mars 2024

Cofaq

Accueil / BBI / Distribution / Cofaq

Une centrale qui mange du lion

Le Groupe Cofaq, qui fête cette année ses 70 ans, a investi pour la deuxième fois le parc Eurexpo de Lyon pour la tenue de son salon de l'outillage (industrie, bâtiment, agricole), de l'EPI et du bricolage, un événement qui a pris de l'ampleur par rapport à son édition 2023 pour accueillir désormais 320 exposants. Toutefois, la dynamique de la coopérative ne s'arrête pas à ce seul événement mais recouvre de nombreux aspects de son fonctionnement avec aujourd'hui un focus sur les grands comptes, la digitalisation et son déploiement dans la région lyonnaise.

Pour sa deuxième sortie hors des terres poitevines, le salon de printemps de Groupe Cofaq a fait les choses en grand en se déplaçant du hall Paul Bocuse de la première édition lyonnaise pour emménager dans les halls 1 et 2 du parc Eurexpo sur une superficie de 14 000 mètres carrés. Dans ce vaste espace, la centrale a accueilli 320 exposants, dont plus de 90 nouveaux exposants par rapport à l'année dernière, prêts à rencontrer les représentants des 900 points de vente de ses cinq réseaux positionnés sur les marchés professionnels, grand public et collectivités.

Une place de marché à plus de 50 millions d'euros

Sur son nouveau plateau, le Groupe Cofaq a installé sa bastide en position centrale, au confluent des deux halls. Cet emplacement privilégié assorti d'une grande terrasse est le point de rencontre naturel de tous les adhérents et de leurs fournisseurs. A proximité, la centrale a implanté ses espaces dédiés le premier à la présentation de ses plans de vente et de ses marques propres et le second à ses services avec la présence de plusieurs de ses prestataires, tels?Cofag – Compagnie Française des Achats Groupés – qui regroupe une cinquantaine de fournisseurs de frais généraux ou la start-up Boomerang qui a créé une plate-forme de gestion pour le SAV.

Autour de ce centre névralgique ont été placés les fournisseurs avec des panonceaux indiquant clairement leur degré d'engagement dans le programme de partenariat institué par la centrale (32 partenaires Or, 21 Argent, 16 Bronze), coloris que l'on retrouve également sur les Cofacates exposés. L'ensemble forme un échantillon d'entreprises représentatif de la quincaillerie et de la fourniture industrielle, pour parler de ce qui nous concerne spécifiquement, rarement atteint même lors des plus importants des salons professionnels nationaux.

Au-delà de cette représentativité, cette assemblée constitue également «?une place de marché unique en son genre?», comme la qualifie Eric Champion, président de Groupe Cofaq, qui devraient générer cette année des ventes supérieures à 50 millions d'euros, contre 47 millions en 2023?; avec l'espérance à moitié avouée de basculer au-delà des 55 millions même si un ralentissement de l'activité est perceptible. Ces achats lanceront une année 2024 qui fait suite à un millésime 2023 très positif avec un volume d'affaires estimé qui s'est élevé à 1,4 milliard d'euros tous métiers confondus, en progression de 15% par rapport à 2022.

Au service des adhérents clients

Comme le rapporte Laurent Huntzinger, directeur général de Groupe Cofaq?: «?*L'activité a bénéficié sur cette période de plusieurs accélérateurs avec de nombreux nouveaux adhérents, l'arrivée de fournisseurs supplémentaires venus enrichir l'offre et l'aide constante de la centrale entièrement tournée vers le service à ses adhérents*?». Nous écrivons ici adhérents mais la sémantique a son importance et Eric Champion comme

Laurent Huntzinger insistent tous deux sur le fait d’ajouter à cette qualification celle de «?clients?», afin d’exprimer la volonté affichée du Groupe Cofaq d’apporter les meilleurs services possibles. Même si la centrale œuvrait déjà au bénéfice de ses adhérents, elle se place maintenant, avec une gouvernance qui a remis la souveraineté des décisions au niveau du réseau, dans la position d’un partenaire qui peut et doit être critiqué sur ses performances. Il doit être inventif, proactif et efficace?: «*?C’est un engagement fort qui incite à aller de l’avant et qui est soumis au verdict des adhérents*?». Tous les deux ans, une enquête de satisfaction a d’ailleurs été instaurée pour obtenir le ressenti du réseau, évaluer les projets menés par rapport aux attentes formulées. «*?Tous peuvent s’exprimer et doivent se faire entendre,?pas seulement ceux qui parlent le plus fort*?» pointe Laurent Huntzinger, qui n’hésite pas à adresser un...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n’avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue