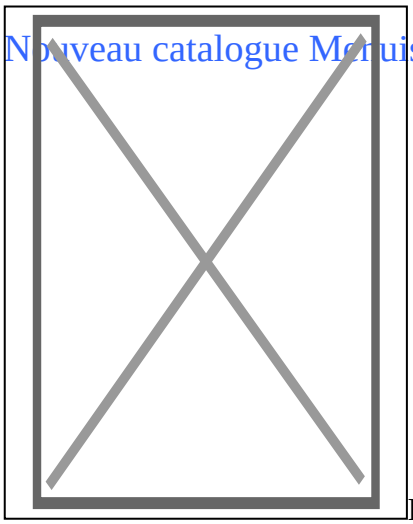
janvier 2014

Caséo

Nouveau catalogue Menuiserie



Edité à 60 000 exemplaires et disponible dans les agences Caséo, la dernière édition du catalogue Menuiserie de l'enseigne regroupe 144 pages, soit près de 80 en plus comparées au précédent catalogue. Reprenant l'ensemble des gammes travaillées par les adhérents, il est basé sur le concept du Hiving, ligne directrice de la communication de l'enseigne qui se matérialise par des photos de moments de vie partagés entre les clients et leurs familles et amis profitant des produits achetés chez Caséo. Les mises en situation sont ainsi plus nombreuses pour permettre aux clients de bénéficier d'un rendu plus réaliste.

Cette nouvelle édition intègre aussi un choix élargi de produit avec notamment plus de portes d'entrée, de portails de clôtures, de portes d'intérieurs et de placards. Les gammes sont segmentées entre produits Perform (produit au rapport performance/prix optimisé) et produits Premium (performance optimale, personnalisation à l'infini,…) avec un logo spécifique pour les gammes élaborées par l'enseigne. Une échelle d'isolation positionnée avec les produits de fermeture de la maison permet aux clients de visualiser rapidement et simplement la qualité du produit et la domotique a été particulièrement mise en avant, compte-tenu des ventes croissantes réalisées sur cette famille de produits par les adhérents. A noter également la présence de six pages consacrées à l'environnement extérieur (pergolas bioclimatiques, lames de terrasse composites, stores bannes…).