
1^{ER} FRANCHISEUR EUROPÉEN DE CUISINES ÉQUIPÉES



ZOOM SUR UN MARCHÉ DYNAMIQUE

LA FRANCHISE CUISINE SELON FBD



IXINA : MA RECETTE DU BONHEUR



CUISINE PLUS : SIGNE EXTÉRIEUR DE CUISINE

The logo for CUISINE PLUS consists of the words 'CUISINE PLUS' in a white, bold, sans-serif font, centered within a solid red rectangular background.

CUISINES RÉFÉRENCES : CRÉATEURS DE CUISINES



ZOOM SUR UN MARCHÉ DYNAMIQUE

Saviez-vous que la cuisine était **la 3^e pièce préférée des Français¹** ?

En effet, c'est là que 48% d'entre eux prennent le plus souvent leur repas du soir². D'ailleurs, ils la renouvellent tous les 24 ans en moyenne³ (contre tous les 13 ans en moyenne pour le reste de l'Europe) et, dans la plupart des cas, elle fait l'objet d'une rénovation totale.

Ainsi, entre 2005 et 2010, **le marché français de la cuisine équipée a connu une croissance de 10% en valeur**. Celui des cuisines intégrées, plus particulièrement, a connu une croissance de 20% en 6 ans.

En 2011, le meuble de cuisine a même généré **2,42 milliards d'euros⁴**, dont 866 000 cuisines intégrées pour une valeur estimée à 1,29 milliards d'euros.

A l'échelle européenne, ce marché concerne près de 3 ménages sur 4 : en Belgique, Allemagne et Italie le taux d'équipement des foyers est de l'ordre de 80% pour environ **60% en France⁵**.

De plus, en cas de renouvellement de leur cuisine, le projet porte sur des produits plus complets et plus sophistiqués, apportant confort et plaisir : **une fenêtre ouverte sur un marché prometteur**.



¹ Source UNEP-IPSOS 2012

² Source IPEA 2010

³ Source interne

⁴ Source IPEA 2011

⁵ Source MSI 2012

LA FRANCHISE CUISINE SELON FBD

A CHAQUE PROJET SA FRANCHISE FBD

Leader européen de la franchise sur le marché de la cuisine équipée, le groupe FBD (Franchise Business Division) fait référence dans son secteur. Il réunit trois enseignes phares : Ixina, Cuisine Plus et Cuisines Références. Grâce à leurs personnalités et à leurs positionnements aussi différents que complémentaires, FBD propose des solutions d'investissement adaptées à tous les profils de franchisés. Sans oublier un réseau puissant et une équipe de professionnels au service des affiliés. Que l'on souhaite réaliser un placement solide, révéler son âme de commerçant ou s'investir par passion, s'appuyer sur une marque reconnue à l'international ou s'ancrer sur le territoire local, ces enseignes répondent à tous les objectifs.

TRAVAILLER MAIN DANS LA MAIN AVEC LES FRANCHISÉS

Chaque jour, plus de 100 professionnels travaillent aux côtés des partenaires afin d'assurer leur réussite. Dès le démarrage d'un projet, les coordinateurs en charge du suivi de l'ouverture des futurs points de vente sont disponibles : étude de marché, implantation, surface... Tous les points clés sont abordés. Après l'ouverture, les experts du réseau sont également présents sur le terrain pour accompagner les équipes de vente au quotidien. Enfin, le service support du groupe est également à leur écoute pour les orienter en matière de gestion et de management, mais aussi pour répondre à toutes leurs questions.

LA FORMATION, CLÉ DU SUCCÈS : LA FBD TRAINING ACADEMY

Le groupe a entrepris une véritable restructuration de ses pôles de formation et mis en place la FBD Training Academy, un programme complet pour faire évoluer les compétences des franchisés, des adhérents et de leurs équipes. L'objectif est de capitaliser sur la force du groupe pour offrir un panel plus large de formations. Les méthodes de travail, les supports et les outils ont été harmonisés afin que chaque enseigne puisse se les approprier plus facilement tout en conservant ses propres valeurs et spécificités. Des groupes de travail sont régulièrement organisés pour échanger savoir-faire, connaissances, compétences...



La FBD Training Academy garantit au futur franchisé de disposer des compétences nécessaires à la création de son entreprise. L'accompagnement se poursuit au-delà de ces rencontres « pré-ouverture » avec des formations sur les produits, les logiciels et outils de gestion, le management d'équipe...

De plus, chaque année, les affiliés ont l'opportunité de se retrouver dans le cadre d'un séminaire réseau, l'occasion idéale d'échanger avec les autres entrepreneurs, et de s'informer de l'actualité des enseignes et du groupe.

Mais, l'objectif principal de toutes ces dispositions est certainement d'accompagner chaque magasin au mieux, afin d'augmenter sa rentabilité, son chiffre d'affaires et ses bénéfices.



LA FORMATION INITIALE

- 5 semaines / Méthode commerciale, produits (meubles, électroménager, sanitaire, accessoires), conception de cuisine, décoration, administration des ventes
- 1 semaine complémentaire spécifique pour le franchisé ou le directeur de magasin / Management, gestion et logiciel de gestion
- 2 semaines / Immersion dans un magasin

LA FORMATION CONTINUE

- Pour les vendeurs :
 - 3 cycles de formation commerciale
 - 1 cycle de vente comportementale, connaissance client
- Pour les managers :
 - 1 cycle coaching
 - 1 cycle management comportement

La FBD Training Academy en 2012

- 70 sessions de formations organisées sur 16 modules différents
 - Soit près de 400 jours de formation
 - Plus de 600 stagiaires
-

UN SERVICE COMMUNICATION EFFICACE, AU SERVICE DE LA NOTORIÉTÉ DES ENSEIGNES

A travers un service marketing et communication puissant, les marques FBD bénéficient d'une visibilité optimale dans les principaux médias, tant locaux que nationaux. Grâce à ses campagnes publicitaires multicanal, le groupe conforte ainsi leur notoriété auprès de leurs clients et futurs clients. Quant au service de relations presse, il assure la promotion des produits des enseignes auprès des journalistes et prescripteurs. De plus, à l'ouverture de chaque point de vente, un document « clé en main » est remis au franchisé afin d'assurer la communication de son enseigne à l'échelle locale : une recette qui a fait ses preuves pour une visibilité renforcée.

FIDÉLISATION

La force du groupe est de ne pas être lié à une usine de manière exclusive, mais de conclure des partenariats avec différents fabricants, parmi les leaders européens, afin de proposer une offre adaptée au besoin de chaque enseigne et de répondre au plus juste aux demandes des clients. De la même manière, le groupe signe des accords privilégiés avec toutes les grandes marques d'électroménager.

INNOVATION, QUAND TU NOUS TIENS

Dans un souci d'innovation permanente, FBD met la technologie au service de ses franchisés autour d'outils d'aide à la vente. C'est dans cette optique que le groupe va lancer sur son site Internet, en juillet 2013, un logiciel de conception en 3D, intégrant des options avancées de personnalisation. Dans le même esprit, Ixina a conçu pour ses points de vente une 3D Box, véritable studio dans lequel le client visualise sa future cuisine en taille réelle, comme s'il y était. Enfin, le groupe se veut également précurseur en magasins avec des parcours de visite repensés pour optimiser l'expérience client et favoriser l'acte d'achat. Fin 2011, l'enseigne Ixina a d'ailleurs été primée par le magazine LSA, lors des Trophées LSA de l'Innovation, dans la catégorie « Concept magasin – non alimentaire », pour son nouveau concept-magasin.

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE : UNE NÉCESSITÉ POUR LA PLANÈTE... ET POUR FBD

Chacune des enseignes du groupe FBD respecte les principes du développement durable et s'implique activement en faveur de la préservation de la planète. Comment ? Notamment en favorisant l'utilisation de bois certifié PEFC dans le mobilier vendu ou encore une gestion optimale des déchets. Mais ce ne sont que quelques exemples et le groupe met tout en œuvre pour réduire significativement et durablement son empreinte écologique.



Le mot du président

« Investir et s'investir ensemble : voici comment pourrait se résumer la philosophie de notre réseau. Pour FBD, la collaboration avec chaque franchisé est une histoire personnelle. Et c'est à ce titre, que nos équipes travaillent de concert pour atteindre avec chaque partenaire un retour sur investissement particulièrement satisfaisant. Ainsi, après 3 années d'exploitation, un franchisé peut tabler sur un résultat avant impôt de 7% du chiffre d'affaires en moyenne. »

Jean-Pierre Pont, Président de FBD

LE GROUPE EN QUELQUES CHIFFRES...

- **3 enseignes :**
Ixina, Cuisine Plus et Cuisines Références
- **286 magasins** à fin 2012
- Présent dans les **principaux pays Européens** et forte présence au **Maghreb et Moyen-Orient** (Algérie, Maroc, Tunisie, Egypte, Arabie Saoudite, Dubaï...), développement en **Russie**
- Le groupe s'appuie sur les usines des leaders Européens de la fabrication de meubles de cuisine sur-mesure et collabore avec toutes les grandes marques Européennes d'électroménager
- **Plus de 1 500 personnes** travaillent en magasin pour les différentes enseignes du groupe
- **Plus de 100 personnes** travaillent au niveau des centrales
- **405 M€** de chiffre d'affaires en 2012
- **Jusqu'à 5%** de croissance par an selon les enseignes

IXINA : MA RECETTE DU BONHEUR

Simplicité, transparence et efficacité pour les entrepreneurs



POUR MIEUX CONNAÎTRE L'ENSEIGNE

Fondée en Belgique en 1971, Ixina propose un concept unique sur le marché. Dans un esprit précurseur, l'enseigne s'appuie sur une politique de prix nets et une méthode commerciale transparente pour un excellent rapport qualité/prix. De plus, avec ses showrooms à la pointe de la technologie, elle bouscule les codes traditionnellement associés à la profession. Très bien implantée à l'échelle internationale, elle connaît ainsi un véritable succès commercial et offre un fort potentiel de développement.



SON OFFRE

Vivantes, intelligentes, design : Ixina propose un vaste choix de cuisines à concevoir sur-mesure. Associant l'esthétique à la fonctionnalité, elles répondent à tous les goûts et tous les budgets, sans concession sur la qualité. D'ailleurs, l'enseigne travaille avec les plus grandes marques allemandes de meubles et s'est entourée d'artisans expérimentés pour l'installation. Un vrai choix de « consommateur » également, puisqu'Ixina est depuis longtemps sensible au développement durable.



SA CIBLE

Si l'approche d'Ixina se veut rationnelle, elle favorise également l'expression d'une inspiration propre à l'acheteur, portée par la créativité de l'enseigne. Sensible à la tendance autant qu'au prix, sa clientèle recherche des produits accessibles et soignés, dans un esprit déco et fonctionnel, pour faire de leur cuisine un véritable espace de vie.

SA PROMESSE

« La cuisine qu'il leur faut, sans surprise » : voici ce que les clients viennent chercher chez Ixina. Dans les magasins de l'enseigne, tout est mis en œuvre pour leur fournir une information claire et précise en matière de produit mais de prix aussi ; tandis que les cuisinistes-conseil sont formés pour co-concevoir avec eux la cuisine qui leur correspondra le mieux. Engagement et conscience professionnelle sont ainsi les garants d'un service entièrement dédié à leurs attentes.



En 2012, Ixina a lancé **un nouveau concept, qui réinvente le magasin, mais aussi le métier du cuisiniste**. Atelier de personnalisation, showroom hautement qualitatif, espace de co-conception, informations optimisées... Tout est fait pour aider le client à imaginer la cuisine qui lui correspond. Et ce n'est pas tout : grâce à la **3D Box**, il peut se projeter dans sa future cuisine et la découvrir en taille réelle. Une expérience unique, ludique et créative !

En résumé... Des cuisines pratiques, accessibles, durables, fonctionnelles et design à travers une offre transparente.



L'ENSEIGNE EN QUELQUES CHIFFRES...

- 150 points de vente dans le monde, dont 90 en France et 42 en Belgique
- 15 ouvertures en 2013
- Plus de 40 ans d'expérience (création en 1971)
- 13 pays couverts : France, Belgique, Italie, Maroc, Algérie, Tunisie, Egypte, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Chine, Cambodge et Vietnam, ouverture en Russie prévue en 2013
- 50 000 cuisines vendues en France et en Belgique en 2011
- 285 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 1 000 emplois directs et indirects et une centaine de collaborateurs au niveau du groupe pour soutenir le réseau

○ Emplacements disponibles



... et en quelques mots

« Ixina a su réunir des franchisés compétents, ouverts et dynamiques, issus d'horizons variés, mais partageant le même esprit d'entreprise et une vraie volonté de réussir. Grâce à l'expérience de l'enseigne, ils mettent tous les atouts de leur côté pour rester indépendants, tout en bénéficiant de conditions de travail exceptionnelles. »

Thierry Tallet, Directeur Général Ixina

UN INVESTISSEMENT DE RAISON

Ixona repose sur un modèle économique, qui a fait ses preuves et instaure la confiance. Devenir franchisé de l'enseigne, c'est rejoindre une structure solide de 150 points de vente dans 13 pays, qui s'engage à former et soutenir ses franchisés sur le long terme. En plein développement, le réseau offre la garantie d'un projet commercial fructueux et d'une performance remarquable dans la profession. En effet, le chiffre d'affaires par magasin est supérieur à la moyenne du marché et le retour sur investissement rapide.



LA FRANCHISE IDÉALE POUR...

Un entrepreneur à la fois commerçant, gestionnaire et manager, qui recherche simplicité, transparence et efficacité. Les affiliés Ixona sont parfois également franchisés auprès d'une autre enseigne du groupe et certains dirigent jusqu'à 5 magasins.



- **Panier moyen** : 5 400 €
- **Implantation** : ZAC de grandes agglomérations
- **Surface** : 400 à 600 m², voire 800 m²
- **Droit d'entrée** : 23 000 €
- **Apport personnel** : entre 80 000 et 130 000 €
- **Retour sur investissement** : 7% après 3 ans



famille



fonctionnelles

design



exigence



tendance

couleurs



CUISINE PLUS : SIGNE EXTÉRIEUR DE CUISINE

La notoriété au service du commerçant

CUISINE PLUS

POUR MIEUX CONNAÎTRE L'ENSEIGNE

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. Rapidement, le réseau devient l'un des premiers de France et bénéficie d'une forte notoriété. Marque audacieuse, Cuisine Plus signe une nouvelle façon de vivre sa cuisine, devenue une pièce centrale dans la maison comme dans le quotidien des consommateurs, qui se traduit par trois notions clés : séduction, qualité et accessibilité.



SON OFFRE

Plus que de simples cuisines, l'enseigne propose un véritable état d'esprit à travers ses collections : les « Vitaminées » hautes en couleur, les « Contemporaines » ultra glossy et glamour ou encore les « Maison de famille » design ou traditionnelles. Chacun son look, chacun sa cuisine : avec plus de 10 000 combinaisons possibles, 100 modèles de cuisine, 200 coloris de façade, 200 tonalités de plan de travail, 150 poignées et une multitude de produits astucieux. A travers un concentré de savoir-faire européen et l'offre la plus riche du marché, la marque conçoit ainsi des cuisines, originales et vraiment tendance.



SA CIBLE

Toujours dans la tendance, la clientèle de Cuisine Plus aime croquer la vie à pleines dents, apprécie de recevoir et se démarque de par son style. Grâce à Cuisine Plus, elle dispose d'une enseigne à forte personnalité, capable de concevoir la cuisine parfaite pour elle, celle qui satisfait ses envies les plus folles, qu'elle personnalise à l'infini, qui fait rimer déco unique et budget raisonnable, qui associe technologie et écologie... Et, surtout, où l'on prend plaisir à partager des moments en famille.



SA PROMESSE

C'est sur le territoire de l'émotion que Cuisine Plus a ancré son identité, en créant « des cuisines qui font rêver ». Ses atouts pour y parvenir ? Une sélection exclusive de nouveautés design, des concepteurs formés et sensibles à la déco, des services novateurs très VIP, une philosophie 100% plaisir et 100% satisfaction, une « verte attitude » omniprésente : bref, un maximum de garanties pour donner vie à toutes les envies des clients.

En résumé... Des cuisines chaleureuses, aspirationnelles, astucieuses, audacieuses, valorisantes et séductrices.



L'ENSEIGNE EN QUELQUES CHIFFRES...

- 80 magasins
- 12 ouvertures en 2013
- Près de 30 ans d'expérience (création en 1984)
- 500 000 projets réalisés depuis la création de l'enseigne
- 10 000 combinaisons possibles
- 96 M€ de chiffre d'affaires en 2012
- 600 collaborateurs



... et en quelques mots

« Les valeurs de Cuisine Plus lui ont permis de se positionner parmi les acteurs phares de la cuisine équipée en France : écoute à l'égard du client, personnalisation de l'offre et culture de la satisfaction. Et c'est avec ces mêmes engagements que l'enseigne accompagne ses franchisés pour développer leur activité en toute sérénité. »

Loïc Paitel, Directeur Général Cuisine Plus

UN INVESTISSEMENT DE PASSIONNÉ

La franchise Cuisine Plus s'appuie sur un réseau de commerçants indépendants, gérant leur propre entreprise avec le soutien de La Centrale. Celle-ci se consacre au développement du concept dans tous ses aspects pour accompagner de manière active ses affiliés et mettre à leur disposition tous les outils dont ils ont besoin. Forte culture commerciale, volonté de transparence, puissance de communication nationale et indices de performance : tout est mis en œuvre pour instaurer une relation de confiance et favoriser la réussite commerciale.



LA FRANCHISE IDÉALE POUR...

Un gestionnaire dans l'âme ayant un goût prononcé pour le commerce, un vrai sens du relationnel, des capacités managériales et la culture de la satisfaction client. Une enseigne adaptée aux anciens cadres en reconversion ou à des responsables de points de vente.

- Panier moyen : 5 800 €
- Implantation : centre-ville, ZAC de province
- Surface : 300 à 500 m²
- Droit d'entrée : 23 000 €
- Apport personnel : entre 80 000 et 120 000 €
- Retour sur investissement : 8% après 5 ans





séduction



plaisir



audacieuses



qualité



CUISINES RÉFÉRENCES : CRÉATEURS DE CUISINES

Le plaisir de s'offrir une cuisine personnalisée



POUR MIEUX CONNAÎTRE L'ENSEIGNE

Créée en 1989, Cuisines Références remporte rapidement un vif succès et s'impose comme la 1^{re} enseigne nationale de cuisinistes de proximité. Un concept original, puisqu'il s'appuie sur des professionnels de talent, ayant su créer des liens étroits avec leur clientèle à l'échelle locale ou régionale. Ainsi, savoir-faire éprouvé, passion du service, implication personnelle et sens de l'innovation sont autant d'atouts qui ont permis au réseau Cuisines Références de se démarquer sur son marché.



SON OFFRE

Design, charme ou encore nature : toutes les ambiances se retrouvent dans l'offre de cette enseigne, qui crée des cuisines vraiment bien pensées et totalement personnalisées. Afin de répondre à chaque style et chaque budget, de nombreux fournisseurs sont référencés aussi bien en termes de mobilier, d'électroménager, de sanitaires que d'accessoires. Avec ce très vaste choix de produits fabriqués en Europe, Cuisines Références constitue une enseigne garante de haute qualité, mais aussi de compétitivité.

SA PROMESSE

Dans les magasins Cuisines Références, tout se base sur la relation, humaine et durable, que le professionnel tisse avec son client. A ses côtés et avec le plus grand soin, il conçoit « une cuisine qui lui ressemble ». Comment ? En l'écoulant attentivement, en lui faisant des propositions sur mesure et en l'accompagnant avant, pendant ou même après la pose. A toutes les étapes du projet, il offre un service complet, gage de satisfaction.



SA CIBLE

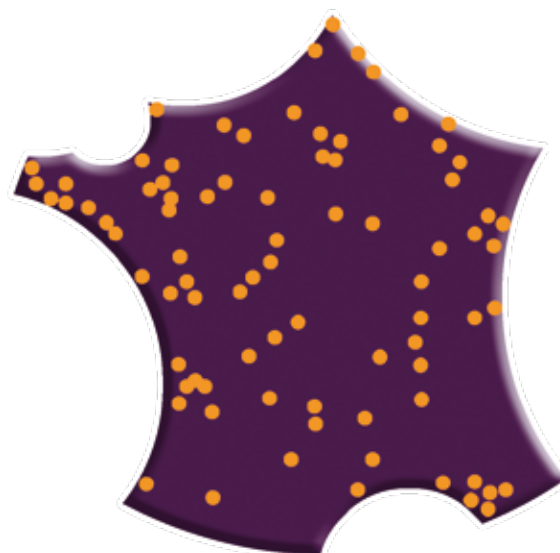
Ce suivi optimal et personnalisé séduit des personnes exigeantes, soucieuses de la qualité de leur intérieur, aimant partager de bons moments entre amis... Chez Cuisines Références, ils trouvent des créateurs cuisinistes qualifiés et expérimentés, mais aussi proches d'eux et dignes de confiance, qui s'appuient sur une grande enseigne nationale.

En résumé... Des cuisines personnalisées, conçues par des professionnels passionnés, experts, rassurants, proches et à l'écoute, qui ont le sens du service.



L'ENSEIGNE EN QUELQUES CHIFFRES...

- Près de 100 magasins en France
- 20 ouvertures prévues en 2013
- Plus de 20 ans d'expérience (création en 1989)
- 1^{ère} enseigne nationale de cuisinistes de proximité
- 3 000 cuisines vendues par an
- 30 M€ de chiffre d'affaires (en 2012)
- 250 collaborateurs



● Magasins existants



... et en quelques mots

« Avec Cuisines Références, le professionnel conserve son identité et sa renommée locale, tout en profitant du savoir-faire et de la puissance d'une enseigne nationale, particulièrement reconnue et appréciée. Il bénéficie de tous les services d'un grand groupe européen dans un esprit d'indépendance et de pleine collaboration. »

Didier Steinmyller, Directeur Général Cuisines Références

UN INVESTISSEMENT DE COMMERÇANT

En rejoignant Cuisines Références, 1^{er} réseau français de cuisinistes de proximité, l'adhérent bénéficie de la synergie entre son identité locale et une enseigne nationale performante. Réunissant une centaine de professionnels, passionnés par leur métier et reconnus sur leur territoire, l'enseigne s'est imposée comme un groupement leader sur le marché de la cuisine personnalisée de qualité. Son objectif : mettre à la disposition de ses affiliés tous les moyens nécessaires pour concrétiser leur projet, développer leur savoir-faire, leur notoriété et leur activité, mais aussi sécuriser leur investissement.



LE RÉSEAU IDÉAL POUR...

Un professionnel de la cuisine ayant une véritable expérience du métier, ancré dans la tradition, doté d'un solide sens de la proximité, de la confiance et de l'affectif. Le profil type ? Un cuisiniste désireux de changer d'enseigne, un vendeur souhaitant se mettre à son compte ou un indépendant recherchant les services et la présence rassurante d'une enseigne.

- Panier moyen : 9 080 € TTC (hors pose)
- Implantation : zones rurales, petites ZAC, villes moyennes
- Surface moyenne : 200 m²
- Droit d'entrée : 5 000 €
- Apport personnel : à partir de 20 000 €
- Retour sur investissement : 3% après 1 an



personnalisation



talent



savoir-faire



passion

