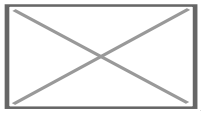
octobre 2009

Bricodeal

Une nouvelle marque de référence pour Bricodeal

Après le rachat d'Outibat en 2007, le groupe Bricodeal qui possède déjà des accords de distribution avec des marques de forte notoriété comme Trimble et Rapid, poursuit son développement en entrant à hauteur de 32,26% dans le capital de la société SCID Barsan Diffusion. Basée à L'union, près de Toulouse, cette entreprise est spécialisée dans la conception d'abrasifs, de consommables pour l'outillage et de disques diamant et distribue ses produits, dont certains sous sa marque propre SCID, sur les marchés grand public et professionnel. Elle a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros. En prenant appui sur son unité Branding, « laboratoire de marques » récemment créé au sein de Bricodeal Solutions, le groupe bordelais unira son savoir-faire à celui de SCID Barsan Diffusion pour se déployer vers de nouvelles activités et de nouveaux marchés. Cette ambition se concrétisera notamment par le développement de la marque propre SCID ainsi que la création et le développement de marques de distributeurs.

Par ailleurs, Bricodeal vient de lancer le premier site Internet marchand entièrement dédié aux professionnels. Développé par le groupe, il recense les 2 800 références du catalogue Bricodeal ProMarket lancé en avril dernier. Organisé autour des marques du pôle, il constitue une véritable vitrine de son offre professionnelle, valorisée par un moteur de recherche qui permet de trouver les produits en fonction de leur type, leur référence ou leur marque. De plus, via un espace sécurisé, chaque client peut gérer ses propres informations, retrouver son historique de commande, sélectionner ses produits et ses commandes favoris et télécharger ses offres promotionnelles, facilitant ainsi la prise de commande en ligne. Cette première pour un distributeur semble particulièrement prometteuse puisque depuis sa mise en ligne, le site a reçu plus de 5 000 visites pour 35 000 pages vues.