

■ Cuisines à Vivre lance un site Internet citoyen

La marque **Les Cuisines à Vivre**, du groupe **Hardy-Roux**, lance son propre **site Internet** grand public (www.lescuisinesavivre.com). De nombreuses rubriques permettent d'appréhender la marque : de l'historique à la présentation des gammes, ce site web se veut **citoyen, dynamique et facile à parcourir**. Il s'articule autour de trois objectifs : la **promotion de l'offre**, la **protection de l'environnement** et l'**affirmation de la philosophie et du positionnement** de la marque avec les rubriques "Qui sommes-nous ?" et "Pourquoi les Cuisines à Vivre ?". Pratique et interactif, habillé aux couleurs de la marque et doté d'un design moderne, il se veut le plus fonctionnel possible. La gamme de Cuisines à Vivre y est déclinée en **trois styles** : "Saveurs d'aujourd'hui", cuisines contemporaines ; "Ambiance d'ailleurs", cuisines à l'esprit "vagabond" ; "Village campagnard", cuisines dites "traditionnelles". Chaque catégorie réunit **entre quatre et douze modèles** multipliant styles, matériaux et coloris. De plus, le site propose au visiteur ayant trouvé une cuisine à son goût d'en consulter la **fiche au format PDF** imprimable. Elle présente le modèle choisi, un nuancier, une fiche technique, ainsi que l'adresse du magasin le plus proche, l'internaute ayant préalablement indiqué son département et sa ville. Pour ceux qui désirent obtenir une présentation plus concrète des offres, le catalogue est en **libre téléchargement** sur le site. Une rubrique "Actualité" est aussi consacrée aux nouveaux modèles, nouveaux coloris, opérations promotionnelles, etc. Afin de cibler au mieux les attentes des visiteurs, **trois espaces dédiés** simplifient la navigation sur le site : un espace **prescripteurs** (pour les architectes et tous les professionnels désireux de se lancer dans la construction d'une cuisine, pour expliquer la philosophie de Cuisines à Vivre et faire découvrir ses propositions) ; un espace **distributeur** (qui présente les offres disponibles et qui permet aux distributeurs travaillant avec la marque de s'identifier par un login) ; un espace presse (mettant à la disposition des journalistes l'ensemble de l'actualité de la marque, le dossier de **presse**, ainsi que des communiqués de presse). En outre, la marque agit concrètement pour la préservation de la qualité de l'environnement et la santé de ses clients (bois PEFC, laque à base d'eau, panneaux solaires, voitures hybrides, norme produit NF environnement...). C'est dans cet esprit que la rubrique "**Espace citoyen**" donne des conseils et informe l'internaute sur la santé, la sécurité et la nutrition : recettes légères, dernières enquêtes WWF, quinzaine bio en juin, etc.

■ Les 25^{ème} et 26^{ème} magasins Aviva à Davézieux et Saint-Etienne

Aviva vient d'ouvrir successivement ses 25^{ème} et 26^{ème} magasins à **Davézieux** (07) et **Saint-Etienne** (42). A Davézieux, c'est **Bernard Boube**, 54 ans, qui a ouvert un point de vente de 220 m². Il a construit toute sa carrière professionnelle autour de la cuisine : après avoir travaillé vingt ans dans la restauration, il a choisi de devenir **vendeur de cuisines**. Il passe ainsi quinze années à se spécialiser dans le secteur avant de décider de se lancer dans l'aventure de la franchise. «*J'avais envie de me mettre à mon compte et de rejoindre un réseau pour pouvoir bénéficier de l'expérience et du soutien d'un groupe*», confie-t-il. Bernard Boube a mûrement réfléchi son projet et ses objectifs de développement. Il envisage ainsi d'atteindre **800.000 euros** de chiffre d'affaires la première année et 1 million d'euros l'année suivante. Il projette d'ores et déjà d'ouvrir un deuxième magasin Aviva dans 18 mois. A Saint-Etienne, c'est sur une surface de vente de 395 m² que **Christophe Pereira et Didier Delabre** ont ouvert leur magasin franchisé. Christophe Pereira, 38 ans, connaît bien le secteur de la cuisine pour avoir été vendeur et animateur pour une enseigne nationale, puis **gérant d'un magasin** de cuisines pendant cinq ans. Il compte développer rapidement son activité et s'est fixé pour objectif d'atteindre **entre 1 et 1,5 million d'euros** de chiffre d'affaires d'ici deux ans. Il envisage également d'ouvrir un deuxième magasin sur la seconde zone disponible à St-Etienne.

En bref

■ **ELICA** — qui s'était classée à la 4^{ème} place des sociétés italiennes où l'on travaille dans les meilleures conditions (cf. *L'Officiel des Cuisinistes* du 24 décembre 2007) — vient également de se classer parmi les 50 premières grandes entreprises européennes pour la qualité de **l'environnement de travail**. Le fabricant italien, leader mondial dans la production de hottes de cuisine, a été placé en **39^{ème} position** dans le classement Best Workplaces Europe 2008 parmi 1.200 entreprises ayant concouru. Elica est un groupe industriel employant quelque 2.300 personnes.

■ Le tarif **VIKING** connaît depuis ce mois de juin une **baisse significative** sur les cuisinières (-10 %), ensembles (-10 %), réfrigération "Side by side" et "Bottom Mount Professional Serie" (de -5 à -10 %). Par ailleurs, un **Cd-rom technique** est à la disposition des revendeurs de la marque américaine. Ce CD comprend les dimensions, les schémas d'installation et les notices d'utilisation.

■ Comme chaque année, les fabricants de **revêtements de sols stratifiés** et leurs fournisseurs adhérents de la **fédération EPLF** viennent de se retrouver à l'occasion de leur assemblée générale. A l'invitation de la société **EGGER**, ce séminaire s'est déroulé cette fois dans la ville autrichienne de Kitzbühel.

■ **WHIRLPOOL** s'associe pour la 2^{ème} année consécutive à la série télévisée "**Desperate Housewives**", diffusée actuellement sur M6. Dans le cadre de ce partenariat avec la chaîne, la marque présente et clôture chaque épisode de la série par **deux génériques**. Au total, 236 bandes annonces seront ainsi diffusées jusqu'en novembre. Le **site Internet** de la marque (www.whirlpool.fr) et celui de la chaîne (www.m6.fr) relayeront en outre un **jeu-concours** pour tenter de gagner des coffrets DVD, des tee-shirts, mais aussi des produits "6^{ème} sens" de Whirlpool.

■ Les **LABELS VIA'08** sont exposés jusqu'au 29 juin à la galerie VIA (avenue Daumesnil, Paris 12^{ème}). Ces labels sont attribués à des produits ou à des **collections, fruits d'une collaboration entre un industriel français et un designer**. Ils sont décernés chaque année par un jury constitué d'industriels, d'experts et de journalistes. Ils concernent les produits lancés sur le marché qui appliquent, de façon pertinente et originale, une démarche innovante en terme de matériaux, de technologie, de fonction ou de style. Parmi les 22 produits exposés, notons le meuble de cuisine compact "Concept Cook" conçu par **Jean-Luc Roux** avec **Hardy Inside** et le bloc-évier "Chemin d'eau" créé par **Jean-Michel Policar** avec **Pérène**.