

DomPro

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



Une autonomie pleine et entière

Depuis l'été dernier, le fait principal au sein de la centrale DomPro a été son déménagement, la société ayant quitté le navire amiral de Weldom à Breuil le Sec pour venir emménager dans de nouveaux locaux à Villepinte. Comme le souligne Patrick Virlogeux, directeur de l'enseigne, DomPro a depuis plusieurs années suivi un long processus de prise d'autonomie et couper ce lien géographique est un symbole fort. « L'autonomie passe également par une séparation physique, acte qui illustre la responsabilité pleine et entière que nous avons sur notre futur ».

Au-delà, des raisons pratiques ont également concouru à ce transfert. Le plus évident est le besoin de place de la centrale qui multiplie par deux sa surface de bureaux avec désormais une disponibilité de 1 000 m², espace qui va permettre à toute l'équipe de travailler dans de meilleures conditions. Parallèlement, la nouvelle implantation est située à Villepinte, une localisation proche de Roissy et de Paris facilement accessible par la route et les transports en commun. Elle va permettre de pouvoir accueillir sur place les Partenaires adhérents pour les différentes commissions (une dizaine de réunions par an) plutôt que de les tenir dans des salles de réunion parisiennes. Parallèlement, cette implantation va faciliter l'embauche de nouveaux collaborateurs, plus difficiles à recruter lorsqu'on est excentré dans un village comme Breuil situé au beau milieu de l'Oise.

L'agence Molveaux et Depigny

L'autre grande actualité fut le rachat par Adéo de la quincaillerie Molveaux et Depigny à Orléans centre ville (CA de 4 M€). C'était un prospect avec lequel DomPro était en contact depuis quatre ans dont le dirigeant a finalement choisi de se retirer de la vie professionnelle et de vendre son affaire. La maison mère de DomPro a donc racheté l'entreprise en novembre 2009 qui est ainsi devenue un Partenaire adhérent comme les autres, bénéficiant ainsi de services en contrepartie d'obligations et de cotisations. Cela dit, du fait de son appartenance à Adéo, elle devra être particulièrement méritoire. Dirigée par Gilles Wibeaux, membre du comité pour l'amélioration et le progrès DomPro, elle devra être exemplaire en terme de fidélité au plan de vente et avoir un œil critique sur l'évolution de la centrale, plus encore que les autres adhérents. Elle devra également avoir un devoir de transparence total au niveau des opérations commerciales pour faire bénéficier le réseau de ses expériences. Aujourd'hui, Molveaux et Depigny est en cours de rétablissement et retrouvera prochainement des équilibres économiques satisfaisants. Sa réorganisation concerne aussi bien la structure, avec une mise aux couleurs DomPro effective depuis début juillet, que l'aspect commercial avec une force de vente itinérante renforcée, forte aujourd'hui de quatre personnes.

Evolution du réseau

Au niveau du réseau, DomPro totalise aujourd'hui 105 points de vente (102 fin 2009) avec l'arrivée de nombreux entrants faisant entre 1 et 9 M€ de chiffre d'affaires. Outre Molveaux et Depigny, les sociétés Socoménal (Eckbolsheim), Cuin (Darnetal et Verson), Opro (Pierrefitte), Soviferm (Villefranche de Rouergue), Quincaillerie Donibane (St Jean de Luz), SM2E (Laudun), A2M (La Farlède), Socamat (St Paul les Durance), Sofitec (Bollène), Macon Quincaillerie (Macon), Droin (Louhans), Pelouse (Carcassonne) et Domica (Toulouse) ont pris l'enseigne. Dans le même temps, quelques sorties ont été enregistrées avec Outillage du Sud Est acquis par Descours & Cabaud, Vaysse repris par Quincaillerie Angles et le départ de Melin Matériaux. Les nouveaux adhérents sont principalement dans le métier de la quincaillerie et de la fourniture industrielle, puis dans le bâtiment, orientation en ligne avec le poids des métiers chez DomPro avec environ 50% pour la quincaillerie, 30% pour la fourniture industrielle et 20% pour le bâtiment. Parallèlement, le réseau compte de moins en moins d'établissements mixtes pro et grand public. Comme le souligne Patrick Virlogeux, « la performance passe par la spécialisation de l'activité avec un métier principal et un secondaire, avec des ratios compris en 70/30 et 80/20. Etre partout, c'est être nulle part ».

Le forum en juin

En termes d'événements réseaux, DomPro a organisé son forum annuel en septembre 2009, qui s'est concrétisé par un flux d'achats en augmentation de 40% par rapport à l'édition précédente. Ce forum, désormais totalement indépendant de celui de Weldom a été reconduit les 27 et 28 juin dernier – date avancée à la demande du réseau – Dans le hall 8 du parc des expositions Paris-Nord Villepinte. Les 120 fournisseurs présents ont participé au book promotionnel envoyé à tous les adhérents, ces derniers étaient motivés pour la troisième année consécutive par une double incentive : la première portant sur les fournisseurs visités durant le salon et la seconde portant sur les volumes achetés. Cette année, pour la première fois, une soirée festive a été organisée le soir de la première journée. DomPro organise également chaque année un congrès pour ses adhérents, dont la prochaine édition se tiendra à Hammamet en septembre prochain.

Pour ce qui est de la communication commerciale, DomPro s'appuie toujours sur ses promos axées prix Sélection qui touchent les trois métiers du réseau deux fois par an – en octobre prochain, pour la première fois, les trois métiers seront sur un même support. Par ailleurs, le futur catalogue général, guide placé sous le signe de l'amélioration des gammes et de la réduction du nombre de fournisseurs, sortira en 2011. Il reprendra dans sa charte graphique le nouveau visuel pub de l'enseigne qui conserve le symbole de la construction verticale mais modifie sa structure. Le béton, qui matérialisait des fondations solides, désormais acquises, est remplacé par le verre. Sa transparence permet d'apercevoir les hommes et les femmes qui travaillent au service d'un projet : « La vitrine de nos talents ».

Une année de consolidation

Après une année 2009 difficile mais sans casse dans le réseau même si la rentabilité a baissé, « nous avons fait mieux que le marché » précise Patrick Virlogeux, l'objectif est aujourd'hui de stabiliser l'entreprise et de bien intégrer au niveau du siège la nouvelle équipe constituée pour remplacer le personnel qui n'a pas suivi sur Villepinte. DomPro est d'ailleurs en cours de recrutement d'un directeur administratif et financier et de chefs de produits – plus un animateur réseau pour la région Nord.