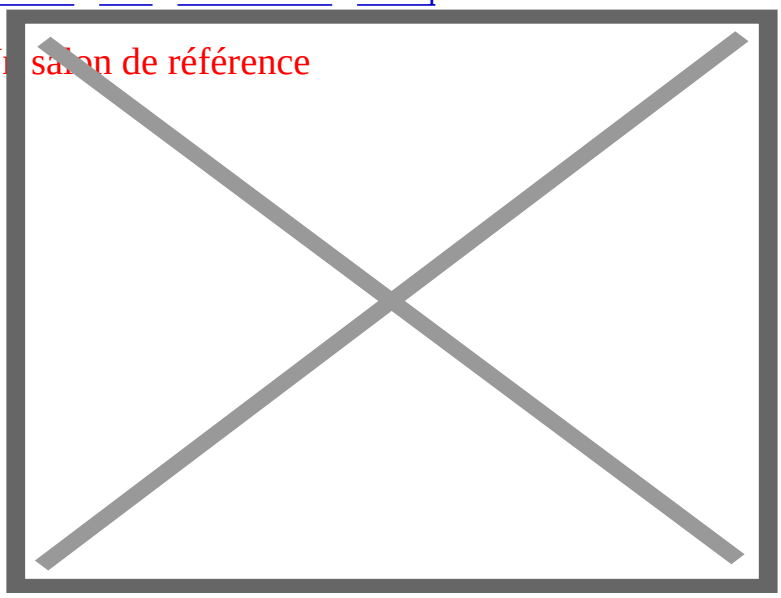
mars 2011

Cofaq

Un salon de référence



Le salon Cofaq « Univers de l'Équipement Professionnel et du Bricolage » a accueilli mi-février près de 800 visiteurs et 260 exposants sur le parc des expositions de Poitiers. Partie prenante du dynamisme de la centrale poitevine, les fournisseurs, bien présents au rendez-vous, ont proposé à leurs partenaires revendeurs des offres stimulantes qui ont contribué au succès commercial de la manifestation.

Le traditionnel salon de printemps du Cofaq s'est déroulé le dimanche 20 et lundi 21 février à Poitiers. Après une infidélité d'une année à la capitale du Poitou pour cause de rénovation du parc des expositions, la manifestation du Cofaq a retrouvé ses terres d'élection et poursuivi sa marche en avant avec un volume d'affaires traité sur le week-end estimé à 12 millions d'euros. Bâti sur deux réseaux, professionnel et grand public, aujourd'hui segmentés dans des enseignes qui permettent de bien positionner chaque point de vente, le Cofaq est une réussite incontestable et entend dans les années à venir jouer un rôle de plus en plus important, notamment au sein du commerce B to B où le nom Master Pro résonne désormais comme celui d'un acteur de référence.

Croissance en 2010

Le salon de printemps du Cofaq sur l'équipement professionnel et le bricolage est traditionnellement pour la centrale l'occasion de faire un point sur son actualité, communication que nous allons rapporter ici en nous intéressant en priorité à la branche professionnelle.

Commençons tout d'abord par un rappel des chiffres clés. Durant les deux dernières années, difficiles s'il en est, le Cofaq a enregistré une baisse de 3,3% de son volume d'achats en 2009 et une hausse de 6,4% en 2010, avec pour ce dernier exercice une évolution positive de 9% pour le pôle professionnel et de 3% pour le grand public, ces deux métiers pesant respectivement 64% et 36% des achats.

Au niveau des chiffres de vente, l'ensemble du réseau a totalisé un chiffre d'affaires TTC de 810 Me en 2010, en progression de 2,3% par rapport à l'année précédente, la part du professionnel étant ici de 73,5% (sa

croissance est de 1,7%). Au-delà de ces chiffres positifs, il faut toutefois noter une tendance à la baisse des marges du fait des pressions concurrentielles. Le Cofaq se dote d'ailleurs actuellement d'outils analytiques afin d'étudier d'une façon plus fine l'évolution de ses performances de vente.

Fin 2010, le réseau comptait 399 magasins dont 218 Master Pro déclinés dans les quatre enseignes spécifiques Master Pro, Master Pro Expert EPI, Master Pro Comptoir et Master Pro Mastermat. Pour l'année en cours, l'objectif est d'atteindre les 229 unités, une progression de onze magasins tout à fait envisageable au vu des progressions passées. Par ailleurs, indépendamment de cet accroissement du nombre de points de vente, de nombreux projets d'agrandissement et d'investissement sont recensés parmi les adhérents actuels.

Un mois de plus pour L'Essentiel 2011

Le salon de printemps est une action de communication forte pour le Cofaq, communication qui constitue une des pierres angulaires sur laquelle s'appuie l'enseigne Master Pro pour promouvoir son action. D'une façon habituelle, le pôle professionnel du Cofaq profitait de l'événement du salon de printemps pour présenter et diffuser son catalogue L'Essentiel, l'outil de vente au quotidien des commerciaux de l'enseigne. Cette année, ce document est sorti un mois plus tôt pour lui donner un temps d'exploitation supplémentaire et être déjà dans les mains des adhérents quelques semaines avant leur visite et leurs achats sur le salon. La même procédure a été utilisée pour L'Essentiel Bâtiment qui est paru le 10 février dernier, au lieu de la mi-mars auparavant.

L'Essentiel 2011 comporte plus de 4 000 références articles qui permettent de monter un plan de vente complet. Il bénéficie d'une nouvelle maquette travaillée pour améliorer la compréhension et l'organisation des gammes, avec des segmentations plus fines de l'offre. Par ailleurs, les marques fortes apparaissent d'une façon plus claire tandis qu'un focus nouveautés a été inséré au tout début du catalogue – « Master Pro doit être un vecteur de l'innovation » relève Vianney Hamoir, responsable du pôle professionnel du Cofaq. Autre changement important, la partie EPI de L'Essentiel a été renforcée du fait de l'arrêt de L'Essentiel Protection – le catalogue propre au réseau Master Pro Expert EPI montera pour sa part en puissance pour soutenir le travail commercial de l'enseigne dédiée à la sécurité de l'homme au travail (EPI, prévention, secours…).

Massification des achats

Toujours dans le domaine de la communication, Master Pro reconduit ses actions commerciales avec ses « Les Journées Solutions » quinze jours d'animation des magasins en juin et en octobre, et « Les Irrésistibles », promotions mensuelles ciblées sur quelques produits. La consolidation et le développement de ces opérations permettent de travailler l'image des Master Pro auprès de sa clientèle et en amont de massifier des achats. Cette volonté de massification les achats, que l'on retrouve à travers l'accord Addok signé avec Socoda, à travers les procédures récemment mises en place sur les engagements des adhérents lors des actions promotionnelles (et lieu et place du seul engagement global de la centrale pour son réseau), se retrouve également dans l'utilisation de ses deux entrepôts DPC à Naintré et Hex-Appro à Bobigny. Ce dernier est d'ailleurs depuis décembre dernier détenu à 100% par le Cofaq depuis que la centrale a racheté les 70% du captal auparavant détenus par les anciens membres du CAQF.

Enfin, le commerce en ligne, opérationnel depuis l'été dernier, progresse régulièrement dans le réseau Master Pro – deux webmasters supplémentaires viennent d'être embauchés – et l'enseigne prévoit qu'une soixantaine d'adhérents travailleront en B to B d'ici la fin de l'année sur la base du site élaboré par le Cofaq.

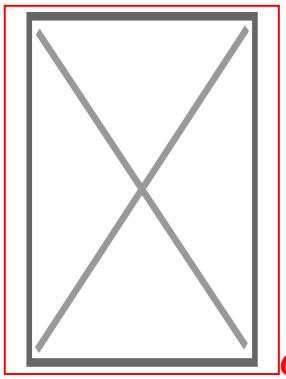
Une cellule grands comptes

Parmi les autres éléments d'actualité du Cofaq, nous pouvons noter principalement la stratégie grands comptes et la mise en place d'une société financière.

Concernant les grands comptes, clients multisites, Guy Martin, porteur d'une expérience de dix ans chez un grand nom de la fourniture industrielle, a été embauché pour déployer et coordonner cette activité au sein du réseau Master Pro. Depuis juin dernier, le Cofaq travaille ainsi sur la qualification des adhérents et l'élaboration d'une charte de fonctionnement interne. D'ores et déjà, des cibles prioritaires ont été identifiées dans des groupes où l'ambition est de capitaliser les positions, développer l'activité, prendre des parts de marché. Il faudra du temps, deux ou trois ans, et investir en hommes et en argent pour constituer cette cellule grands comptes. Mais comme le commente Thierry Anselin, directeur général du Cofaq, *« Il était indispensable, pour construire l'avenir, de se donner les moyens de travailler avec les grands comptes* ».

Autre point, le Cofaq a acté la mise en place d'une compagnie financière Cofaq dont la mission sera de venir en appui des adhérents en phase de développement. Elle apportera la caution morale du Cofaq lors de successions et acquisitions et permettra de ce fait de pérenniser le réseau. Enfin, signalons que Master Pro a bouclé la couverture du territoire français par ses délégués régionaux depuis l'arrivée de son troisième animateur, en charge de la région Nord, Est et Ile-de-France.

Frédéric Bassigny



Organisation éco-responsable

L'éco-citoyenneté est désormais au cœur des préoccupations des distributeurs et le Cofaq a profité de son salon de printemps pour s'afficher comme un acteur économique responsable.

Ainsi, les 7 000 m2 de moquette utilisés sur le salon seront entièrement recyclés et transformés en granulés utilisés dans la fabrication d'objets en résine. Les exposants sont invités à trier leurs déchets avant de les déposer dans les bennes mises à leur disposition.

Par ailleurs, une enquête par questionnaire a été réalisée auprès des fournisseurs quant à leur engagement sur le développement durable et l'éco-citoyenneté, et le calcul du bilan carbone pour le Cofaq et ses deux plates-formes DPC et Hex-Appro a été initié en début d'année.

Participant également de la démarche d'éco-responsabilité du Cofaq, le magazine du salon a été édité sur un papier labellisé PEFC.

Les 3emes Trophées de l'Innovation

Lors de son salon printemps, le Cofaq a remis ses troisièmes Trophées de l'Innovation récompensant les nouveautés présentées par les exposants offrant les plus grandes avancées pour leur dimension pratique ou écologique et leurs critères de sécurité ou de confort au travail. Parmi la sélection de vingt produits effectuée

par les chefs produits, trois trophées (or, argent et bronze) ont été décernés dans les deux catégories, professionnelle et grand public.

Catégorie professionnelle
Trophée d'or : Metabo
Meuleuses à système réducteur de vibrations Anti-Balance
Trophée d'argent : Kärcher
Nettoyeur haute-pression eau chaude compact
Trophée de bronze : Pramac
Groupe électrogène télécommandé