

2023 : BILAN D'UNE ANNÉE DE RÉSILIENCE POUR L'ENSEIGNE CUISINE PLUS

CUISINE PLUS, enseigne du groupe FBD, a su naviguer avec détermination au travers des défis inhérents à un contexte économique complexe.

Face aux challenges rencontrés durant l'année 2023, l'enseigne a su faire preuve de stabilité et de persévérance, transformant les obstacles en opportunités de renforcement.

L'enseigne a adapté ses offres et articulé ses opérations autour du respect du budget client et de l'action en faveur du pouvoir d'achat. Dans un contexte de hausses importantes des conditions des fournisseurs, cela s'est forcément traduit par un effort supplémentaire sur les marges commerciales. Les clients ont apprécié ces offres puisque les 3 derniers mois de 2023 ont été meilleurs, signe de la volonté de profiter de ces offres avant le passage aux conditions 2024.

CUISINE PLUS aborde cette nouvelle année avec la force et l'expérience d'un réseau qui célèbre ses 40 ans en 2024 ! L'enseigne se fixe comme objectif de dépasser la barre des 100 magasins d'ici trois ans, élargissant ainsi sa présence nationale. Ces aspirations s'accompagnent d'une volonté affirmée de renforcer son image en tant que spécialiste incontournable des aménagements intérieurs, tout en intégrant des initiatives concrètes en matière d'impact écologique.

Cette année de résilience constitue ainsi le point d'ancrage pour une nouvelle phase de consolidation et de développement pour CUISINE PLUS, soulignant son engagement envers l'excellence et la croissance continue.

Retour sur les temps forts de cette année.

1. CUISINE PLUS poursuit son ascension

En 2023, CUISINE PLUS a connu une année dynamique marquée par **l'ouverture de 6 nouveaux magasins**. L'enseigne a renforcé sa présence en Bretagne, d'où elle est originaire, avec les ouvertures de Saint-Malo et Lorient. En région parisienne, une nouvelle ouverture a eu lieu en Seine-et-Marne à Servon, tandis que le Grand-Ouest a accueilli les magasins de Pau, La Rochelle et Angoulême. De plus, quatre magasins à Laval, Val d'Europe, Reims et Saint-Nazaire ont récemment été rénovés, portant ainsi à près de **60% le nombre de magasins au nouveau concept**.

Selon Franck Ecalard, Directeur Général de CUISINE PLUS :



« En 2024, CUISINE PLUS célèbre ses 40 ans, nous entamons l'année avec la force acquise en surmontant les défis de 2023 et une confiance mutuelle renforcée avec nos franchisés. Notre réseau expérimenté, façonné par quatre décennies, a développé un plan d'actions clair pour 2024, couvrant tous les aspects du jeu : Produit, Communication, Gestion, Qualité, Satisfaction et Performance Commerciale. »

2. CUISINE PLUS : Une nouvelle offre pour l'ensemble de la maison



CUISINE PLUS, enseigne spécialiste de la cuisine sur-mesure, a dévoilé cette année **sa toute nouvelle offre, baptisée CUISINE PLUS INTERIEUR**. Cette offre répond à la demande grandissante des clients en quête d'une solution clé en main pour sublimer leur intérieur.

La cuisine ne se limite plus à une pièce, elle se libère, se diffuse à travers toute la maison grâce à cette nouvelle gamme de meubles et de rangements.

Des meubles TV élégants aux buffets sophistiqués, en passant par les bureaux fonctionnels et les bibliothèques inspirantes, CUISINE PLUS invite à créer des meubles de rangement sur-mesure avec CUISINE PLUS INTERIEUR.

3. CUISINE PLUS est Élu Service Client De l'Année* pour la 4^{ème} année consécutive

Après s'être distinguée en 2021, 2022 et 2023, CUISINE PLUS, l'enseigne spécialiste de la cuisine sur-mesure, remporte pour la **4^{ème} année consécutive le trophée « Élu Service Client de l'Année » dans la catégorie Aménagement de l'habitat***.

Cette consécration, soulignée par une note finale de **19,40/20** attribuée par les consommateurs français, hisse CUISINE PLUS à la 2^{ème} place toutes catégories confondues à l'**Élection du Service Client de l'Année**.

Chez CUISINE PLUS, l'écoute, l'accompagnement sur-mesure et l'engagement ne sont pas de simples mots, mais des valeurs profondément ancrées que l'enseigne défend avec dévouement au quotidien.



*Étude BVA - Viséo CI - Plus d'infos sur escda.fr

4. Les défis de CUISINE PLUS

Les objectifs à long terme de l'enseigne CUISINE PLUS sont clairs, visant à **atteindre plus de 100 magasins dans les prochaines années** pour assurer une couverture nationale. Cela permettrait **d'offrir à tous les clients la proximité d'un magasin CUISINE PLUS**. Des opportunités de croissance prometteuses se dessinent dans des **zones de chalandise attractives** telles que Saint-Brieuc, Thionville, Strasbourg nord, Troyes, Dunkerque, Aix-en-Provence, Poitiers, Metz, Saint-Étienne, Arras, Béthune, Plaisir, Orgeval/Chambourcy, et Coignières. L'enseigne projette **d'inaugurer une dizaine de nouveaux magasins chaque année**.

Cependant, plusieurs défis se profilent, couvrant les aspects réglementaires, écologiques, technologiques et commerciaux.

Sur le **plan réglementaire**, le secteur est soumis à des normes environnementales de plus en plus strictes, nécessitant une gestion rigoureuse de la recyclabilité des déchets, des emballages, ainsi que des anciennes cuisines et électroménagers.

Du **point de vue écologique**, l'impact carbone, l'utilisation de matériaux recyclés ou recyclables, et les principes du développement durable influent sur le choix des partenaires et des fabricants.

Sur le **plan technologique**, l'évolution des habitudes d'achat des consommateurs français nécessite une adaptation, marquée par la prise de rendez-vous à distance, les réunions en visio, voire les ventes entièrement à distance.

Parallèlement à ces défis, l'enseigne nourrit **l'ambition de renforcer son image en tant que spécialiste incontournable**, alliant **accessibilité et capacité à répondre aux besoins d'aménagement intérieur de toute la maison**.

Et pour 2024 ? CUISINE PLUS fête ses 40 ans

CUISINE PLUS, annonce avec fierté l'arrivée de sa nouvelle décennie : **40 ans d'excellence, d'innovation et d'engagement envers ses clients.**

Pour marquer cette occasion, CUISINE PLUS prévoit un **grand plan média innovant avec 40 semaines en télévision tout au long de l'année. Et 100% du plan média sera ciblé sur des zones de chalandise**, assurant une visibilité maximale.

Sa stratégie publicitaire repose sur des **données intentionnistes d'achat de cuisines croisées avec les zones de chalandise**, garantissant une approche ciblée. À travers une segmentation précise en télévision, replay et YouTube, ainsi que des campagnes radio locales, l'enseigne vise à créer un trafic significatif dans ses magasins et à renforcer sa présence sur le marché local.

CUISINE PLUS est la **1^{ère} enseigne à investir un budget aussi conséquent en TV adressable**, combiné avec des campagnes radio locales, démontrant ainsi de son engagement envers ses clients et sa volonté de rester à la pointe de l'innovation dans son secteur.

CUISINE PLUS prévoit de révéler une multitude de surprises et d'animations pour ses clients et ses équipes tout au long de l'année, afin de célébrer dignement cet anniversaire.

A propos de CUISINE PLUS : c'est en 1984 que CUISINE PLUS voit le jour dans l'optique de démocratiser l'achat de cuisines équipées, en appliquant une politique jusqu'alors réservée à la grande distribution. Marque audacieuse, CUISINE PLUS signe une nouvelle façon de vivre sa cuisine, devenue une pièce centrale dans la maison, qui se traduit par trois notions clés : séduction, qualité et accessibilité. A travers un concentré de savoir-faire européen et l'offre la plus riche du marché, la marque conçoit des cuisines originales et vraiment tendance.

A propos du Groupe FDB : avec ses quatre enseignes aux territoires de marques distincts et complémentaires, Ixina, CUISINE PLUS, Cuisines Références, Vanden Borre Kitchen et Cake Kitchen, le groupe FDB (Franchise Business Division) est la première franchise européenne de distributeurs de cuisines équipées. La culture du service et de l'accompagnement, qui font partie intégrante de l'ADN du Groupe, contribue au développement du réseau de franchisés ainsi qu'à la satisfaction des consommateurs. Avec leurs positionnements complémentaires, les enseignes du Groupe FDB se développent autour de valeurs communes : la proximité, la transparence, la confiance. Chacune d'elles conçoit des projets sur-mesure avec ses clients, afin de leur offrir des lieux de vie à leur image et en fonction de leurs particularités (budget, espace, ergonomie, design...). Plaçant l'international au cœur de ses ambitions, le Groupe compte étendre son réseau avec une présence dans plus de 35 pays d'ici à 2025.



Marie-Antoinette
RELATIONS PUBLICS

Contact presse : L'Agence Marie-Antoinette
Émilie Clouet
06 46 23 93 16 • cuisineplus@marie-antoinette.fr