



**Contact Presse :**  
Marie-Claude Bessis  
[mcbessis@noos.fr](mailto:mcbessis@noos.fr)  
06 80 64 18 81

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

Paris, le 10 janvier 2012

## **LE GROUPE FINDIS PROCEDE A UNE ACQUISITION MAJEURE AVEC LE RACHAT DU GROUPE COCELEC**

### **FINDIS DEVIENT LE N°1 EN FRANCE DE LA DISTRIBUTION AUX MAGASINS DE PROXIMITE EN ELECTROMENAGER, IMAGE ET SON**

Spécialisé dans la distribution de produits d'électroménager, d'électronique grand public et d'articles d'art de la cuisine (enseignes ProxiConfort, BlancBrun et CuisinePlaisir), le Groupe Findis vient d'acquérir, le 28 décembre 2011, l'ensemble du Groupe Cocélec, avec notamment ses enseignes phares : Extra et Domial.

Par ce rachat, le Groupe Findis (CA 2011 : 170 M€) acquiert un chiffre d'affaires complémentaire de 125 M€ et devient un double leader de la proximité sur le marché français :

- le 1<sup>er</sup> distributeur à destination des magasins de proximité en électroménager, image et son, avec près de 300 M€ de CA ;
- le 1<sup>er</sup> réseau national d'enseignes de proximité en électroménager, image et son, avec près de 1000 magasins sous les enseignes ProxiConfort, BlancBrun, Extra et Domial.

### **Deux groupes aux métiers proches mais aux trajectoires différentes**

Depuis plusieurs années, Findis et Cocélec se côtoient en tant que concurrents. Beaucoup d'éléments les rapprochent : portefeuilles marques et produits similaires, relations durables avec les magasins de proximité, fidélité à des fournisseurs de grandes marques.

Les deux Groupes ont cependant connu des trajectoires différentes depuis 3 ans : une croissance continue et rentable pour Findis, et au contraire une forte décroissance pour Cocélec, pris dans une situation difficile qui l'aurait conduit au début de l'année, sans ce rachat, au redressement judiciaire avec ses conséquences humaines radicales.

L'intégration par le Groupe Findis du Groupe Cocélec (CA 2011 : 125 M€, 300 personnes) est un projet entrepreneurial très pertinent : qualité du fonds de commerce et des enseignes acquises, et très bonne complémentarité géographique des deux entités permettant une couverture exhaustive et homogène du territoire.

### **Les modalités du rachat**

Au 1<sup>er</sup> novembre 2011, Findis a racheté le fonds de commerce de Cocélec Rhône-Alpes. Cette opération a constitué un pilote d'intégration. Puis, le 28 décembre 2011, Findis a acquis l'ensemble du Groupe Cocélec auprès du holding de la famille Dubost.

L'opération est financée par augmentation de capital de Findis, réalisée par les actionnaires actuels : Frédéric Jumentier et le management, Activa Capital, EPF, Quilvest, Capzanine. Cette augmentation de capital, de l'ordre de 10M€, permet de financer intégralement le rachat de 100% des titres du Groupe Cocélec et les coûts de restructuration prévus.

### **Une phase de réorganisation importante sur 18 mois**

Les activités issues de Cocélec bénéficieront progressivement des atouts du modèle original et performant de Findis :

- focalisation sur les magasins de proximité ;
- organisation commerciale dense ;
- commerciaux très formés et outillés pour une distribution sélective moyen/haut de gamme ;
- centralisation forte de la *supply chain* (logistique, achats/appros/marketing) pour une offre large (3500 références) et très disponible (J+1/J+2) ;
- fourniture aux enseignes d'outils marketing modernes (concept intérieur de magasin, sites de e-commerce personnalisés, bornes Extranet, newsletters...).

Le maintien et la dynamisation des enseignes Extra et Domial aux côtés de ProxiConfort et BlancBrun seront au cœur de cette réorganisation.

*« Avec l'acquisition de Cocélec, notre ambition de devenir le leader de la proximité en France prend corps. L'intégration de cette nouvelle entité devra se faire progressivement, au cours d'une phase de réorganisation de 18 mois »* commente Frédéric Jumentier, président du Groupe Findis.

### **Perspectives à l'horizon 2015**

Le Groupe Findis prévoit, à l'horizon 2015, sur des marchés plus ou moins étals, un CA de l'ordre de 300 à 350 M€, une rentabilité opérationnelle de 5% et plus de 1000 magasins/clients sous enseigne.

*« Avec Cocélec, notre groupe double de taille et notre statut de partenaire stratégique des grandes marques s'en trouve renforcé. La solidité éprouvée du modèle de Findis ainsi que la qualité de nos équipes terrain, issues des deux Groupes, vont nous permettre de proposer demain une offre, des services et des prestations d'enseigne encore plus performants, qui vont contribuer à renforcer la pertinence du modèle de proximité »* conclut Frédéric Jumentier.

\*\*\*\*\*

### **A propos du Groupe Findis**

Créé en 1987, le Groupe Findis a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 170 millions d'euros avec un effectif de 250 personnes, à travers ses deux activités de distribution : produits blanc brun et produits d'art de la cuisine. Avec l'acquisition du Groupe Cocélec, le Groupe Findis double de taille et devient le n°1 de la distribution en électroménager, image & son aux magasins de proximité en France.

Le Groupe Findis a été racheté en 2007 par son président actuel, Frédéric Jumentier, l'équipe de direction et Abénex Capital auprès du fondateur. En avril 2011, Activa Capital a racheté la participation d'Abénex Capital dans Findis avec notamment pour objectif d'accélérer la politique de croissance externe du Groupe. Depuis sa reprise et malgré la crise économique, Findis a enregistré une croissance de près de 20%.

[www.groupefindis.fr](http://www.groupefindis.fr)

### **Contact Presse**

Marie-Claude Bessis

[mcbessis@noos.fr](mailto:mcbessis@noos.fr)

06 80 64 18 81

## **Les magasins de proximité, un service plébiscité par les consommateurs**

Les magasins de proximité spécialisés dans la vente de produits électroménager, image et son, sont des magasins de petite surface (entre 80 et 250 m<sup>2</sup>), avec des activités de vente, livraison, installation, dépannage. Ils sont animés par des commerçants indépendants qui opèrent soit sous leur nom propre, soit sous contrat d'enseigne (ProxiConfort, Extra, BlancBrun, Domial, Expert, etc.).

Selon un sondage IFOP\* réalisé il y a un an, il ressort que les magasins de proximité sont le 2<sup>ème</sup> canal d'achat pour les produits électroménager, image et son, devant les hypers et internet : les Français sont 40% à avoir réalisé au moins un de leurs achats au cours des deux dernières années dans un de ces types de magasins contre 58% dans une grande enseigne spécialisée, 37% dans un hypermarché et 29% en ligne via Internet.

97% des Français ayant déjà acheté dans un magasin de proximité sont satisfaits de leur choix et ne les trouvent pas plus chers que les grandes enseignes. Par ailleurs, ils jugent ce canal largement supérieur aux grandes enseignes sur tous les critères de qualité de service.

Les magasins de proximité bénéficient d'une bonne image auprès des Français dans leur ensemble : plus des trois quarts des personnes interrogées plébiscitent la qualité de l'accueil dans ces commerces, la qualité du service après-vente et des conseils qui y sont délivrés.

\* Sondage IFOP intitulé « Les Français et les magasins de proximité en électroménager, image et son », réalisé du 7 au 12 janvier 2011 auprès d'un échantillon représentatif de la population française.