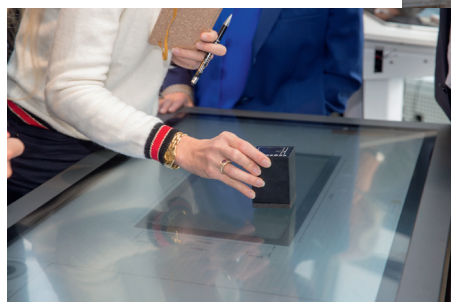


IMODJI KITCHENS : DER KREIS ENTEND SÉDUIRE LES « DIGITAL NATIVES »

La nouvelle marque lancée par le groupement européen Der Kreis cible prioritairement les générations Y et Z ; s'attachant à répondre aux attentes et aux modes de consommation des « djeuns », le concept repose, entre autres, sur une technologie numérique innovante destinée à faciliter la conception du projet...

Si jeune, et déjà pleine d'ambitions ! En effet, imodji Kitchens, lancée par le groupe Européen Der Kreis, se veut, du fait de son jeune âge, une marque résolument ancrée dans le 21ème siècle... et les technologies qui vont avec, bien sûr. Elle entend ainsi se distinguer dans le secteur de la cuisine équipée en tablant sur l'innovation et en se positionnant résolument dans l'ère du numérique. Son cœur de cible : les jeunes !

RÉPONDRE AUX ATTENTES ET AUX BESOINS DES AUTOCHTONES DU WEB



Le ton est donné ; ce ne sont ni plus ni moins que les « Digital Natives » qu'imodji entend conquérir. Acteurs du fossé qui se creuse inéluctablement entre les générations, ces autochtones du Web, nés dans la culture du numérique, ne partagent pas, avec leurs aînés les mêmes codes culturels et mœurs de consommation. « Il s'agit donc de leur proposer une offre qui leur parle, précise **Pascal Langer**, directeur de Der Kreis France. En somme, il convient de répondre à leurs attentes et à leurs besoins qui, du fait de leur connectivité permanente, diffèrent beaucoup des nôtres. »



Vaste programme, qui commence notamment par le nom de la marque. Le nom « imodji » a ainsi été pensé pour séduire prioritairement les générations Y et Z. « Centré sur les consommateurs, axé sur la technologie, il a même été doté d'une structure mélodique unique sur le marché », précise la direction de Der Kreis. Quant

au logo de la marque, il constitue également un clin d'œil aux jeunes : remarquez comme le cercle jaune évoque... un smiley !

IMMERSION À 360° DANS LA CONCEPTION DU PROJET

Les magasins imodji, qui compteront notamment une cuisine

d'exposition et des échantillons de matériaux, mettront cependant en vedette les « i-machine ». Au cœur du concept, cet appareil, concentrant toute la nouvelle technologie développée pour permettre à la marque de se distinguer, se veut ludique, simple, rapide et gratuite. Aux commandes de l'i-machine, le client conçoit ainsi sa cuisine comme il l'entend, sans aucune pression, et surtout très rapidement s'il le souhaite, ce qui constitue une exigence pour de nombreux « Digital Natives » ; et si le particulier venait à avoir besoin d'aide, un conseiller professionnel se tient à sa disposition.

Il s'agit donc, pour le client, de s'immerger à 360° dans la conception de son projet, en le chiffrant en direct. Pour commencer, il renseigne, dans la machine, les dimensions de la pièce destinée à recevoir la cuisine. Une fois la surface définie, il peut, à l'aide de plots faciles à placer et à déplacer sur la table, choisir et placer ses éléments (meubles, placards, tiroirs, etc.) et son électroménager (fours, froid, hotte, table de cuisson, etc.) L'i-machine dispose également d'une fonctionnalité inédite : aucune perte de place... En effet, l'appareil, adapte parfaitement, en fonction de la pièce, les éléments de cuisine à taille personnalisée.

VISUALISATION INSTANTANÉE DE L'AGENCEMENT

Autre avantage : la machine permet une visualisation instantanée de l'agencement de la cuisine et du prix à chaque nouvel élément sélectionné ; du reste, le client

peut, s'il le souhaite, ajouter directement un ou plusieurs produits repérés dans le catalogue Imodji. Pour ce faire, rien de plus simple : il suffit simplement de poser la page de ce catalogue sur la machine.

Dès lors que le particulier a mis la dernière main au projet, la machine génère un QR code ; le client pourra ainsi avoir accès à son plan, en dehors du magasin, en le consultant par exemple sur son téléphone ou son ordinateur. D'autre part, imodji fournira à chaque utilisateur un pack avec des lunettes de réalité virtuelle, pour visionner la cuisine via le Smartphone.

DES MAGASINS EN CENTRE-VILLE

Une fois le plan définitivement validé par le client, la fabrication, la livraison et la pose sont immédiatement lancées. A en croire Der Kreis, les clients imodji gagneront ainsi 2 semaines, par rapport à d'autres enseignes, entre la commande et la pose. Ils pourront également, en option, choisir la livraison à domicile et/ou la pose effectuée par un professionnel.

En accord avec leur cœur de cible, les magasins imodji seront situés en centre-ville, et non en zone d'activités. Ils proposeront des cuisines entrée de gamme, à des prix attractifs, notamment pour les jeunes. L'offre pourra cependant se prévaloir du sceau de la « qualité allemande ». Le premier de ces magasins verra d'ailleurs le jour courant 2019, à Strasbourg... et de nombreux autres devraient suivre !

[B.C.]

BULLETIN D'ABONNEMENT

A retourner au : Courrier du Meuble et de l'Habitat - 9 place du Général Catroux - 75017 Paris
Tél : 01 44 05 50 27 - Email : abonnements@beemedias.fr

Je m'abonne 1 an au **Courrier du Meuble et de l'Habitat - France métropolitaine** (tarif DOM COM / Etranger, nous consulter) :

Version intégrale : papier + version numérique + 4 numéros spéciaux au tarif de : **189 €** *TVA 2,1%
au lieu de 219 € TTC*, soit 30 € de remise Version numérique seule au tarif de : **149 € TTC***

SOCIÉTÉ.....NOM.....PRÉNOM.....

ADRESSE POSTALE.....CODE POSTAL.....

LOCALITÉ.....TÉL.....

INDISPENSABLE pour recevoir la version numérique du Courrier du Meuble et de l'Habitat

adresse Email :

Ci-joint mon règlement par chèque à l'ordre de MFTL

le courrier
DU MEUBLE ET DE L'HABITAT

PREMIER HEBDOMADAIRE EUROPÉEN DE LA PRESSE PROFESSIONNELLE DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

9, place du Général Catroux
75017 Paris - Tél. 01.44.05.50.27
courrierdumeuble@hotmail.com
www.courrierdumeuble.fr

Fondateur : Jean Prévot

Gérant, directeur de la publication : Thibault Leclerc

Resp. relations institutionnelles : Yves de Kerautem



REDACTION :

Rédactrice en chef adjointe :

Emilie Blanchet

Rédacteurs :

Benjamin Coppens, François Salanne

Secrétaires de rédaction :

Manuella Garnier, Stella Garnier

ADMINISTRATION :

Abonnements, documentation,

annonces : Fabrice Salmon

PUBLICITÉ :

Ellen Froissart

Joëlle Maestro-Rigault

IMPRESSION : UTIM Imprimeur

ISSN 1169-0704 - CPPAP : 0320 T 82837

Le Courrier du Meuble et de l'Habitat est édité par la société MFTL au capital de 500 000 €