

## LE MONDE A CHANGÉ EN 20 ANS, LA CUISINE AUSSI

### UN SITCOM ACIDULÉ POUR MIEUX FETER LES 20 ANS D'IXINA EN FRANCE

En 1997 IXINA s'installait en France avec l'ouverture de son premier magasin à Lens. C'était la décennie des 90', qui ont vu naître les Game Boy, les tamagotchis, le lecteur CD, les Minikeums, les disquettes et cassettes audio.... Depuis, les tendances de consommation ont été bouleversées. On a changé 6 fois de téléphone, 5 fois d'ordinateur, 3 fois de voitures... et pourtant, de nombreux Français ont conservé la même cuisine depuis cette date ! C'est sur ce constat que les équipes d'Havas Paris ont imaginé la nouvelle campagne d'IXINA, parce que « Le monde a changé en 20 ans, la cuisine aussi ».

Le large dispositif, qui mise **sur un film publicitaire de 1 minute**, décliné en version 30' et 10' pour la TV est à découvrir à compter du 1<sup>er</sup> octobre sur les écrans TV et sur le mini-site dédié [3615ixina.fr](http://3615ixina.fr). Des spots radio, de l'affichage et de la PLV en magasins... relaieront la prise de parole.

#### COME BACK TO 90'S !

Les Français ne changent de cuisine que tous les 20 ans en moyenne. Pourtant à l'image de la mode, du design, des nouvelles technologies... la cuisine s'est transformée. Flashback sur les années 90 donc pour faire comprendre avec humour et dérision que la cuisine n'est plus ce qu'elle était. Fortement inspirée des sitcoms acidulés des années 90, la campagne accueille une guest-star, Bernard Minet, acteur populaire de la série « Salut les musclés ».



« Comme dans tout bon sitcom, il y avait une guest-star. Bernard Minet, c'est un peu notre David Hasselhof à nous. » explique **Alban Pénicaut, Directeur de la création Havas Paris et réalisateur de la campagne**. « Les gens l'adorent. Très vite il nous transporte dans un univers nostalgique des années 90 avec tout le décor qui va avec ».

#### UN DISPOSITIF 360° GIGA COOL

Pour accompagner cette campagne publicitaire pleine d'humour, IXINA met en place un dispositif de communication 360°. Spots radio, campagne d'affichage, PLV et affiches en magasins... Sans oublier un dispositif digital événementiel dédié aux 20 ans : le mini site [3615ixina.fr](http://3615ixina.fr). Le grand public pourra y visualiser le spot tv, ses 3 making of et une collection de GIF, découvrir des articles sur la thématique « Souviens toi, la cuisine des 90's »... mais également tenter de remporter 4 cuisines d'une valeur de 5000€ chacune. Une grande soirée sera organisée dans plus de 100 magasins IXINA de France. Au programme, un blind-test pour tester les connaissances musicales des invités et un grand jeu concours pour leur permettre de remporter une cuisine d'une valeur de 10 000€.

## **A propos d'IXINA France**

Enseigne du Groupe FBD (Franchise Business Division) et acteur majeur sur le marché de la cuisine équipée avec 130 points de vente, IXINA célèbre ses 20 ans en France en octobre 2017. L'enseigne qui démocratise l'accès aux cuisines équipées de qualité, se donne pour objectif d'ouvrir 70 magasins de plus d'ici 2022 et de recruter 300 employés supplémentaires (effectif de 650 employés) aux profils variés pour enrichir son réseau de franchises. Pour maintenir le cap de sa croissance, IXINA a pour ambition de poursuivre le développement d'une relation omnicanale avec ses clients et de devenir précurseur dans le domaine du e-commerce en développant des offres dédiées à ce canal. Et si demain, on achetait nos cuisines en ligne ? 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. Un concentré d'engagements signé : Quand IXINA, Tout va !