avril 2012

DomPro

Accueil / BBI / Distribution / DomPro

Groupe ADEO réaffirme son engagement auprès de DomPro

Placé sous le signe de l'autonomie dans l'appartenance à l'un des tout premiers groupes mondiaux de son secteur, le réseau DomPro est dirigé depuis le début de l'année par Pascal Lefebvre. Sans marquer de rupture avec le passé, cette nouvelle direction générale de l'enseigne réaffirme l'engagement total de Groupe ADEO au côté de DomPro et la volonté du réseau de distribution professionnelle de bâtir sa croissance sur la synergie forte qui existe entre les deux structures et sur des relations de confiance avec ses adhérents.

Aux yeux de Patrice Olivier, PDG de DomPro et Directeur général délégué RH de Groupe ADEO, l'arrivée de Pascal Lefebvre aux commandes du réseau est une manifestation concrète de l'engagement du groupe au côté de DomPro, « *la seule organisation de la distribution B to B à être adossée à une structure d'une telle envergure* » précise-t-il. Ce soutien affirmé se traduit notamment par la volonté de mettre au service de l'enseigne l'ensemble des savoir-faire des entreprises de Groupe ADEO pour créer ainsi une synergie profitable dans de nombreux domaines qu'il s'agisse des achats, de la chaîne logistique, des systèmes d'information ou encore des relations humaines, sans parler des moyens financiers que le Groupe ADEO est prêt à engager pour accompagner DomPro dans son expansion. En ce qui concerne la stratégie de marques de l'enseigne, DomPro qui réaffirme l'importance accordée aux marques des fournisseurs partenaires pourrait là aussi bénéficier du savoir-faire du groupe en matière de marques de distributeur, au cas où il en manifesterait le désir.

Un professionnel chevronné de la distribution

Homme de terrain, Pascal Lefebvre est un « pro » de la distribution, un secteur dans lequel s'inscrit l'ensemble de son parcours professionnel, notamment la Direction de la Centrale d'Achats de Bricorama. Il y a dix-sept ans, il rejoint le Groupe ADEO, d'abord en tant que chef produit menuiserie puis à la direction du magasin Leroy Merlin du Mans où il ouvre le 1er magasin Vision en 2002, « *une expérience qui m'apportera la compréhension des différents enjeux, en amont comme en aval* » commente-t-il. Après cette expérience qui aura permis au nouveau DG de DomPro d'appréhender toute l'importance du facteur humain dans la réussite d'un projet, Pascal Lefebvre crée Leroy Merlin en Russie, avant de renouveler cette démarche en Turquie.

La passion du produit et du client

Le congrès DomPro de Lisbonne, en septembre dernier, donnera à l'actuel Directeur Général de l'enseigne entré au conseil d'administration de DomPro en mars 2011 l'occasion d'un premier rapprochement concret avec les adhérents du réseau. « *J'ai tout de suite été sensible à la démarche de ces entrepreneurs soucieux de la pérennité de leurs entreprises, ancrés dans leurs régions et animés de la passion du produit et de celle du client et je reconnais être moi aussi passionné par mes nouvelles responsabilités qui s'inscrivent dans le droit fil de mon parcours professionnel antérieur* » confie Pascal Lefebvre qui poursuit *« Les adhérents DomPro sont directs et exigeants, ce qui à mon sens va nous permettre de bien avancer ensemble en faisant de nos diversités une force. Ils peuvent en tout cas être assurés que je serai un ardent défenseur du commerce B to B au sein d'Adéo* ». Et pour bien le défendre, il faut bien le connaître ! C'est pourquoi, dès son arrivée à la direction générale de DomPro, Pascal Lefebvre a entrepris un tour de France de toutes les entreprises membres du réseau pour acquérir une bonne connaissance des réalités quotidiennes du terrain.

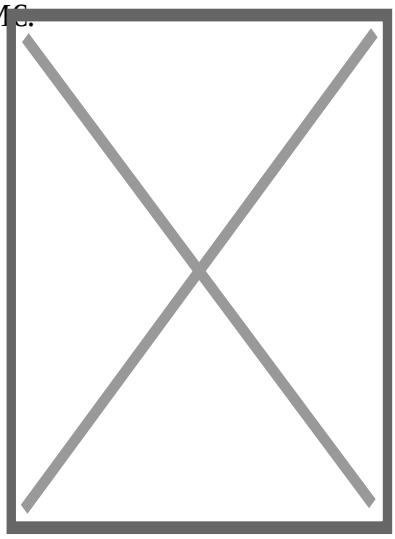
Créer de la valeur ajoutée pour tous les acteurs

Interrogé sur ses objectifs, Pascal Lefebvre évoque une volonté de création de valeur ajoutée pour l'ensemble des acteurs impliqués, les adhérents, les fournisseurs et la centrale. Et pour ce faire, le DG de l'enseigne s'annonce déterminé à intensifier la communication entre ces différents acteurs, « *Plus la démarche de DomPro traduira une volonté de co-construction, dans laquelle les animateurs du réseau jouent un rôle clé, plus elle sera cohérente aux yeux de ses adhérents* » affirment Patrice Olivier et Pascal Lefebvre qui voient tous deux dans les rapports de confiance instaurés avec les adhérents le meilleur moteur de l'expansion de DomPro. Pour créer cette valeur ajoutée, de nombreux projets sont dans les cartons et le prochain congrès DomPro, en septembre 2012, constituera une occasion privilégiée pour le nouveau Directeur Général de les évoquer plus concrètement.

Dominique Totin

Une croissance à deux chiffres en 2011

Au cours de l'année 2011, le réseau DomPro s'est élargi de 16 points de vente et a enregistré une croissance de 13%. A la fin de cette même année, le chiffre d'affaires cumulé des adhérents s'établissait à quelque 250 M€.



Le Forum des Pros 2012

Réunissant 156 fournisseurs, soit 16 de plus qu'à sa précédente édition, sur une surface d'exposition supérieure à 1 600 m2, le Forum DomPro 2012 s'est tenu les 29 et 30 mars dernier dans le hall 8 du Parc des Expositions de Paris-Villepinte où il a attiré 90% des adhérents du groupement venus échanger avec leurs fournisseurs et profiter d'offres commerciales particulièrement attractives proposées sur des stands dont la qualité a été reconnue de tous. Bénéficiant de la présence continue d'un animateur, cette édition 2012 était également placée sous le signe du dynamisme et de la qualité avec la mise en avant du Trophée de l'Innovation auxquels 36 fournisseurs concouraient. La convivialité a aussi marqué cet événement où adhérents et fournisseurs ont pu échanger de manière informelle, notamment à l'occasion d'une soirée spectacle organisée sur place.