

Findis rachète Désamais et mise sur la proximité "connectée"



Findis, grossiste et animateur d'enseignes d'électroménager, brun et culinaire (Extra, Proxi Confort, Cuisine Plaisir...) renforce son offre en rachetant le grossiste en quincaillerie et bricolage Desamais Distribution.

Le groupe Findis, grossiste en électroménager, image, son et arts de la cuisine pour les magasins de proximité, et animateur de ses propres enseignes Extra, Proxi Confort, Blanc Brun, Domial et Cuisine Plaisir, annonce avoir franchi "une étape décisive de son développement" en finalisant, le 10 juillet, le rachat de Desamais Distribution. Une entreprise au profil similaire mais spécialisée elle dans le bricolage et la quincaillerie.

"L'effet miroir était évident entre les deux groupes. Les deux métiers de Findis sont aussi ceux de Desamais et nos secteurs complémentaires. Notre alliance va ainsi donner naissance à un groupe leader de l'équipement de la maison en France", a commenté Frédéric Jumentier, Président de Findis, sans préciser le montant de la transaction.

Findis, qui a réalisé 215 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2014, fournit actuellement en France quelque 6 000 points de vente de proximité, dont un millier environ porte l'une de ses enseignes. Présentes uniquement dans les zones de moins de 20 000 habitants, celles-ci s'appellent Extra (350 unités), Proxi Confort (300), Domial (150) et Blanc Brun (75) dans l'électroménager, l'image et le son ; Cuisine Plaisir (135 boutiques), dans les arts et accessoires pour la cuisine.

"Nous ne sommes pas dans le cadre de contrat de franchise mais de partenariat. Nos adhérents bénéficient de nos outils de performance (identité visuelle, agencement, PLV, catalogues, etc.), en échange de quoi ils s'engagent à réaliser 70 à 80 % au moins de leurs achats chez Findis", précise Frédéric Jumentier. Le groupe, confie-t-il, n'exclue pas de rapprocher certaines de ces enseignes, à l'avenir, mais doit prendre le temps de "travailler en douceur avec des patrons qui tiennent à leur indépendance".



Désamais Distribution, de son côté, sert plus de 7 000 clients dans l'Hexagone pour 76 millions d'euros de CA cumulé. En majorité (4 500), des points de vente appartenant à de grandes enseignes de bricolage (Bricorama, Bricomarché...), de matériaux (BigMat, Gedimat...), de jardinage (Gamm vert, Espace Emeraude...) ou de supermarchés (E.Leclerc, Simply Market...), ainsi que 2 500 magasins de bricolage, quincailleries ou drogueries de proximité, dont 185 portent son enseigne, Eureka Ma Maison.

"Le magasin de proximité sous enseigne est pour nous un concept solide et porteur d'avenir", souligne Frédéric Jumentier. Le responsable a prévu de faire bénéficier "très rapidement" Eureka Ma Maison des

www.franchise-magazine.com
Pays : France
Dynamisme : 10



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

"solutions digitales et de multicanal" (sites de e-commerce, bornes interactives en magasins, facebook, référencement...) déployées par Findis ces dernières années. Et qui, selon lui, ont permis aux enseignes du groupe de surperformer le marché de l'électroménager, image & son de "2,5 % en moyenne par an depuis 2008".