

# Cofaq

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

## De nouvelles étapes

Toujours riche en évolution, la vie du groupement Cofaq a été jalonnée en 2011/2012 de nouvelles étapes qui concernent tant la dynamique du réseau que sa pérennité.

Fin 2011, Cofaq a passé le seuil symbolique des 400 points de vente. Il s'appuie aujourd'hui sur 221 Master Pro pour le réseau professionnel, 84 Brico Pro pour le marché du bricolage et 113 magasins exerçant sous leur propre raison sociale. Le réseau a ainsi réalisé un chiffre d'affaires global de 810 millions d'euros.

A travers ses quatre enseignes, Master Pro, Master Pro Expert Epi, Master Pro Comptoir et Master Pro Mastermat, la branche dédiée à la vente aux professionnels a évidemment contribué à cette dynamique, avec un chiffre d'affaires de 610 millions d'euros, portée par une croissance moyenne des points de vente du réseau de 7% par rapport à 2010. Après les adhésions à Plouigneau (29), Ocquerre (77), Fontenay-sous-Bois (94) et une prise d'enseigne à Montbrison (42), le réseau a poursuivi son développement sur le premier trimestre 2012, en témoignent trois ouvertures : Cottin à Vannes (56), Cherrier à Heillecourt (54) et Figomex (enseignes Master Pro et Master Pro Expert EPI) à Montoir-de-Bretagne (44). Il accueille également un nouvel adhérent sous l'enseigne Master Pro Comptoir avec la société Gexfis à Saint-Genis-Pouilly (01).

### Conquête de parts de marché

Le groupement d'indépendants affiche clairement sa volonté de poursuivre sa prise de parts de marché en fédérant toujours plus ses adhérents, partie prenante des décisions. En plus des groupes de travail (référencement, produit, dynamique commerciale...), des rencontres en régions ont également été mises en place. En 2011, quatre-vingt réunions locales ont ainsi eu lieu avec près de deux-cents sociétés adhérentes représentées. L'objectif est de mieux appréhender la réalité économique locale et donner ainsi l'opportunité à chaque région d'examiner sa vitalité économique et ses spécificités mais aussi de permettre aux adhérents de s'exprimer largement sur la vie du groupe (achats et approvisionnements, nouveaux systèmes d'information, accompagnement des entreprises).

### Performance accrue

Pour améliorer les performances de Cofaq et des points de ventes du réseau, de nouveaux outils ont été mis en place en 2011, s'appuyant sur le catalogue L'Essentiel qui reprend le fonds de rayon de l'enseigne et Le Master, le catalogue général. De même pour l'enseigne spécialiste Master Pro Expert EPI avec un catalogue général dédié à la santé/sécurité de l'homme au travail. Au niveau de l'animation magasin, les opérations « Les Journées Solutions » et « Les Irrésistibles » sont complétées depuis l'automne par les actions « Sélection Innovation ». Ces podiums sont destinés à promouvoir les innovations des marques partenaires de l'enseigne.

Ces actions et catalogues sont systématiquement repris sur les sites internet des enseignes Master Pro ainsi que sur les sites internet des adhérents. Afin d'avoir des sites actifs, chaque site «

adhérent » est ainsi mis régulièrement à jour par l'enseigne et chaque entreprise adhérente peut réaliser ses propres mises à jour.

Par ailleurs, Cofaq s'est engagé dans la certification Iso 9001 et poursuit le déploiement de ses outils d'informations, notamment les sites de commerce pour clients en compte mis à disposition de chaque point de vente pour développer une vraie relation multicanal avec chaque client. Il continue également de rationaliser son organisation logistique en harmonisant les process de ses deux centres de distribution DPC à Naintré (6 000 références) et Hex-Appro à Bobigny (11 000 références).

Hex-Appro est d'ailleurs désormais ouverte aux adhérents Socoda, partenaire de Cofaq au sein de la super-centrale Addok depuis quatre ans. Fin 2011, les deux partenaires ont en effet annoncé leur volonté d'aller plus loin dans leur coopération au sein d'Addok qui affiche aujourd'hui un chiffre d'affaires achats de 215 millions d'euros (+10% par an depuis 3 ans) pour 150 fournisseurs référencés.

### Engagement responsable

Le groupement a également affirmé en 2012 son engagement en faveur de l'éco-responsabilité avec, en exergue, le tri sélectif des papiers, la mise à disposition de sacs en papier dans les magasins, l'organisation de réunions en mode de visio-conférence... Sur le plan commercial, des publications sur les produits éco-responsables ont vu le jour. Cofaq travaille également sur le développement de gammes directement liées à la protection de l'environnement, portant notamment sur des matériels dédiés au stockage et l'absorption des produits polluants. Un des deux chefs de produits nouvellement engagés est d'ailleurs responsable de ces nouvelles familles de produits. Côté sociétal, la centrale s'implique avec son personnel auprès de l'association « Un hôpital pour les enfants » à Poitiers.

### Pérennité et développement

Par ailleurs, Cofaq a mis sur pied deux filiales qui sont entrées dans leur phase opérationnelle et qui devraient compter dans l'avenir pour le développement et la pérennité du groupe.

La société financière Fico, dotée d'un fonds de 1,5 million d'euros et dont 100% du capital est détenu par Cofaq, a été mise en place pour l'accompagnement financier des adhérents lors de la transmission de société et le développement de points de vente. Deux premiers dossiers devraient être validés prochainement. Ouverte à l'actionariat des adhérents qualifiés pour apporter le niveau de service exigé, la filiale SAS Master Pro Grands Comptes a signé avec un client national un premier contrat portant sur un chiffre d'affaires de 400 000 euros sur deux ans. A travers cette nouvelle étape de sa vie, Cofaq devient un acteur des grands comptes à part entière.

Enfin, l'année 2012 a également été marquée par la mise en place de l'école de la performance, programme complet de formations visant à renforcer les compétences de management et de gestion des entreprises adhérentes. Le premier cursus, dédié à l'efficacité commerciale, s'adresse à tous les chefs d'entreprises de l'enseigne et aux équipes commerciales sédentaires et itinérantes.

