



[1/3 - HISTORIQUE 1978-2018]

## POURQUOI BCSF RÉVOLUTIONNE LA DISTRIBUTION DE LA PEINTURE AUTO ?

- Communiqué
- Fiche 1 : Les grandes étapes de la distribution peinture
- Fiche 2 : Le concept BCSF
- Infographie : L'évolution de BCSF

PROCHAINS ÉPISODES...

[2/3 – DISTRIBUTION PEINTURE, UN MÉTIER]

[3/3 - DISTRIBUTION PEINTURE : BILAN & PERSPECTIVES]



## COMMUNIQUÉ

### POURQUOI BCSF RÉVOLUTIONNE LA DISTRIBUTION DE LA PEINTURE AUTO ?

Compans, octobre 2018 - **A contrepied du marché, BASF Coatings Services France (BCSF), créée en 1978, a initié les grandes étapes de la distribution des peintures, en privilégiant l'innovation et l'efficacité. Pour ses 40 ans, BCSF décrypte les évolutions du métier et son positionnement différenciant.**

BCSF a constitué son réseau en privilégiant un système de vente directe pour mieux appréhender les attentes du marché, maîtriser la commercialisation et l'utilisation de ses produits.



*« La connexion avec les réalités du terrain améliore notre réactivité pour faire évoluer l'offre de nos produits et services selon les besoins identifiés », Fabien Boschetti, Président BASF Coatings Services France.*

#### INNOVER

BCSF est née alors que la distribution des peintures était assimilée à la distribution des pièces de rechange automobile. Pourtant, la peinture a des caractéristiques propres qui nécessitent une approche et des services bien spécifiques :

- Produits semi-finis, l'utilisation des peintures demande un soutien et une assistance technique de proximité
- Le caractère inflammable des produits et l'usage fonctionnel de l'emballage (intégration dans l'armoire de stockage) exigent une qualité de livraison irréprochable
- L'activité en grande partie planifiée de la carrosserie implique une approche différente dans la gestion des approvisionnements et des stocks

Sur ce postulat, BASF innove en faisant émerger une distribution de spécialiste et crée son propre réseau de distribution. Cette position de précurseur guide son évolution tout au long de son histoire et construit son identité.

#### ANTICIPER

- 1<sup>er</sup> fabricant de peinture à créer son réseau de distribution intégré et spécialisé dans les produits de peintures et para peinture
- 1<sup>er</sup> distributeur à rationaliser et structurer son réseau de distribution, marché alors très régionalisé et atomisé
- 1<sup>er</sup> distributeur à mettre en place une plateforme de service nationale, modèle unique en France
- 1<sup>er</sup> distributeur à proposer un outil exclusif de gestion automatisée des commandes
- 1<sup>er</sup> distributeur à créer une boutique en ligne



## BCSF, aujourd'hui :

- 1<sup>er</sup> distributeur de peinture automobile au niveau national
- Leader dans la distribution de consommables destinés aux ateliers de carrosserie
- 110 collaborateurs dont 45 vendeurs sur le terrain et 10 techniciens
- 33 M€ de CA en 2016
- Réseau de distributeurs intégré et complété par des partenariats forts avec des distributeurs indépendants (20% du réseau), leaders sur leur marché, pour couvrir l'ensemble du territoire avec une garantie de qualité homogène.

*« Nous voulons bénéficier de la meilleure commercialisation dans chaque zone en optant pour le service de proximité le plus efficace. Il faut pour ça savoir jouer avec les forces locales et respecter le périmètre de nos distributeurs », Fabien Boschetti.*

Pour BASF, BCSF est devenu un modèle économique qu'il a dupliqué dans près de 20 pays où les marques R-M et Glasurit sont implantées : Norvège, Finlande, Danemark, Suède, Pologne, Allemagne Belgique, Hollande Suisse, Autriche, Italie, Espagne, Portugal, Russie, Moyen-Orient, Dubaï, Afrique du Sud.

## LES RAISONS DU SUCCÈS

- 1 point de contact, apprécié en particulier par les clients multi-sites
- 1 tarif national
- 1 point de distribution
- La maîtrise et l'homogénéité de la qualité de service
- L'accompagnement d'un expert de l'activité carrosserie avec des services dédiés et axés sur la rentabilité (optimisation de la gestion des stocks et des approvisionnements, organisation optimale des flux de l'atelier, maîtrise des coûts de production)

*« Le sens de notre métier est d'apporter à nos clients tous les outils et services leur garantissant une gestion fiable, sereine et rapide de leurs achats, sans situation d'urgence ni de sur-stockage. Notre valeur ajoutée est une expertise centrée sur l'organisation et la rentabilité de l'atelier carrosserie », Fabien Boschetti.*

### BCSF EN BREF

- Filiale du groupe BASF dont plus d'un tiers des divisions sont directement liées à l'industrie automobile
- 1<sup>er</sup> distributeur de peinture automobile au niveau national
- Maillage national le plus important du marché
- 110 collaborateurs dont 45 vendeurs et 10 techniciens en France
- Implantation dans près de 20 pays dans le monde
- 33 M€ de CA en 2016 : 25% des ventes France de Glasurit ; 85% des ventes France de R-M ; produits et consommables RODIM de BASF ; matériels pour atelier de carrosserie



## ANNEXES :

- [FICHE 1](#) : Les grandes étapes de la distribution peinture
- [FICHE 2](#) : Concept de distribution peinture BCSF
- [Infographie](#) : Évolution de la distribution BCSF

## Pour en savoir plus :

[Salle de presse BCSF](#)

[Photothèque BCSF](#)

## BCSF, n°1 de la distribution automobile

Spécialiste et n°1 national de la distribution de peinture et consommables para-peintures pour les ateliers de réparation automobile, BASF Coatings Services France est une filiale du groupe BASF. En 2018, elle fête ses 40 ans : 4 décennies de révolutions qui ont anticipé ou initié toutes les grandes étapes du secteur. BASF Coatings Services France distribue les deux marques premium de peinture pour la réparation automobile du groupe BASF, R-M et Glasurit, ainsi que sa marque RODIM, une gamme complète de produits et consommables para-peintures. Avec 110 collaborateurs, BCSF couvre l'ensemble du territoire français. Son Centre de Service à la Clientèle maîtrise de la prise de commande à la livraison avec 7 antennes régionales qui assurent un accompagnement de proximité.