

## NOUVELLE IDENTITÉ POUR CUISINES AVIVA : LA SATISFACTION CLIENT AU CŒUR DU TERRITOIRE DE MARQUE

En 2021, Cuisines AvivA casse à nouveau les codes du marché de la cuisine avec un nouveau territoire de marque fort et singulier, qui lui ressemble.

Reposant sur la **SATISFACTION!** client, cette nouvelle identité a été élaborée par l'agence Elvis, choisie dans le cadre de la compétition d'agences lancée à l'été 2020, en collaboration avec le cabinet conseil VTscan. Fruit d'un travail de plusieurs années sur l'exigence apportée à la méthode de vente et à la sélection de son offre produit, la satisfaction client est au cœur de la stratégie de l'enseigne. Dévoilée à partir du lundi 1er mars, la nouvelle identité de Cuisines AvivA interpelle et arbore des codes très différenciants.

### Territoire de marque et stratégie d'entreprise intimement liés

Audacieuse et créative depuis son lancement il y a plus de 20 ans, Cuisines AvivA revient sur sa genèse à travers son nouveau territoire : **un agitateur souhaitant démocratiser et simplifier avec transparence et sincérité le projet cuisine pour tous !** Pionnière sur le marché de la cuisine de qualité à prix accessible, la marque met ainsi en lumière les trois fondamentaux qui ont fait de son concept un succès aujourd'hui :

- Une enseigne commerçante et humaine ;
- Une **expérience client unique** portée par l'expertise reconnue de ses concepteurs-vendeurs et par sa méthode de vente basée sur la transparence des prix, la construction commune du projet et le respect du budget du client ;
- Une cuisine tout compris.

La création d'une cuisine étant un projet important et anxiogène, le client a besoin de se sentir accompagné par un spécialiste exigeant. Reconnue depuis plus de 20 ans pour son savoir-faire dans la distribution de cuisines de haute qualité, fabriquées et assemblées en Allemagne avec les certifications d'excellence et de robustesse qui en découlent, Cuisines AvivA est un expert de choix, proche de ses clients.

Preuve en est, les très bons résultats des indicateurs permettant à Cuisines AvivA de mesurer la satisfaction client, qui soulignent la qualité d'accompagnement de l'enseigne. Depuis 3 ans, la marque sensibilise son réseau de 93 magasins sur l'e-réputation. Résultat, **une note moyenne de 4,4 sur Google My Business avec 5 541 avis**. En 2020, Cuisines AvivA a également lancé **des questionnaires de satisfaction** avec son partenaire Wizville – pure player du management de l'expérience client omnicanale – pour mesurer la satisfaction à chaque étape du projet : dès la première visite du magasin jusqu'à la livraison et la pose, ainsi qu'après un éventuel SAV. Très qualitatif, ce baromètre aboutit après un an de compilation, à **une note moyenne de 8,46 sur 10 pour 10 681 questionnaires**. Véritable pilier du concept, la satisfaction client est au cœur des préoccupations quotidiennes des équipes.

### Un territoire d'expression 100 % centré sur la SATISFACTION!

C'est cette force que Cuisines AvivA a souhaité placer au cœur de sa nouvelle signature et de son nouveau territoire de marque. Pour l'enseigne, la satisfaction est **une promesse de confiance pour le client, ainsi qu'un engagement pour l'interne** : donner du sens à son métier de commerçant est primordial.

Faire preuve d'audace, être puissant et percutant, voilà les codes de la nouvelle signature et du nouveau logo de Cuisines AvivA !

### Le logo évolue !

Si les proportions, les couleurs propriétaires de Cuisines AvivA – l'orange, le noir et le blanc – ainsi que la typographie ont été conservées, le nouveau logo se tourne vers davantage de dynamisme et de douceur à la fois. Il passe d'un rectangle anguleux à une forme aux contours adoucis. L'introduction du mot **SATISFACTION!** qui suit la courbe du sourire, apporte du positivisme et de la joie, tout comme la petite pastille orange dans l'angle droit, qui contribue à équilibrer le logo et créer un gimmick visuel statutaire pour toutes les prises de parole en print.



L'évolution du territoire graphique s'applique également au print avec une capitalisation de sa couleur propriétaire, l'orange, et des thématiques logotypées. L'expertise métier de Cuisines AvivA, le produit et le large choix de personnalisation (re)deviennent un élément majeur de la communication à travers la forte mise en avant des visuels de cuisine et aux fonds de matière.

Ce nouveau territoire d'expression s'accompagne d'un **nouveau territoire musical, avec un morceau populaire et reconnaissable : Satisfaction de Benny Benassi**. Ce titre survitaminé véhicule parfaitement les notions d'énergie, d'exigence, de plaisir et de contentement, chères à Cuisines AvivA.

Un **dispositif média puissant** est également déployé avec un **sponsoring TV** en 4 temps, lancé dès le mois de mars à travers une présence sur le prime du mardi soir de TF1 pendant 4 semaines. En parallèle, **3 spots vidéo** de 25 secondes ont également été créés et sont diffusés sur YouTube, en Replay sur 6play et france.tv, ainsi que sur les réseaux sociaux de Cuisines AvivA et sur son site Internet. Ils reposent sur des *insights* de consommateurs ayant rencontré des difficultés dans le cadre de leur projet de cuisine et auxquels Cuisines AvivA apporte sa solution, illustrant ainsi le concept de satisfaction client. En adoptant le ton des consommateurs sur les réseaux sociaux, incisif, parfois colérique et souvent drôle, ces spots reflètent parfaitement le nouveau territoire d'expression de l'enseigne.

Une campagne d'affichage et radio accompagne localement ce nouveau territoire de marque, qui sera également relayé en magasin, sur le site Internet et les réseaux sociaux de l'enseigne, afin que le client vive pleinement l'expérience Cuisines AvivA.



*« À travers ce nouveau territoire de marque, Cuisines AvivA a un objectif de notoriété et de reconnaissance immédiate de la marque.*

*La stratégie de moyens mise en place depuis 2019 porte ses fruits : notre taux de notoriété assistée a augmenté de 75 % en 2 ans ! Cette forte progression est très encourageante et nous allons donc poursuivre notre stratégie en 2021, avec une nouvelle étape qui se traduit par un territoire de marque encore plus fort et identitaire, qui se recentre sur le produit et la satisfaction client.*

*Nous souhaitons soutenir le fort développement de notre réseau, qui atteindra les 100 magasins au premier semestre 2021, et avons la volonté de devenir la marque de cuisine préférée et recommandée par ses clients. »*

Carine AYRAL, Directrice Communication et Marketing Clients Cuisines AvivA

## À PROPOS DE L'ENSEIGNE CUISINES AVIVA

C'est en 2000, à Annecy, que naît la première enseigne de cuisines « high value, low cost ». Après avoir testé avec succès ce concept novateur, Cuisines AvivA lance son développement en franchise dès 2007 et est aujourd'hui présent dans toutes les régions de France.

Seul distributeur indépendant, Cuisines AvivA a mis en place une véritable centrale de référencement et de services. L'enseigne négocie auprès des fabricants et sélectionne pour ses clients une offre de produits unique proposée à des prix toujours compétitifs.

Pour conforter sa croissance sur son marché, Cuisines AvivA se concentre sur son cœur de métier : le commerce et se réinvente en bousculant les codes du secteur. Le réseau développe donc aujourd'hui le concept Cuisines AvivA sous 2 formats de magasin : en zone commerciale et en centre-ville. Pour les clients comme pour les futurs franchisés : avec Cuisines AvivA, tout est facile.

### CHIFFRES CLÉS

- ▶ 93 points de vente
- ▶ 425 collaborateurs
- ▶ 89,5 M€ de CA

Site grand public :  
[www.cuisines-aviva.com](http://www.cuisines-aviva.com)

Site franchise :  
[franchise.cuisines-aviva.com](http://franchise.cuisines-aviva.com)

### CONTACTS PRESSE :

#### Cuisines AvivA

Carine Ayral  
[carine.ayral@gp-aviva.com](mailto:carine.ayral@gp-aviva.com)  
04 37 56 77 11

#### TBWA\CORPORATE

Julia Djimet  
[julia.djimet@tbwa-corporate.com](mailto:julia.djimet@tbwa-corporate.com)  
06 45 68 42 72

**AVIVA**  
CUISINES  
SATISFACTION!