



Prix du jury : le groupement Accueil Négoce se rebaptise en Partedis pour changer son avenir

Partedis, la marque nouvelle pour toutes les enseignes d'Accueil Négoce, a reçu le Prix du jury pour les Trophées du négoce. Une récompense à part pour une démarche ambitieuse et globale.

(visuel indisponible)

© Danielle Aspis - Frédéric Colly (à droite), DG de Partedis, et Philippe Dubarry, en charge de la communication

C'est une histoire peu banale dans le négoce. Exploitant de nombreuses enseignes dans la moitié ouest de la France, le groupe Accueil Négoce a fait le pari d'un changement complet d'identité. Plus d'Anconetti, de Cobatri, de Douet, de Monet, de Mafart ni de Yvon. L'ensemble est devenu Partedis, un nom unique pour l'entreprise et l'ensemble de ses points de vente.

Ce changement a de nombreuses implications. Ainsi, les équipes se séparent de leur appartenance historique au profit d'une nouvelle entité. Les fournisseurs, quant à eux, doivent se familiariser avec une marque unique. Par ailleurs, les clients, souvent habitués de leur point de vente local, peuvent se sentir déroutés par un changement d'enseigne. Enfin, l'entreprise elle-même a dû rhabiller ses points de vente, ses outils de communication et toute sa flotte de véhicules.

À en croire les premiers résultats, ce bouleversement stratégique est positif. Le jury a tenu à saluer l'audace de ce pari en récompensant Partedis. Une manière de lui souhaiter le meilleur.



Trophées du négoce 2017 | DOSSIER

Trophée du jury

Le groupement Accueil Négoce se rebaptise en **Partedis** pour changer son avenir

C'est une histoire peu banale dans le négoce. Exploitant de nombreuses enseignes dans la moitié ouest de la France, le groupe Accueil Négoce a fait le pari d'un changement complet d'identité. Plus d'Anconetti, de Cobatri, de Douet, de Monet, de Mafart ni de Yvon. L'ensemble est devenu Partedis, un nom unique pour l'entreprise et l'ensemble de ses points de vente.

Ce changement a de nombreuses implications. Ainsi, les équipes se séparent de leur appartenance historique au profit d'une nouvelle entité. Les

fournisseurs, quant à eux, doivent se familiariser avec une marque unique. Par ailleurs, les clients, souvent habitués de leur point de vente local, peuvent se sentir dérouterés par un changement d'enseigne. Enfin, l'entreprise elle-même a dû rhabiller ses points de vente, ses outils de communication et toute sa flotte de véhicules.

À en croire les premiers résultats, ce bouleversement stratégique est positif. Le jury a tenu à saluer l'audace de ce pari en récompensant Partedis. Une manière de lui souhaiter le meilleur. •



Ce qui a séduit le jury

- Un pari rare dans l'univers du négoce, celui de la fusion de nombreuses enseignes bien établies localement en une marque unique, sur l'ensemble de la zone de chalandise du groupe.