

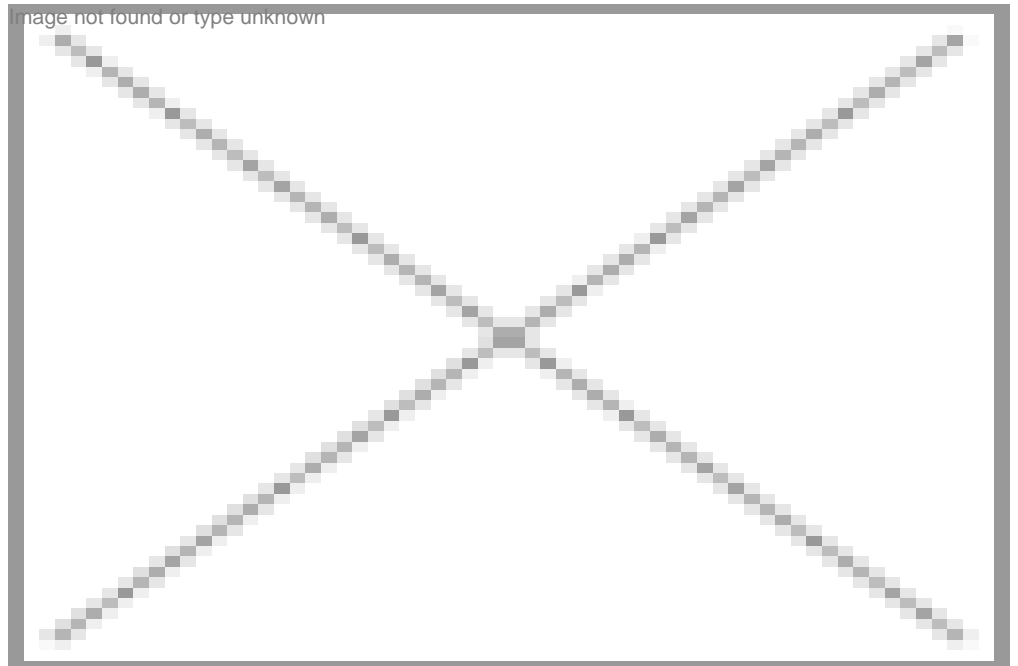
DomPro

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

Trente ans, rien que du bonheur !

En croissance de chiffre d'affaires de 12% en 2025, le réseau DomPro poursuit sa dynamique. Désormais trentenaire, l'enseigne s'enrichit de nouveaux services, et la construction de la centrale DPRX, qui regroupe les réseaux DomPro, Safetis et Synametal devrait donner de nouveaux atouts à l'ensemble du groupement.

DomPro fête cette année ses 30 ans, mais cet anniversaire n'est visiblement pas une fin en soi pour Vincent Vuillaumié, directeur général de Formusson Distribution, résolument tourné vers l'avenir. Pas d'annonces tonitruantes et d'effets de manche pour le distributeur qui préfère embarquer les adhérents dans des avancées bien concrètes : « On crée l'outil, on crée l'objectif. »



Une croissance continue

Néanmoins, en trente ans, la centrale d'indépendants créée en 1996 par le groupement Domaxel, acquise en 2004 par le Groupe Adeo avant de rejoindre en 2021 le groupe mayennais Mirwault et sa filiale Formusson Distribution, a su faire preuve de résilience. Depuis cinq ans, le réseau DomPro affiche même une croissance continue. « En 2025, sur un marché contrarié, avec de grands écarts type, on s'en sort bien » se félicite Vincent Vuillaumié. En cumulé, les 161 adhérents du réseau DomPro et leurs 209 points de vente ont réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros, en hausse de 12%, pour les activités relevant de la centrale, sachant que neuf points de vente sont venus renforcer le parc.

A périmètre constant, l'évolution reste largement positive, située entre +4 et +5%. La confiance est bien là et les adhérents n'hésitent pas témoigner de leurs ambitions de développement, en ouvrant par exemple de nouveaux magasins pour conquérir de nouveaux territoires. L'attractivité du réseau est également manifeste. Ainsi, depuis janvier 2026, DomPro s'appuie désormais sur 164 adhérents et s'est renforcé de six nouveaux points de vente. « DomPro est une centrale qui embarque ses adhérents dans sa stratégie. Nous sommes des entrepreneurs et nous avons les mêmes préoccupations que les adhérents. »

Une marque propre

Le Forum DomPro qui s'est déroulé les 11 et 12 mars au Centre des Expositions de Tours, avec plus de 160 marques représentées, dont 37 nouveaux fournisseurs par rapport à la précédente édition, a reflété cet état d'esprit. Un nouveau stand Services mettait notamment à l'honneur les nouveaux outils proposés aux adhérents. «Une centrale, ce n'est pas que des référencement et des prix. C'est aussi des services pour accompagner la performance » rappelle Vincent Vuillaumié.

L'accent est notamment mis sur la nouvelle marque propre Prodixal, comportant pour l'heure de la chimie du bâtiment, des produits d'hygiène, des abrasifs appliqués et agglomérés, des rivets, des compresseurs, des enrouleurs électriques et prochainement des forets béton, des lames de scie sabre ou encore des graisses. «Cette marque propre répond à un besoin et vient vivre aux côtés des marques nationales. Plus de 50% du réseau a déjà fait un achat Prodixal. Nous savons cibler les produits du 20/80 qui s'y prêtent. Cela permet aux adhérents de se démarquer de la concurrence, de fidéliser leurs clients et de gagner en compétitivité. »

Cette offre est bien entendu disponible sur la plate-forme logistique d'Ernée, à côté de Laval, qui affiche un taux de service de 97%, avec 15 000 références en stock, disponibles en 24 h dans toute la France. «C'est un outil de performance. Les gammes sont travaillées tous les ans et les tarifs sont optimisés. Le Top 15 des adhérents qui commandent sur la plateforme enregistrent des progressions à deux chiffres. »

Nouveaux outils de pilotage

Les supports promotionnels ont aussi été retravaillés pour adopter un graphisme plus attrayant et le plan d'actions commerciales a été étoffé, avec notamment six prospectus supplémentaires. Les thématiques des « Bons Plans » sont désormais orientées métier pour mieux s'adapter à l'hétérogénéité du réseau. Par ailleurs, les supports sont davantage personnalisés à l'adhérent, dont le nom et le logo figurent dès la couverture du prospectus.

D'autres chantiers sont en cours pour accompagner les adhérents dans le pilotage de leur activité. DomPro annonce d'ici deux mois la refonte de son intranet, qui se musclera d'un moteur de recherche plus ergonomique et sera complété de différents éléments comme par exemple la possibilité d'intégration en masse des tarifs. Par ailleurs, depuis janvier, un nouvel outil digital est mis à disposition des adhérents pour leur permettre de simuler les seuils de RFA, en temps réel et en fonction de leurs flux d'achats. Un service de fidélité client clé en main est également proposé au réseau, avec une e-boutique cadeaux qui évite au point de vente d'avoir à se préoccuper de la gestion du programme.

Déploiement de la démarche RSE

Quant à la démarche RSE, elle se déploie désormais dans le réseau, après l'obtention par la centrale d'une médaille EcoVadis argent en juillet 2025. Deux groupes de travail, réunissant les adhérents soucieux de cette démarche ont été mis en place et la responsable RSE du groupe accompagne tous ceux qui visent le label EcoVadis. Une aide pour les adhérents qui souhaitent réaliser leur bilan carbone est également proposée.

Ce soutien intéresse évidemment tous ceux qui veulent monter en puissance dans leur réponse à des appels d'offre et à des collectivités locales. «En 2026, nous travaillerons sur la partie achats. Nous allons resserrer notre stratégie sur les partenaires fournisseurs, en mettant en avant ceux qui ont une démarche RSE, avant de descendre au produit. »

DPRX se construit

Annoncée lors du forum 2025, la centrale DPRX (Des Pros en RéseauX), destinée à mutualiser les services pour les réseaux DomPro, Safetis et Synametal, se construit, avec la mise en place d'outils spécifiques et de gammes qui peuvent être exclusives à l'un des réseaux.

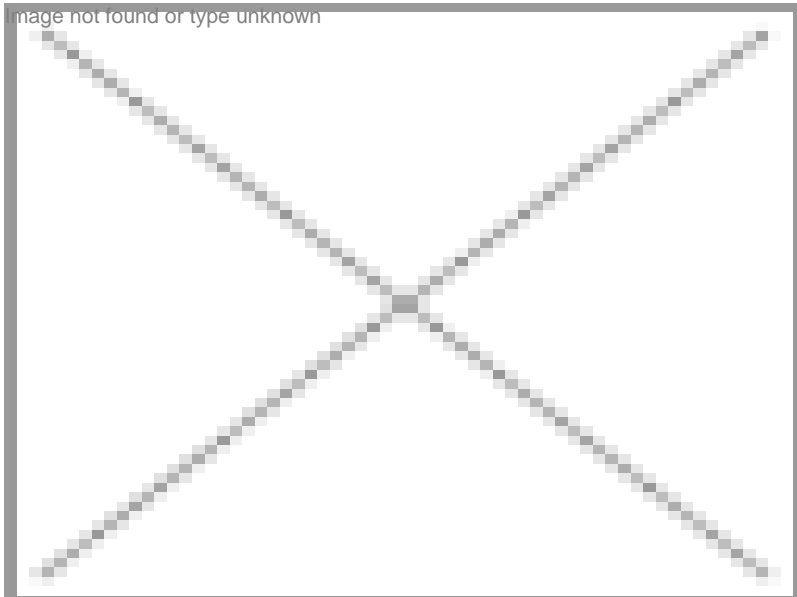
Les deux nouvelles enseignes, Safetis pour les spécialistes des EPI, et Synamétal pour les distributeurs spécialisés dans le domaine du soudage et du travail des métaux, se matérialisent peu à peu. En avril, chacun de ces deux nouveaux réseaux spécialisés bénéficiera de son propre site internet, avec une offre dédiée. En ce qui concerne Safetis, qui s'appuie déjà sur trois adhérents, dont Sofibac à Rennes, un catalogue spécifique EPI-Hygiène-Sécurité sera lancé dans la foulée, avec la création cet été d'une marque propre, Protevia portant notamment sur les gants et les chaussures de sécurité. Conçue donc pour des spécialistes dont l'activité principale est dans le domaine des EPI, l'enseigne Safetis intervient à un autre niveau que le label Expert EPI, qui donne une visibilité sur le marché à des adhérents DomPro qui ont une verticale EPI importante, avec un certain volume d'affaires réalisé sur ce métier et des équipes formées à la protection du travail, mais sans que ce soit l'essentiel de leur savoir-faire. «Notre ambition est de rassembler des indépendants qui souhaitent être adossés à un groupement, en participant à sa création, en étant partie-prenante dans les commissions. Safetis devient le troisième réseau d'indépendants spécialisés en EPI en France» souligne Vincent Vuillaumié, en indiquant que des discussions sont en cours avec des indépendants susceptibles de rejoindre Safetis en 2026.

De son côté, Synamétal disposera aussi dès cet été d'un catalogue exclusif sur les métiers liés au travail du métal, portée par cinq adhérents DomPro. «Synamétal se construit très clairement sur un actif très fort chez DomPro, c'est-dire les adhérents qui, autour de la fourniture industrielle, travaillent aussi le métal et la soudure. L'offre a été revue avec de nouvelles marques. Synamétal comme Safetis s'appuient ainsi sur des offres dédiées pour coller encore plus au business model des adhérents. »

DomPro se positionne bien entendu sur une offre multitechniques, avec une profondeur d'offre dans la FI et le cas échéant sur le bâtiment. «DomPro est vraiment le cœur battant, le cœur de la stratégie du réseau. Avec les deux nouveaux réseaux Safetis et Synamétal, nous répondons au besoin de spécialisation du marché. Cette stratégie va aussi bénéficier à DomPro, en permettant aux distributeurs d'aller plus loin dans l'offre, notamment à travers Protevia. Cela nous donne des capacités d'achats que nous n'avions pas avant. »

Agnès Richard

Les trophées de l'innovation DomPro



Trois trophées de l'innovation ont été décernés par les adhérents DomPro lors du Forum.

Médaille d'or: pour sa première participation au salon, le groupe Ox Tools est récompensé pour le support de table pliant et portable Bora Centipede CK6S, qui permet d'installer rapidement un atelier sur un chantier, avec une capacité de charge de 1 000 kg.

Médaille d'argent : Saint-Gobain Surface Solutions est distingué pour la meule Super Bleue Sécu-Max, qui grâce à sa construction à trois tissus de

renforcement est en mesure de réaliser en toute sécurité des opérations de tronçonnage, d'ébarbage léger et de polissage.

Médaille de bronze : Leborgne reçoit ce prix pour la clé à étais Nanovib, une clé universelle qui s'adapte à tous les étais du marché et permet un serrage/desserrage par mouvement rotatif, sans bruit et sans vibration.