



Herby redonne vie au souvenir Tancarville® depuis l'Eure-et-Loir



Jean-Benoit Cottureau et Sonia Hamelin collaborent pour faire réussir la nouvelle conquête du marché par Tancarville®. © Ahmed TAGHZA

Tombée dans l'oubli, depuis une dizaine d'années, la marque Tancarville® reprend du service dans les rayons de la grande distribution. Herby l'a rachetée.

Tancarville® n'est pas mort et il vient de prendre un sacré coup de jeune grâce aux hommes et femmes de la société Herby à la Loupe. Le nom du pont normand, devenu indissociable du séchoir-étendoir à linge le plus connu de l'Hexagone, s'est fait un lifting pour refaire surface au XXI e siècle.

« En rachetant la marque, on s'est posé deux questions : est-ce qu'elle est devenue has-been ? Et ensuite, est-ce qu'elle a de l'avenir ? », assurent Jean-Benoît Cottureau, directeur étude, développement et industrialisation, et Sonia Hamelin, responsable commercial chez Herby.

Dans le langage populaire

À leur surprise, l'étude de marché a révélé que la renommée était toujours présente dans l'esprit des consommateurs. Ceci dit, comment faire pour moderniser le produit et répondre aux besoins des ménages de notre époque. « Nous travaillons sur un produit basique mais un certain pourcentage de gens n'appelle leur séchoir-étendoir à linge que Tancarville® », ajoute Sonia Hamelin.

Cette marque, qui a fait son entrée dans le langage populaire, comme Frigidaire®, va poser un petit problème d'intégration chez Herby : « Lorsqu'on tape Tancarville® sur Internet, le nom appartient à tout le monde alors que commercialement, depuis deux ans, il est à nous. Tancarville® est devenue Herby, la Loupe et l'Eure-et-



Loir », ajoute Jean-Benoit Cottereau. Après dix ans d'absence des rayons des magasins, Tancarville® devait s'habiller d'un nouveau look, d'une nouvelle identité et de nouveaux accessoires. Les équipes Herby sont reparties d'une page blanche pour refaire le logo Tancarville autour du concept de l'expert du soin du linge.

Produit incontournable

« L'ADN Tancarville® est le produit français haut de gamme car tout ce qui est ancien est solide et de bonne qualité. Nous avons créé un plus avec le panier qui accompagne l'idée du soin du linge et même les pinces à linge sont des produits sélectionnés. Nous travaillons avec la société Laguelle, dernière entreprise française spécialisée dans ce domaine. Nous avons créé un séchoir-étendoir à linge qui se range une fois utilisé. Nous avons également ajouté des accessoires pour étendre les chaussettes, etc. », détaille Jean-Benoit Cottereau.

Ainsi, pour un produit qui ne fait pas rêver, les équipes création et marketing se sont attelées à le rendre attractif aux yeux de l'utilisateur. Tancarville® a entamé, depuis quelques mois, son périple commercial en étant distribué chez Carrefour et d'autres enseignes de l'Hexagone se sont montrées intéressés par ce produit incontournable.