

Cofaq

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

Une Journée Partenaires engageante

Image not found or type unknown

urbaine sa troisième Journée Partenaires, un événement qui a rassemblé plus de 400 fournisseurs de référence. Lors de cette rencontre qui visait à renforcer les liens de coopération afin de poursuivre une marche en avant commune, le Groupe Cofaq a tracé un tableau complet de ses projets et des engagements qu'il attendait en retour de ses partenaires.

Débutée à 10 h du matin pour s'achever vers 16 h, la troisième Journée Partenaires du Groupe Cofaq s'est présentée sous une configuration particulière avec une esplanade carrée centrale depuis laquelle les intervenants s'adressaient à leurs interlocuteurs fournisseurs placés en extérieur, une façon d'explicitier la vision à 360° du groupement qui a comme vocation de trouver des axes de développement dans la totalité de ses process.

Depuis ce point central, la rencontre a débuté avec l'intervention commune d'Eric Champion (Président) et de Laurent Huntzinger (Directeur général) qui ont rappelé la trajectoire de mutation profonde et stratégique du Groupe Cofaq engagé depuis trois ans dans sa transformation en une entreprise servicielle d'excellence, une évolution menée a priori avec succès : « Nous avons posé des bases solides et nous approchons de l'excellence opérationnelle, comme l'indiquent les 82% d'avis positifs recueillis auprès des adhérents lors de notre dernière enquête de satisfaction. Une excellence qui est à la fois la réussite de nos adhérents et la vôtre (les fournisseurs NDLR). Tout ce travail, qui reflète les valeurs entrepreneuriales du groupement, est réalisé au profit d'un commerce indépendant de proximité, cœur battant des territoires et de source de soutiens et d'emplois locaux. Les adhérents indépendants apportent de nombreux services, parmi lesquels le choix des fournisseurs. Ils sont votre bras armé sur le marché. »

Après cette introduction dynamique, l'ordre du jour en neuf points a été donné par François-Xavier Druenne, directeur supply chain, avec un programme abondant de nombreux sujets. Il comprendra la présentation des réseaux pour aller jusqu'à la satisfaction des adhérents en abordant la data, la visibilité, les animations, autant de notions qui appellent une grande coopération entre le distributeur et ses fournisseurs, et par extension des exigences réciproques fortes. Cinq trophées seront distribués le long des exposés pour récompenser l'innovation, l'engagement RSE, la performance et la dynamique commerciale des fournisseurs, le dernier venant couronner la société ayant apporté la plus grande satisfaction globale (cf. encadré). De nombreux intervenants, des directeurs de réseau jusqu'aux category managers se succéderont pour présenter tous ces points en s'adressant directement aux fournisseurs, en indiquant à chaque fois les enjeux de chaque dossier et les implications pour chacun.

Cinq réseaux et trois marchés

Nous n'allons pas refaire ici la présentation du Groupe Cofaq dans son intégralité mais seulement reprendre des points saillants de cette communication, sans non plus reprendre obligatoirement le même ordre d'exposé pour gagner en facilité de lecture. L'introduction a classiquement porté sur la présentation des cinq réseaux du Groupe Cofaq avec Master Pro, Securom, Epagri, Distribution

du Bâtiment et Bricopro qui s'adressent à trois grands marchés qui sont le professionnel, le grand public et les collectivités, un rappel de la force du groupement qui s'appuie aujourd'hui sur plus de 900 points de vente. Toujours conquérant, le Groupe Cofaq a l'intention de poursuivre le recrutement d'adhérents, de faire évoluer ses référencements pour s'adapter aux besoins des clients et de développer de nouveaux services créateurs de valeur.

Pour le recrutement de nouveaux adhérents, la recherche est assumée comme sélective avec une préférence donnée à l'entrepreneur plutôt qu'à sa société. Sur la dernière période, la moitié des dossiers ont ainsi été stoppés avant le stade de l'adhésion. Depuis le début de l'année 2024, plus de trente-cinq points de vente ont rejoint le Groupe Cofaq et la projection est de cinquante pour l'année entière.

Master Pro, Securom, DB, Epagri, Bricopro

Plus spécifiquement, le réseau Master Pro, comme l'indique le responsable marché industrie et bâtiment Philippe Robinet, est le plus important du groupement en termes de chiffres d'affaires et compte plus de 250 points de vente. C'est un acteur incontournable de la quincaillerie et de la fourniture industrielle en France.

S'adressant comme lui aux professionnels comme aux collectivités, le réseau Securom comporte 35 points de vente. Ainsi que le souligne sa responsable de marché Claire Bugaud, il s'agit d'un réseau avec une forte identité d'expertise et de services sur mesure. Il suit une feuille de route ambitieuse pour augmenter son maillage national. Au titre des évolutions marquantes de 2024, il faut signaler le démarrage de l'Academy Securom avec la mise en place d'une formation aux normes construite avec le Synamap et d'une formation aux techniques de vente, sans oublier celles délivrées par les fournisseurs sur leurs produits.

Les deux autres réseaux dédiés aux professionnels sont Distribution Du Bâtiment et Epagri. Le premier trouve sa genèse en 2006 avec les Mastermat avant de prendre de l'ampleur en 2014 suite à la signature d'un accord-cadre avec BigMat. La division Distribution Du Bâtiment rassemble désormais 293 points de vente. Sous l'égide de son responsable marché Serge Le Gac, le Groupe Cofaq va continuer de développer ce secteur. Plusieurs moyens sont activés pour renforcer l'attractivité de cette vente d'outillages et matériels en libre-service dans les réseaux bâtiment avec le remodelage de la signalétique intérieure, l'amélioration du plan de vente, la modernisation du parcours client, l'augmentation de la visibilité digitale. L'enseigne Epagri, dirigée par Gérald Duchatel, est pour sa part dédiée au monde agricole et des espaces verts avec 135 points de vente reflétant une grande diversité d'activités (concessionnaire, revendeur réparateur, concessionnaire élevage, motoculture, Lisa). Il est positionné sur un marché confronté à la concentration de la distribution.

Le segment grand public est porté par Bricopro avec plus de 150 magasins qui allient proximité, expertise et services. L'enseigne a reçu le prix Argent de la meilleure satisfaction dans le commerce du bricolage de la part de Wizville, plate-forme de management de la satisfaction client des enseignes de commerce. La note globale de Bricopro, basée sur les avis clients Google, est de 4,5 sur 5 avec un 4,7 sur 5 pour la compétence du personnel, « la meilleure du commerce bricolage » comme le précise Frédéric Ehret, responsable du marché grand public.

Des attentes exigeantes pour les fournisseurs

Ces différents réseaux s'adressent à des clientèles différentes mais partagent un certain nombre de points communs en termes de fonctionnement et de rapport avec leurs fournisseurs, ce que n'ont pas manqué de souligner les différents intervenants. Ainsi, des demandes réitérées ont été formulées aux fournisseurs présents au fur et à mesure des présentations pour améliorer les

performances des différents réseaux et par conséquent celles de leurs partenaires commerciaux. La pertinence des plans de vente, des produits de qualité et innovants, des prix attractifs avec notamment des décrochages tarifaires réels pour les promotions, des franco et minimums de commandes adaptés, des budgets d'aide à la reprise, la formation des personnels, la présence terrain en accompagnement commercial, les respects des délais de livraison, etc. sont autant de requêtes qui sont revenues à plusieurs reprises, avec des inflexions selon les réseaux ; prise en compte de la saisonnalité pour Epagri, rentabilité du mètre linéaire pour Distribution du Bâtiment, l'implication d'une équipe de merchandiseurs et la construction de linéaires en 3D pour Bricopro, etc. Le Groupe Cofaq attend sur tous ces sujets que ses fournisseurs soient source de propositions.

Les Grands Comptes et la RSE

Ensuite, plusieurs grands sujets transverses ont été abordés par le Groupe Cofaq qui impliquent également des responsabilités pour les fournisseurs, pour tout ou partie des réseaux selon les thèmes. On va ici décliner les grands comptes, la RSE, les marques propres et le traitement de la data.

Dans le domaine des grands comptes, le Groupe Cofaq avance sous la direction d'Emmanuel Bichat en respectant son plan de route avec la mise en place effective des distributeurs agréés Industrie, Bâtiment et Equipements de protection individuelle. Sur ces trois marchés, près de 100 points de vente ont été approuvés avec actuellement une couverture du territoire à 90%. Le Groupe Cofaq a investi sur une market-place qui sera livrée en début d'année 2025 et proposera une offre corporate commune à tous, chaque adhérent ayant ensuite la possibilité de rajouter ses propres références en fonction de ses spécialités et de ses marchés. Dans le principe, le donneur d'ordres choisira avec quel distributeur il désire travailler avec de nombreuses informations à sa disposition, dont le bilan carbone des adhérents. Il aura accès au catalogue produits selon une procédure simple avec un accès facile à tous les attributs et recevra directement les devis pour les valider. Spécifiquement pour ces marchés, Emmanuel Bichat a notamment insisté sur l'aptitude des fournisseurs à proposer des prix qui correspondent aux besoins des clients grands comptes et sur la nécessité de bien communiquer les informations permettant aux distributeurs d'établir leur bilan carbone.

Cette dernière demande nous mène directement à l'engagement RSE de Groupe Cofaq qui s'amplifie d'année en année. Le distributeur a déployé des référents RSE, mis en place une charte interne et évalue la performance de ses fournisseurs en la matière – une nouvelle cotation de leurs actions a été réalisée récemment. Il a noué plusieurs partenariats, avec par exemple Engie pour l'énergie, Elise pour le recyclage des matériels de bureau, Boomerang pour la gestion du SAV. Plus spécifiquement pour le réseau Securom, la solution de recyclage Takapas pour les chaussures de sécurité et les casques de chantier a été implantée avec 46 bennes de récupération installées en 2023 – dix tonnes de chaussures récupérées avec une valorisation à 90% sous forme de combustibles solides de récupération CSR. La démarche RSE de Groupe Cofaq a été validée début septembre par le label Engagé RSE ISO 26000 sur la responsabilité sociétale des entreprises. Pour les fournisseurs, l'incidence est réelle puisque ceux qui mènent une politique RSE se verront privilégiés pour les référencements.

Les marques propres et la data

Pour les marques propres, l'objectif de Groupe Cofaq est d'atteindre 15 millions d'euros d'achats en 2025, soit une progression de 4 millions par rapport à 2024. Le distributeur propose aujourd'hui les marques Atis-Green, Attractiv', Edena, Profac, Winko et enregistre un succès important avec sa dernière MDD Skyd Equipements confectionnée avec T2S pour Securom dont elle entend poursuivre le développement. Un appel d'offres a été lancé pour élargir cette offre en marques

propres et Groupe Cofaq annonce d'ores et déjà qu'une grande nouveauté en la matière sera dévoilée sur son prochain salon de février 2025. Petite précision en lien avec le chapitre précédent, 68% des fabricants des MDD de Groupe Cofaq sont labellisés RSE, une proportion qui est appelée à augmenter. En interne, ces marques font l'objet d'une promotion par des webinaires et des réunions avec les délégués commerciaux et chefs de marché.

Le dernier chapitre abordé ici est celui de la data dont le bon usage permet d'optimiser tous les rouages de l'action commerciale. Grâce à l'analyse des données internes et de celles transmises de façon précise par les partenaires commerciaux, le Groupe Cofaq s'est donné comme objectif de maîtriser les données jusqu'à l'article pour améliorer les performances. Les informations incluses dans les factures peuvent être extraites pour être utilisées au niveau de la direction commerciale et au niveau de la direction marketing pour les opérations promotionnelles. La nomenclature automatique des articles – 100 000 à ce jour sur le total de la base – facilite le monitoring et la projection des BFA par la direction financière. Au global, un tableau de bord général permet à la direction Supply Chain d'effectuer ses analyses.

On peut aussi signaler dans les outils numériques le service pricing ouvert en 2023 qui fait de la veille tarifaire sur le marché, analyse les gammes et les prix pour pouvoir réagir rapidement à toute évolution. Les informations sont partagées en continu avec les adhérents. Par ailleurs, un nouvel outil de reconnaissance graphique OCR avec IA apprenante, capable de lire les détails des factures, permet de traiter dès à présent un quart des factures en « Zero Touch », sans manipulation humaine, proportion qui devrait atteindre 60% d'ici la fin de l'année. Tous ces développements forment un continuum numérique qui enclenche «une révolution dans la façon de travailler ensemble, distributeurs et fournisseurs » comme l'exprime François-Xavier Druenne. « Grâce à des outils de plus en plus précis, il est ainsi envisageable d'aller au-delà des pratiques habituelles de référencement et de pratique tarifaire et dans certains cas, pour des produits stratégiques, de travailler jusqu'à l'article pour obtenir le meilleur positionnement prix possible sur le marché. »

Autres thèmes d'actualité

La dernière partie de cet article sera consacrée au prochain salon Cofaq 2025 et à l'enquête de satisfaction 2024 menée auprès du réseau. Nous passons ici par-dessus plusieurs thèmes d'importance qui ont été traités lors de cette journée partenaires pour ne pas alourdir notre propos. Vous en trouverez ici un échantillon représentatif avec le digital (nouveau site Master Pro annoncé pour la fin de l'année...), la logistique Cofalog qui vise le zéro litige (prise de rendez-vous obligatoire, une seule livraison par commande, reprise des stocks d'invendus, franco et surconditionnements adaptés à des commandes moins grosses mais plus nombreuses...), la fiabilité financière du réseau, les accords avec Socoda (Addok) et Weldom, la visibilité avec les animations magasin (actions de massification sur 60 références en 2023, plus de 10 millions de documents distribués aux clients finaux avec 65 parutions annuelles de dépliants et catalogues, écrans TV implantés chez les adhérents, ambiance sonore, e-mailing, webmarketing, influenceurs...).

Succès déjà acté du salon 2025

Le salon Cofaq 2025 se déroulera les 23 et 24 février, une date légèrement retardée par rapport aux éditions précédentes. Celui de l'année dernière, organisé fin janvier 2024, avait réuni pour les 70 ans du Groupe Cofaq 340 fournisseurs répartis sur 4 400 m² de stands implantés dans deux halls totalisant 14 400 m². Il avait accueilli 1 700 visiteurs par jour et enregistré sur les deux jours et la semaine qui a suivi un volume achats de plus de 45 millions d'euros. «Les fournisseurs ont été remerciés pour la dynamique de leurs offres » comme le formule Fabrice Meurenand, directeur commercial et des réseaux. Le taux de satisfaction des adhérents pour l'événement avait atteint

98%

Annoncé par son nouveau logo vert typé RSE arboré de sa mascotte, la prochaine édition du salon se déroulera dans les mêmes halls d'Eurexpo et reprendra pour une jauge identique l'implantation précédente avec six univers (plomberie sanitaire électricité, fournitures industrielles, bâtiment, électroportatif, agriculture motoculture jardin, EPI hygiène), la bastide Cofaq en place centrale, la présentation des Plans de vente un peu plus loin en prolongement. Ensuite, pour inciter les visiteurs à se déplacer d'une façon plus homogène dans l'enceinte du salon, les lieux d'animation ont été complètement repensés. Cette présentation du salon a été effectuée juste avant le déjeuner, moment où chaque fournisseur pouvait rencontrer des collaborateurs Cofaq. A l'issue de la pause-déjeuner, 203 pré-réservations étaient déjà signées.

+10 points de satisfaction en un an

Enfin, point final des exposés de cette Journée Partenaires, le résultat de l'enquête de satisfaction 2024 menée par l'organisme tiers indépendant Obea est venu apporter l'ultime note positive sur l'action de Groupe Cofaq. Cette étude comportant 120 questions a été remplie par trois adhérents sur quatre (soit plus de 300 distributeurs totalisant 640 points de vente), signe d'une réelle implication du réseau qui avait à cœur d'exprimer ses positions.

Les résultats sont tout à fait probants, la satisfaction des adhérents passée de 72 à 82% ayant enregistré une hausse de dix points entre 2023 et 2024. Plusieurs items ont enregistré des scores remarquables au-delà des 90% comme l'implication de Groupe Cofaq dans la RSE (94% +15 vs N-1), dans la démarche qualité (96% +10), la qualité globale des produits et services achetés (96% +5), la qualité des fournisseurs référencés (96% +4). D'autres augmentent d'une façon significative avec encore des améliorations en devenir, comme le maintien des niveaux de prix en période d'inflation (81% +14), la qualité des plans de vente (85% +6) ou la qualité de la facturation (81% +5).

Au global, si l'on résume par thèmes, le Groupe Cofaq est particulièrement efficace dans le management (91% +5), les achats (90% +10) et les ventes (88% + 4), tiercé gagnant talonné par la logistique qui a fait un bond en avant spectaculaire (87% +16).

Pour Eric Champion et Laurent Huntzinger, ces résultats confortent l'action qu'ils mènent avec leurs équipes depuis trois ans, d'une part au bénéfice des adhérents, eux-mêmes attachés à la performance de leur groupement qu'ils considèrent à 95% comme les aidant à préserver leur indépendance, et d'autre part au bénéfice des fournisseurs qui profitent in fine de l'exigence de Groupe Cofaq à leur égard. Un discours rappelé en filigrane tout au long de la Journée Partenaires.

Frédéric Bassigny

Les cinq trophées de la Journée Partenaires Cofaq 2024

Chaque lauréat a pu présenter sa société et argumenter sur les atouts l'ayant conduit à recevoir un trophée à travers une vidéo qui a été diffusée sur grands écrans à l'ensemble des participants.

Trophée coup de cœur

Lauréat : Singer Frères

Nominés : Makita, Milwaukee

Trophée de l'Innovation

Lauréat : Simpson Strong-Tie (connecteur structurel sécable à revêtement Zpro zinc magnésium)

Nominés : AutoConso, Cepovett

Trophée de la performance

Lauréat : KS Tools

Nominés : Diadora, Gys, Milwaukee, V33

Trophée du dynamisme commercial

Lauréat : Milwaukee

Nominés : Abus, Aexalt, ITW Spraytec, Scell-it

Trophée RSE

Lauréat : Cepovett

Nominés : Akzo Nobel, Thirard