

## LA PHILOSOPHIE

DOREVA est une enseigne de literie atypique et novatrice sur le marché français.

A contre courant des enseignes traditionnelles, elle affirme haut et fort sa différence à travers des codes couleurs originaux, une architecture différenciée et un concept de services proches des attentes réelles des consommateurs.

Fruit de 25 années d'expérience, DOREVA offre sur l'un des deux seuls secteurs porteurs du marché du meuble, un ensemble de prestations étudié pour maximiser la vente dans un souci constant de bien être du client.

Grâce à un choix important et judicieux de literies dans toutes les matières et toutes les gammes de prix, DOREVA apporte une réponse constructive à tous les budgets, toutes les attentes.

### UN CONCEPT ARCHITECTURAL INNOVANT

Loin de la fadeur du bleu traditionnel de la plupart des points de vente de literie en France, DOREVA propose des couleurs franches, une façade reconnaissable entre toutes, une affirmation immédiate de sa différence.

Le choix innovant de la couleur rose est parfaitement assimilée avec l'univers de la literie, mais aussi de la décoration et du plaisir. Parce qu'une literie existe aussi en dehors de la nuit, et que la chambre est un univers très personnel que les dames souhaitent aménager et agencer en fonction de leur goût.

Le nom DOREVA contient à lui seul l'ensemble des promesses de l'enseigne, tout en évitant le piège de la lecture au premier degré, pour favoriser la mémorisation et l'impact. Ce nom est inscrit en gros caractères sur la façade avec en parallèle le mot literie dans un cercle blanc.

Les "dodo" petits symboles typiques de l'enseigne, sont rassemblés sur le coté de la façade, Ces symboles se retrouvent dans l'ensemble des supports publicitaires tant intérieurs (PLV, kakémonos, etc.) qu'extérieurs (média, dépliants, affiches, etc.)

A l'intérieur, de larges allées reçoivent les visiteurs dans un cadre lumineux et chaleureux. Des têtes de lit pastel délimitent l'espace. Un coin boutique propose les accessoires tandis que des linéaires agréables présentent les "bonnes affaires" et les produits d'entrée de gamme.

Les kakémonos amènent une rupture douce dans l'espace.

Un parquet foncé permet une mise en valeur des différentes literies.

Ici, tout est pensé pour le confort du visiteur, sans aucune agressivité, mais aussi avec de fortes incitations pour préparer la vente.

