



Findis se diversifie en rachetant Désamais...

Le spécialiste de la distribution de produits en électroménager, image, son et art de la cuisine reprend le groupe de bricolage, qui exploite notamment Eureka ma Maison.

visuel indisponible

L'intérêt du rachat

Varié ses activités avec le marché, voisin, du bricolage : une manière d'être moins dépendant du seul secteur de l'électrodomestique.

Étendre son savoir-faire à un nouveau secteur très proche, car Désamais, comme Findis, outre son activité « retail » en proximité, est aussi solidement implanté en B2B.

Atteindre une taille critique de 300 millions d'euros de chiffre d'affaires : de quoi peser davantage aux achats et dans les négociations avec les fournisseurs.

Comment réagir en période de crise quand on œuvre sur des secteurs déflationnistes depuis si longtemps (20% du marché du Pem, Gem et brun se sont envolés depuis 2008, selon le panéliste GfK) ? Faire le dos rond et attendre que cela passe – si jamais ça passe –, ou bien contre-attaquer, bouger et faire preuve d'inventivité ? Findis opte pour la seconde option en rachetant le groupe Désamais Distribution.

Un spécialiste de l'électrodomestique qui acquière un pro du bricolage ? Quelle drôle d'idée... Non, évidemment, c'est tout le contraire car, si les marchés ne sont pas les mêmes, ils ne sont pas si éloignés l'un de l'autre et, surtout, le profil des deux groupes, lui, est parfaitement similaire. On a, en effet, affaire, dans les deux cas, à des sociétés solidement implantées dans les marchés du B2B et de la proximité « en propre », via leurs magasins.

Se protéger des aléas

De quoi ainsi pouvoir se protéger, autant que possible, des aléas de leurs marchés respectifs et de quoi, désormais, pour Findis, ajouter une corde à son arc. Spécialiste de l'électrodomestique – via notamment un réseau de près de 1 000 magasins, dont 800 sous ses enseignes Extra, ProxiConfort, BlancBrun et Domial, et quelque 150 boutiques Cuisine Plaisir –, Findis pèse à hauteur de 215 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2014.

Avec l'acquisition de Désamais Distribution, Findis va maintenant frôler les 300 millions d'euros, puisque Désamais, en 2014, a réalisé 76 millions d'euros de chiffre d'affaires – à 55% effectués en B2B et à 45% via son réseau de proximité, formé par les 185 magasins Eureka ma Maison. Ce nouvel ensemble devient donc un poids lourd de la proximité sur ses métiers. Une « proximité » qui, en dépit des difficultés des marchés de l'électrodomestique et du bricolage, reste quand même solide, face à une concurrence exacerbée. Selon GfK, en effet, cuisinistes indépendants inclus, ces boutiques de « proximi » représentent entre un cinquième et un quart du marché



de l'électroménager, de l'image et du son : soit environ 3 milliards d'un gâteau dépassant les 13 milliards d'euros.

Pas si mal, donc et, surtout, avec une stratégie de l'évitement propre à donner à Findis un potentiel de développement intéressant : les magasins sous ses différentes enseignes sont, effectivement, en général implantés sur des surfaces de vente de 150 à 300 m², dans des villes de moins de 20 000 habitants.

Le nouvel ensemble

291 M€ de chiffre d'affaires (215 M€ pour Findis et 76 M € pour Désamais) en 2014
1 200 magasins

6 enseignes : ProxiConfort, BlancBrun, Extra, Domial, Cuisine Plaisir (Findis) et Eureka ma Maison (Désamais)

Source : Findis

Concept porteur du magasin de « proximi » sous enseigne

« *Le magasin de proximité sous enseigne est pour nous un concept solide et porteur d'avenir* », souligne Frédéric Jumentier, le président du groupe Findis. Sur un marché global, on l'a dit, en chute libre de 20% depuis 2008, le top 25 des magasins sous enseigne Findis n'a ainsi, lui, perdu que 9% de ses ventes. En clair, ces boutiques font bien mieux que résister mais sont, malgré tout, ballottées par la crise, et ont quand même besoin de solidifier leurs assises. L'acquisition de Désamais est faite pour cela.