

# Cofaq - Master Pro

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

## Le milliard, rien qu'une étape !

Pour la première fois en 2017, le Cofaq a franchi la barre plus que symbolique du milliard d'euros pour le chiffre d'affaires consolidé de ses adhérents. Dans la continuité de cette performance, la 37e édition de son salon de l'équipement professionnel et du bricolage a, début février, tenu toutes ses promesses avec des ventes record qui ont avoisiné les 25 millions d'euros, illustrant la confiance des adhérents de la coopérative dans le futur de leurs affaires.

Directeur général du Cofaq depuis neuf ans mais avec une décennie de présence sur le salon de printemps du groupement, Thierry Anselin connaît pleinement les enjeux de cette manifestation et l'importance qu'elle revêt à la fois pour les adhérents – actionnaires Cofaq comme cela été répété de nombreuses fois durant ces deux jours pour bien évoquer leur implication totale dans le projet d'entreprise – et pour leurs fournisseurs. L'événement est préparé avec soin et bénéficie d'une organisation remarquable, souvent évoquée par les fournisseurs participants, 280 cette année, avec comme conséquence un volume d'affaires toujours en progression, témoignage de la croissance de toutes les filières du Cofaq. Ce rendez-vous est également l'occasion d'un point presse qui vient en début d'année faire un bilan de l'année écoulée et décrire les objectifs à court terme du Cofaq.

Un CA consolidé de 1 015 millions d'euros

Au 1er janvier 2018, le Groupe Cofaq totalisait 575 points de vente, 382 pour la filière des marchés professionnels et 193 pour le grand public, un nombre quasiment inchangé par rapport à l'année passée du fait des entrées et sorties propres à la vie des groupements – notons toutefois l'arrivée de dix-sept nouveaux actionnaires depuis le dernier salon. Le chiffre d'affaires consolidé du réseau a toutefois augmenté de 5,4% pour atteindre les 1 015 millions d'euros, un montant pour la première fois supérieur au milliard d'euros. Crédité d'un +7% pour la filière des marchés professionnels et de +1% pour la filière grand public, le chiffre d'achats négocié par la centrale a pour sa part progressé de 7%, à 325 millions d'euros.

Franchir la barre du milliard n'est pas un objectif en soi. Même si c'est une étape qui donne au Cofaq un rayonnement que l'on ne peut ignorer, Thierry Anselin et toute son équipe n'entendent pas faire de pause mais au contraire poursuivre la stratégie de développement en cours dont les bénéfices rejaillissent sur tout l'écosystème du groupement. Capable en mutualisant les forces de mener à bien des projets qu'un distributeur isolé ne pourrait en aucun cas engager, le Cofaq entend bien doter ses actionnaires des moyens qui lui permettront de pérenniser et développer leurs entreprises dans les années à venir. De nombreux défis sont encore à relever dans tous les domaines (services, coût, logistique, numérique...) afin de pouvoir proposer à toutes les typologies de clients les solutions les plus performantes.

Des progressions à deux chiffres

Ainsi, alors que le plan Cap 2018 va toucher à sa fin pour être prolongé par un Cap 2023 qui sera dévoilé en fin d'année, le Cofaq affiche dès à présent des objectifs très élevés à l'horizon 2020. Sur ses quatre grands marchés qui correspondent à ses principales typologies d'entreprises

adhérentes – trois dans le B to B avec la fourniture industrielle et la maintenance, les négoce orientés bâtiment, ceux spécialistes EPI, et de l'autre côté le B to C – la coopérative a communiqué des chiffres qui font montre d'une ambition redoutable.

Ainsi, du côté de la filière des marchés professionnels, le Cofaq annonce vouloir augmenter de 11% son nombre de points de vente Master Pro et Master Pro Comptoir avec conjointement une hausse de chiffre d'affaires de 21%. Pour le bâtiment, typologie reprise par nombre de Master Pro ainsi que dans les Master'mat (espace de vente pro intégré à un négoce matériaux) et les Magasin Pro BigMat, l'ambition est d'augmenter de 30% le nombre de points de vente pour un chiffre d'affaires supérieur de 39% à l'actuel. Dans le domaine des équipements de protection individuelle, la croissance escomptée est de 40% en nombre d'agences Master Pro Expert EPI et de 50% en valeur de vente afin de donner à ce réseau le maillage national qui lui est nécessaire. Que des progressions à deux chiffres avec, dans certains cas, des niveaux de croissance particulièrement ambitieux ! Quant au secteur grand public, une croissance de 10% se projette en nombre de magasins Brico Pro, Brico Pro Relais et Le Carré du Bricolage (libre-service bricolage intégré à un négoce matériaux) pour un chiffre d'affaires en progression de 16%.

Ces objectifs, supérieurs aux évolutions attendues des marchés, ne seront atteints qu'à travers des gains en parts de marché et une accentuation des efforts consacrés à cet effet.

### Massification des achats

La filière des marchés professionnels du Cofaq avec ses trois grands marchés FI, Bâtiment et spécialistes EPI a généré en 2017 un chiffre d'affaires de 752 millions d'euros réalisé avec un réseau de 382 agences (chiffres au 31/12). Pour gagner encore en représentativité sur le marché à travers ses cinq enseignes dédiées, plusieurs leviers vont être actionnés, dont notamment la massification des achats et l'intensification de la création de plans de vente, deux engagements complémentaires.

La massification des achats est un enjeu majeur pour le Cofaq pour améliorer son positionnement concurrentiel sur le marché, selon la logique bien connue de l'amélioration des conditions tarifaires liée à l'augmentation des volumes achetés grâce à la fédération du réseau. Pour ce faire, le groupement va en concertation avec ses adhérents et ses fournisseurs amplifier l'établissement de plans de vente de plus en plus fins qui seront relayés sur le terrain, avec comme volonté d'obtenir une convergence du réseau vers un assortiment commun, « sans toutefois proposer une offre standardisée » précise Vianney Hamoir, directeur de la filière des marchés professionnels du Cofaq, qui poursuit : « Il existe aujourd'hui des plans de vente à travers les catalogue L'Essentiel, une colonne vertébrale que l'on va étoffer pour construire une proposition globale propre à améliorer l'efficacité des points de vente. Plus de références communes, par exemple dans les consommables et les accessoires, permettra de massifier les achats sur certaines d'entre elles et de bonifier les conditions d'achats d'une façon permanente – nous ne sommes pas ici dans le cadre des actions one shot d'achats d'une référence en gros volume. L'objectif n'est pas de réduire les référencements outre-mesure mais de construire de façon rationnelle une offre qui réponde aux besoins de la clientèle en termes de solutions produits et de prix marché. Un travail important sur les plans de vente est en cours, d'abord sur les deux marchés Fourniture Industrielle et Bâtiment, ce dernier uniquement pour les Master Pro relevant de cette typologie, les enseignes Magasin Pro BigMat et Master'mat ayant comme stratégie d'utiliser un plan de vente très exhaustif correspondant à leur cœur d'activité qui n'a pas vocation à être modifié.

Les centres de distribution Hex-Appro à Bobigny et Distrifaq à Naintré seront bien sûr mis à contribution dans cette stratégie afin d'optimiser toute la chaîne d'approvisionnement en fonction des coûts logistiques propres à chaque produit – un quatrième acheteur basé sur ces centres logistiques est d'ailleurs en cours de recrutement. « Un nouveau schéma directeur « supply chain »

est en cours d'élaboration », précise Thierry Anselin, « qui doit permettre de fluidifier le parcours du produit entre son référencement par la centrale et sa vente dans le magasin ».

A cet égard, le Groupe travaille également sur une 3e génération de PIM (gestion des informations produits) destinée à intégrer les solutions de commerce en ligne. Un élément clé pour le développement des outils numériques dans les points de vente.

#### La communication autour de l'Essentiel

Outre l'établissement de plans de vente détaillés et la massification des achats, le Cofaq met en place comme chaque année des plans d'actions commerciales pour dynamiser ses réseaux. Pour les marchés professionnels, outre le Master, bible de 32 000 articles rééditée l'année dernière et d'une durée de vie de trois ans, Master Pro s'appuie sur différents supports désormais bien connus de sa clientèle. Les plus importants sont les quatre catalogues L'Essentiel : « FI et maintenance », « Protection », « Bâtiment » et « Levage manutention » qui sont renouvelés chaque année et forment la structure des référencements magasins. En complément, ces réseaux bénéficient de plusieurs animations commerciales avec en premier lieu les actions Pop ! pour l'industrie et pour le bâtiment qui rassemblent aujourd'hui toutes les opérations promotionnelles, y compris les anciennes Journées Solutions du réseau. Il faut également citer les 100% métier, quelque trente-cinq documents dédiés à des professions (serrurier, transporteur, exploitant agricole...) complétés par des PLV que les distributeurs peuvent utiliser tout au long de l'année pour promouvoir des offres spécialisées ainsi que le Sélection Hiver dans les EPI, le livret WIN « What Is Nouveau chez Master Pro ? » consacré à la promotion des innovations et l'action Mission Hauteur organisée depuis cinq ans avec Tubesca Comabi. Un focus sera également fait sur le secteur de la serrurerie et de la quincaillerie de bâtiment, pour lequel un recrutement de chef produits est en cours.

Sur des marchés plus ciblés, le Cofaq sort un catalogue général pour son réseau Master Pro Expert EPI, deux Sélections automne-hiver et printemps-été, le lancement cette année d'un guide technique concernant les risques de catégorie 3 pour accompagner la montée en compétence du réseau. A noter également une démarche ciblée de Master Pro Expert EPI sur les collectivités, hôpitaux et restaurateurs, thème d'un catalogue qui sera publié en fin d'année. Concernant le marché bâtiment, le Cofaq édite les catalogues Master'mat et Magasin Pro BigMat avec en appui du premier les actions L'opération et Les Irrésistibles et pour le second les animations Flash et Action !

Terminons ce chapitre consacré aux actions commerciales avec la participation de la filière des marchés professionnels à différents salons. Sont ainsi programmés des présences à Aquibat, Expoprotection Paris et Préventica Lyon et Bordeaux.

#### Recrutement de compétences

Les quelques chantiers évoqués ci-dessus, de la massification des plans de vente jusqu'à la participation à des salons plus la transition numérique du commerce et l'optimisation de la logistique impliquent de renforcer les compétences du groupement. Sans rentrer dans les détails, une nouvelle organisation a été mise en place pour gérer la partie professionnelle sous la direction de Vianney Hamoir. Il va désormais être épaulé dans sa tâche par trois responsables d'enseignes pour la fourniture industrielle et la maintenance, pour le bâtiment, ces deux premiers collaborateurs étant en cours de recrutement à ce jour, et pour les enseignes spécialistes EPI en la personne de Frédéric Hazard. La filiale Master Pro Grands Comptes recrute également un responsable. Au niveau des achats, deux structures sont établies et travaillent en synergie respectivement dirigées par Fabien Rey (promotion interne) pour les marchés pros et Ophélie Luthier pour le marché grand public. A noter ici le recrutement de quatre collaborateurs dans le

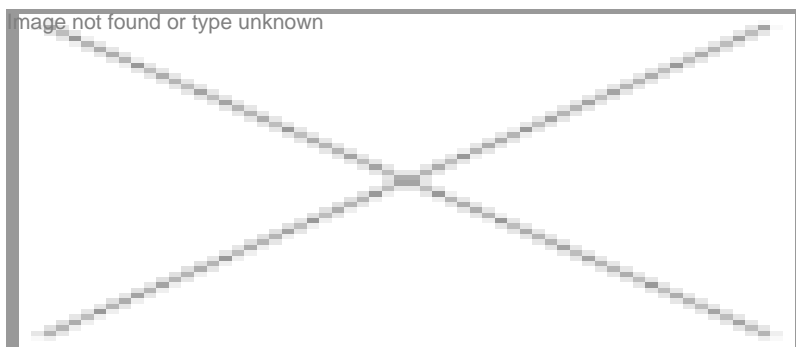
service achats des marchés B to B pour porter à dix le nombre de chefs produits. Enfin, et il faut le signaler car il s'agit d'une belle évolution professionnelle, David Lachieze-Rey qui animait précédemment l'équipe des six délégués régionaux Master Pro a repris le point de vente Master Pro Somec avec le concours de Master Pro Abram. Un recrutement est en cours pour son remplacement au poste de responsable des délégués régionaux.

Frédéric Bassigny

?

## Les Trophées de l'Innovation

Le salon de l'équipement professionnel et du bricolage Cofaq a remis cette année 2018 ses neuvièmes Trophées de l'innovation qui viennent distinguer les fournisseurs ayant apporté au marché une nouvelle solution produits remarquable par sa conception et son résultat. Pour les marchés professionnels, trois récompenses ont été décernées par les adhérents parmi neuf produits sélectionnés.



### Trophée d'or

Thirard pour sa béquille connectée

Permettant un accès au domicile à partir d'un smartphone connecté en bluetooth, la béquille connectée Thirard offre une sécurité optimale en permettant d'administrer des autorisations d'ouvertures à tout moment. Elle est conçue pour des portes faisant de 35 à 55 mm d'épaisseur et est autonome en alimentation.

### Trophée d'argent

Facom pour sa pince coupante 192T-18UPE

Dotée de taillants d'une dureté de 61/63 HRc conçus pour couper tous les types de fils (cordes à piano ? 3 mm, fils tendres, matériaux modernes), la nouvelle pince coupante diagonale Facom 192T-18UPE à puissance démultipliée bénéficie d'une conception originale avec une cinématique permettant à la marque d'annoncer une réduction des efforts de 50%.

### Trophée de bronze

Guard Industrie pour son pulvérisateur Guard Jet

Le Guard Jet de Guard Industrie est un appareil autonome sur batterie 14,4 V 2.2 Ah qui peut servir comme pulvérisateur à jet continu et comme nettoyeur basse pression à 7 bar. Livré avec un kit comprenant trois buses à raccord rapide (jet droit, pinceau, miroir) et une lance télescopique à trois sections (longueur 1,37 m), il peut être utilisé sur tous types de surfaces avec une portée de 10 mètres. Poids total de 4,5 kg.

Handisport : Soutien à Lucas Mazur

Déjà partenaire de diverses structures au nom de son engagement sociétal, parmi lesquelles l'association l'Hôpital pour les enfants au CHU de Poitiers et la fondation Architectes de l'urgence, le Groupe Cofaq s'est engagé cette année à soutenir Lucas Mazur à travers le fonds de dotation Telmah. Athlète de haut niveau, Lucas Mazur est champion du monde 2017 de badminton dans la catégorie SL4 (handicap d'un membre inférieur).