juillet 2023

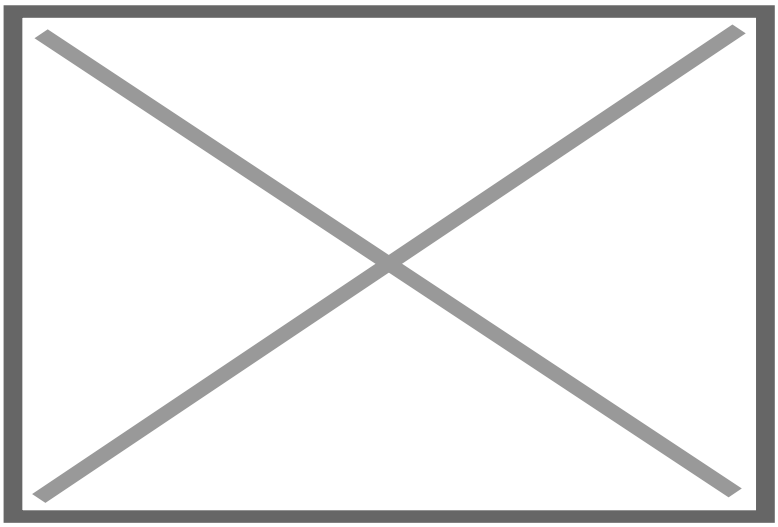
# Rubix



**DOSSIER - Les grands enjeux de la fourniture industrielle**

## Répondre aux grands enjeux des industriels

***Pour Rubix France, l'enjeu est de poursuivre la transformation de son organisation pour mieux répondre aux grands sujets qui animent aujourd'hui ses clients : la sécurité des personnes, la digitalisation et la transition environnementale. Il s'agit également de mener ces transformations, en satisfaisant aussi à leurs exigences habituelles autour de la performance.***



Le premier distributeur français de fournitures techniques et d'équipements aux entreprises industrielles, avec 190 agences dans l'Hexagone, a franchi en 2022 le cap symbolique du milliard d'euros de chiffre d'affaires. D'excellentes dispositions pour entreprendre progressivement, à partir du 1er janvier 2023, la mise en place de la marque Rubix sur les façades des magasins du réseau Orexad Brammer. Cette décision traduit la première étape d'une transformation réussie menée sur trois ans, depuis le rapprochement entre Orexad et Brammer en 2019. Certaines filiales spécialisées conservent, toutefois, leur enseigne historique, adossée à l'appellation « A Rubix Company ». Par ailleurs, actuellement, le travail est engagé avec les 70 adhérents indépendants du groupe pour réfléchir à la façon de les intégrer au programme Rubix d'ici 2024. « *Quand nous intervenons chez un grand client, l'approche doit être complètement transparente entre celle du commercial intégré et celle de l'indépendant. Nous travaillons ensemble à prendre en compte les différents besoins pour que chacun se retrouve dans le modèle Rubix* » explique Franck Voisin, président de Rubix France.

Les résultats du 1er semestre 2023 ont fait honneur à la nouvelle enseigne. Rubix France enregistre une croissance estimée à 12%, en ligne avec celle de 2022 (+13%), mais probablement davantage portée par le développement organique que les années précédentes, compte tenu d'une forme de pause dans la stratégie d'acquisitions. Surtout, ce bon premier semestre place l'entreprise dans de bonnes perspectives pour travailler sur la réussite du second semestre. « *Cela nous permet d'être plus dans l'anticipation que dans la réaction et de travailler sur nos sujets prioritaires. Cela nous donne les moyens d'avancer plus vite, mais cela ne change pas la feuille de route. Les entreprises doivent désormais intégrer dans leur fonctionnement normal les perturbations du contexte dans lequel elles évoluent.* »

**Au diapason des enjeux des industriels**

Ces sujets prioritaires sont identifiés dans le Projet d'entreprise du distributeur, visant avant tout à mettre le groupe...

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