

La philosophie

Mars 2006

Le concept de distribution innovant, avec des celliers et la vente directe sur Internet, allié à la compétence de sélection, à l'optimisation permanente de l'assortiment et à la concentration sur la vente directe à des clients privés, est le principal facteur de succès de Mövenpick Vins en Suisse et en Allemagne.

Marketing direct auprès d'une large clientèle fixe

Une information mensuelle, détaillée et compétente adressée aux amateurs de vins constitue le pilier central du marketing direct de Mövenpick Vins. Par ses mailings directs évocateurs, l'unité d'activité parvient à atteindre plus de 1,2 million de clients par an. Chaque année, elle mène également quatre promotions principales: une souscription de Bordeaux, «Spring Offer», «Fantástico mundo ibérico» et «Tour d'Europe».

Grand choix dans les celliers

Les celliers Mövenpick proposent plus de mille vins différents des provenances les plus variées. L'offre est structurée par pays, sortes et années. L'amateur de vins profite d'offres d'achat et de souscription attrayantes. Chaque cellier organise d'abondantes dégustations. De la littérature spécialisée, des accessoires et une logistique optimale pour le chargement des caisses de vin complètent l'offre. En Allemagne, les celliers qui proposent aussi des dégustations sont exploités sous le nom de Mövenpick Weinland.

Vins en ligne 24 heures sur 24

Sur Internet, les celliers Mövenpick sont ouverts quotidiennement 24 heures sur 24 et permettent à l'amateur de profiter confortablement depuis chez lui des différentes offres spéciales et de faire son choix dans un assortiment d'une rare diversité. La boutique en ligne est tout à la fois un canal de vente, une plateforme du marketing, un portail d'information sur les vins et un important faire-valoir de l'image. Plus de 6'000 commandes se déroulent chaque année par ce biais. Une banque de données, avec des informations sur tous les vins proposés, fait aussi naturellement partie de l'offre que la possibilité de contacter directement un collaborateur pour un conseil personnel. Par ailleurs, les utilisateurs apprécient aussi les paiements sécurisés et le service avantageux de livraison à domicile.

Pour tous renseignements complémentaires:

Roger Maurer
Responsable communication
MPW Mövenpick Wein AG
Baarerstrasse 141
CH-6300 Zug
Phone +41 41 766 81 81
Fax +41 41 766 81 89
roger.maurer@moevenpick.com
www.moevenpick-wein.com

Caveau – le bar à vins du connaisseur

Depuis 1981, les caveaux Mövenpick symbolisent le plaisir à l'état pur tout en constituant un instrument de marketing capital et réalisent une parfaite symbiose entre un cellier, un local de dégustation, un restaurant et un bistrot. L'offre comporte environ 300 vins sélectionnés et une alternance de divers vins proposés au verre. En plus de pain et de fromages, ces établissements servent aussi une petite restauration. Le client qui le désire peut en outre acheter sur place son vin aux prix normaux de la vente en magasin.

Restaurant Caveau "Bündnerstube" – le culte du vin revisité

En début d'année, Mövenpick Vins a inauguré le premier Restaurant Caveau "Bündnerstube" avec service à la table. Le concept s'appuie sur le succès des Caveaux/bars à vins. La carte des vins, comportant plus de 200 crus différents, a été créée par René Gabriel lui-même. On y remarquera les nombreux vins rares que l'on ne trouve guère sur d'autres cartes des vins. Et enfin, ne l'oublions pas : l'atmosphère unique du carnotzet, original datant de l'Exposition nationale (« Landi ») de 1939, sis au premier étage de la Nüscherstrasse à Zurich, se voit conférer un nouvel honneur en devenant un restaurant à vins de première classe.

Grands vins pour le commerce de détail et les restaurants prestigieux

Créé en 1963, le commerce de vins biennois Fischer & Rihs a été racheté en juillet 2000 par Mövenpick Vins. Cette maison traditionnelle entretient d'excellentes relations avec la restauration du segment supérieur dans toute la Suisse.