

Le 34^e salon Centrexpo s'est traditionnellement tenu les 19 et 20 mars dernier à Moulins sur Allier. Devenue un lieu d'échanges et de rencontres incontournable entre fabricants et points de vente, la manifestation génère un volume d'affaires en constante augmentation depuis la création de l'événement. Un dynamisme qui reflète surtout celui de l'organisateur : Findis-Desamais. Bienvenue dans un monde de proximité...

Par Laurent Feneau

eureka
MA MAISON

VOS ENVIES, NOTRE EXPERTISE



Les bouchées doubles

Pour l'édition 2017 du salon Centrexpo organisé par Findis-Desamais, l'ensemble des professionnels de la droguerie, quincaillerie, bricolage et de la décoration, se sont à nouveau retrouvés dans la belle ville de Moulins qui, rappelons-le, fut durant un an — en 1494 précisément ! — capitale de la France... Les points de vente ont également répondu à l'appel. Près de 7 000 visiteurs et 1700 magasins sont ainsi venus arpenter les cinq halls du salon. « *La fréquentation est égale à celle de 2016, ce qui tend à montrer que l'événement séduit toujours autant nos clients* », annonce tout sourire Éric Tissot, Directeur général de Findis-Desamais. Premier salon de la région Auvergne de par sa taille, la croissance de la manifestation est dans ce sens soutenue par les collectivités locales. Pierre-André Perissol, maire de Moulins et Gé-

2017

pour

rard Dériot, Président du Conseil Général de l'Allier étaient ainsi présents dès l'ouverture des portes de la manifestation le dimanche 19 mars au matin. Guidés par Eric Tissot, ils ont visité chacun des halls du salon et pris le temps d'aller à la rencontre des exposants.

28 000 références !

On l'aura compris, l'événement organisé par Findis-Desamais rencontre chaque année un succès toujours plus important. L'édition 2017, avec 12 000 mètres carrés de surface d'exposition et 401 exposants ne change pas la donne. « *Le nombre de visiteurs tend également à progresser un peu plus chaque année* », confirme par ailleurs Laure Fradin, Directrice marketing Desamais. Idem pour les points de vente Eureka Ma Maison : 90 des 110 adhé-



Eric Tissot, Directeur général Desamais-Findis.



Laure Fradin, Directrice marketing Desamais-Findis.

Didier Cadeau, Président de la société Little Balance, a reçu le Trophée Centrexpo d'Argent pour son pese-personne Green Power, appareil sans pile et rechargeable à chaque pesée d'une simple pression du pied.



rents avaient ainsi répondu à l'appel lors de la soirée d'inauguration du 18 mars ! Bref, Centrexpo est cette année encore une réussite totale, tant pour les exposants que pour les visiteurs qui peuvent sur cette édition découvrir un nombre conséquent d'innovations proposées par les fabricants de l'hexagone. Rappelons qu'en amont, le nombre de produits référencés par la centrale croît réguliè-

ment ces dernières années pour se stabiliser aujourd'hui autour de 28 000 références. « *Les univers de la cuisine et du ménage sont en progression. Idem pour le linéaire "Déménagement". Des étudiants aux salariés en passant par les jeunes parents, l'époque est à la mobilité. A nous de saisir l'opportunité que représente cette piste de développement et c'est ce que nous faisons en proposant toute une gamme de produits adaptés (cartons, adhésifs, diables, etc.)* », commente dans les allées du salon Eric Tissot. Et de préciser : « *nos Category managers font ainsi un travail énorme afin de recomposer en permanence nos assortiments avec pour objectif de répondre très précisément aux nouvelles attentes des consommateurs* ». Bref, référencer oui, mais en sélectionnant les produits avec pertinence. Un haut niveau d'exigence qui n'empêche pas au salon de faire découvrir au fil des sessions une offre toujours plus riche et innovante qui trouve acquéreurs auprès d'un grand nombre d'enseignes.

Centrexpo se met au vert...

Le salon demeure en effet le lieu idéal pour découvrir les nouveautés des différents marchés représentés sur l'événement. A commencer par celles des fabricants de l'Hexagone, Desamais s'affichant plus que jamais comme le défenseur des marques nationales. Ainsi de l'électroménager aux colles, des enduits muraux aux poussettes — devenues design ! —, sans oublier les meubles de jardin, l'événement offre une large variété de produits aux visiteurs à la recherche des dernières évolutions que les consommateurs vont apprécier.

En traversant les trois halls* réunissant chacun un univers de produit — Cuisine dans le hall A, Droguerie/Entretien/Équipement de la maison dans le hall B et Quincaillerie/Électricité/Jardin dans le hall C — les détaillants ont donc pu faire leurs choix tout en s'informant longuement et de façon conviviale sur les nouveautés et promotions. Mais ce salon est également le reflet de l'évolution du marché, marquée par exemple par la croissance des secteurs du PEM culinaire pour l'électroménager et de l'éclairage pour le bricolage. « *Grâce notamment à Cuisine Plaisir (voir encadré), nous avons en effet des assortiments plus larges sur le segment culinaire. Idem sur l'éclairage où nous anticipons sur la réglementation qui imposera dès 2018 d'avoir des rayons 100 % Led* », confirme Eric Tissot. Au final, cette édition se distingue par un fort développement de l'offre sur les secteurs du PEM culinaire et de l'éclairage.



Benoît Petit-Damico, Directeur général - Severin
Un fabricant leader en barbecues et en planchas

« *C'est notre deuxième participation à Centrexpo et nous sommes cette année encore satisfaits d'avoir choisi cet événement. En effet, l'avantage de Findis-Desamais est d'avoir un réseau très éclectique de points de vente qui, de plus, maille parfaitement le territoire. Ce qui correspond à notre offre qui a la particularité — et l'avantage ! — d'être au croisement de l'univers du jardin et de celui des Arts de la Table. Rappelons par ailleurs que le Groupe Severin fête cette année ses 125 ans, avec le lancement d'une gamme Limited Edition. Cette longévité témoigne de la force de notre groupe dont l'une des particularités est de fabriquer lui-même tous ses produits, dans ses propres usines. C'est entre autres le cas de notre gamme de barbecues forte de vingt références, offre que nous complétons avec une gamme complète de planchas. Enfin, pour ce qui est des arts de la table, Severin aligne plus d'une centaine de références. A noter également que nous avons lancé fin 2016 une offre Premium destinée au réseau prescripteur et notamment les points de vente Findis-Desamais* ».

« *C'est notre deuxième participation à Centrexpo et nous sommes cette année encore satisfaits d'avoir choisi cet événement. En effet, l'avantage de Findis-Desamais est d'avoir un réseau très éclectique de points de vente qui, de plus, maille parfaitement le territoire. Ce qui correspond à notre offre qui a la particularité — et l'avantage ! — d'être au croisement de l'univers du jardin et de celui des Arts de la Table. Rappelons par ailleurs que le Groupe Severin fête cette année ses 125 ans, avec le lancement d'une gamme Limited Edition. Cette longévité témoigne de la force de notre groupe dont l'une des particularités est de fabriquer lui-même tous ses produits, dans ses propres usines. C'est entre autres le cas de notre gamme de barbecues forte de vingt références, offre que nous complétons avec une gamme complète de planchas. Enfin, pour ce qui est des arts de la table, Severin aligne plus d'une centaine de références. A noter également que nous avons lancé fin 2016 une offre Premium destinée au réseau prescripteur et notamment les points de vente Findis-Desamais* ».

rage, mais également par une mise en avant plus forte des produits et équipements durables. « *Nous veillons à choisir des fabricants qui ont une grande profondeur de gamme de produits durables* », confirme en effet Laure Fradin. Résultat, les produits labellisés Ecolabel voire Ecocert se font plus présents au fil des allées. Les détergents et autres désinfectants de la marque Action Pin — basée à Castets — sont par exemple conçus à partir de pins des landes. « *Les arbres coupés sont en outre systématiquement replantés* », commente Lionel Godest, Directeur commercial. Durabilité et tradition parfois se rencontrent. Pour le meilleur... Comme sur le stand Starwax où une nouvelle référence propose au consommateur d'utiliser des paillettes de savon de Marseille pour réaliser une lessive 100 % personnelle et surtout 100 % durable. Malin...

Findis-Desamais sur tous les fronts de la distribution !

Bref, l'offre de Centrexpo évolue... Et le marché également. Afin de permettre à ses points de vente de suivre ces évolutions et d'adapter leurs assortiments en conséquence, Findis-Desamais propose des plans de vente adaptés. Ces derniers sont en effet optimisés selon le profil du magasin et de sa zone de chalandise. Baptisés "*Indispensables*", "*Spécialistes*" et "*Experts*", ces trois plans de vente constituent trois strates d'assortiment possible. « *Ils permettent*



Alexandre Favre, Directeur général division ADC - Cuisine Plaisir **De nouvelles ouvertures en vue !**

« *Le transfert de notre entrepôt de Châteauroux sur celui de Moulins est maintenant achevé. Cela a demandé beaucoup de travail, mais nous bénéficions désormais d'un nouvel outil logistique optimal de 25 000 mètres carrés dont 5 000 pour notre division culinaire. L'entrepôt de Moulins est en effet beaucoup plus informatisé et offre davantage de souplesse pour la gestion de nos 6 000 références. D'autant que nous venons de signer un nouveau plan de transport 100 % adapté à notre clientèle.*

Nous avons également changé d'ERP. Là aussi, il nous a fallu nous adapter, mais le jeu en valait la chandelle.

L'extranet marchand dont nous bénéficions depuis septembre dernier se révèle être un outil fabuleux de prospection et de fidélisation. C'est l'outil de demain pour le développement du chiffre d'affaires des commerçants de proximité, nos clients. Le process de ventes s'en trouve facilité et tous les achats des consommateurs peuvent être livrés en J+1. Ces derniers mois ont également été l'occasion pour Findis ADC de recruter de nouvelles marques parmi lesquelles Mastrad, Zak Design, Weber ou encore Coravin. Enfin, nous avons mis en place un nouveau rayon épicerie fine dans 35 de nos points de vente. Cela fonctionne très bien et nous allons tenter de le généraliser à l'ensemble de notre réseau Cuisine Plaisir.

Au final, fort de notre réseau de 117 magasins, nous avons de nombreux projets pour l'année en cours. Une dizaine d'ouvertures — dont une sur Paris — sont ainsi prévues ces prochains mois. Nous avons également de nombreuses autres marques telles que : Staub, Cristel, Kitchen Craft, Charles Viancin, Vitamix, etc. Bref, Cuisine Plaisir continue de développer son réseau et d'élargir son portefeuille de marques qualitatives ».



Pierre Legeay, chef de projet Digital - Findis
Un nouveau site pour Eureka Ma Maison !

« Le nouveau site Eureka Ma Maison sera lancé en juin prochain. Celui-ci a été remis au goût du jour en s'appuyant sur ce qui avait été fait pour les autres enseignes Findis. En tenant compte toutefois des spécificités du réseau Eureka Ma Maison. Nous nous sommes par exemple appuyés sur la nouvelle charte graphique de l'enseigne.

L'objectif est notamment de capter une nouvelle audience sur le web pour ramener le consommateur sur le point de vente physique. A cette fin, chaque adhérent aura son site personnel. Il sera personnalisé à l'image du point de vente et adapté à sa zone de chalandise spécifique. L'internaute aura accès aux 25 000 références du catalogue, avec la possibilité de venir soit retirer son produit en magasin, soit de se faire livrer via la plateforme de Moulins. Enfin, nous voulions également donner la possibilité au consommateur de réserver un produit sans s'engager financièrement. Ce sera désormais possible, la réservation sera gratuite pour l'internaute, à charge du magasin de contacter ce dernier pour finaliser la vente ».

au final de dynamiser le chiffre d'affaires des magasins et de gagner des parts de marché », commente Eric Tissot.

Alors, Findis-Desamais a-t-il un secret pour être présent sur tous les fronts de la distribution ? Oui, tout simplement vendre des solutions plutôt que des produits ! Une capacité à proposer des solutions pertinentes qui passent avant tout par l'utilisation des nouveaux outils

du commerce. « Nous sommes depuis plusieurs années sur le B to B avec Webdesa, canal de commandes représentant 43 % de notre activité. Fort de ses résultats, nous passons au B to C en donnant la possibilité au magasin du réseau Eureka Ma Maison d'ouvrir leur zone de chalandise sur tout le territoire national, de livrer l'internaute s'il le souhaite et au final devenir un véritable magasin connecté », explique Eric Tissot.

Mais si avec le nouveau site dédié à l'enseigne Eureka Ma Maison, Findis-Desamais permet au grand public d'accéder directement à l'ensemble du catalogue du grossiste, l'objectif est également de capter une nouvelle audience sur le web pour ramener le consommateur sur le point de vente physique. A cette fin, chaque adhérent aura son site personnel. « Il sera personnalisé à l'image du point de vente et adapté à sa zone de chalandise spécifique », explique ainsi Pierre Legeay, Chef de projet digital Findis. Et de préciser : « nous mettrons en avant une formule e-commerce classique avec la possibilité pour le consommateur de venir soit retirer son produit en magasin, soit de se faire livrer via la plateforme de Moulins ». Rendez-vous donc en juin prochain sur eureka.fr pour découvrir la nouvelle offre Internet de Findis-Desamais et les 18 et 19 mars 2018 pour le 35^e salon Centrexpo ! Une édition qui sonne déjà comme un anniversaire... ●

* 3 halls sont dédiés aux exposants, 2 autres à l'accueil et à la restauration.

