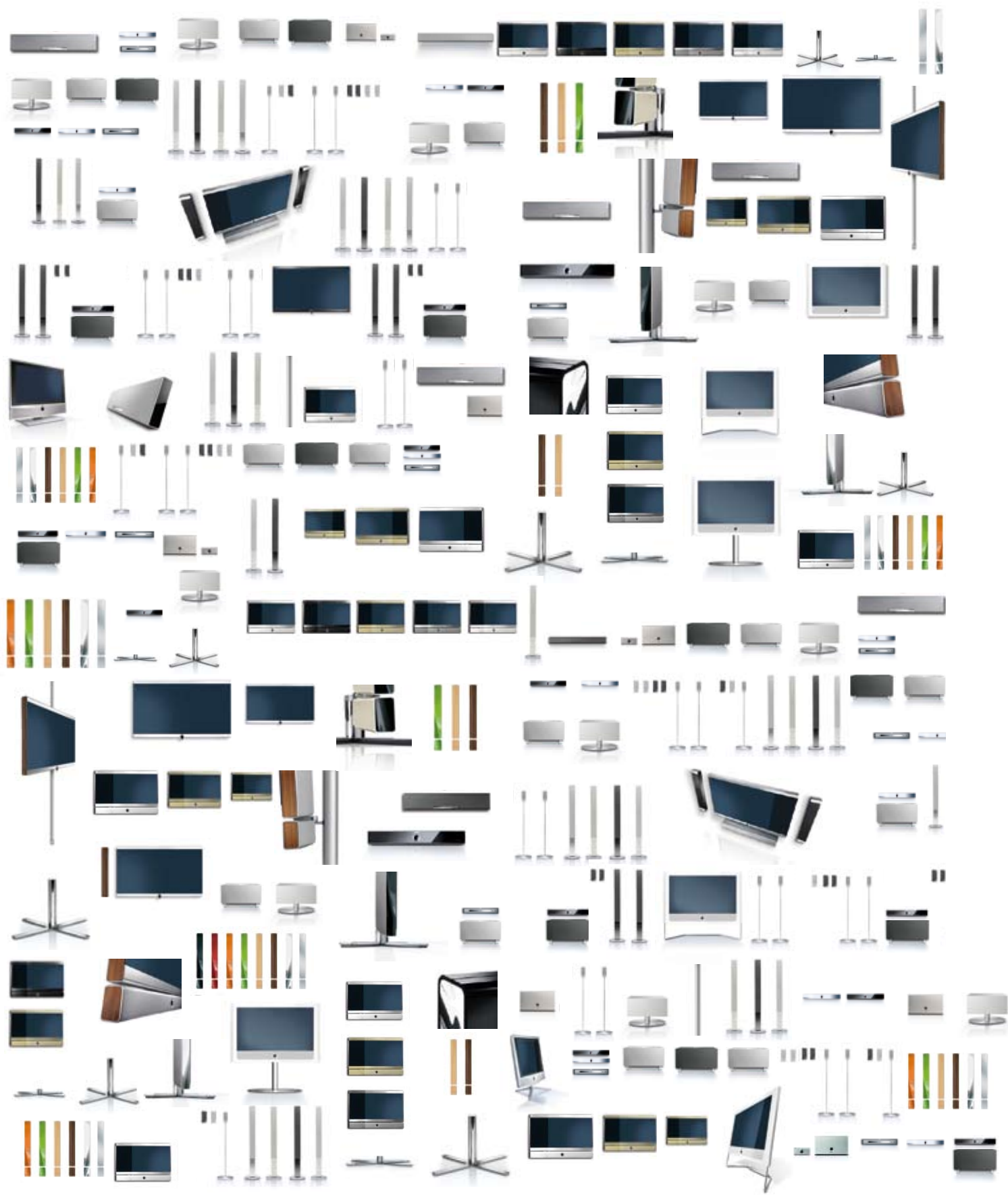
Leader sur le marché, Loewe occupe 32,8 % du segment premium des téléviseurs LCD en Europe (appareils à partir de 2000 euros).

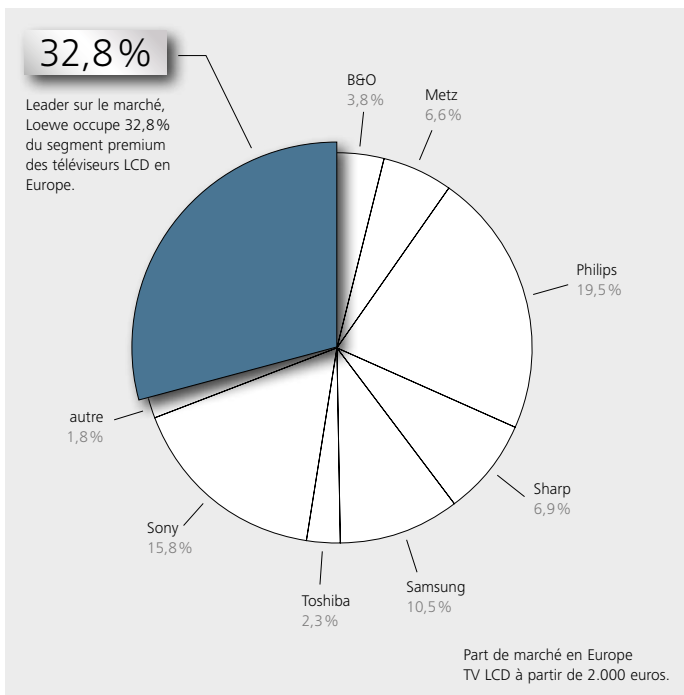
Source : étude de marché Loewe sur base GfK 01-04/2008.

« Représenter le n°1 nourrit mon propre succès. Je suis fier de présenter une marque forte. »

Florian Herz – Loewe Galerie Herz, Berlin, Allemagne

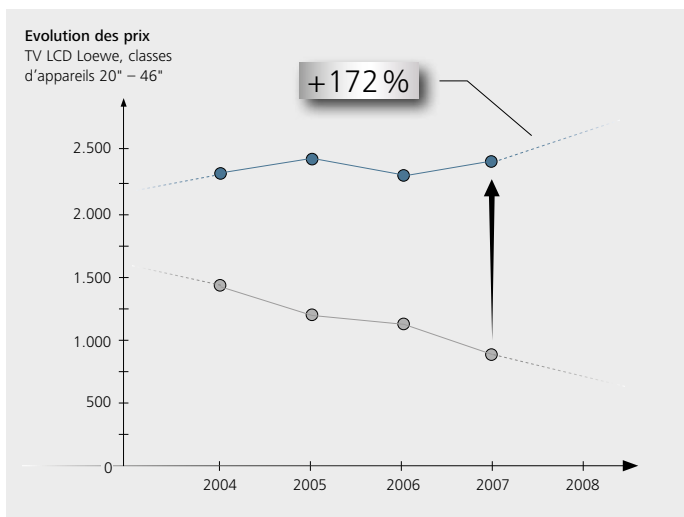






## Un leadership sur le segment premium.

Les frères Loewe ont ouvert la voie en 1923. Et depuis lors, un principe n'a cessé de faire loi : à l'aide d'innovations intelligentes, poser de nouveaux critères. En tant que marque leader sur le marché premium, Loewe offre aujourd'hui des marges hautement attractives et une remarquable stabilité de prix. Loewe protège ainsi le commerce spécialisé face à la concurrence des fournisseurs à bas prix tout en conservant le caractère premium de la marque. En 2008, Loewe a reçu le très convoité « Brand Award » allemand.



## Un solide leadership en matière de qualité.

A la base du leadership de Loewe sur le marché premium : l'exigence de qualité. Tout comme en 1931, avec la première transmission télévisuelle électronique au monde, Loewe offre aujourd'hui encore une qualité convaincante, sans compromis. Faire confiance à Loewe en vaut la peine : au regard de la croissance très prometteuse de l'entreprise, les analystes financiers recommandent d'investir dans Loewe, en dépit du contexte économique morose.

Source : étude LBBW 07/2008.

## Un leadership diversifié en matière de systèmes.

Loewe connaît les désirs de ses clients et a, avec l'Individual 46 Compose, positionné sur le marché européen l'un des cinq téléviseurs les plus vendus de cette classe d'écrans. Grâce aux prix premium, la vente en est d'autant plus rentable pour le commerce spécialisé. Et comme la clientèle exigeante recherche de plus en plus des produits de qualité, Loewe se profile désormais sur un nouveau marché de croissance : le lancement de produits audio premium innovants. Et les nouveaux systèmes de divertissement à domicile Multiroom ouvrent désormais la voie à des activités interentreprises. Une chose est sûre : là encore, Loewe convaincra avec une qualité de premier rang.

Source : étude de marché Loewe 06/2008.



Raison n°2 :

**leadership en matière de divertissement à domicile.**



Loewe Galerie Reisenberger  
Munich – Allemagne

+81,7%

Entre 2006 et 2008 (1er semestre 2008), les Galeries Loewe ont enregistré en Allemagne une croissance de 81,7%.

Source : étude de marché Loewe 06/2008.

« Grâce à des produits personnalisables, Loewe se développe  
parallèlement aux désirs de sa clientèle. Et ma Galerie également. »  
Roland Baumgartner – Loewe Galerie Reisenberger, Munich, Allemagne



## Des systèmes individuels.

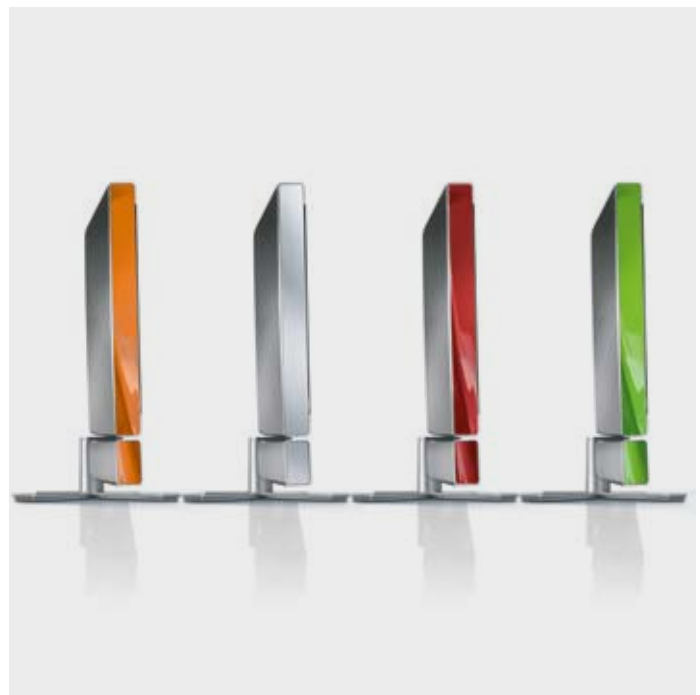
La possibilité de personnaliser les produits Loewe est tout aussi exceptionnelle que les clients Loewe eux-mêmes : tous les produits peuvent être choisis en accord parfait avec les exigences personnelles du client, ou complétés ultérieurement. Des prestations de services et de conseil individuelles offrent au revendeur spécialisé une chance de se démarquer. Pour assurer une présentation rapide et homogène de la gamme et faciliter le déroulement de l'entretien clientèle, la gamme de produits Loewe est répartie en quatre lignes de produits : Reference, Individual, Connect et Art. Chaque ligne offre un programme respectif. Et chaque client trouve le concept qui lui correspond.





### Des innovations intelligentes.

Des solutions tout simplement intelligentes. En effet, Loewe a intégré dans ses appareils, et l'actuelle Slim Line ultramince est également concernée, l'ensemble des technologies nécessaires à un divertissement à domicile hors du commun. Ce qui signifie que ni enregistreur ni récepteur externes ne viennent troubler l'harmonie esthétique de l'ensemble Loewe. Et les clients se rendent compte dès la démonstration du produit en magasin que le pilotage de toutes les fonctions s'effectue en toute facilité, même en présence d'une mise en réseau Multiroom, à l'aide d'une seule télécommande.



### Un design primé.

Tous les produits Loewe ont un design résolument minimaliste. L'intégration de nombreux composants habituellement externes rend possible une concentration peu commune sur un téléviseur. Un langage des formes limpide, des matériaux exclusifs et des finitions parfaites viennent ajouter à l'unicité de l'appareil. Loewe a reçu à ce jour près de 200 prix pour le design hors du commun de ses produits. Ces produits embellissent chaque vitrine du commerce spécialisé.

Raison n°3 :  
**systemes de présentation en magasin  
et promotion des ventes.**



Loewe Galerie Ternes  
Paris – France

+87,5%

87,5% des revendeurs interrogés enregistrent une demande croissante de la clientèle pour la marque Loewe.

Source : commerce spécialisé en Allemagne et Autriche (Etude LBBW 04/2008).

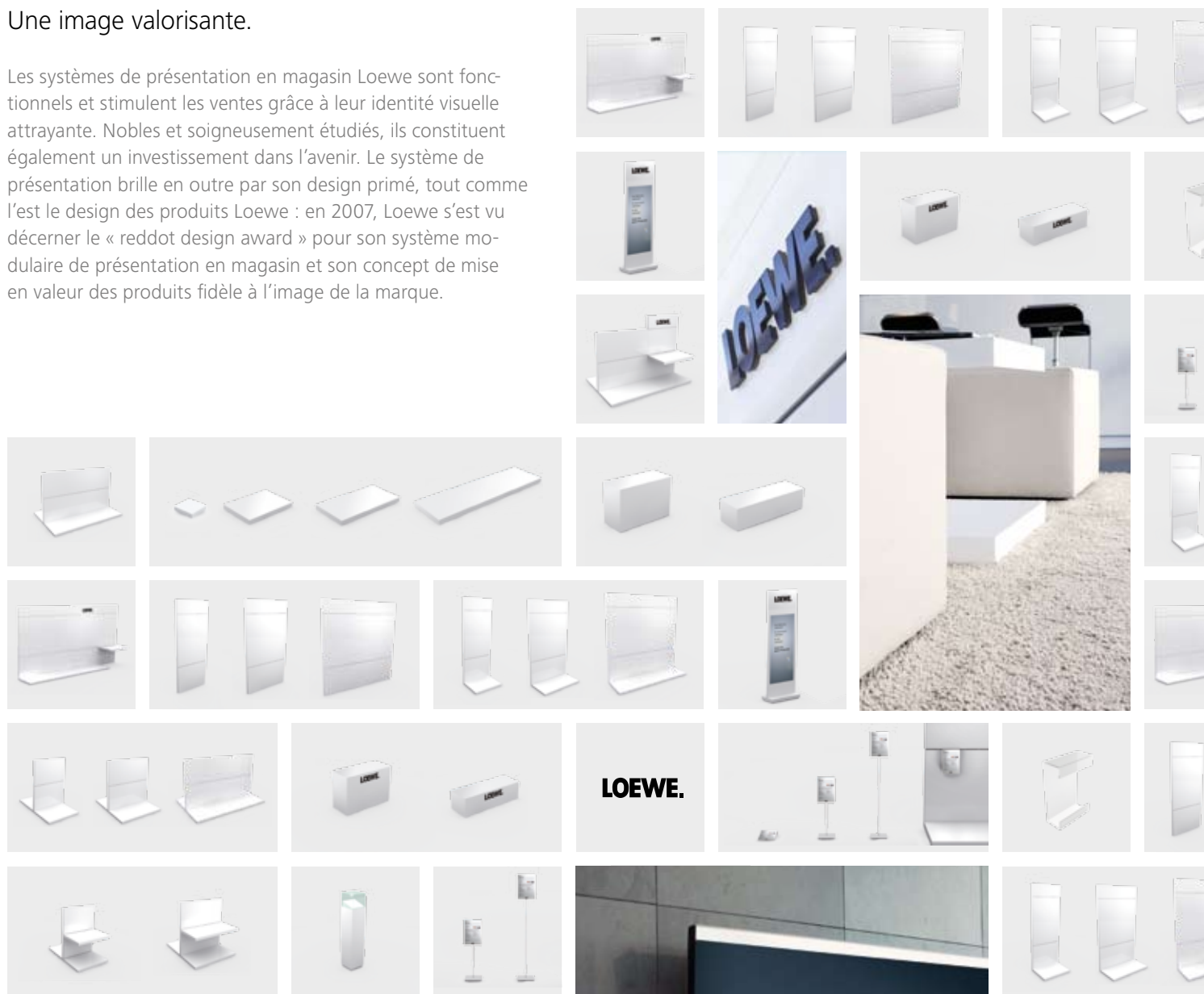


« C'est plus qu'un agencement de magasin. C'est un moteur de stimulation des ventes. »

Private Aïnon – Loewe Galerie Ternes, Paris, France

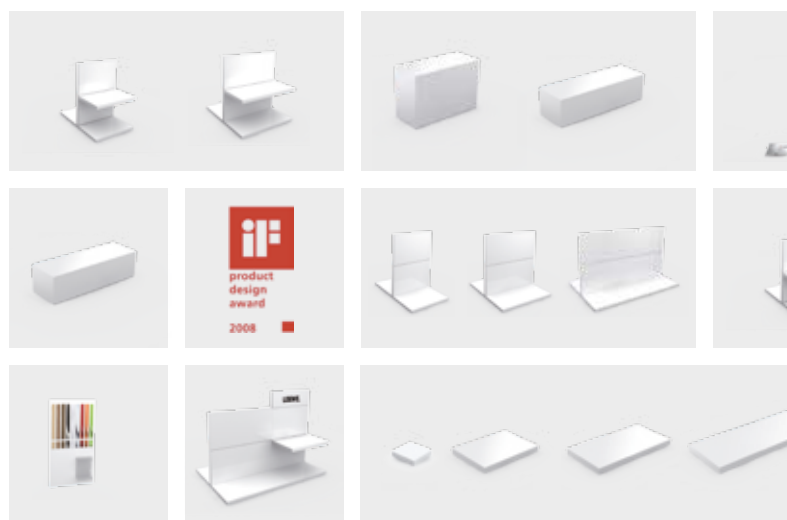
## Une image valorisante.

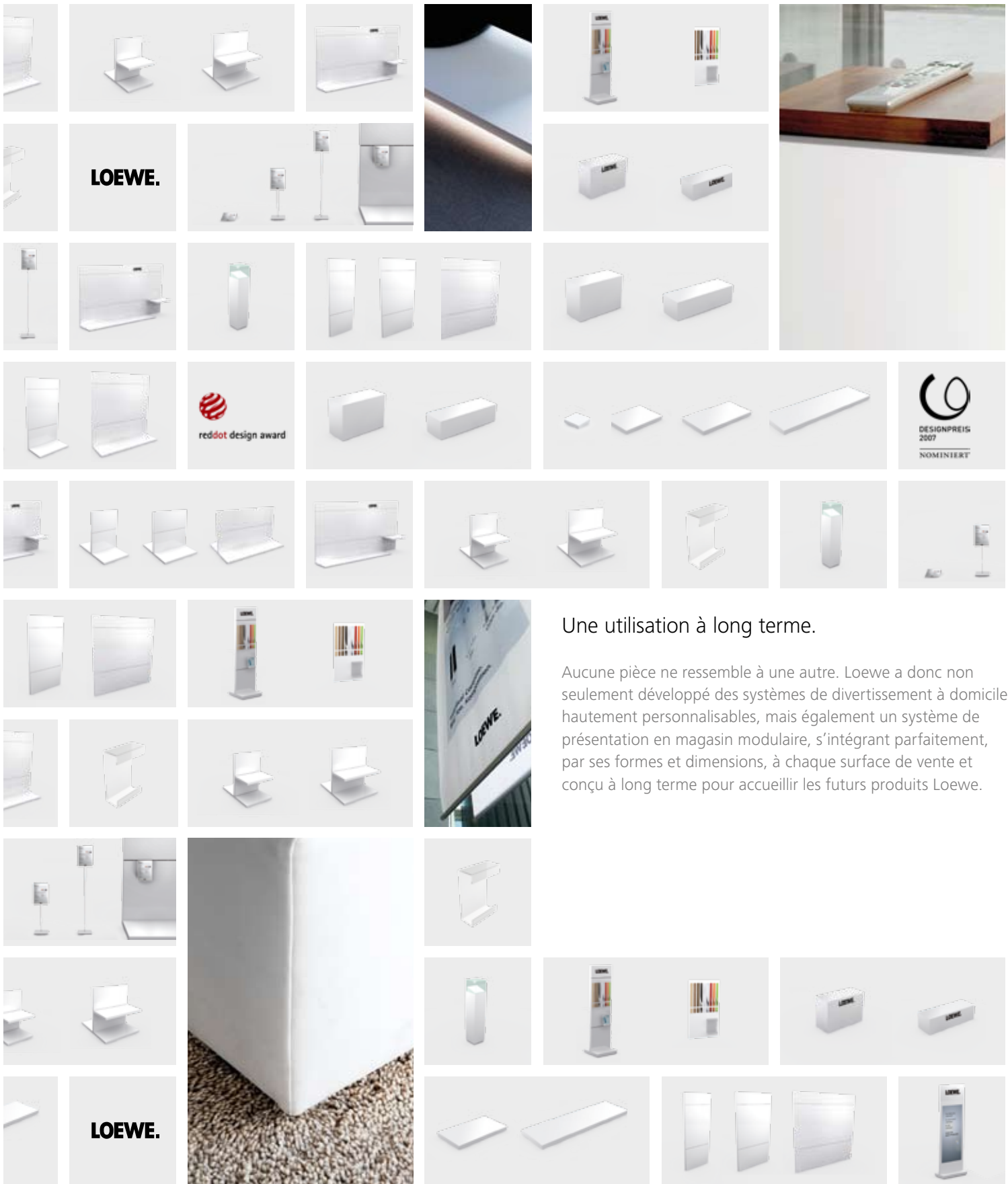
Les systèmes de présentation en magasin Loewe sont fonctionnels et stimulent les ventes grâce à leur identité visuelle attrayante. Nobles et soigneusement étudiés, ils constituent également un investissement dans l'avenir. Le système de présentation brille en outre par son design primé, tout comme l'est le design des produits Loewe : en 2007, Loewe s'est vu décerner le « reddot design award » pour son système modulaire de présentation en magasin et son concept de mise en valeur des produits fidèle à l'image de la marque.



## Une intégration professionnelle.

Chaque système de présentation Loewe est étudié jusque dans les moindres détails. Du premier contact à l'actualisation et à l'entretien, en passant par la planification et le montage, rien n'est laissé au hasard. Loewe offre dans ce cadre un soutien intensif au revendeur spécialisé. La volonté de créer quelque chose ensemble rapproche et passionne. Avec son soutien financier, Loewe facilite la mise en place de chaque système de présentation.





## Une utilisation à long terme.

Aucune pièce ne ressemble à une autre. Loewe a donc non seulement développé des systèmes de divertissement à domicile hautement personnalisables, mais également un système de présentation en magasin modulaire, s'intégrant parfaitement, par ses formes et dimensions, à chaque surface de vente et conçu à long terme pour accueillir les futurs produits Loewe.

Raison n°4 :  
**une communication substantielle.**



Loewe Galerie am Kö  
Augsbourg – Allemagne

# 18 mio.

En combinant publicité offline et online, Loewe a réalisé en peu de temps quelque 18 millions de contacts clients.

Source : étude de marché Loewe.

« La publicité Loewe n'est pas une auto-mise en scène.  
Le produit a toujours la priorité. »

Rudolf Anzenhofer – Loewe Galerie am KÖ, Augsburg, Allemagne





## Des événements fascinants.

Loewe organise régulièrement des événements permettant la discussion et l'échange d'informations produits approfondis avec le commerce spécialisé. Ces manifestations se sont toujours avérées profitables, notamment lors du lancement de nouveaux produits ou de l'annonce d'activités de marketing, et ce, pour les deux parties concernées. Loewe offre en outre un soutien intensif en terme de communication dans le cadre d'événements clients exclusifs au sein du commerce spécialisé. L'ouverture de nouvelles boutiques Loewe est elle aussi toujours fêtée en conséquence.



## Un univers à expérimenter en réseau.

Le client constitue le capital le plus précieux, c'est la raison pour laquelle Loewe entend prolonger l'enthousiasme pour ses produits bien au-delà de l'acte d'achat. Loewe combine efficacement les deux voies de communication, la publicité offline et online, pour stimuler à la fois l'intérêt de la clientèle et les chiffres de vente. Le site Internet Loewe transmet au client de fortes impulsions d'achat par le biais d'images émotionnelles et de films impressionnants et en renvoyant au revendeur spécialisé local. L'outil de configuration personnelle permet quant à lui d'admirer en détails les appareils Loewe sur toutes les faces.

## Plein feux sur les produits.

Les mesures de communication mises en oeuvre par Loewe mettent en valeur la qualité unique des produits. La focalisation s'effectue donc toujours sur le produit. Le thème central : le divertissement à domicile parfait, que ce soit lors du Salon international de l'électronique grand public à Berlin (IFA), dans le cadre d'activités publicitaires classiques, de mailings directs ou de la communication en magasin.



Raison n°5 :  
**un dialogue entre partenaires.**

flydende endnogensinde.

CD TV med **100Hz**.



Loewe Galerie InWall  
Copenhagen – Danmark



Par rapport à d'autres fabricants, Loewe connaît de loin la plus grande satisfaction client au sein du commerce spécialisé.

Source : étude GfK, satisfaction revendeurs 2008.

« On a rarement dans cette filière un rapport direct au fabricant.  
Avec Loewe au contraire, il existe un réel dialogue. »

Lasse Brandt – Loewe Galerie InWall, Copenhague, Danemark





## Une loyauté vécue.

Chez Loewe, la loyauté s'écrit avec un grand L. En effet, les relations entre le commerce spécialisé et Loewe se distinguent, en comparaison avec la concurrence, par un esprit de coopération tout particulier. Les propositions sont prises au sérieux, les idées nouvelles sont volontiers accueillies et les questions trouvent réponse immédiate. Un grand but vient souder cette relation : le divertissement à domicile parfait.



### Une formation précieuse.

Loewe investit chaque année dans son programme de formation diversifié ProCollege qui est continuellement mis à jour et élargi de sorte à répondre à la forte demande du commerce spécialisé. Loewe propose dans ce cadre des séminaires intensifs sur les thèmes du service premium, du marketing produits, du marketing commercial et de la technique.



### Des mérites reconnus.

Loewe fait tout pour stimuler les meilleures performances. Une fois par an, les revendeurs spécialisés les plus engagés sont invités à un voyage incentive avec de nombreux ateliers de travail et un programme-cadre diversifié. C'est à cette occasion qu'est décerné le Loewe Premium Award récompensant la meilleure Loewe Galerie. Le Salon de l'électronique grand public à Berlin (IFA) comprend une zone exclusivement réservée aux revendeurs Loewe, qui présente également les nouveautés et la diversité du système de présentation en magasin Loewe.

## **Un partenariat parfait.**

La force de Loewe doit devenir votre force. Investir dans une Loewe Galerie vous semble intéressant et vous souhaitez davantage d'informations ?

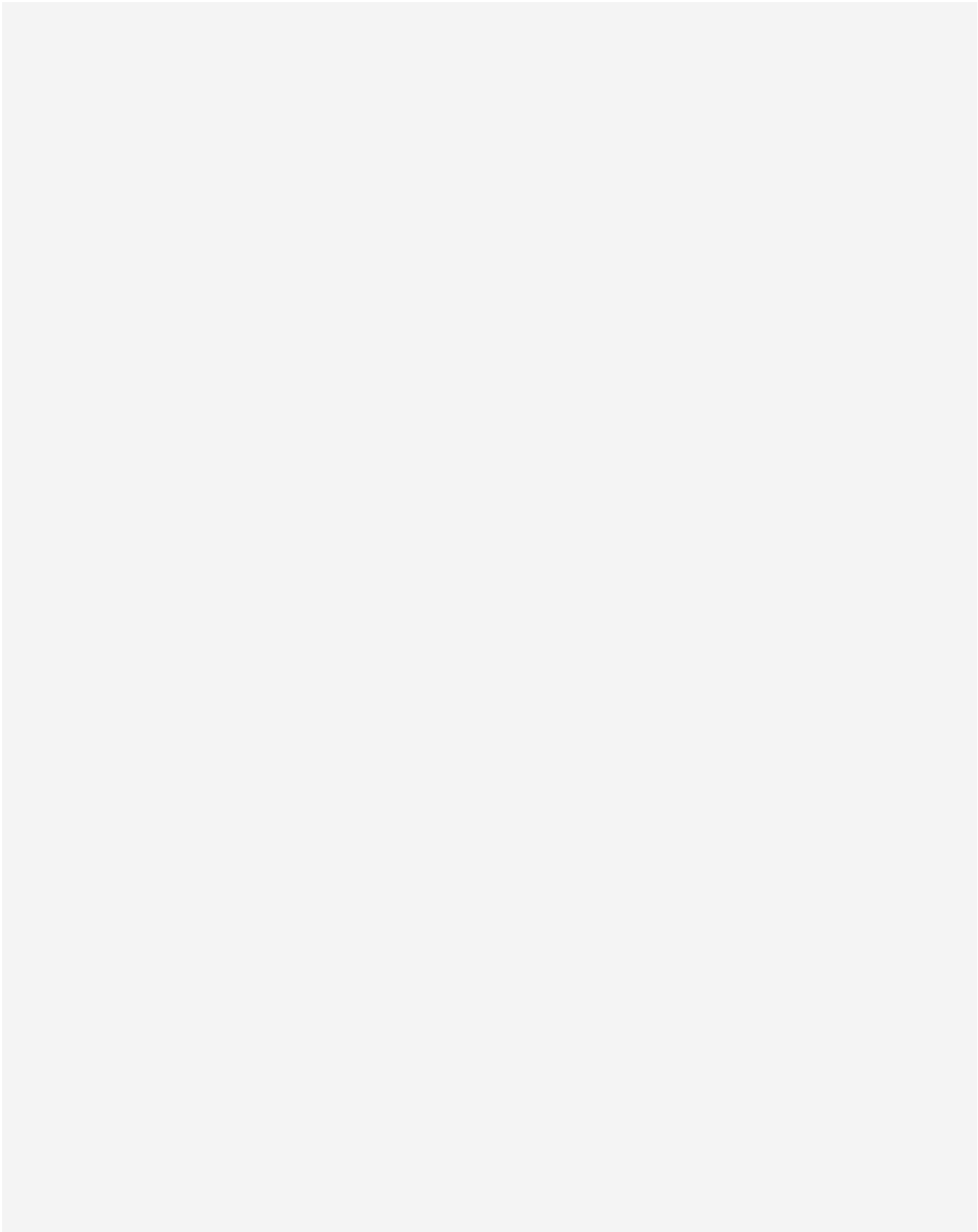
Loewe vous attend.

Loewe France  
BP 10010  
67014 Strasbourg Cedex  
France  
[www.loewe-fr.com](http://www.loewe-fr.com)

Telion AG  
Rütistrasse 26  
8952 Schlieren  
Suisse  
[www.telion.ch](http://www.telion.ch)

Loewe  
Industriestraße 11  
96317 Kronach  
Allemagne  
[www.loewe.de](http://www.loewe.de)

Sous réserve d'erreurs, de disponibilité et de modifications techniques ·  
LO 909539 FR/ 909537 CH · Imprimé en Allemagne.



**LOEWE.**