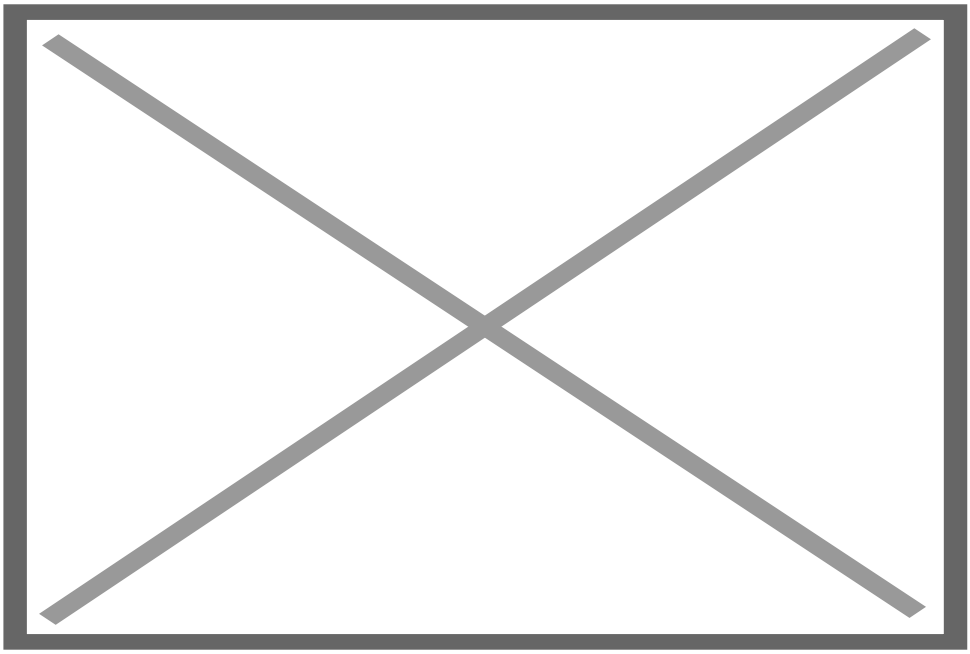
avril 2026

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 référencements et des prix. C’est aussi des services pour accompagner la performance* » rappelle Vincent Vuillaumié.

L’accent est...

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