avril 2023

Rubix France

Accueil / BBI / Distribution / Rubix

« La marque de notre transformation »

Le nom Rubix va s'afficher désormais progressivement sur les facades de ce qui était, avant le 1er janvier, le réseau Orexad Brammer. Pour Franck Voisin, président de Rubix France, cette nouvelle identité visuelle traduit la première étape d'une transformation réussie, menée sur trois ans. Elle permet à la fois de fédérer des équipes issues d'horizons multiples et d'offrir une meilleure lisibilité des compétences du groupe sur le marché.

Depuis le 1er janvier 2023, Orexad Brammer est sous les couleurs de Rubix, une suite logique après le rapprochement entre les deux réseaux ?

Franck Voisin : Les réseaux Orexad et Brammer appartenaient au même actionnaire depuis 2018. En 2019, lorsque nous avons lancé notre transformation, nous avions pour objectif de nous appuyer sur l'enseigne Rubix à la fin de ce cycle. Nous sommes en 2023. Nous avons pris le temps de mener la transformation de façon qualitative. Il y a un an, au moment de notre fusion juridique, nous avons choisi de conserver les noms d'Orexad et de Brammer. Nous aurions pu faire le choix d'aller sur Rubix, mais nous avons estimé que la transformation n'était pas assez avancée et que, dans un contexte de crise, les marques commerciales Orexad et Brammer avaient plus de sens, à ce moment-là, pour les clients. On ne fait pas la promotion d'une nouvelle marque dans un moment de crise.

Aujourd'hui, nous estimons que nous avons réussi cette première étape de notre transformation : nous avons construit notre réseau intégré entre Orexad et Brammer, développé notre offre de produits et de services et réalisé des acquisitions d'expertises. Ce changement d'identité apparaît donc effectivement comme une suite logique, à la fois pour nos clients, nos fabricants et nos 2 800 collaborateurs. Cette nouvelle identité simplifie la compréhension de notre offre pour nos clients, en apportant de la lisibilité. Elle fédère aussi l'ensemble de nos équipes, qui exercent dans de nombreux domaines d'expertise. Ces dernières années, nous avons réalisé beaucoup d'acquisitions. Il était important de...

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