



«Près de 10 % de croissance des ventes au premier trimestre 2025»

Chez ixina, une stratégie réfléchie et une politique d'innovation centrée sur le client produisent des résultats remarquables dans un contexte de marché difficile

Avec un chiffre d'affaires en hausse de près de 10 %, ixina, cuisiniste leader du marché belge, enregistre des résultats particulièrement bons au premier trimestre 2025. Une belle preuve qu'une vision claire, une stratégie cohérente et une réaction rapide aux nouvelles tendances de la consommation peuvent conduire au succès commercial. « On constate non seulement que le public se rend davantage dans nos showrooms, mais aussi que la belle histoire que nous écrivons en Belgique avec ixina donne à des entrepreneurs de plus en plus nombreux l'envie d'ouvrir eux-mêmes une franchise. C'est formidable », déclare Isabelle Vermeir, Directrice Générale d'ixina Belgique, qui nous révèle par la même occasion la recette du succès à l'origine de ces bons résultats.

Mais d'abord, les chiffres. Sur un marché de la cuisine dont la tendance est généralement à une baisse de 5 %, ixina a enregistré une augmentation de 8 % de ses ventes au cours des trois premiers mois de 2025 par rapport à la même période de l'année précédente. Avec des pics absolus atteints en février et en mars, lorsque la marque a enregistré une croissance de plus de 10 % pendant deux mois consécutifs. Et cette tendance à la hausse se poursuit également au deuxième trimestre, selon Isabelle Vermeir.

Isabelle Vermeir
Directrice Générale ixina





Les ingrédients du succès

« Ces excellents résultats ne sont pas dus au hasard, bien sûr », explique la Directrice Générale. « Il y a quelques années, nous avons pris un nouveau virage avec notre équipe, en nous appuyant sur une nouvelle stratégie. Au lieu d'attendre que les clients potentiels trouvent eux-mêmes le chemin de nos showrooms, nous avons décidé de les amener activement à franchir le seuil pour découvrir la marque. Nous avons procédé de plusieurs manières : tous nos magasins ont été entièrement remodelés et dotés d'un nouveau look frais et attrayant. Nous avons également travaillé dur sur notre communication des prix, désormais totalement articulée autour « des prix qui ont tout compris à la vie ». Dans nos spots télévisés et sur les réseaux sociaux, nous insistons sur le fait que nous proposons des cuisines pour tous les budgets, à commencer par des modèles d'entrée de gamme accessibles à partir de 5.000 euros. Et nous en récoltons les fruits aujourd'hui ».

Reprise du marché de l'immobilier

La reprise timide du marché immobilier belge après des années covid plus difficiles est un autre facteur contribuant à ces bons résultats. « Les gens disposent d'un peu plus de budget pour construire ou rénover, en partie grâce aux primes et aux formules de crédit plus accessibles. Et une nouvelle cuisine fait évidemment partie du projet », explique Isabelle Vermeir.

Afterworks et ancrage local

ixina surfe intelligemment aussi sur certaines tendances claires parmi les consommateurs. La marque a par exemple régulièrement organisé ces derniers mois des soirées afterwork dans plusieurs magasins. « Les personnes qui travaillent pendant la journée veulent se détendre ou profiter de leur famille le week-end. Passer du temps dans un magasin de cuisines est la dernière chose qu'ils souhaitent faire. Avec nos afterworks, nous voulions leur donner l'occasion de venir nous voir après le travail. Et nous avons visé juste. De plus, ces afterworks sont aussi l'occasion idéale de collaborer avec des partenaires locaux tels que le restaurant du coin et les artisans du quartier. Cela permet de créer un beau réseau local et les gens apprennent à connaître ixina d'une manière complètement différente », explique la Directrice Générale d'ixina Belgique.

Durabilité et design

ixina mise pleinement aussi sur la conscience croissante du consommateur belge en matière de protection de l'environnement, notamment par le biais d'une campagne encourageant l'utilisation d'écochèques lors de l'achat d'une cuisine. « Et, last but not least, nous tenons également compte du goût des consommateurs, qui souhaitent désormais que leurs cuisines soient également « esthétiques », ainsi que des dernières évolutions en matière de design et de décoration d'intérieur. Si les cuisines étaient autrefois essentiellement carrées et axées sur la fonctionnalité, aujourd'hui, la tendance est aux lignes plus fluides et aux matériaux naturels. Les teintes pastel, les formes arrondies et les touches de bois font fureur et sont donc bien présentes dans l'offre ixina », explique Isabelle Vermeir.

Le goût d'entreprendre

Les bons résultats et l'histoire à succès d'ixina en Belgique depuis plus de 30 ans ont un autre effet secondaire surprenant, selon la directrice générale : « Nous donnons à des personnes de plus en plus nombreuses l'envie de créer leur propre entreprise. Cette année, pas moins de quatre ouvertures de magasins sont prévues en Belgique. Ce sont surtout des vendeurs ou des employés ayant travaillé pendant de nombreuses années dans nos magasins qui franchissent le pas et ouvrent leur propre showroom à présent. Notre famille ne cesse donc de s'agrandir ! »



Plus d'info

ixina

Contact

PRESSE: BUZZ AGENCY

Seppe Slaets
+32 (0)477 62 87 66
seppe@buzz-agency.be