

LE RÉSEAU LORENOVE LANCE SA NOUVELLE CAMPAGNE DÉDIÉE AUX PORTES D'ENTRÉE, POUR ALLIER STYLE, SÉCURITÉ ET SÉRÉNITÉ

Durant le mois de juin, Lorenové et son réseau de concessionnaires déploient leur troisième campagne promotionnelle de l'année, avec un focus inédit sur les portes d'entrée et portes blindées. Intitulée "Bien à la maison comme dans sa vie", cette opération met à l'honneur un élément central de l'habitat : la porte d'entrée, à la fois signature esthétique de la maison et premier rempart de sécurité.

À l'approche des départs en vacances, cette campagne vise à inciter les particuliers à investir dans une solution fiable et design, combinant protection, performance thermique et valorisation du logement.

Une opération qui s'inscrit dans les rendez-vous saisonniers désormais bien ancrés entre la marque et les particuliers, et qui confirme l'engagement de Lorenové à accompagner chaque projet d'amélioration de l'habitat avec des offres ciblées et concrètes.

Du 7 au 28 juin 2025, Lorenové propose, pour toute commande d'une porte d'entrée ou blindée, une remise immédiate accordée : **600 € TTC** pour un montant d'achat (hors pose) compris entre 3 000 € et 4 999 € TTC, **1 000 € TTC** entre 5 000 € et 6 999 € TTC, et **1 400 € TTC** au-delà de 7 000 € TTC.

Le montant pris en compte concerne uniquement l'achat de la porte. Cette offre, réservée aux particuliers et non cumulable avec d'autres promotions en cours, tombe à point nommé : selon un sondage IFOP de 2021, 64 % des Français se disent inquiets à l'idée de quitter leur logement pour partir en vacances.

Une inquiétude justifiée quand on sait qu'en 2023, plus de 219 000 cambriolages ont été enregistrés, dont plus de 55 000 entre juin et août (source : SSMSI – ministère de la Sécurité intérieure).



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

Sans sombrer dans l'alarmisme, il est important de rappeler que près d'un cambriolage sur deux a lieu par la porte d'entrée.

Investir dans une porte performante et sécurisée devient alors un geste de bon sens, y compris d'un point de vue assurantiel, certaines compagnies exigeant par exemple une serrure à trois points, des performances A2P, des équipements labellisés, voire même une porte blindée.

Cette campagne permet ainsi de conjuguer tranquillité d'esprit, conformité et esthétique, en profitant d'un avantage financier concret à un moment stratégique de l'année.

DU 07 AU 28
JUN 2025JUSQU'À
1400€ DE
REMISE*
SUR VOTRE PORTE
D'ENTRÉE OU VOTRE
PORTE BLINDÉE**BIEN À LA MAISON****COMME DANS SA VIE****Une stratégie de communication omnicanale, nationale et locale**

Pour maximiser la visibilité de cette campagne stratégique, Lorenove déploie un plan de communication à la fois au niveau national et local, permettant à chaque point de vente participant de relayer efficacement l'opération dans sa zone de chalandise.

À l'échelle nationale, la campagne s'appuie sur une présence digitale ciblée : le film Lorenove "S'ouvrir au monde" sera diffusé sur YouTube, en pré-roll (avant, pendant ou après les vidéos), auprès d'une audience qualifiée, dans des contextes affinitaires, aussi bien sur le web que sur les TV connectées.

Cette action sera complétée par du display programmatique, via des bannières publicitaires variées, statiques ou animées, diffusées sur des sites à forte audience.

En parallèle, l'opération sera mise en avant sur le site officiel de la marque et via une stratégie sociale media sur Facebook et Instagram, assurant un relais cohérent et impactant auprès du grand public.

Côté local, les points de vente disposent d'un panel complet d'outils de communication fournis par la tête de réseau : kits PLV, animations vidéo, mais aussi visuels personnalisables pour les mails ou les publications sur leurs réseaux sociaux.

Pour aller plus loin, les points de vente peuvent activer des supports à diffusion plus large : presse locale, affichage urbain, publipostage, spots radio ou encore publicité digitale via le display ou les réseaux sociaux.

Les responsables de magasin sont ainsi libres de composer leur plan de communication local selon leurs objectifs et leur zone de chalandise, tout en bénéficiant d'une dynamique nationale forte.



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

Avec cette nouvelle campagne, Lorenove et son réseau créent une opportunité concrète pour les particuliers de s'équiper d'une porte d'entrée performante et esthétique, tout en bénéficiant d'un avantage financier immédiat.

Grâce à une remise claire et attractive, l'offre peut véritablement faire basculer la décision d'achat, notamment chez les propriétaires déjà engagés dans un premier projet avec l'enseigne.

C'est aussi une belle occasion de valoriser son habitat, de sécuriser son logement à l'approche des vacances, ou tout simplement de monter en gamme sans alourdir son budget.

Une démarche accessible, cohérente et engageante, qui fait écho à la promesse de Lorenove : améliorer durablement l'habitat.

A propos du Groupe Lorillard et Lorenove :

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 : 1480 collaborateurs - chiffre d'affaires 2024 : 273 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>