

## **Phénix, marque leader du Groupe GEOXIA, repositionne sa marque, son offre et lance deux nouvelles lignes de maisons issues de son Concept House®**

### ***Phénix repositionne sa marque et affiche une nouvelle identité graphique***

Afin d'étendre les nouveaux concepts de modernité et confort de vie à l'ensemble de la marque, Phénix a fait peau neuve et a refondu son identité graphique ainsi que sa signature.

**Le logo** valorise le visuel du Phénix et sa couleur bleue dans une gestuelle accueillante et chaleureuse. Ce nouveau graphisme évoque une entreprise ambitieuse et moderne, et suggère des produits à forte valeur ajoutée. Il illustre ainsi la nouvelle stratégie de Phénix.

**La nouvelle signature** « *Votre rêve à l'abri du hasard* » qui associe la dimension onirique au rationnel est très complémentaire du logo pour favoriser la proximité et la ré-assurance.

Une importante **campagne de publicité** presse et Internet a débuté le 11 mai 2006 et se prolongera jusqu'en décembre. Elle est destinée à promouvoir les nouvelles lignes de Maisons Phénix, mais également les fondamentaux de la marque que sont l'offre-produit, la relation clients et les techniques de construction.

### ***Phénix actualise son offre***

Ce changement d'identité témoigne de la volonté de la marque de mettre l'accent sur ses « atouts qualité » tant au niveau de l'offre-produit que des techniques de construction, des prestations et des matériaux quelque soit la typologie de clients à laquelle elle s'adresse. L'ensemble de l'offre existante Phénix est regroupée sous les gammes les *Essentielles* et les *Plurielles*, modernisées afin d'intégrer les nouvelles attentes des clients.

### ***Phénix lance la commercialisation des deux nouvelles lignes issues de son prototype Phénix Concept House® : Tri-Logis et Idées Loft***

Né de la rencontre entre le 1<sup>er</sup> constructeur français de maisons individuelles et Jacques Ferrier, architecte de renom, le Concept House® de Phénix a été conçu selon les tendances architecturales contemporaines et crée un renouveau dans l'habitat. Il prouve l'engagement du Groupe en matière d'innovation et de la qualité de vie.

#### La ligne Idées Loft, une approche créative et moderne de l'habitat

Elle s'inspire des conceptions les plus contemporaines de l'habitat. Elle offre de vastes volumes, de grandes et de nombreuses ouvertures laissant entrer la lumière à flot, un agencement original pour des espaces de vie conviviaux et fonctionnels et de nombreuses portes-fenêtres pour accéder au jardin en tous points de la maison. Les maisons **Idées Loft** sont proposées à des prix s'échelonnant de 115 000 à 170 000 €, selon la surface qui va de 82 m<sup>2</sup> à 113 m<sup>2</sup>, l'aménagement intérieur et le niveau de prestations choisis. Déclinables en version Nord ou Sud, elles sont commercialisées dans toute la France.

#### La ligne Tri-Logis, une maison qui s'adapte aux rythmes de la vie

Son concept architectural, créatif et audacieux, offre trois espaces de vie évolutifs dans le temps.

**La « Grande Maison »** est agréable à vivre, confortable, lumineuse et fonctionnelle. A ses grands espaces permettant au regard de circuler aussi aisément que la lumière, elle ajoute le « trait d'union », un volume tout en transparence qui la mène à « **L'Espace Plus** », un volume plus petit et indépendant, aménageable selon les besoins des occupants : appartement pour adolescents ou seniors, espace professionnel ou consacré aux loisirs (sports, home-cinéma...). Dans sa version verrière ou terrasse, **le « trait d'union »** est largement ouvert sur le ciel et le jardin pour privilégier la proximité avec la nature. A l'intérieur, les murs peuvent être habillés au gré de ses occupants : bois, panneaux composite ou brique...

La Gamme Tri-Logis déclinable en version Nord et Sud est commercialisée dans toute la France. Elle offre des surfaces habitables de 100 à 210 m<sup>2</sup>, à des prix compris entre 140 000 et 245 000 euros.

Les nouvelles lignes Tri-Logis et Idées Loft seront proposées **avec 3 packs (Optimal, Idéal, Intégral) de prestations intérieures et extérieures**: de l'entrée de gamme au haut de gamme offrant des prestations raffinées (automatisme, plancher chauffant...) et des matériaux sophistiqués : menuiserie en aluminium, équipements sanitaires de marque...

Les cibles visées sont à la fois les familles recherchant une maison à usage familial (Tri-Logis) et les ménages plus jeunes et urbains, ouverts à un type d'habitat moderne et convivial (Idées Loft).

#### Une démarche résolument tournée vers la qualité environnementale

Dans ses nouvelles lignes, Phénix s'attache au respect et à la protection de l'environnement. Cette démarche s'illustre à tous les niveaux et dans de nombreux détails : le chauffe-eau électrique solaire qui permet des économies d'énergie, dalles en béton fibrées de bois...

### **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](mailto: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](mailto:lawrence.cally-bilger@geoxia.fr)