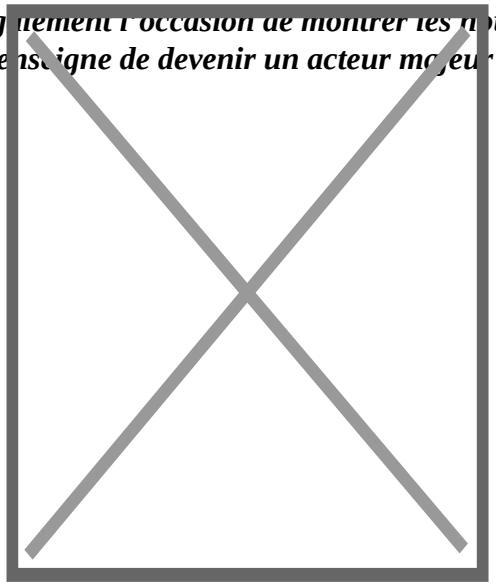
juin 2014

DomPro

La marche en avant

La stratégie mise en place depuis deux ans chez DomPro commence à porter ses fruits, en témoignent les ventes réseau en progression sur 2013 et l'arrivée de nouveaux adhérents en début d'année. Le 11e Forum des Pros, qui a eu lieu les 14 et 15 mai derniers au Parc des Expositions du Bourget, a été également l'occasion de montrer les nouveaux outils à disposition du réseau et d'affirmer la volonté de l'enseigne de devenir un acteur majeur du marché de la quincaillerie et de la fourniture industrielle.



Pascal Lefebvre, directeur général de DomPro, a le sourire. Il est vrai que les chiffres annoncés par le groupement d'indépendants sont pleins de promesses pour un groupe qui, plus que jamais, affirme son ambition de devenir un acteur majeur du marché de la fourniture industrielle.

Accélération du développement

Fort aujourd'hui d'un chiffre d'affaires réseau de 330 millions d'euros pour 155 points de vente, DomPro affiche à fin 2013 une croissance de 3%, sur un marché que le distributeur estime entre –3 et –4%. Mieux encore, sur le premier quadrimestre, le chiffre d'affaires fait un bond de 18%. Entre temps, l'enseigne BtoB de Groupe Adeo a renforcé son réseau en accueillant deux nouveaux adhérents de poids. En janvier, les dix points de vente du groupe Quincaillerie Aixoise ont effectivement rejoint l'enseigne, suivis tout récemment par ceux du groupe Locamod (27 agences de location réalisant un chiffre d'affaires de 26 millions d'euros), dont le but est de développer avec DomPro toute son offre de consommables. Pascal Lefebvre ne compte pas en rester là. « *Depuis deux ans, le développement était ralenti volontairement, notre but étant d'abord de remettre en place les fondamentaux. Courant 2013, nous avons décidé de relancer cette croissance par adhésion avec la nomination de Michel Keime (également animateur de la région Est) au poste de responsable développement.* »

L'arrivée de la Quincaillerie Aixoise dans le groupement constitue en quelque sorte un premier acte fondateur de cette démarche, inscrite au cœur du plan stratégique à cinq ans qui vise à doubler le chiffre d'affaires du réseau. « *Cette adhésion donne de l'écho à la stratégie que nous mettons en œuvre. Le travail*

que nous fournissons depuis deux ans nous ouvre de nouvelles perspectives et nous attirons des adhérents importants. Mais ce qui est primordial pour nous, ce n'est pas la taille de l'adhérent mais son engagement à nos idées, nos valeurs, nos ambitions. Ainsi, Quincaillerie Aixoise témoigne d'une vraie volonté de partager notre projet. »

Pour Pascal Lefebvre, les valeurs fortes en place chez DomPro, à même de séduire aujourd'hui des indépendants, reposent d'abord sur la dynamique humaine en vigueur au sein du réseau et à la centrale, mais aussi sur le savoir-faire logistique, la démarche grands comptes, la stratégie de la gamme basée sur trois métiers (quincaillerie, fourniture industrielle et outillage pour le bâtiment), sans oublier l'appartenance à Groupe Adeo qui donne au groupement des compétences complémentaires. « *Groupe Adeo est issu d'un mode de fonctionnement entrepreneurial et nous nous comprenons bien avec nos adhérents qui savent que la centrale DomPro est au service de leur développement. Localement, où nous respectons leur indépendance, nous leur donnons les moyens de renforcer leur ancrage en les faisant bénéficier d'un certain nombre d'outils qui viennent de l'univers de l'intégré. Grâce à eux, le groupe dispose de l'agressivité indispensable sur le terrain. Nous avons de plus en plus la conviction que nous avons un rôle à jouer dans le négoce professionnel. Les fournisseurs commencent eux aussi à comprendre que c'est une chance pour ce métier d'avoir des distributeurs qui investissent dans cette filière. Nous sommes là pour progresser et faire progresser.* »

Si de nouvelles adhésions sont attendues d'ici la fin de l'année, ce développement s'inscrit toujours dans le cadre du contrat de protection qui unit l'adhérent à la centrale. Autrement dit, aucune entrée n'est réalisée si les adhérents de la zone géographique concernée ne donnent pas leur accord. « Mais nos adhérents savent bien qu'ils se renforcent de la force des autres ».

Cette expansion peut emprunter plusieurs chemins : l'accompagnement des adhérents dans leur propre développement bien entendu, mais aussi des acquisitions hors groupement et le recours à la location gérance, autrement dit l'achat du point de vente par la centrale et la mise en place d'un indépendant pour le piloter. « *Notre ambition est d'acquérir de nouvelles entreprises pour devenir un acteur majeur du secteur quincaillerie-fourniture industrielle et on ne s'interdit pas de regarder les dossiers qui passent. Nous avons ainsi mis en place une gouvernance concernant les acquisitions. Mais notre vocation n'est pas de racheter nos adhérents. Nous voulons créer de la valeur, donc l'objectif est de nous déployer vers l'extérieur.* »

Une nouvelle plate-forme logistique

Avec une activité en progression de 50%, la plate-forme logistique devient de plus en plus décisive pour les adhérents, qu'il s'agisse de stocker les gammes indispensables pour approvisionner rapidement les magasins, de leur donner les moyens d'acheter mieux ensemble tout en donnant les moyens aux fournisseurs de livrer les magasins dans de bonnes conditions sans franco. « *L'enjeu majeur, c'est la disponibilité produit. La progression de l'activité plate-forme conforte l'intérêt de notre stratégie auprès de nos adhérents.* »

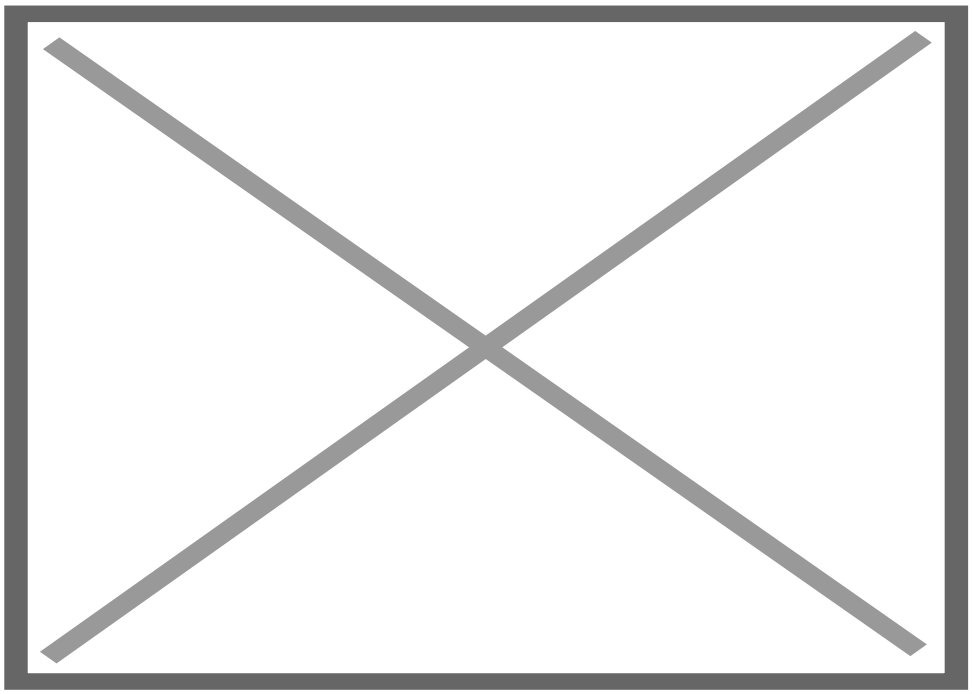
Aujourd'hui, 4 000 articles sont stockés et disponibles en 24 ou 48 heures, contre 2 500 articles auparavant sur la plate-forme orléanaise de DomPro. Le groupement compte bien accélérer le mouvement pour passer à 12 000 références stockées. Un groupe de travail, constitué d'un cabinet spécialisé, d'experts en logistique de Groupe Adeo et d'adhérents DomPro est en place pour définir les gammes concernées et les moyens à mettre en œuvre. Cette réflexion menée depuis un an se traduira sans doute par l'ouverture d'une nouvelle plate-forme avant la fin 2015. Le chantier logistique et le travail d'ajustement des gammes qui l'accompagnera vont de pair avec la refonte des systèmes d'information afin de favoriser une plus grande fluidité dans la transmission des données. « *Nous avons décidé d'accélérer la cohérence de tous nos outils. Le but, tout en préservant l'indépendance de nos adhérents, est de mettre en place des outils de convergence entre eux et nous pour faciliter les prises de parts de marché.* » En centrale, une plate-forme produits transversale entre les différents outils a déjà été créée (la base article, le Guide…), le but étant aujourd'hui de travailler sur les ERP, de façon à favoriser l'interconnection des systèmes d'informations.

Les ATC à l’honneur

Autre signal fort vis-à-vis du réseau sur le plan commercial, les attachés commerciaux (ATC) des magasins ont pour la première fois été invités sur le salon, tout comme les adhérents prospects. Cent cinquante d’entre eux ont fait le déplacement. « *Le but est de créer une communauté, de leur permettre de se connaître, d’échanger sur leur métier. Ce sont eux qui sont sur le terrain dans un contexte bagarré.* »

Les ATC ont pu découvrir le nouveau Guide DomPro 2014/2015 mis à disposition des adhérents fin juin et sa déclinaison numérique. Cette application reprend non seulement la sélection produits figurant dans le Guide, mais aussi l’ensemble de la base articles (environ 60 000 références) figurant selon la même nomenclature (refondue en intégralité pour l’occasion) et remise à jour en permanence. A l’issue d’une après-midi de formation sur le salon, les ATC ont reçu une tablette numérique, offerte par DomPro, qui leur permettra de disposer de cette base articles en clientèle et d’augmenter ainsi leur efficacité en gagnant du temps dans la transmission des devis.

Les attachés commerciaux, comme les vendeurs comptoirs et les commerciaux sédentaires, vont par ailleurs bénéficier de nouvelles actions de formation, avec l’appui de Groupe Adeo. « *Notre but est de mieux accompagner les adhérents dans la formation et dans la montée en compétences de leurs équipes.* » DomPro a conçu ses propres référentiels de formation qui donneront lieu dès septembre au démarrage de sessions débouchant sur des diplômes qualifiants. « *C’est une démarche de leader. De plus, ces formations permettront aussi de fidéliser les commerciaux. Nous devons investir et provoquer pour gagner des parts de marché.* »



Rendez-vous fin 2014

Enfin, signalons que le groupement réunira fin 2014 ses 500 fournisseurs dans le but de mieux partager sa stratégie avec eux. Comme le souligne Pascal Lefebvre « *Nous devons favoriser le dialogue avec nos fournisseurs et être transparents sur notre stratégie car je veux qu'ils soient des acteurs de notre développement. Je suis aussi convaincu qu'ils ont un rôle important à jouer pour permettre à nos adhérents de progresser sur la compétence produits.* »

D'ici là le groupement aura encore évolué et de nouveaux objectifs seront sûrement d'actualité.

AR

Démarche grands comptes

La démarche grands comptes va s'affirmer, avec l'arrivée prochaine d'un responsable en charge de ce département. Ainsi que l'indique Pascal Lefebvre, « Le développement des grands compte est une volonté stratégique. Notre maillage national est important et cela permet aux grands donneurs d'ordres d'aller très vite sur le hors marché. Nous sommes donc complémentaires. » Cette démarche passe par la certification qualité ISO 9001, en cours.

Un projet d'enseigne partagé

Début 2014, la Quincaillerie Aixoise a quitté le groupement Seba pour rejoindre DomPro. Présidé par Jean-François Dubost, ce groupe spécialisé en produits de quincaillerie de bâtiment et en fournitures industrielles développe une offre de 28 000 références réparties en six pôles d'activités principaux : outillage, plomberie, peinture, électricité, quincaillerie et fournitures industrielles. Il réalise un chiffre d'affaires d'environ trente millions d'euros. Le groupe dispose de 9 000 m² de libre-service répartis sur cinq sites d'exploitation situés dans les Bouches-du-Rhône : Aix-Les Milles, Rognac, Pertuis/Villelaure, Six Fours-les plages et Martigues (Martel). Depuis 2011, il s'appuie également sur une filiale spécialisée en EPI : EPSI.

La force commerciale de la Quincaillerie Aixoise est composée de 21 commerciaux itinérants, généralistes ou spécialisés, couvrant la région PACA. Ayant en charge le suivi de 2 700 comptes professionnels, ils travaillent en binôme avec six sédentaires, implantés en plate-forme téléphonique.

Pour DomPro, l'objectif est d'accueillir de nouveaux adhérents qui, à l'instar de la Quincaillerie Aixoise, partagent ses valeurs et son projet d'enseigne.