

LORENOVE DÉCLENCHE LE DÉCLIC TRAVAUX : JUSQU'À 3 000 € DE REMISE POUR PASSER DU PROJET À L'ACTION !

Avec l'arrivée du printemps, les projets longtemps mûris durant l'hiver prennent une nouvelle dimension. Moderniser ses fenêtres, remplacer une porte d'entrée, installer des volets plus performants ou équiper sa terrasse d'un store : autant d'améliorations qui transforment durablement le confort et la valeur d'un logement.

C'est dans cette dynamique saisonnière que Lorenové et son réseau lancent leur nouvelle campagne nationale, offrant jusqu'à 3 000 € de remise pour tout projet de rénovation, valable sur l'ensemble des solutions commercialisées par les points de vente : fenêtres, portes, volets, stores, protections solaires ou encore pergolas.

Plus qu'une opération promotionnelle, cette campagne s'inscrit dans un moment stratégique de l'année. Le mois de mars marque traditionnellement la relance des travaux d'amélioration de l'habitat : les conditions météorologiques deviennent favorables, les plannings d'intervention peuvent être anticipés avant l'été, et les propriétaires cherchent à optimiser à la fois leur confort thermique, leur sécurité et l'esthétique de leur maison.

En proposant une remise en valeur absolue - pouvant atteindre 3 000 € - Lorenové offre un véritable effet levier budgétaire, permettant aux particuliers de concrétiser un projet global, de regrouper plusieurs travaux ou encore de monter en gamme sur des équipements plus performants. Une opportunité concrète pour investir dans son habitat, améliorer durablement son cadre de vie et valoriser son patrimoine.

Des remises progressives allant jusqu'à 3000 euros

Du 14 mars au 4 avril 2026, Lorenové et son réseau déploient une campagne nationale forte, pensée comme un véritable accélérateur de projets. À cette occasion, les particuliers peuvent bénéficier d'une remise allant jusqu'à 3 000 euros pour tout devis signé sur l'ensemble des solutions proposées par les points de vente Lorenové : fenêtres, portes, volets, stores, protections solaires, pergolas...



FENÊTRES • PORTES D'ENTRÉE & GARAGE • VOLETS • STORES • PORTAILS • PERGOLAS

Le dispositif repose sur une remise progressive, directement indexée sur le montant d'achat (hors pose) :

- 450 € TTC pour un projet compris entre 3 000 € et 5 999 € TTC,
- 900 € TTC entre 6 000 € et 9 999 €,
- 1 500 € TTC entre 10 000 € et 15 999 €,
- 2 400 € TTC entre 16 000 € et 19 999 €,
- 3 000 € TTC à partir de 20 000 € d'achat.

Cette offre, réservée aux particuliers et non cumulable avec d'autres opérations en cours, s'applique sur le montant d'achat hors pose (hors accessoires ou moyens d'accès spécifiques).

Au-delà de l'avantage financier immédiat, dans un contexte économique incertain, investir dans son habitat demeure une valeur refuge. Rénover ses ouvertures, améliorer son isolation, moderniser sa façade ou renforcer la sécurité de son logement, c'est à la fois valoriser son patrimoine, améliorer son confort de vie et sécuriser son investissement immobilier.

BIEN À LA MAISON

BIEN DANS SA VIE



La remise proposée agit comme un véritable levier décisionnel : elle peut permettre d'enrichir un projet en ajoutant une option supplémentaire, de regrouper plusieurs travaux en une seule opération, ou tout simplement de créer le déclic chez des propriétaires encore hésitants.

C'est également une opportunité pour les points de vente de fidéliser leurs anciens clients en leur proposant une offre attractive et lisible, inscrite dans la dynamique positive du printemps.

Un levier de performance pour les points de vente

Pour les points de vente Lorenove, les campagnes trimestrielles proposées par la tête de réseau constituent un véritable atout stratégique.

En effet, intégrer le réseau, c'est bénéficier d'une mécanique marketing structurée, nationale et puissante, qu'il serait difficile de déployer individuellement à cette échelle.

Pour cette opération de mars, la tête de réseau active un plan média ambitieux visant une cible qualifiée +35 ans CSP+, cœur de marché de la rénovation.

Le dispositif inclut du replay TV avec un spot de 20 secondes diffusé pendant trois semaines sur TF1+, ainsi que du streaming TV sur Canal+ et HBO Max, avec géolocalisation autour des points de vente.

À cela s'ajoute une campagne YouTube avec le film de marque « S'ouvrir au monde », diffusé en formats « skippable » ou non, dans des contextes affinitaires et auprès d'intentionnistes, sur le web et les TV connectées.

Là encore, la géolocalisation permet de concentrer l'impact publicitaire dans les zones de chalandise des concessionnaires.

Ce dispositif de notoriété est complété par un plan d'acquisition digitale orienté performance : visibilité renforcée sur le site lorenove.fr, campagnes Google Ads et Bing Ads, activations Facebook Ads, relais sur les réseaux sociaux de la marque... autant de leviers destinés à générer des leads qualifiés directement exploitables par les équipes commerciales locales.



En parallèle, chaque point de vente dispose d'un arsenal d'outils personnalisables pour amplifier l'opération sur son territoire : kit PLV, animation vidéo pour écran, bannière de signature mail, affichage urbain, insertion presse, mailing papier ou e-mailing, texte de spot radio, Google Post, contenus pour les réseaux sociaux...

Les concessionnaires peuvent ainsi orchestrer un plan de communication local cohérent, tout en s'appuyant sur la puissance de frappe nationale.

Cette synergie entre visibilité nationale et activation locale crée un effet d'entraînement vertueux : augmentation du trafic en point de vente, génération de contacts qualifiés, soutien à la conversion et fidélisation des anciens clients.

Pour les concessionnaires, ces campagnes récurrentes sécurisent l'activité, structurent le calendrier commercial et renforcent la dynamique collective du réseau.

A propos du Groupe Lorillard et Lorenové :

Fondé en 1936 à Chartres et présidé par Thierry Luce, le Groupe LORILLARD figure parmi les leaders français de la menuiserie industrielle sur-mesure.

Première entreprise indépendante du secteur, LORILLARD couvre l'ensemble du marché de la fenêtre et maîtrise la fabrication de ses produits grâce à un pôle industriel intégré. La production est 100% française avec 90% des composants de provenance d'industriels français LORILLARD est actuellement l'une des seules entreprises à décliner son offre dans quatre matériaux : bois, PVC, aluminium, mixte et HPC Composite.

Entièrement dédiée à la rénovation, à la fabrication et à la pose de fenêtres sur-mesure, la marque LORENOVE a été créée il y a plus de 40 ans pour mettre le savoir-faire du Groupe LORILLARD au service des particuliers.

Chiffres-clés : 1570 collaborateurs - chiffre d'affaires 2025 : 264 millions d'euros - production annuelle : 1 160 menuiseries par jour, 320 logements équipés ou rénovés par jour. Toutes les menuiseries LORENOVE sont produites en France.

Retrouvez le film du Groupe Lorillard, «Vision» via ce lien : <https://youtu.be/5TKiZ755KvA>

