



MOBALPA SE RÉINVENTE

Nouveau logo, nouvelle identité, nouvelle personnalité !

Mobalpa s'inscrit dans une courbe de développement qui dépassera cette année la croissance du secteur. Un parcours florissant pour la marque française dont l'image a bénéficié d'une véritable cure de jouvence l'année dernière avec son nouveau positionnement mis en image avec son spot TV publicitaire. Mobalpa s'inscrit dans la tendance, bouscule les codes, insuffle un vent de renouveau sur le marché français de la cuisine en choisissant des marqueurs de communication plus jeunes, plus dynamiques, plus osés mais toujours modernes et élégants. Des codes qui lui ressemblent.

Aujourd'hui, elle « enfonce le clou » avec un nouveau logo, synonyme d'une nouvelle personnalité, dans la droite lignée de cette évolution.

MOBALPA

Unique, comme vous.

LES VALEURS MOBALPA

Empathie, sérénité, excellence et adaptabilité

Pour se réinventer, Mobalpa s'est d'abord appuyée sur ses valeurs. Des valeurs fortes, reconnues par le grand public et qui lui servent de fondation :

L'empathie qui correspond à la volonté farouche d'être particulièrement à l'écoute du consommateur et de prendre en compte ses besoins et désirs,

La sérénité, synonyme de quiétude et rassurance pour le consommateur qui vient acheter des produits de qualité associés à une expertise reconnue,

L'excellence symbolisée par la durabilité de la marque et de ses produits, le savoir-faire de son réseau, la qualité de ses produits et la modernité de ses gammes,

L'adaptabilité qui se traduit par la personnalisation de chaque projet avec la mise en place d'un agencement unique et sur-mesure.

Ces 4 piliers ont été à la base de la réflexion pour créer la nouvelle identité de Mobalpa.



UNE NOUVELLE VISION DE MARQUE

Pour toujours mieux satisfaire son consommateur, Mobalpa a d'abord choisi d'adapter sa vision et d'asseoir son positionnement sur des termes qui la caractérisent :

L'accessibilité : pour ne pas perdre de vue ses consommateurs. Mobalpa souhaite rester au cœur du marché, accompagner un maximum de personnes dans leur projet d'habitat.

Être unique : chaque projet l'est et doit le rester. Pour cela la personnalisation reste au centre de l'ADN de la marque,

Être tendance : pour être moderne, innovant et se renouveler. Parce que Mobalpa est un acteur majeur de ce marché, son rôle est aussi d'être un précurseur,

Faire vivre une expérience premium : le consommateur veut une nouvelle relation avec les marques. Mobalpa a la volonté de lui faire vivre plus qu'un simple acte d'achat mais bien une véritable expérience de qualité, forte, inoubliable... unique !

MOBALPA x CÉLINE MARKS



S'INSCRIRE DANS LA TENDANCE

Le consommateur d'aujourd'hui change. Il est de plus en plus informé, de plus en plus en mouvement, de plus en plus en demande d'individualisation. Mobalpa s'inspire de toutes les tendances pour passionner les consommateurs et même séduire en amont ses clients de demain afin qu'ils aient en tête la marque le jour où leur projet se dessinera. Pour conjuguer élégance et modernité, imagination et singularité, personnalisation et contemporanéité, créativité et art de vivre, découverte et émerveillement, Mobalpa veut devenir la marque tendance de l'univers de l'aménagement sur-mesure et créer l'expérience, bénéficier d'une telle valeur perçue qu'elle génère une envie d'achat.

Avec un visuel tendance grâce à son spot TV, des moyens de communication dans l'air du temps : Mobalpa a collaboré avec des influenceurs de renom (Céline Marks, Hello Blogzine, Frenchy Fancy...), et signature renouvelée (Unique, comme vous), la marque avait engagé le pas de son renouveau. Aujourd'hui elle redessine également son logo.

HELLO Blogzine
| BIENVENUE CHEZ VOUS |

CONSEILS DECO INTERIEURS INSPIRANTS SHOPPING KIDS LIFESTYLE PODCAST

Recherche pour
MOBALPA

MOBALPA IMAGINE 4 CUISINES TENDANCES QUI SE FONDENT AVEC LE SALON
Si Mobalpa, marque emblématique du made in France est connue pour ses cuisines, l'entreprise haut-savoirdarde est aussi spécialiste de l'aménagement sur-mesure, que ce soit des dressings ou des salles de bains. C'est...
25 octobre 2019 Par **Anne-Sophie**

CONNATTEZ-VOUS VRAIMENT MOBALPA ?
Pour beaucoup Mobalpa, c'est la cuisine à papa. Des meubles solides mais pas franchement désirables. Et pour cause, l'entreprise des alpes Mobalpa (le nom est la contraction de mobilier des alpes) fête...
15 juin 2018 Par **Carline et Anne-So**

COMMENT AVOIR UNE CUISINE (PRESQUE) TOUJOURS IMPECCABLE ?
Nous n'allons pas faire un article pour vous expliquer qu'il faut ranger votre cuisine pour qu'elle soit présentable. Bien que, en toute logique, c'est par la vaisselle et le tri des placards...
30 mai 2019 Par **Carline et Anne-So**

Le logo MObALPA est présenté sur un fond vert foncé. À droite, une partie d'un meuble de bureau moderne est visible, avec des portes de placard en verre teinté et des poignées noires.

MObALPA

UN NOUVEAU LOGO, AVEC UN MARQUEUR IDENTITAIRE FORT

Il n'avait pas changé depuis le début des années 90. MObalpa a pris le parti de se renouveler en faisant évoluer son identité et en adoptant un nouveau logo.

La typographie se redresse, la lettrine est assise, l'emphase est mise sur l'identité et la qualité : plus moderne, plus puissant, ce nouveau logo est le reflet de la promesse de la marque (identifiée dans sa signature : Unique, comme vous) et du savoir-faire dans l'aménagement sur-mesure de l'habitat de MObalpa.

Ce logo reprend des lignes design et architecturales et intègre un marqueur identitaire fort, celui d'une expertise unique. Il affiche une couleur moderne et tendance, à l'image de la marque.



Unique, comme vous.



Mobalpa est une entreprise pionnière sur le marché de l'aménagement global de l'habitat, implantée depuis toujours au cœur des Alpes, en Haute-Savoie (à Thônes). Les 70 années d'expérience en France et à l'international de la marque, née en 1948 d'une entreprise familiale d'ébénisterie créée en 1907, lui confèrent un savoir-faire unique.

Mobalpa offre des services de conception, fabrication et installation d'agencements personnalisés et clés en mains. Elle intervient principalement dans les projets de cuisines, salles de bains et dressings mais ses produits d'aménagements sur-mesure, fonctionnels et déco lui permettent de s'étendre à l'ensemble des pièces de la maison.

Mobalpa obtient en 2002 la certification ISO 9001 (version 2000) pour son système de management de la qualité, et est certifiée ISO 14001 pour son management environnemental. La marque a reçu de nombreuses récompenses : Observer du design, prix Entreprises & Environnement, AQTA (Association Qualité Totale dans l'Ameublement).

Le réseau Mobalpa compte aujourd'hui 317 points de vente dans le monde (dont 239 en France) et a réalisé un chiffre d'affaires de 426 millions d'euros en 2018.

Contacts presse



RPCA – 65 rue Chardon Lagache, 75016, Paris

Marine Torresse – m.torresse@rpca.fr

Marie Ceillier – m.ceillier@rpca.fr

Tel. : 01 42 30 81 00