

**A l'occasion du repositionnement de sa marque et de son offre et du lancement des nouvelles lignes issues de son Concept House® ,**

**Phénix, marque leader du Groupe GEOXIA,  
lance une importante campagne de publicité plurimédia  
soutenue par Bernard Laporte, l'entraîneur  
de l'équipe de France de Rugby**

Afin d'accorder l'image de qualité et d'innovation de Phénix à ses nouveaux concepts de modernité et de confort de vie, la marque a fait peau neuve et refondu son identité graphique avec notamment un nouveau logo et une nouvelle signature « Votre rêve à l'abri du hasard ».

Une importante campagne de publicité, conçue par l'agence DDH Conseil, a été lancée le 11 mai 2006. Elle se décline suivant 3 axes de communication :

- Une campagne « marque » destinée à promouvoir les fondamentaux de Phénix que sont l'offre-produit, la relation clients et les qualités du procédé de construction industriel propre à la marque. Utilisant la forme d'une mécanique de démonstration qui lui donne une grande force, cette campagne se veut concrète et pédagogique. Elle est appuyée par des messages complémentaires venant étayer la démonstration du savoir-faire de Phénix.
- Deux campagnes « produits » spécifiques au lancement des nouvelles lignes de maisons Phénix, Idées Loft et Tri-Logis issues de son Concept House®. Ce lancement a reçu le soutien d'un ambassadeur de marque en la personne de Bernard Laporte, l'entraîneur charismatique de l'équipe de France de rugby. Mettant sur le même plan les qualités demandées à ses joueurs et celles des nouveaux modèles, il s'est enthousiasmé de trouver chez Phénix les exigences qui sont les siennes au quotidien.

Ces trois campagnes se déclineront, jusqu'en décembre prochain, dans la presse magazine, immobilière, décoration, télévision et grand public ainsi que dans la presse quotidienne régionale et sur Internet.

L'ensemble des outils commerciaux de la marque ainsi que le site Internet maisons-phenix.com ont été refondus à cette occasion. Un accent tout particulier a été mis sur la valorisation des gammes de maisons proposées par Phénix notamment sur les aspects de qualité de construction, d'architecture, de prestations et de plans.

### **A propos de GEOXIA**

Créée en 1946 (naissance de Maison PHENIX) et indépendante depuis 1999, GEOXIA compte des marques leaders (Maison Phénix, Maison Familiale, Maison Castor, Maison Catherine Mamet et Maison Catherine Mamet Esprit Bois...).

N°1 de la construction de logements en France, GEOXIA intègre l'ensemble des métiers et services liés à l'habitat individuel. De la commercialisation à la réalisation, en passant par la conception, le bureau d'études, l'administration des ventes et la coordination des travaux, GEOXIA couvre l'ensemble des métiers impliqués dans la réalisation et l'évolution de la maison individuelle.

Cette dimension permet à GEOXIA de contribuer à l'amélioration constante du cadre de vie de ses clients. Par une politique d'innovations continues et des procédés de construction de qualité, GEOXIA s'affirme comme un acteur incontournable de la qualité de vie. Elle s'impose comme un opérateur majeur de l'aménagement du territoire, intégrant dans son offre l'aménagement et le respect de l'environnement en concertation avec les collectivités locales.

Gage de qualité et de sécurité pour chaque client, toutes les marques du groupe sont certifiées NF Maison Individuelle.

---

### **Contacts Presse**

#### **Agence de relations presse Galivel & Associés**

Carol Galivel /Pascale Pradère - 01 41 05 02 02 – galivel@galivel.com

---

#### **Communication GEOXIA**

Lawrence Cally-Bilger

Tel: 01 41 39 15 94

Fax : 01 41 39 15 41

Mail : lawrence.cally-bilger@geoxia.fr