

Paolo Cesaro,
nouveau propriétaire de Comprex :

«Apporter à nos partenaires revendeurs une offre complète»

Racheté le 31 juillet 2015 par la société Green Promotion srl, le fabricant italien Comprex affiche une nouvelle dynamique de conquête. Evolutions des collections cuisine, nouvelles lignes de meubles pour la salle de bains et le living, site web et catalogues renouvelés... Autant d'informations que Paolo Cesaro, Pdg de Green Promotion srl, a livré en exclusivité à L'Officiel des Cuisinistes.



Paolo Cesaro, Pdg de Green Promotion srl, a racheté Comprex en juillet 2015.

A RETENIR

Comprex est désormais la propriété de Green Promotion srl.

Le fabricant va commercialiser des gammes living et salle de bains.

En France, il compte ouvrir une douzaine de nouveaux points de vente en 2016.

Acteur italien majeur sur notre marché, Comprex a traversé une zone de turbulences avant d'être racheté au début de l'été 2015 par Green Promotion srl, une société spécialisée dans l'univers des énergies renouvelables. Le fabricant nourrit depuis de grandes ambitions et profitera d'Eurocucina pour présenter de nombreuses nouveautés.

L'Officiel des Cuisinistes – Pouvez-vous présenter Green Promotion srl ?

Paolo Cesaro – Green Promotion travaille sur l'ensemble des composantes de l'univers des énergies renouvelables. Notre société est un des leaders privés du secteur en Italie. Nous proposons par exemple des produits finis pour la construction et le bâtiment, que ce soit pour le public, le privé ou l'industrie.

O.C. – Quelles sont les raisons qui vous ont conduit à racheter Comprex ?

P.C. – Plusieurs éléments sont entrés en ligne de compte. Tout d'abord, j'éprouve une véritable passion pour le design italien et les belles choses. Ensuite, nous avions la volonté, avec mon associé Marco Perfili, de diversifier nos activités. Par rapport au potentiel de développement de la marque, l'investissement était également très intéressant. Il y avait donc une belle opportunité à saisir, d'autant que la production n'a jamais été stoppée et que le flux de livraison n'a jamais connu de rupture. Ce point a été essentiel et rassurant dans nos relations avec nos partenaires revendeurs. Nous repar- tons donc sur de bonnes bases.

O.C. – Depuis le 1er octobre 2015, Massimo Gramola occupe le poste de directeur général. Quel a été son parcours et ses premières actions au sein de Comprex ?

P.C. – Monsieur Gramola a un grand passé dans le monde de l'industrie. Il a notamment travaillé pendant dix ans dans le secteur aéronautique avec la tâche de coordonner plusieurs usines dans le monde. Il a également été vice-président industrie chez Campingaz. Il a donc un profil d'industriel de haut niveau. Nous avons souhaité collaborer avec lui pour profiter de son expérience, réorganiser le management de l'usine, et développer les nouveautés qui seront dévoilées à l'occasion d'Eurocucina.

O.C. – Parmi ses priorités, il souhaite donner au réseau de distribution et à l'équipe commerciale de nouveaux outils pour assurer la promotion et la croissance de la marque. Pouvez-vous préciser ?

P.C. – Par exemple, en France, nous allons renforcer notre communication et accélérer notre visibilité dans la presse. Pour cela, nous avons renouvelé la collaboration avec notre agence de presse historique. Dès ce début d'année 2016, nous allons aussi mettre en ligne le nouveau site web Comprex. Pour Eurocucina, nous sortirons nos nouveaux catalogues et des nouveautés produits. Le salon milanais sera un grand moment pour nous. Nous y annoncerons beaucoup de choses.

O.C. – Justement, pouvez-vous dévoiler quelques-unes des nouveautés qui y seront présentées ?

P.C. – Sur notre stand de 250 m², nous allons exposer nos développements au niveau de l'offre Comprex. Nous dévoilerons une gamme complète dans l'univers du living et des évolutions produits dans la collection cuisine. Parallèlement au salon, l'une des principales nouveautés sera le lancement d'une collection dans le domaine de la salle de bains. Notre objectif est d'apporter à nos partenaires revendeurs une offre complète avec un tarif unique. En ce qui concerne les cuisines, je ne peux pas tout dévoiler. Vous le savez, il y a une grande culture du secret chez les exposants italiens

pour conserver l'effet de surprise. En tout cas, j'invite tous vos lecteurs à venir sur notre stand.

O.C. – Comprex compte aujourd'hui 60 revendeurs indépendants en France. Quels sont vos objectifs de développement ?

P.C. – Il est certain que notre principal objectif est d'augmenter le nombre de partenaires revendeurs. Pour être précis, nous souhaitons ouvrir une douzaine de nouveaux points de vente en 2016 en France. Je suis convaincu que nous allons y parvenir, notamment avec l'appui de toutes les nouveautés exposées à Eurocucina.

O.C. – Quel type de distribution allez-vous privilégier ?

P.C. – En France, comme dans de nombreux pays à l'export, nous travaillons avec des magasins exclusifs et des multimarques. Mais le modèle exclusif est celui que nous souhaitons développer si nous en avons la possibilité. Cependant, et il est important de le préciser, nous ne délaisserons pas les indépendants multimarques.

O.C. – Comment soutenez-vous ceux qui font le choix de l'exclusivité Comprex ?

P.C. – Nous proposons une aide à la conception du magasin, un travail commun pour les

expositions et des conditions d'amortissement. Mais tout cela est géré au cas par cas en fonction du chiffre d'affaires et du volume de commandes. En tout cas, le "business model" Comprex est très flexible et nous permet de toujours trouver une solution, surtout pour un futur partenaire qui s'oriente vers l'exclusivité. La France a toujours été un marché prioritaire pour Comprex.

O.C. – L'organisation opérationnelle est désormais finalisée. Pouvez-vous la détailler concernant le marché français ?

P.C. – Nous continuons à travailler avec les agents historiques de la marque, à l'exception de la région Rhône Alpes qui accueille désormais Antoine Baquero. Nous ferons tout pour les soutenir en allant avec eux sur le terrain et nous présenter à leurs clients et prospects.

O.C. – Green Promotion srl dispose d'un savoir-faire dans les matériaux et les énergies renouvelables. Peut-on imaginer un futur lien entre vos deux activités ?

P.C. – Oui, peut-être dans le futur avec l'arrivée de nouveaux matériaux plus écologiques pour créer des cuisines. Il est clair que nous pouvons associer les compétences.

Propos recueillis par Julien Sol



Voici pour la première fois et en exclusivité l'illustration de la nouvelle offre living de Comprex qui sera dévoilée à l'occasion d'Eurocucina.