

WM88 relance la marque HYGENA.



Plus d'un Français sur 2 connaît l'enseigne HYGENA*. Fort de sa notoriété et sous l'impulsion de WM88, le fabricant français de cuisines et salles de bains, réinvente son concept et repart à la conquête du territoire en proposant une offre de cuisines prêtes à monter, segment de marché actuellement inexploité par les réseaux de spécialistes français.

« Le marché de la cuisine est en pleine expansion avec + 6,2 % en 2019. Le prêt-à-monter représente 53 % des cuisines intégrées vendues en France et seuls 5 % des spécialistes en cuisine proposent cette offre ! Fort de ces signaux positifs, il me semblait évident qu'HYGENA avait une place de choix à prendre. Avec HYGENA, nous proposons un concept cuisiniste innovant basé sur un outil de conception performant en ligne et en magasin, complété par une livraison sous 15 jours... inédit sur le marché.

Notre objectif : permettre à tous les budgets d'acquérir une cuisine ou une salle de bains de qualité fabricant français.

Notre ambition n'est pas de prendre des parts de marché aux cuisinistes traditionnels, mais de rivaliser "toutes proportions gardées" avec les leaders du marché de la cuisine en kit, en misant sur une fabrication française à laquelle les consommateurs sont plus sensibles aujourd'hui » se réjouit Dominique Weber, Président de WM88.

* Source : MSI étude marché des cuisines intégrées en France, novembre 2019



hygena.
Un point c'est tout.

Un souffle nouveau en 2020

2020 est pour HYGENA une première étape sur la voie du renouveau, avec **pour objectif l'ouverture de 100 points de vente d'ici 4 ans** sur l'ensemble du territoire national, **soit 25 nouvelles franchises par an**. « C'est un plan ambitieux mais largement atteignable. **Loin d'avoir signé la fin du magasin physique, le digital le remet à l'honneur, pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation en ligne. C'est un partenariat gagnant/gagnant.** Nous aimerions recruter des candidats à la franchise, en phase avec les consommateurs de ce concept totalement disruptif qui s'appuie fortement sur la digitalisation.

C'est une nouvelle manière d'envisager la vente de cuisine. Les premiers retours sont extrêmement encourageants : les 2 premières boutiques franchisées ont ouvert à Bordeaux mi-septembre et les contacts en cours nous permettent de penser que **30 magasins seront ouverts fin 2021** » souligne Frédéric Pinoncély, directeur d'enseigne HYGENA.



Pour accompagner ce redéploiement, un parcours client innovant est mis en place, avec une nouvelle identité visuelle et un nouveau site internet en phase avec l'ADN et les valeurs de la marque : **écoute, simplicité, respect et proximité.**



Un parcours client qui mise sur le multicanal et la co-conception

Forte de ses **30 ans d'expérience**, la marque souhaite s'adresser davantage et mieux aux attentes des « consom'acteurs » d'aujourd'hui en proposant un concept multicanal fluide.

En effet, « **78 % des consommateurs s'informent sur internet avant de se rendre en magasin. Et 88 % des consommateurs font leur achat final en magasin.**

Notre nouveau concept offre **le configurateur 3D le plus évolué du marché**. Développé en partenariat avec Dassault Systèmes, il permet d'accompagner le consommateur tout au long de son processus d'achat.

Pour simplifier, trois options s'offrent à lui :

- **100 % full web** : inédit dans la cuisine, le consommateur conçoit, commande et paie sa cuisine sur le site **hygena.fr** de chez lui. Il la reçoit prête à monter à domicile sous 15 jours. Le franchisé local est rétribué sur toutes les ventes internet de sa zone de chalandise.
- **Phygital** : le client choisit de débiter la conception de sa cuisine chez lui sur **hygena.fr** puis de se rendre au magasin HYGENA pour bénéficier des conseils d'un concepteur professionnel et être rassuré dans ses choix techniques et esthétiques. Il peut alors finaliser sa commande au magasin et profiter de l'ensemble des services du magasin HYGENA (prise de cotes, etc.)
- **100 % en magasin** : le consommateur peut réaliser l'ensemble de sa réflexion en magasin avec le soutien du concepteur vendeur.

NOTRE PROMESSE :

“ démocratiser la belle cuisine ! ”

Les futurs clients HYGENA bénéficient d'un **parcours client totalement fluide** puisque l'ensemble de leurs informations se retrouvent sur les deux canaux web et magasin. » complète Frédéric Pinoncély.

« HYGENA veut ses collections esthétiques, fonctionnelles et de qualité tout en assurant l'accompagnement d'experts concepteurs attentifs aux détails techniques qui signent l'aboutissement et la satisfaction d'un projet réussi. » précise Magaly Remy, responsable marketing HYGENA.

LE CHOIX DES SERVICES EN PLUS



Ce nouveau concept offre de nombreux services aux consommateurs qui le souhaitent :

- **Prise de mesures** à domicile
- **Montage** assuré par un poseur
- **Concepteur professionnel** disponible par téléphone ou en magasin
- **Prêt d'échantillons**
- **Facilités de paiement**
- **Livraison à domicile** dans la pièce de son choix
- **Livraison en 15 jours**

HYGENA, franchiseur avant tout

Grâce son flagship Alsacien, HYGENA a su faire évoluer son modèle économique en réorganisant la relation entre franchisés et franchiseur avec la mise en place d'un dispositif de « web to store ».

La transformation passe aussi par la digitalisation des process en interne avec la mise en place d'outils performants pour faciliter la collaboration entre les franchisés et la tête de réseau : extranet, logiciels de gestion commerciale, outils d'aides à la vente, solutions logistiques...

LES + de la franchise HYGENA

- + Un **acteur unique**, positionné sur le premier quartile, différent de son environnement concurrentiel : **le spécialiste le moins cher du marché**
- + Une **marque reconnue** et un savoir-faire éprouvé
- + Une **disponibilité** de secteurs géographiques
- + **Zéro stock** dans le magasin
- + Un **accompagnement** à toutes les étapes
- + Un **fabricant vosgien** qui garantit une livraison sous 15 jours

LES CHIFFRES CLÉS de la franchise HYGENA

130 000 €
d'investissement global

25 000 €
d'apport personnel

650 000 € de CA
objectif minimum après 2 ans

6% de rentabilité

200 m²
de surface commerciale



LE MARCHÉ DE LA CUISINE EN CHIFFRES**

Marché total en valeur :

1,5 milliard d'€

950 000 cuisines

vendues par an (dont 350 000 liées
à la construction de logements neufs)

500 000 cuisines

vendues en prêt-à-monter contre

450 000

montées en usine

Durée de remplacement :

18 ans

Le marché de la cuisine
est celui du remplacement à

75 %



** (Source msi reports nov 19)

À propos de...

Fière de ses origines vosgiennes, WM88 est **implantée depuis 1959 dans les Vosges**, région historiquement reconnue pour le travail du bois.

WM88 est une **société du groupe familial WEBER INDUSTRIES** dirigé aujourd'hui par la 4^e génération.

Experte dans le travail des meubles en matériaux bois et dérivés, WM88 s'est **spécialisée dans le meuble d'intérieur**, proposant des solutions pour la **cuisine et la salle de bains**.

WM88, dont le siège social et le site de production sont implantés sur **54 000 m² à Chatenois**, réalise **45 M€ de CA** (produit **70 000 cuisines/an** distribuées en GSB et enseignes d'ameublement) avec 130 collaborateurs.



 **LinkedIn :**
@HYGENA

Contact presse :
Carine petrucci
Tél. 01 45 92 03 04
carine.petrucci@cpconseil.fr

hygena.
Un point c'est tout.

hygena.fr