avril 2019

Orexad

Les indépendants au cœur de la stratégie

Depuis sa création en 2007, Orexad s'appuie sur un business modèle hybride, associant agences intégrées et indépendants. Pleinement inscrits dans la stratégie du réseau et apportant au groupe une agilité sur les marchés, les adhérents ambitionnent de se développer, non seulement par croissance organique, mais en accueillant d'autres indépendants qui souhaitent préserver leur autonomie tout en bénéficiant des services apportés par l'enseigne.

La dynamique d'Orexad et de son réseau de 200 points de vente sur le marché français de la fourniture industrielle n'a échappé à personne, en témoigne un chiffre d'affaires de 694 millions d'euros, en croissance de 7% en 2018. Une vitalité que l'enseigne du groupe Rubix ne doit pas seulement à ses 134 agences intégrées (données à fin 2018).

Le réseau Orexad se distingue en effet par un modèle hybride, associant des agences qui appartiennent en propre au groupe et des agences indépendantes. Vingt-quatre chefs d'entreprise, à la tête d'un ensemble de quelque 70 points de vente, contribuent ainsi à environ 10% du CA global. « *Ce sont des associés, pas des franchisés* » prévient Siegfried Pécunia, directeur projets et réseaux d'Orexad. Autrement dit, moyennant une cotisation liée à leur chiffre d'affaires, ces indépendants adhèrent à Oradis, la centrale d'achats d'Orexad, ce qui leur donne accès, au même titre que les agences en propre, à un ensemble de services : les achats, les plates-formes, les grands comptes, les outils marketing, les marques propres, le site marchand orexad.com pour les agences dont le système est connecté aux ERP du groupe et, pour ceux qui le souhaitent, la marque Orexad... « *Nous mettons à leur disposition une boite à outils dont ils prennent ce qu'ils veulent. L'adhésion donne droit à l'usage de la marque, ceux qui souhaitent la mettre en avant le font. Ceux qui préfèrent garder la leur ont la...*

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue