Agad

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Agad](#)

Proche des 60 ME de CA

Fédérant aujourd'hui 16 adhérents exploitant 25 points de vente dont le chiffre d'affaires global atteint 59 Me, le groupement Agad développe la double spécialisation – flexibles techniques/raccords et étanchéité et Equipement de Protection Individuelle – qui est la sienne depuis que cette organisation a vu le jour il y a une quarantaine d'années. Toutefois, la proportion du C.A. du réseau imputable aux EPI, aujourd'hui de l'ordre de 60%, est en régulière progression au sein du groupement dont chaque nouveau membre est, depuis déjà plusieurs années, monospécialisé dans cet univers de produits. C'est donc notamment le cas de Fil'Up, Roga France et CF Diffusion, les trois distributeurs implantés respectivement à Granville (50), Pau/Artix (64) et Montélimar (26), entrés au cours des derniers mois dans le giron du groupement animé par Lilian Gille, le dirigeant de CapAgad, l'entreprise nantaise membre d'Agad.

Une croissance maîtrisée

Selon l'animateur du réseau, la qualité des membres d'Agad prévaut sur leur quantité. « Nous sommes régulièrement approchés par des distributeurs désireux de nous rejoindre mais sommes très loin de répondre par l'affirmative à toutes les demandes qui nous sont faites » explique Lilian Gille qui évoque l'homogénéité d'un réseau très attaché à ses principes de base fondés sur la convivialité, l'échange entre les membres et la farouche indépendance de ces derniers qui conservent toute leur liberté d'action en matière de concept de vente et d'achats, pour mentionner ces deux points importants, « ce qui n'est aucunement incompatible avec l'un des objectifs majeurs d'Agad qui est de représenter un volume d'achats significatif aux yeux des fournisseurs du marché pour négocier de meilleures conditions » commente Lilian Gille qui évoque à cette occasion le récent rapprochement d'Agad avec l'Espagnol EuroUniforms « en grande partie motivé par une volonté de consolidation des sourcings ». Pour rester fidèle à sa philosophie que traduit son slogan « Quand l'indépendance devient une force », le groupement se développe sans chercher à croître à tout prix, même s'il ne cache pas son intention d'augmenter régulièrement son maillage du territoire et de recruter de nouveaux adhérents dans certaines régions encore peu couvertes dont Paca, Languedoc/Roussillon et la région lyonnaise.

Renforcer la visibilité du groupement

La finalisation d'une banque de données fournisseurs accessible à chacun des adhérents ou encore l'intensification de la formation sur les EPI (sessions de plusieurs journées sur des thèmes techniques et relatifs à la réglementation) dispensée à la force commerciale du groupement comptent parmi les actions menées par Agad au cours d'un passé récent, mais le chantier majeur auquel il s'est attelé au cours des derniers mois consiste à renforcer sa visibilité sur son marché. L'identification du réseau (points de vente, catalogues et autres documents de tous types), l'une des rares obligations faites aux membres de l'organisation, est l'outil majeur mis en œuvre pour atteindre cet objectif par le groupement qui a également lancé les nouvelles éditions de plusieurs catalogues et totalement refondu son site internet vitrine avant, dans un proche avenir, d'affirmer sa présence sur les réseaux sociaux pour renforcer son image de marque.