juillet 2025

Cofaq

Le milliard d’achats en 2030, l’aboutissement d’une stratégie ambitieuse

Si l’on pensait que les changements de direction allaient perturber la dynamique du Groupe Cofaq, il n’en est rien. Après une première phase de lancement couronnée de succès, puis une deuxième impulsion décisive, la gouvernance actuelle, en lien étroit avec les adhérents, vise désormais les étoiles. Les trois dernières années ont confirmé cette ambition, avec un cap clairement fixé : franchir le seuil du milliard d’euros d’achats dans les cinq ans.

Soyons clair dès ces premières lignes, l’histoire du Groupe Cofaq s’est accélérée depuis 2022, point de repère de cet article qui va tenter de retracer les grandes lignes de l’évolution de la coopérative depuis trois ans, et excusez-nous d’avance si l’on ne traite pas de tous ses aspects, les quelques pages qui suivent n’y suffiraient pas.

2022 : Le duo Champion Huntzinger

En l’année 2022, Eric Champion était déjà président et occupait cette fonction depuis sa première élection en septembre 2020. Si l’on se rappelle les articles publiés dans BBI après ce premier vote, l’ambition première du nouveau président et directeur général était de remettre, pourrait-on dire, l’église au milieu du village. En résumé, il souhaitait redonner la parole aux adhérents et leur transmettre le destin de la maison Cofaq selon le principe fondateur des coopératives, un homme égal une voix. Il s’agissait de rééquilibrer les pouvoirs et de renforcer la transparence des décisions. En cette année 2022, après une première phase qui s’était soldée par une réorganisation interne de la centrale notamment marquée par plusieurs changements au sein des instances de management, il est rejoint dans son action par Laurent Huntzinger. Ce dernier, qui partage ses vues sur l’administration de la coopérative Cofaq, se verra confier le mandat de directeur général.

Aux sources du modèle coopératif

Trois ans plus tard, la transformation de la gouvernance menée par le président de Cofaq, son directeur général, les instances du Conseil d’Administration et du Comité Stratégique et de tous les membres du réseau impliqués est désormais achevée. Indispensable pour préparer la coopérative aux défis de demain, cette régénération de la gouvernance aura permis, comme le rapporte Laurent Huntzinger, « *de reconstruire les piliers restaurateurs de confiance en donnant la souveraineté démocratique aux adhérents. Le plus petit des plus petits compte autant que le plus gros des plus gros. C’est ce que l’on crée et ce que l’on propose qui compte, non ce qu’on est* ».

Pour juger de façon objective la véracité de ce satisfecit, et au-delà l’adhésion exprimée aux différentes actions de transformation initiées, le Groupe Cofaq fait mener des enquêtes de satisfaction par Obea, un institut extérieur et indépendant. Ces dernières ont montré que le sentiment d’appartenance au groupement s’est fortement développé ses dernières années avec une reconnaissance de son action qui s’est nettement amplifiée. Lors de la dernière enquête menée en 2024, les résultats ont montré un très fort consensus derrière la stratégie menée par la coopérative, « insufflée par la base » comme le rappelle Éric Champion. La satisfaction du réseau s’est élevée à 82% (+ 10 points / 145 questions et plus de 700 répondants). Autre élément qui vient souligner l’excellence du travail mené est la réélection en juin 2024 d’Éric Champion à la présidence du Groupe Cofaq, avec un score de 98% des voix exprimées.

Le projet Prisme…

Cette réélection fournit un deuxième point d'ancrage pour cet article puisqu'il permet de nous projeter sur toute la décennie à venir. Elle est une promesse de continuité de l'action engagée ces cinq dernières années jusqu'à 2030, date à laquelle la coopérative escompte atteindre le milliard d'euros d'achats si elle remplit correctement toutes les missions qu'elle s'est données.

Cette vision stratégique est symbolisée par Prisme, un cockpit digital qui permettra à toutes les composantes du Groupe Cofaq d'agir avec un maximum d'efficacité dans toutes les facettes de leurs activités professionnelles. Acronyme de « Performance, Résilience, Innovation, Simplicité, Méthode, Ensemble », Prisme est plus qu'un simple logo. Il symbolise une stratégie globale qui vise à élever la coopérative à des niveaux de performance qui lui permettront d'absorber tous les flux résultant d'une croissance dynamique. Par essence, Prisme doit aborder tous les rouages du fonctionnement du Groupe Cofaq en visant l'efficience, l'excellence opérationnelle et la satisfaction client. Tous les services (finance, achats, marketing…) bénéficieront d'outils modernes et adaptés, réunis dans un écosystème centralisé, combinant solutions internes et partenaires externes. « *L'architecture SI actuelle composée de systèmes pas toujours compatibles entre eux sera abandonnée* » comme l'explique Emmanuel Barbé, directeur des systèmes informatiques, « *au profit d'une organisation logique et pérenne construite avec la volonté d'éviter le risque d'obsolescence technologique* ».

… une stratégie pour préparer le futur

Cette transformation, dont les cahiers des charges sont co-construits avec les équipes, se fera par évolutions successives sur une durée de cinq ans pour parvenir à son aboutissement en 2030. « *La feuille de route de ce projet nécessitant un investissement de cinq millions d'euros est d'ores et déjà écrite, depuis le changement de l'ensemble des ERP jusqu'à l'acculturation numérique des personnels, pour projeter tous les outils vers le futur. Centralisation des commandes, fluidification des process, sécurisation de l'information, utilisation de l'intelligence artificielle, etc. tout concourra à aborder la prochaine décennie dans les meilleures conditions* » le professe Laurent Huntzinger.

Dès 2025, un nouveau CRM s'intégrera à l'écosystème existant et la coopérative sera alors dotée d'un référentiel commun pour tous ses métiers, structure qui permettra notamment d'approfondir la connaissance des clients et de faciliter l'adhésion de nouveaux distributeurs. Les nouveaux collaborateurs seront aussi accompagnés de façon digitale, avec des informations et de l'e-learning. L'objectif affiché est d'aller vers le « zero touch », sans forcément atteindre le 100%. En 2026, les pans finance et logistique seront déployés, ainsi que de nouveaux services pour les adhérents. En 2027-2028, les référentiels produits et services seront opérationnels. Avec un à deux ans de rodage et de réglages, une version finalisée et optimisée de l'ensemble du système informatique devrait être prête pour 2030.

Viser 1 000 000 000 ?

Au-delà de cette transformation interne, le Groupe Cofaq entend d'ici 2030 poursuivre une politique active de recrutement de nouveaux adhérents dans tous ses réseaux, stratégie constitutive de sa volonté d'atteindre le milliard d'achats à la fin de la décennie. Ceci se fera par croissance organique de ses membres mais également par de la croissance externe, sur laquelle aucun tabou n'est de mise. Ainsi, le Groupe Cofaq ne s'interdit pas de nouer des partenariats et plus avec d'autres structures commerciales. Il est déjà associé avec Socoda au sein de la supra-centrale de référencement et d'achats Addok depuis plus de quinze ans et a également noué un partenariat avec Weldom à l'été 2023 qui se conclut également par une amélioration des conditions financières. Au-delà de ces accords, le Groupe Cofaq a construit depuis deux ans une prestation pour des tiers non-adhérents qui apportent leur volume d'achat pour profiter de conditions avantageuses. Cette activité va représenter en 2025 une valeur de 15 mil*lions d'euros et devrait normalement doubler en 2026, selon les projections de la coopérative. « Une fois que l'organisation dédiée TNA est bien en place, les chiffres explosent* » comme le note Laurent Huntzinger.

Pas d'interdits sur la croissance externe

Hors cette partie des conditions commerciales, le Groupe Cofaq a déjà grandi sur la partie réseaux de vente avec des opérations réussies comme l'intégration de la coopérative Amarante en 2019 qui a apporté son réseau de distribution de produits agricoles Epagri et celle du groupement Expert EPI 2008 qui trouve aujourd'hui son prolongement dans le réseau Securom, tandis que le partenariat avec les négoces spécialistes du bâtiment pour la constitution de corners dédiés à l'outillage dans leurs points de vente ne perd rien en dynamisme. Au contraire pourrait-on dire, puisque cette distribution bâtiment souffre actuellement d'un recul important dans les matériaux et trouve dans ses corners en libre-service des rayons générateurs de marge. Cette vente d'outillages devient incontournable et le Groupe Cofaq est encore en évolution dans ce réseau spécifique, désormais regroupé au sein du réseau DDB Distribution Du Bâtiment.

Au-delà de ces quelques exemples, Cofaq ne s'interdit pas de viser plus haut et de racheter une centrale d'achat pour compléter son portefeuille. C'est ainsi que le groupe s'est déjà positionné sur plusieurs dossiers avec des discussions menées à un stade plus ou moins avancé selon les projets. A ce jour, aucune acquisition n'a encore été effectuée, mais il y aurait de vraies cibles intéressantes, notamment dans la distribution professionnelle (aucun nom ne peut être donné NDLR) : « *On y trouve de l'intérêt* » comme le confirme Eric Champion. Dans tous les cas, ce serait le Groupe Cofaq, qui a la capacité financière de réaliser de telles opérations, qui porterait la charge de l'acquisition. Aujourd'hui, le Groupe Cofaq accueille 580 magasins, 574 à la fin 2024, au sein de sa division professionnelle Master Pro, Securom et Distribution du Bâtiment.

Le programme de développement des partenaires

Le suivi du programme Prisme et de la politique d'extension du réseau, deux projets courant sur le long terme jusqu'en 2030, n'empêche pas le Groupe Cofaq de continuellement prendre des initiatives pour améliorer son positionnement et renforcer son attractivité par des éléments différenciants.

Ainsi, la coopérative vient de mettre en place son programme de développement des partenaires dont la mission est de formaliser toutes les actions mises en œuvre pour que les adhérents développent une relation de grande proximité avec les fournisseurs de référence au profit de leurs performances réciproques. Cette initiative comporte plusieurs facettes comme la sélection optimisée des produits, la formation des personnels, les remontées des informations commerciales, la promotion des marques partenaires, etc. actions synthétisées au sein d'un programme dynamique et validées mensuellement par des indicateurs de performance. Il s'agit d'ajouter de la croissance supplémentaire au sein de la relation commerciale unissant le groupe Cofaq, les adhérents et les fournisseurs partenaires. Ce programme devrait être totalement opérationnel en 2026.

Le pôle de conseils aux adhérents Cofaq+

Autre singularité du Groupe Cofaq, il va ouvrir un pôle de conseils aux adhérents sous le nom de Cofaq+, une plate-forme téléphonique accessible par un numéro vert dont l'équipe est composée d'un responsable RH, d'un avocat et d'un ingénieur informatique. En s'adressant à Cofaq+, les adhérents peuvent obtenir une aide immédiate sur les trois sujets couverts par ces experts. Le RH apporte son conseil sur tout ce qui concerne les questions sociales, la gestion des contentieux avec le personnel, les évolutions de réglementation, etc. L'avocat les accompagne sur les sujets juridiques et peut aussi les mettre en relation avec un notaire agréé Cofaq et un cabinet de valorisation pour les cessions d'entreprise. L'ingénieur informatique répond pour sa part à toute interrogation relative à la digitalisation, aux CRM, à la cybersécurité, etc. Ce service, qui sera opérationnel en septembre 2025 est ultra-différenciant selon les propres termes de Laurent Huntzinger : « *Nous mettons de la matière grise au service de nos adhérents, de la sérénité dans un monde complexe afin qu'ils puissent se concentrer totalement sur le cœur de leur métier. Nous les aidons à performer. C'est le rôle d'une coopérative comme la nôtre.* »

Des initiatives dans tous les domaines

PDP et Cofaq+ sont les deux dernières initiatives en date du Groupe Cofaq mais ceux qui suivent son actualité savent pertinemment que les travaux de la coopérative ne s'arrêtent pas à ces deux projets. De nombreux autres seront développés tout au long de l'année, depuis la logistique rationalisée au sein de la structure Cofalog avec les deux sites de Naintré (quotidien) et d'Erbray (promotions, saisonnier, hors gabarit), les grands comptes avec un pôle opérationnel depuis début janvier 2025 et des distributeurs agréés grands comptes dans les trois métiers Industrie, Bâtiment et EPI, la création d'une division Energie & Rénovation Energétique actuellement déployée dans les réseaux agricole et grand public, avec une future extension dans le professionnel, sans oublier l'engagement RSE avec l'obtention du label Engagé RSE basé sur la norme ISO 26000, la politique tarifaire dynamique, le processus de fidélisation Cofaq et Moi, etc. Restent enfin le salon et la marque propre Obsima, deux points avec lesquels nous allons terminer ce survol de l'actualité triennale du Groupe Cofaq.

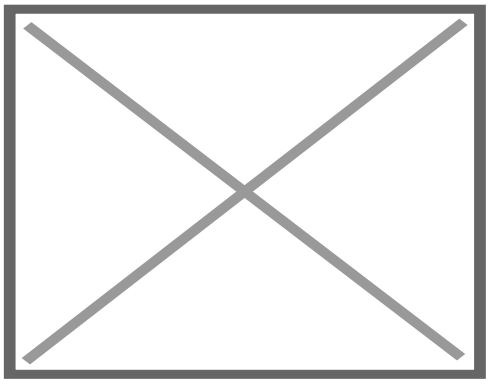
Salon record et MDD Obsima

Le salon 2025, organisé les 23 et 24 février dernier à Eurexpo Lyon, a été celui du record avec 340 exposants, 3 000 visiteurs et pour la première fois un volume d'achats qui a dépassé les 50 millions d'euros, un chiffre symbolique obtenu « *grâce aux offres ultra-compétitives proposées par les fournisseurs* » tient à souligner Laurent Huntzinger. Pour l'année prochaine, le salon sera reconduit sur le même site mais cette fois-ci en semaine à la demande des adhérents, sur le jeudi 22 et le vendredi 23 janvier, avec comme objectif de faire encore mieux. Pour cette édition, le thème 2025 de la « parenthèse gourmande enchantée » qui a connu son apex lors de la soirée de gala laissera la place en 2026 à une ambiance centrée sur l'adhérent.

Le dernier point de cet article concerne donc la marque propre Obsima dévoilée en avant-première lors du salon 2024. Riche de 57 références, cette marque dont la signature est « Forgé pour les pros » est dédiée au réseau au Master Pro. Elle est considérée comme une marque à part entière avec même une personne dédiée à sa promotion au sein de l'équipe marketing et communication du groupe Cofaq dirigée par Pierre-Yves Laurent. Les premiers produits seront livrés à partir de septembre et remplaceront progressivement les anciennes références Master Pro jusqu'à leur l'extinction dans les magasins. Des webinaires sont organisés pour former les personnels, des actions promotionnelles sont programmées et son extension est projetée pour les années à venir.

Frédéric Bassigny

Le projet Prisme



Derrière le grand projet Prisme mis en œuvre par le Groupe Cofaq se trouvent six notions véhiculées par chaque lettre de cet acronyme.

Performance, car cet outil sera conçu pour répondre aux besoins réels de chaque métier ;

Résilience, car le groupe Cofaq a su résister aux circonstances et continuera à le faire ;

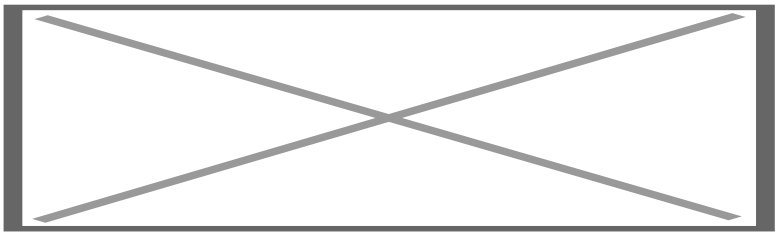
Innovation, qui sera à chaque étape du projet, pour proposer des outils contemporains ;

Simplicité, car ces outils seront conçus pour être faciles à s'approprier, fluides et intuitifs ;

Méthode, car il s'agit d'apporter des process et des solutions, avec accompagnements et formations, à des rythmes adaptés ;

Ensemble, parce que ce n’est pas un projet DG ou DSI mais une chaîne faite de maillons, que sont tous les collaborateurs du Groupe.

Les huit familles de la MDD Obsima



La gamme en marque propre Obsima à destination du réseau Master Pro, positionnée sur un haut niveau qualitatif, est aujourd’hui déclinée sur huit familles de produits.

- Abrasifs & coupe : disques à lamelles, disques à tronçonner

- Matériel de chantier : bétonnières, nettoyeurs haute pression thermiques, compresseurs

- Équipement & sécurité : marchepieds, pinces-étaux

- Énergie & électricité : enrouleurs électriques

- Manutention : transpalettes

- Maintenance & outils : valises de maintenance, coffrets de forets

- Mesure & précision : instruments de mesure

- Soudure : électrodes.