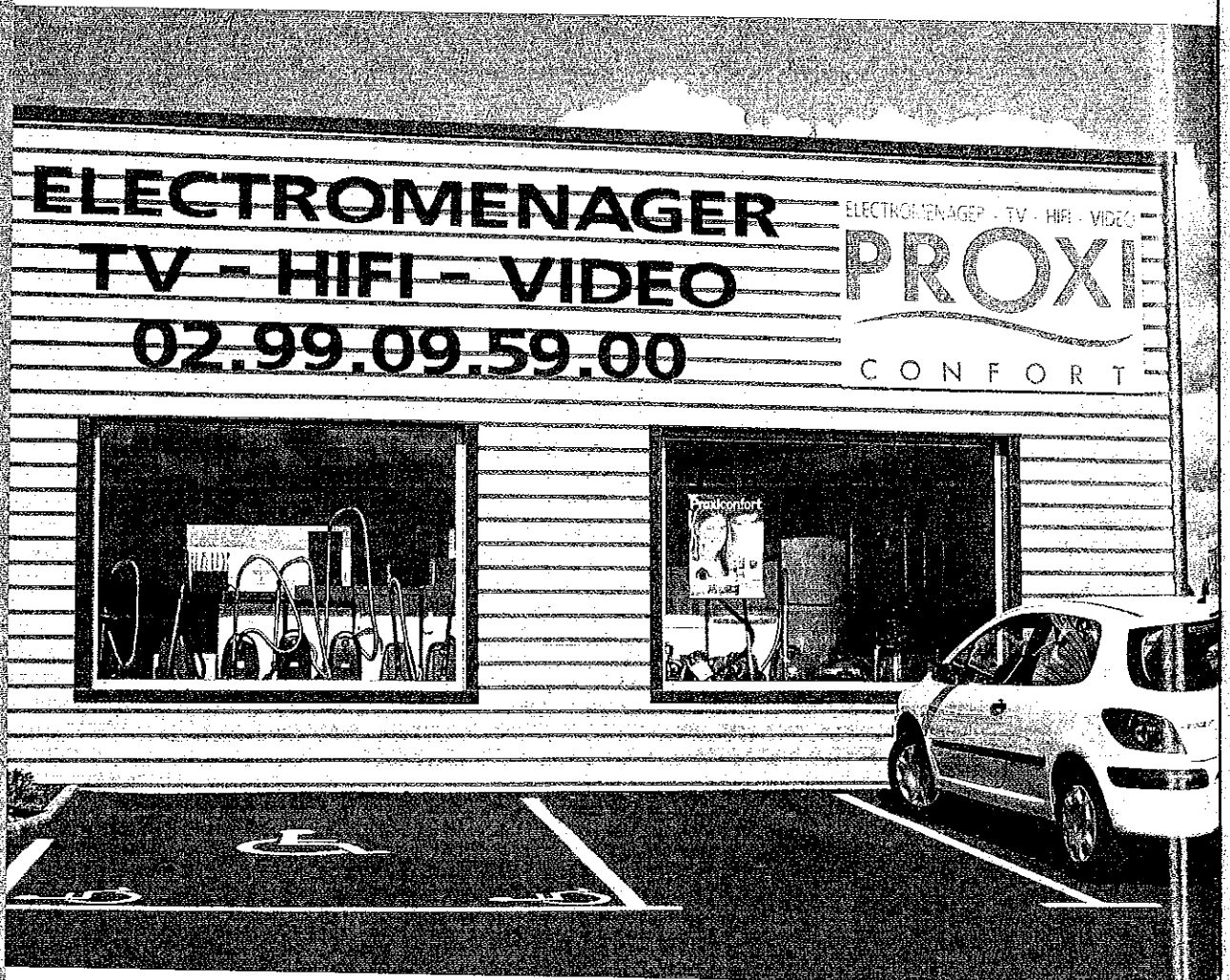


GROUPE FINDIS

Enfin un successeur !

Le suspense intriguait la profession : mais qui donc allait reprendre le Groupe Findis ? Philippe Tharaud, le propriétaire du célèbre grossiste, allait-il un jour trouver chaussure à son pied en la personne du repreneur idéal ? Après l'échec de la tentative de Roger Gubanski (ex dirigeant de Karcher) fin 2005, les prétendants se sont succédés. C'est finalement Frédéric Jumentier qui décroche l'affaire. Pour en savoir plus sur les motivations de cet ex Directeur général de Conforama, nous l'avons rencontré pour vous, accompagné de Philippe Folinais, Directeur du Département Gem.





Philippe Folinais, Directeur du Département Gem et Frédéric Jumentier à droite

Frédéric Jumentier, 44 ans, polytechnicien est un spécialiste tout terrain de la distribution. Après un passage de trois ans au ministère de l'Industrie, il décide de mettre son jeune savoir au service d'autre et rentre chez McKinsey (1991-1996). Après le temps du conseil, vient le temps de l'action et après un passage chez France Loisirs où il est Directeur Général en charge de la Vente à Distance (1996-2000), il crée deux sociétés de E-commerce dans les années 2000. Il les revend, malgré l'éclatement de la bulle Internet, et met alors le cap sur la distribution spécialisée en prenant en 2001 la Direction générale de Conforama. Il y restera jusqu'en 2004. Il poursuivra dans la vente et assumera la Direction générale Adjointe de la Division Vente de France Telecom. Cherchant à redevenir entrepreneur, il se rend acquéreur du groupe Findis. Pour réaliser ce projet, il ne fait pas appel à un fond de capital-risque, mais à un tour de table bancaire. (A noter que les principaux cadres de l'entreprise Philippe Folinais, Jean-Michel Huet et Alain Saint Oyant en font partie). La nuance est d'importance car les capitaux risqués demandent des retours sur investissement rapides qui sont parfois incompatibles avec un développement harmonieux de l'entreprise.

Si Findis m'était conté...

Mais tout d'abord, un peu d'histoire. Philippe Tharaud, polytechnicien, fait ses classes dans le groupe Thomson. Puis il décide de devenir entrepreneur. Il crée le Groupe Findis en ra-

chetant la Quincaillerie Bergue (200 millions de francs de CA à l'époque). Très rapidement, il acquiert d'autres plates-formes pour former le Groupe Findis et sa holding. Après le rachat, en 2001 des plates-formes appartenant à Comafranc par Colec, l'enseigne Proxi Confort se trouve amputée de 40 % de son CA. Philippe Tharaud remontera la pente en reprenant d'autres plates-formes (ce qui amène toujours de nouveaux adhérents). Il reprendra, également en 1996, l'enseigne Blanc-Brun, fondée par François Perez. A ce jour, il existe toujours 50 points de vente sous cette enseigne. En 2003, les Proxi Confort se divisèrent à nouveau et les adhérents du Sud Ouest les quittèrent pour rejoindre l'organisation de Concerto (holding de Copra). C'est ainsi que naquit l'enseigne Axtem. Actuellement, l'enseigne Proxi Confort comprend 300 points de vente et ce chiffre est stable.

Aujourd'hui, le Groupe Findis réalise 150 millions de CA. En 2007, il réalise une progression et nos interlocuteurs nous précisent qu'en brun et en chauffage, leurs performances sont supérieures à celles du marché.

La mariée était en blanc

Confortique Magazine : Qu'est-ce qui a motivé le choix du groupe Findis ?

Frédéric Jumentier : Tout d'abord, vous l'avez compris, au travers de mon parcours, j'étais entrepreneur dans l'âme. Après avoir occupé des

E
N
S
E
I
G
N
E
S

E

N

S

E

I

G

N

E

S

“

*Financièrement,
le Groupe possède une belle
rentabilité.*

*Mais au-delà de ces
considérations financières,
il détient un véritable
savoir-faire.*

”

responsabilités de direction générale dans divers groupes, j'étais quelque peu las des grandes organisations. Il était temps que je m'installe (à nouveau) dans mes meubles. Je trouve que la fonction managériale procure d'autant plus de plaisir que le Groupe est à dimension humaine ! La proximité avec les équipes et la mobilité de l'entreprise sont plus grandes.

J'ai été séduit par Findis, mais il faut reconnaître que la mariée est véritablement belle. Et elle est en blanc puisque le GEM représente près de 50 % du total des activités du Groupe Findis (Arts de la table compris).

Tout d'abord, financièrement, elle possède une belle rentabilité. Mais au-delà de ces considérations financières, elle détient un véritable savoir-faire. Dans son métier de grossiste, elle est reconnue pour faire partie des meilleurs. La rigueur est partout présente et elle a mis au point de véritables processus d'entreprise industrielle.

Philippe Folinais : Les achats de nos trois plates-formes sont centralisés. Nous avons récemment développé un système très puissant d'Intranet (sans conteste le meilleur de la profession) qui permet à nos clients et adhérents de passer leurs commandes à tout moment, tout en connaissant, en temps réel, les disponibilités des produits. Sur nos plates-formes, les niveaux de stocks sont remis à jour toutes les deux heures. D'ores et déjà, nos clients ont adhéré à cet outil puisqu'une partie non négligeable de nos commandes transitent désormais par notre Intranet.

Confortique Magazine : Votre système permet-il également, en cas de rupture de stock, à vos adhérents de connaître les disponibilités des autres plates-formes ?

Philippe Folinais : Non, ce n'est pas un objectif car les coûts de transport seraient trop élevés. En revanche, nous sommes capables de recevoir des approvisionnements en direct des usines, même de pays étrangers. Par exemple, nous travaillons beaucoup avec Fagor-Brandt, Sony, Panasonic, etc.

Confortique Magazine : Frédéric Jumentier, vous êtes aux commandes de Findis depuis 9 mois. Quel est votre état des lieux ?

Frédéric Jumentier : Je pense très sincèrement que Findis est une belle entreprise qui a beaucoup de potentiel, comme le professe l'expression populaire « elle en a encore sous le pied ».

La deuxième plate-forme du métier

Frédéric Jumentier : Notre plate-forme de Rennes (10 000 m²) est la deuxième plus importante du métier en CA.

Confortique Magazine : La première étant celle de la Qatec dans le Nord.

Philippe Folinais : Lorsque nous l'avons créée en 1991, nous étions parmi les premiers à faire le pari de pouvoir livrer la moitié de la France depuis un seul entrepôt. A l'époque, il nous avait fallu regrouper les entrepôts des Pays de Loire, de la Bretagne et de la Normandie.

Confortique Magazine : Les adhérents d'un groupement étant en général fidèles à leur plate-forme, lorsque celle-ci s'éloigne, en général, ils la quittent. Même si les mentalités évoluent aujourd'hui quelque peu, à cette époque, le détaillant voulait être certain, pour ne pas manquer une vente, de pouvoir faire l'aller et le retour dans la journée pour chercher le produit qui lui manquait. Comment avez-vous contourné cet écueil ?

Philippe Folinais : Il suffit de leur garantir des livraisons sous 24 heures. En effet, la majorité de nos adhérents et de nos clients sont livrés à J+1. En outre, nos adhérents ont très vite compris les avantages du système. En massifiant nos stocks, nous pouvions leur proposer une gamme plus large, ce qui leur offrait un avantage concurrentiel. De plus, nous améliorions le taux de disponibilité des produits. Enfin, autre avantage concurrentiel, les dernières innovations des fabricants sont quasiment disponibles en temps réel. Et puis, nous gardons, pour assurer la proximité avec nos adhérents, 9 agences.

Le groupe Findis en chiffres

- CA global : 150 millions d'euros dont 125 millions pour l'électrodomestique et 25 millions pour les Arts de la Table
- Répartition du CA Electrodomestique
 - Chauffage : 10 %
 - Gros électroménager Pose Libre : 35 %
 - Electro-encastrable : 24 %
 - Pem : 8 %
 - Brun : 23 %
- 3 plates-formes logistiques
 - Rennes : 10 000 m²
 - Lyon Décines : 5 600 m²
 - Epinal 3 500 m²
- Nombre d'agences : 9
- Temps de livraison : 24 à 48 heures
- Périmètre : Findis livre dans 60 départements
- Effectifs : 250 personnes
- Enseignes
 - Proxi Confort : 300 adhérents
 - Blanc-Brun : 50 adhérents

80 personnes au service du revendeur

Frédéric Jumentier : J'ajouterais que nous faisons partie des quelques uns du métier à démontrer une véritable éthique commerciale vis-à-vis de nos revendeurs - et à nous y tenir malgré la « tentation du chiffre d'affaires » : nous ne livrons pas les sites Internet, ni les soldeurs...

Philippe Folinais : Notre objectif n'est pas de devenir le concurrent de nos clients ! De plus, notre réputation est de tenir nos engagements vis-à-vis de nos fournisseurs. En effet, leurs conditions nous sont octroyées pour fournir un service aux revendeurs. Si nous ne le remplissons pas, ils ont le droit de ne pas nous régler les conditions correspondantes ! En ce qui nous concerne nous avons à cœur d'apporter ce service à forte valeur. La preuve, nous avons 80 commerciaux (40 sur la route et 40 au téléphone) à la disposition de nos clients et de nos adhérents.

Renforcer l'enseigne Proxi Confort

Confortique Magazine : Quid de votre enseigne Proxi Confort ? Ces derniers temps ne jouerait-elle pas les Belles au Bois Dormant ?

Frédéric Jumentier : Non ! Mais elle constitue sans conteste l'un de nos potentiels de développement.

Nous venons de renforcer le dispositif de communication (catalogue, guide,...) revoir la signalétique et l'aménagement du magasin, et de présenter ce concept modernisé à nos revendeurs Proxi Confort qui l'ont beaucoup apprécié ! Nous allons également renforcer des animations commerciales et des offres promotionnelles qui ne porteront pas forcément sur le prix (par exemple offre d'un produit additionnel).

Philippe Folinais : Nous allons également inciter nos adhérents à se grouper pour communiquer dans la presse quotidienne régionale. Pour ce faire, nous leur fourniront des kits complets de communication.

Frédéric Jumentier : Nous pensons qu'aujourd'hui, la distribution de catalogue ne doit pas représenter la totalité de la communication, nous souhaitons proposer à nos adhérents de la presse, du mailing personnalisé, et d'autres moyens modernes auxquels nous réfléchissons.

Confortique Magazine : Envisagez-vous des campagnes télévisuelles ?

Frédéric Jumentier : Nous préférons aider nos points de vente à être performants sur leur zone de chalandise et dans ce dessein leur apporter un maximum d'outils plutôt que de nous lancer dans de ruineuses campagnes de télévision... qui ont au total très peu d'impact...

Confortique Magazine : A qui appartient le nom Proxi Confort ?

Philippe Folinais : A 100 % à Findis, de même que le nom Blanc-brun que nous avons racheté en 1996 et qui compte 50 adhérents.

Confortique Magazine : Les Proxi Confort respectent-ils les consignes de la centrale et suivent-ils ses référencements ? Quel est leur taux de fidélité ?

Frédéric Jumentier : Près de 80 % !

Confortique Magazine : A part le renforcement de votre enseigne quels sont vos axes de développement ?

Frédéric Jumentier : Nous ne sommes nullement opposés à la croissance externe.

Confortique Magazine : Songez-vous, comme d'autres, à des alliances avec d'autres groupements ?

Philippe Folinais : Ce n'est pas notre priorité.

Propos recueillis par Marie-José Nicol

E
N
S
E
I
G
N
E
S