



Communiqué de presse du 3 octobre 2009

## **@lbricht IS BACK.**

**Un an après le lancement réussi de sa @lbricht Snow Collection, Daniel Albrecht informe à la Züspa sur son deuxième pilier @lbricht. La nouvelle marque s'est également révélée un grand succès pour le partenaire de distribution exclusif Ochsner Sport: 10 pour cent de la totalité du chiffre d'affaires textile hiver 08/09 a été réalisé avec des produits @lbricht. Et la nouvelle collection devrait encore dépasser celle de l'année passée.**

Zurich/Coire, 3 octobre 2009 – La décision de Daniel Albrecht de se créer un deuxième pilier avec sa propre collection se révèle judicieuse. Elle lui donne, malgré un avenir encore ouvert dans le domaine du sport, sécurité et perspectives.

### **Les Inputs pour la nouvelle collection proviennent de Daniel Albrecht**

Daniel Albrecht avait déjà fait part, encore avant son accident à Kitzbühel, de ses souhaits et idées pour sa marque au producteur et à Ochsner Sport. «Lorsque j'étais dans le coma, toute l'équipe a continué à travailler avec une grande ardeur» déclare Albrecht avec gratitude. La nouvelle collection porte elle aussi sa signature personnelle: d'un style affirmé, elle est sans compromis au niveau de la qualité et de la fonctionnalité, tout en restant d'un prix très raisonnable.

### **Ochsner Sport vend plus de 13 000 unités de la @lbricht Snow Collection et réalise ainsi 10 pour cent de la totalité du chiffre d'affaires textile hiver**

@lbricht s'est particulièrement bien vendu, a déclaré Steve Schennach, responsable Marketing de Dosenbach-Ochsner AG. Le premier mois, la moitié et, jusqu'à la fin de la saison, 95% des effectifs du modèle „Wengen“, la veste de la collection la plus sophistiquée au niveau technique, étaient déjà vendus, aussi bien en version homme que dame. «Au total, nous avons vendu 13 000 unités et réalisé 10 pour cent du chiffre d'affaires textile hiver avec la @lbricht Snow Collection. Nous pensons que la marque doit en particulier son succès au fait qu'elle reflète bien la personnalité de son créateur: crédible, tendance, et fiable. En matière de qualité et de fonctionnalité, la marque profite de l'expérience dans le domaine sportif du ski de Daniel Albrecht.»



## **Le rapport de confiance avec le sponsor Ochsner Sport et la possibilité de distribution à 80 points de vente sont d'importants facteurs de succès**

Albrecht explique que le lancement de sa nouvelle marque à une si large échelle n'a été possible que parce que Ochsner Sport a présenté et vendu les produits dans tous ses 80 points de vente en même temps. Sans les inconvénients de la distribution par un seul partenaire, vu que la collaboration se base sur un excellent rapport de confiance. Ce que les responsables chez Ochsner Sport ont une nouvelle fois prouvé en continuant à travailler, également pendant la période qui a suivi son accident, avec un grand engagement, dans l'esprit du sportif.

## **Dépasser le succès de l'année dernière de la @Albright Snow Collection**

Cet hiver, la collection sera élargie de 29 à 41 articles et enrichie d'une nouvelle ligne Fashion. Par la même occasion, le nombre de pièces sera augmenté de 35 pour cent. La nouvelle collection séduit d'emblée par les couleurs tendance sulphur (jaune-vert) et vividblue pour les hommes, et violet et apple green pour les dames. Nouvel article vedette: la veste doudoune.

---

### **Interlocuteur pour la presse**

Giusep Fry, Directeur

Albright GmbH, Obere Plessurstrasse 5, 7002 Coire

Tél. 081 258 50 20, fax 081 258 50 21, portable 079 610 47 48

info@gfc-chur.ch

### **Sur les produits et la distribution**

Ochsner Sport

Steve Schennach

Responsable Marketing & Communication Dosenbach Ochsner AG

Allmendstrasse 25

8953 Dietikon

Ligne directe: +41 (0)44 745 46 39

Fax: +41 (0)44 745 49 70

Portable: +41 (0)79 659 52 70

Mailto: presse-schweiz@deichmann.com