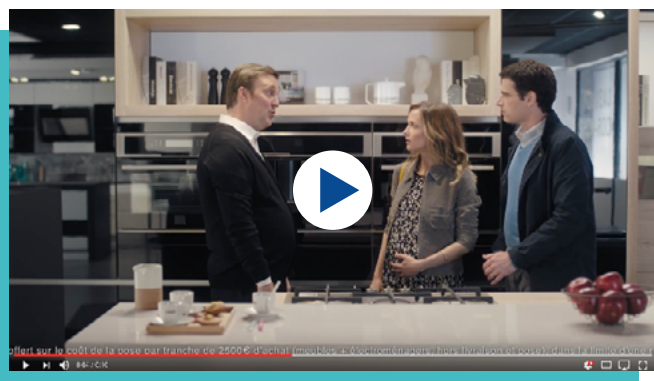


UNE NOUVELLE SIGNATURE DE MARQUE POUR DE NOUVEAUX DÉFIS

Le 5 mars 2017, IXINA dévoilera sa campagne publicitaire imaginée avec l'agence Havas Paris et son offre Shopper et qui incarne la nouvelle signature de marque de l'enseigne :

QUAND IXINA, TOUT VA !

Cette communication, en rupture avec les codes du marché de la cuisine équipée, traduit les nouvelles ambitions de l'enseigne.



- Agence Havas Paris : Mars 2017
- Plan média : Diffusion entre le 5 et 18 mars 2017
- 350 spots TV et web
- TF1, M6, TMC, TEVA, TV Breizh, CStar, C8+, BFM, + Pack Multidoc : RMC Découverte, Discovery Channel, SC Discovery Science, National Geographic, Nat Geo Wild; Voyage.

Plus d'informations
[Cliquez ici](#)

“

Nous ne sommes pas habitués à voir un vendeur de cuisine parler avec autant de franchise des pratiques et des prix de ses concurrents. La campagne mise aussi sur la sympathie du personnage en y ajoutant une bonne dose d'humour et d'absurde. ”

”

ALBAN PÉNICAUT
DIRECTEUR DE CRÉATION HAVAS PARIS

UN NOUVEAU PACTE AVEC SES CONSOMMATEURS

A travers sa campagne publicitaire, IXINA affirme sa différence et s'engage encore plus loin auprès de ses consommateurs. Chez IXINA : **On conseille d'abord**, on vend après ; **On n'a rien à cacher**, on laisse visiter ; On met **tout en œuvre pour rentrer dans le budget de départ** ; le client prend aujourd'hui davantage de temps pour demander plusieurs devis puis comparer et réfléchir.

Pour lancer et affirmer cette nouvelle stratégie de marque, IXINA et Havas Paris et son offre Shopper ont choisi de produire des spots publicitaires, au ton simple et décalé, qui met en avant les engagements de l'enseigne : la tournée des concurrents ? IXINA l'assume. Il n'y a qu'à comparer, il n'y a pas plus transparent !

Diffusé en Tv, radio, affichage et digitale, ce dispositif place IXINA comme un véritable **acteur du changement, de la modernité et de la confiance** : choisir IXINA, c'est l'assurance d'un projet réussi en toute sérénité.

UN DYNAMISME QUI SE CONFIRME EN 2017

Avec près de 120 magasins en France **pour un chiffre d'affaires de 230 millions d'euros en 2016**, l'enseigne, qui fait partie du **groupe FBD** (Franchise Business Division qui comprend les enseignes IXINA, Cuisine Plus, Cuisines Références et Vanden Borre Kitchen) prévoit d'ouvrir **20 nouveaux magasins en 2017** et d'atteindre les **200 points de vente d'ici cinq ans**.

“ Notre stratégie de développement prévoit trois types d'implantations : les magasins de 300 à 400 m² en périphérie des villes, ainsi que les surfaces de 150 à 300 m² pour les agglomérations plus modestes en termes de zone de chalandise. En parallèle, nous allons développer l'implantation de notre format IXINA City, au cœur des grandes villes pour répondre aux spécificités de l'habitat citadin. ”

THIERRY TALLET
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'IXINA



A propos d'IXINA :

Parce qu'avec un projet cuisine, rien ne doit être laissé au hasard, IXINA s'engage : sur le prix, le respect du budget, la qualité, la transparence et aussi les technologies pour rendre le rêve du client le plus concret possible avant de se décider. L'enseigne, qui célèbre ses 20 ans en France cette année, démocratise l'accès aux cuisines équipées de qualité. Un concentré d'engagements signé : Quand IXINA, Tout va !



SERVICE PRESSE
Judith Rozenblum - Sandrine De Sousa

j.rozenblum@kingcom.fr - s.desousa@kingcom.fr
T : 01 80 06 87 04 - T : 01 80 06 90 90