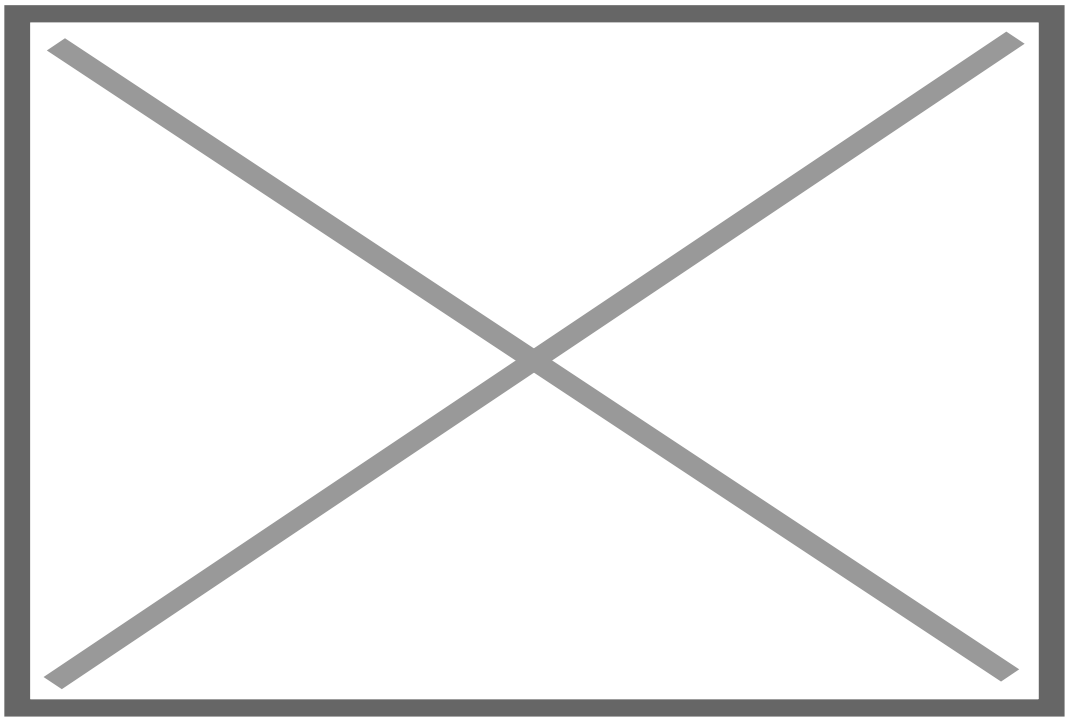
mars 2025

Cofaq

Une mutation qui s’accélère

Depuis l’arrivée d’Eric Champion à sa présidence, le Groupe Cofaq a fortement évolué et son salon BtoB de février, transféré de son enceinte historique de Poitiers au parc Eurexpo de Lyon, reflète complètement cette transformation. Tout est désormais beaucoup plus contrôlé et évalué dans un souci d’optimisation des performances des adhérents.



Cette année, le Groupe Cofaq a donné rendez-vous à ses adhérents et ses fournisseurs de référence les dimanche et lundi 23 et 24 février pour son salon annuel BtoB. Regroupant ses différentes expertises en quincaillerie, fournitures industrielles, bâtiment, agriculture, élevage, bricolage et EPI, il a accueilli 340 exposants fournisseurs répartis sur 310 stands sur 14 000 m^2 du Parc Eurexpo de Lyon. L’ensemble des adhérents de ses réseaux Master Pro, Bricopro, Securom, Epagri et Distribution du Bâtiment étaient naturellement conviés à l’événement pour rencontrer leurs partenaires et potentiellement en découvrir des nouveaux, sans oublier de remettre leurs commandes effectuées à des conditions salon avantageuses.

La nouvelle Agora

Pour cette troisième édition organisée à Lyon, le Groupe Cofaq a fait évoluer son concept pour parfaire ce rendez-vous avec des points d’intérêts qui ont été pour partie transformés. Ainsi, à la bastide Cofaq qui trône au milieu des deux halls investis, l’espace MDD et plans de vente, le stand des services, plus quelques emplacements spécifiques (Cofalog, MDD Attractiv’, Boomerang, Techinfor, Wanzl), le distributeur a ajouté cette année une Agora destinée à accueillir les rendez-vous qui ont rythmé l’événement. Cet espace, implanté dans la partie du salon dédiée aux équipements de protection individuelle, a ainsi été le théâtre de vingt-deux démonstrations de produits et de deux défilés EPI où des responsables des marques présentées et des salariés de Groupe Cofaq ont servi de mannequins. Ces interventions ont été filmées et retransmises en direct ou en différé sur la trentaine d’écrans répartis dans l’ensemble du salon, les vidéos étant ensuite mises à disposition des fournisseurs pour leur propre promotion. Neuf émissions de web TV ont également été tournées, pour

l’ouverture et la clôture du salon et la réalisation d’interviews sur des sujets d’actualité. Elles ont notamment concerné les achats avec la nouvelle Directrice de la transformation achat groupe Wendy Rinuccini, l’organisation logistique avec le Directeur d’exploitation Cofalog Claude Beau, la nouvelle marque propre du réseau Master Pro présentée par Pierre-Yves Laurent, Directeur marketing et communication de Groupe Cofaq, et Marie-Pierre Bernard, Responsable marque propre, etc. Tous ces événements étaient indiqués dans l’application Imagina dédiée au salon.

Un Village Innovation incontournable

Un autre lieu est également sorti de terre, en l’occurrence Le Village Innovation, directement placé sur le chemin menant à l’espace restauration. Ce parcours obligé a permis à tous les adhérents présents de découvrir les innovations portées par quelque soixante-dix marques, une façon d’inciter les distributeurs à se rendre sur le stand de certains fournisseurs pour pousser plus loin la découverte. Cette sollicitation à sortir des sentiers battus a aussi été encouragée par le jeu Explorer qui demandait aux adhérents de suivre un parcours dans le salon. A travers cette opération, l’objectif de Cofaq était aussi de donner un éclairage supplémentaire à des fournisseurs nouveaux ou moins connus. Une...

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