

## SEMINAIRE D'ETE CUISINE PLUS / 17-19 JUIN 2012

### MARRAKECH

Pour la 1<sup>ère</sup> fois depuis que s'est instauré un séminaire annuel en juin pour Cuisine Plus, celui-ci s'est déroulé hors de nos frontières.

**MARRAKECH** a été choisie pour ces **MOMENTS PRIVILEGES DE RENCONTRES** du réseau **CUISINE PLUS**.

Un programme très diversifié préparé avec attention a fait de ce séjour, pour la centaine de participants, un agréable souvenir riche en sensations, en couleurs et en bonheurs divers.



Balade en calèche, promenade nocturne sur la célèbre place **JAMAA EL FNA**, et **DINER GASTRONOMIQUE MAROCAIN** dans un ancien **RIAD** ont conclu la 1<sup>ère</sup> journée de ce séminaire.

Visite en **4X4** de **LA VALLEE DE L'OURIKA** après un déjeuner sur la terrasse ombragée d'une oliveraie et soirée chez l'incontournable **ALI** avec un dîner typique sous **LA TENTE BERBERE**, **SPECTACLE FANTASIA** et **DANSE DU VENTRE** ont enthousiasmé l'ensemble des participants lors de la 2<sup>ème</sup> journée.



L'hôtel **ATLAS MEDINA & SPA 5\*\*\*\*\*** situé en plein cœur de Marrakech, dans le quartier de l'hivernage, avait été choisi en raison de la qualité de son standing et de son emplacement idéal, à proximité des remparts de la médina et de la fameuse place Jamaâ El Fna.

Et c'est dans un des salons que se sont déroulées les réunions de travail où tous les sujets stratégiques indispensables au développement de l'enseigne ont été abordés, tant sur le plan du concept, de la communication, de la politique commerciale que des outils et de l'organisation.

Christophe GAZEL de l'IPEA a fait le point sur la situation du marché du meuble et bien entendu de la cuisine en particulier.

Jean-Pierre PONT (PDG de FBD) et Loïc PAITEL, directeur général de l'enseigne, ont précisé, quant à eux, la stratégie de l'enseigne CUISINE PLUS qui, sur un plan organisationnel, s'appuie sur les structures support du groupe FBD et, sur un autre plan, préserve et développe sa propre identité fondée sur son « ADN » et son savoir-faire reconnu.

La relance de CUISINE PLUS, après de profondes modifications sur son concept, son modèle économique et commercial, son organisation et sa gamme de produits, se traduit par l'ouverture de 12 magasins cette année.

Le positionnement, la cible, le territoire de marque et la stratégie media ont également été redéfinis.

La cohérence de l'ensemble des actions a été présentée par les équipes de la centrale : communication, marketing, produits, bureau d'étude, web, politique commerciale.

Les franchisés ont fait part de leur grande satisfaction, tant sur la forme que sur le fond, de ce séminaire 2012 qui restera un grand cru de l'avis de tous les participants.