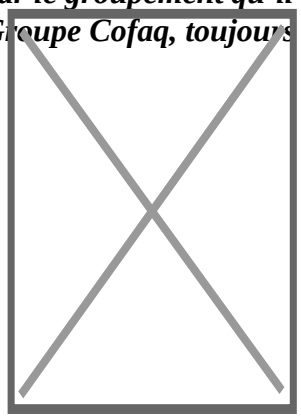
mars 2014

Master Pro

Accueil / BBI / Distribution / Cofaq

Un salon à 18 millions d’euros

« Accélérateur de business, amortisseur de crise, anticipateur de marché, promoteur de valeurs », les formules ne manquent pas à Thierry Anselin pour qualifier la politique menée au service de ses adhérents par le groupement qu’il dirige ; des formules dont la dynamique imprégnait le salon de printemps 2014 du Groupe Cofaq, toujours aussi convivial et commerçant.



Organisé lors de la première quinzaine de février, le salon Cofaq de l’Equipement Pro et du Bricolage nous donne chaque année l’occasion de faire un point sur le développement de cette société coopérative et notamment de sa branche professionnelle dont la croissance est continue depuis une quinzaine d’années.

Commémorative du 60ème anniversaire du Comptoir Français de la Quincaillerie, nom premier de Cofaq, cette édition 2014 organisée les dimanche 16 et lundi 17 février derniers a été comme à l’accoutumée le lieu d’un intense échange commercial avec des distributeurs déposant commande sur commande auprès des fournisseurs pour profiter des conditions salon. Très bien préparés en amont par la centrale d’achats Cofaq, ces achats ont connu un bond très important ces dernières années, passant de 9,9 Me en 2009 à 15 Me en 2013, pour atteindre cette année environ 18 millions d’euros. Cette progression impressionnante va de pair avec celle de Groupe Cofaq, qui a réalisé en 2013 un chiffre d’affaires vente de 886 millions d’euros HT, et bien sûr celle de ses deux réseaux sous enseigne – certains adhérents sont encore sous magasin en nom personnel –, à savoir Master Pro crédité sur 2013 d’un CA de 640 millions d’euros (en hausse de 2,4% par rapport à 2012) et Brico Pro qui a réalisé sur cette même année un CA de 186 millions d’euros (+3,3% vs 2012). En termes de points de vente, Master Pro compte aujourd’hui un total de 234 agences en tenant compte des dernières affiliations, pour certaines intervenues depuis le 1er janvier dernier (Partenaire FC à Saint Arnoult en Yvelines, FIC à Dagneux, les deux sites de La Quincaillerie Méditerranéenne à La Penne sur Huveaune et Montpellier et Somefi à Villefranche sur Saône en cours de déménagement).

Brico Pro compte de son côté 98 magasins avec un taux de recrutement élevé dû notamment au passage sous enseigne d’affiliés Cofaq en nom personnel (treize en 2013 et dix prévus entre mars et juillet 2014). Comme le commente Thierry Anselin, directeur général de Groupe Cofaq, pour illustrer le dynamisme du groupement par une formule, « les adhérents ont le sourire ».

Préparer « Cap sur 2018 »

Pour le Cofaq, l’année 2014 va être celle de la finalisation de son plan stratégique « Cap sur 2018 » qui le

projette quatre ans en avant, avec en filigrane une vision à plus long terme sur son devenir à l'échelle de la prochaine décennie. Présenté en région lors de réunions qui vont s'échelonner tout au long du premier semestre, ce projet « Cap sur 2018 », où l'adhérent est placé au centre de l'organisation, a comme objectif selon les termes exacts communiqués par le groupement « de faire du commerce associé Cofaq un modèle de performance au service de la profitabilité et de la pérennité des entreprises adhérentes ».

D'ores et déjà, trois axes de travail ont été établis sur la logistique, le recrutement et les aides à la croissance et à la transmission, Concernant la logistique, les 4 000 m2 de la plate-forme Hex-Appro de Bobigny et les 4 000 m2 du site DPC de Naintré sont désormais insuffisants pour répondre à la montée en puissance de Groupe Cofaq, ces centres devant de plus accueillir des flux Socoda, stocker les plans de vente référencés des magasins Master Pro Mastermat et travailler sur des solutions commerciales multicanal, gourmandes en espace de stockage. Le groupement a donc finalisé le transfert de son centre de distribution francilien qui devrait être déménagé sur un bâtiment faisant de 11 000 m2 de surface au sol, toujours en région parisienne. Parallèlement, l'entrepôt de Naintré, désormais propriété à 100% de Cofaq et rebaptisé Distrifaq, va être agrandi pour atteindre lui aussi les 11 000 m2 et travailler conjointement avec Hex-Appro. Les deux sites bénéficient aujourd'hui du même ERP et déploieront de nouveaux outils de gestion communs propres à répondre aux demandes futures.

Pour le recrutement, un audit est en cours sur le service apporté par la centrale dans cette mission. L'objectif est à terme d'accompagner les adhérents dans le cadre d'un dispositif national d'aide au recrutement et à la valorisation des compétences. Enfin, sur la croissance et la transmission des entreprises, une autre enquête a été lancée auprès des adhérents pour identifier les projets de développement et de cession afin de les guider au mieux dans ces processus. Dans ce cadre, Cofaq peut s'appuyer sur sa société financière Fico et ses partenariats avec Socorec (société financière) et Synercom (société de conseil).

Le retour du Master

Concernant plus spécifiquement l'enseigne Master Pro, hormis le plan « Cap sur 2018 » qui fait obligatoirement partie intégrante de son développement futur, le salon de printemps 2014 a été l'occasion pour l'enseigne de présenter la deuxième édition de son catalogue général Le Master. Ouvrage attendu par tout le réseau – la première édition datait de 2009 – cette bible balaye l'ensemble du savoir-faire des adhérents Master Pro et en 1 700 pages décrit 32 000 articles qui permettent de répondre aux demandes des professionnels de l'industrie, du bâtiment et des collectivités locales.

Le salon est aussi le moment de la présentation de l'Essentiel, catalogue annuel qui reprend les principales lignes de produits dans l'outillage, la fourniture industrielle et la maintenance. Fort de 844 pages, il en a gagné quelque 200 par rapport à l'édition 2013 afin de mieux valoriser l'offre et donner de la place à des gammes en développement (protection de l'environnement, levage manutention). L'Essentiel 2014 compte 3 200 références et a été tiré à 120â€¯000 exemplaires.

Opérations POP !

Hormis ces supports de vente catalogues, qui comprennent également un Master Pro Expert Epi, un Essentiel Bâtiment et des catalogues adaptés aux réseaux Master Pro Comptoir, Master Pro Mastermat et Master Pro Expert EPI, le réseau professionnel de Groupe Cofaq déploie tout au long de l'année des opérations d'animation des ventes largement suivies sur le terrain. Comme le souligne Vianney Hamoir, directeur des enseignes Master Pro, « nous pouvons compter sur un réseau très fédéré qui s'implique pleinement dans les actions qui lui sont proposées. » Venant s'ajouter aux Journées Solutions, trois semaines deux fois par an sur des offres exclusives communes au réseau, aux Irrésistibles, plusieurs produits mis en avant chaque fois à des conditions prix attractives, le podium Spécial Innovation conçu pour mettre en avant des nouveautés produits de fournisseurs partenaires, Master Pro lance cette année l'action promotionnelle POP !, un dispositif qui concourt à assurer une animation commerciale continue dans les magasins.

Menée en partenariat avec des marques de premier plan, cette action a comme objectif de balayer l'offre de l'Essentiel afin de mettre un coup de projecteur sur de nombreux produits déjà présents en fond de rayon. L'engagement des adhérents sur des quantités minimum permettra parallèlement d'obtenir des prix de ventes attractifs. Ces produits seront promus par un catalogue dédié décliné par cibles (FI artisans collectivités, Outillage et matériel bâtiment, Négoces matériaux) et en magasin par un podium promotionnel soutenu par une communication légèrement décalée pour accentuer le côté convivial de l'animation. La première action POP ! se déroulera du 10 mars au 25 avril prochain.

FB

Succès renouvelé

A l'instar de ses prédécesseurs, le salon Cofaq de l'Equipement Pro et du Bricolage 2014 fut à nouveau une réussite. Accueillant 283 exposants sur sa surface d'exposition de 7 000 m2, il a rassemblé sur ses deux jours la quasi-totalité des adhérents du Groupe qui ont déposé quelque 8 000 commandes aux conditions spéciales proposées par les fournisseurs présents.

Deux répliques de magasins Master Pro et Brico Pro étaient montées pour montrer des exemples d'agencement et de merchandising, avec pour l'enseigne professionnelle un effort particulier sur la serrurerie et quincaillerie de bâtiment, domaine qui fera l'objet d'une attention spécifique au cours de l'année 2014. Des exemples de podiums POP ! étaient également visibles avec leur communication colorée.

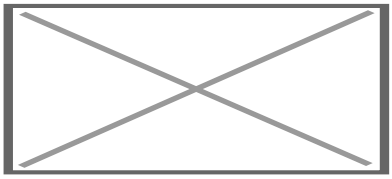
Des Trophées pour les nouveautés et l'éco-responsabilité

Comme chaque année désormais, Cofaq attribue des Trophées des Nouveautés aux fournisseurs ayant mis sur le marché les innovations les plus remarquables. Cette année, les lauréats pour le pôle professionnel sont PMS Industrie, Binzel et Comasec



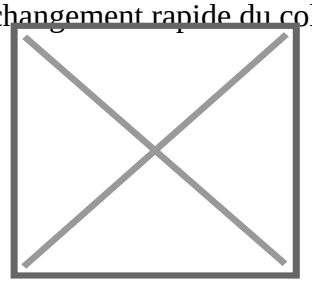
Trophée d'Or : PMS Industrie pour son arrimage avec accumulateur de tension

Placé sur la sangle d'arrimage, cet accumulateur compense la perte de tension liée aux aléas de la route. Ainsi, il améliore la stabilité du chargement et permet de limiter les arrêts pour retendre les sangles. De plus, l'ergonomie de cet accumulateur assure une meilleure tension de la sangle tout en limitant l'effort à produire.



Trophée d'argent : Binzel pour sa torche de soudage Abimig

Cette torche de soudage est équipée d'un col de cygne flexible qui s'adapte parfaitement à la position de soudure, limitant ainsi les efforts fournis par le soudeur. Le poids réduit de son câble et le système de changement rapide du col de cygne facilitent également son utilisation.



Trophée de bronze : Comasec pour son gant de protection Activarmr

Avec son enduction en caoutchouc thermoplastique moulée d’un seul tenant, ce gant sans couture et respirant allie confort et protection tout en offrant une très bonne résistance à l’abrasion. Des renforts de protection sont également placés sur les zones les plus vulnérables et au dos de la main.



Cofaq attribue également depuis 2012 des Trophées Éco-

Responsables qui récompensent les actions réalisées en faveur du développement durable. La société Fiskars Leborgne a été distinguée pour sa démarche globale d’entreprise (R&D menée en collaboration avec les professionnels du bâtiment, outils innovants réduisant la pénibilité du travail des artisans, production responsable à partir d’acier recyclé et de bois issus de forêts certifiées, fabrication française certifiée ISO14001, actions sociétales…). Pour la démarche sociétale, le lauréat est la société Thirard pour ses actions visant à la replantation des arbres, la sauvegarde de notre patrimoine naturel et culturel et la protection des océans. Enfin, pour les produits éco-conçus, le Trophée revient à Bierbaum-Proenen pour sa gamme de vêtements biodégradables tant du point de vue des matériaux que des fils et colorants. Pour leur fabrication, l’utilisation des ressources naturelles se fait de manière raisonnée tandis que les vêtements en fin de vie intègrent un cycle de compostage.