

QUESTIONS À...

Stéphane FRENKEL Directeur général, HEMA



Stéphane FRENKEL
Directeur général, HEMA



Stéphane FRENKEL, vous êtes directeur général de HEMA en France depuis 2016, pouvez-vous nous rappeler les grands lignes de votre parcours professionnels ?

Mon parcours est assez atypique : j'ai dû commencer à travailler tôt durant mes études pour raisons personnelles et ai rejoint McDonald's. J'ai gravi les échelons un à un. Par la suite, j'ai été durant 10 ans engagé dans chaque entreprise dans laquelle je me suis investi : Celio, Newlook et bien sûr HEMA France désormais.

HEMA est une enseigne néerlandaise qui a bientôt 100 ans et qui compte 740 magasins, quelle est la taille du réseau de France ?

En 2023, HEMA a ouvert un nouveau magasin à Nancy, portant ainsi le nombre de magasins français à 64 à la fin de l'année passée.

Six ouvertures sont prévues en 2024, dont 2 très importantes, puisque nous arrivons à Montpellier, où les habitants insistaient pour notre venue, et Angers, puisque nous ouvrirons cet été notre plus grand magasin, et au **tout nouveau concept HEMA100**.

Comment peut-on décrire l'activité et le positionnement de votre enseigne (produits vendus...), le format des magasins, le type d'emplacements ?

HEMA, c'est un ADN unique depuis sa création en 1926 : un design typiquement néerlandais, des produits pratiques et plus durables 100% créés en interne, et un juste rapport qualité-prix.

Nos produits sont colorés et fonctionnels : articles ménagers et de décoration, vêtements pour hommes, femmes et enfants, cosmétiques, fournitures de bureau, produits alimentaires, jouets, et bien plus encore...

Ce large assortiment d'articles contemporains compte **plus de 32.000 produits**.

Nos magasins sont implantés à 50% en grand centre-ville, mais aussi en centres commerciaux, en gares, et nous arrivons en 2024 en retail-park !... Nous visons des axes stratégiques pour **répondre présents pour nos clients près de leurs lieux de vie**.

Quelles sont les ambitions et priorités de développement de l'enseigne en France en 2024 et les prochaines années ?

Six magasins vont ouvrir en 2024 en succursales, avec à la clé plus de 70 recrutements en local. Nous avons déjà d'ailleurs inauguré une superbe boutique à Annecy en mai dernier.

Notre expansion est pensée pour poursuivre le grand maillage du territoire qui est en cours, notamment dans les grandes et moyennes villes.

Nous allons également travailler des catégories de produits encore non exploitées en France ; nous avons une grande marge d'opportunités sur ce sujet !

Les évolutions des attentes des consommateurs en terme d'image prix est plutôt favorable à une enseigne comme la vôtre, comment se passe votre activité aujourd'hui et votre vision pour les prochains mois ?

Les résultats 2023 des magasins HEMA en France ont été positifs, c'est la raison pour laquelle nous continuons à investir dans de nouveaux emplacements.

Nous sommes très confiants sur la rentrée, qui est un temps fort pour la marque : Toutes les équipes travaillent d'arrache-pied pour que cette période soit un succès, notamment avec la très belle nouvelle collection que nos designers ont créée.

Vous venez de lancer un nouveau concept de magasin à Angers, quelles sont ses grandes caractéristiques, les principales évolutions ?

Le magasin d'Angers est en effet un projet d'envergure pour HEMA France : il déménagera cet été dans des locaux beaucoup plus vastes, ce qui en fera le plus grand magasin HEMA de France.

Ce sera aussi un magasin sous nouveau concept, avec plusieurs nouvelles catégories. HEMA Angers offrira ainsi une expérience d'achat vraiment unique (nouvelle implantation, pôle de recyclage, caisses automatiques...), les univers seront encore mieux communiqués, le magasin sera très lumineux. nous attendons cette ouverture avec impatience, et avons hâte de recevoir les premières impressions de nos clients.

Par ailleurs, **ce sera le premier HEMA dans un parc d'activités commerciales et nous avons de grandes attentes à cet égard**.

Aujourd'hui il est beaucoup question de RSE dans le retail, qu'en est-il pour HEMA, quels sont vos axes de travail prioritaire ?

HEMA est synonyme de qualité durable et nous incitons nos clients à utiliser nos produits de cette manière. De fait, **HEMA les fabrique en propre** ; ainsi dès leur conception, ils sont spécialement conçus pour durer dans le temps :

- avec des matériaux de qualité durable, moins nocifs pour l'environnement, tels le plastique recyclé ou biosourcé, le bois FSC® ...
- à l'usage, avec des astuces toujours malignes ; nous avons par exemple un pantalon qui peut être rallongé d'une taille, ou un body avec deux rangées de boutons pour suivre la croissance de bébé. Nous savons pertinemment que cela peut induire à acheter moins de bodys par exemple, mais nous le faisons quand même car cela est bon pour la durabilité, et c'est ce que veut HEMA !

Grâce à notre savoir-faire, depuis la conception des articles jusqu'à leur vente, nous proposons chez HEMA des produits utilisables à l'infini : des articles qui accompagnent à long terme les vies d'adultes et d'enfants ; des produits à l'épreuve du monde de demain et qui aident à réduire l'empreinte carbone de tous.

Chez HEMA, nous entendons être précurseurs en matière de durabilité et cette motivation est palpable dans toutes les strates de l'entreprise. ■

