

DomPro

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

Pragmatisme de rigueur

A l'occasion du Forum des Pros, son salon d'achats annuel, DomPro a affirmé la démarche mise en place dans le cadre de son Plan stratégique à 5 ans, dont les premiers effets commencent à être bien visibles. La nouvelle plate-forme logistique est ainsi opérationnelle et vise les 10 000 références en stock d'ici la fin de l'année.

Les chantiers menés depuis trois ans au sein de DomPro suscitent visiblement une belle dynamique. A l'occasion de la 12e édition de son salon d'achats annuel, le Forum des Pros, l'enseigne de Groupe Adeo, spécialisée en quincaillerie, outillage et fourniture industrielle, affiche en 2014 un chiffre d'affaires de 340 millions d'euros, en croissance de 16% par rapport à l'an dernier. Cette évolution survient, en outre, après une évolution de 18% en 2013.

Fort de 154 points de vente, le réseau a, il est vrai, renoué en 2014 avec les adhésions, en témoigne notamment les arrivées de la Quincaillerie Aixoise (cinq points de vente dans le sud de la France), de Locamod (30 agences de location de matériel pour les artisans et le BTP implantées dans toute la France), d'APE France à Chalons-sur-Saône (71), de Référence Pro à Taverny (95), de P2M Industrie à Limoges ou encore de la quincaillerie Lyon Industrie Bâtiment (69) et Fixation Location Services (51). « Dans le cadre de notre Plan stratégique à cinq ans, nous travaillons à accélérer le développement de notre réseau pour lui donner de la puissance et de la visibilité sur le marché français. Nous travaillons également sur l'innovation et sur notre dynamique commerciale pour renforcer notre compétitivité et donner aux adhérents les moyens de progresser dans un environnement où la vitesse de changement s'est accélérée » indique Pascal Lefebvre, directeur général de DomPro, lors du discours d'ouverture du Forum des Pros, devant les équipes des 146 fournisseurs présents. « Il faut s'adapter, provoquer, faire face aussi à une forte agressivité commerciale de la part de certains concurrents dont les actions ressemblent plus à des politiques de court terme qu'à des actions de long terme. Même si on est engagé dans une stratégie de compétitivité et de prix, d'autres dimensions doivent entrer en ligne de compte. Les fournisseurs doivent aussi aider nos adhérents à créer de la valeur, leur donner les moyens de se différencier, pour assurer la pérennité de nos magasins et de leurs entreprises. En échange, ils auront plus de 150 points de vente engagés pour défendre leur marque ! ».

La plate-forme logistique, un outil stratégique

Ainsi, la mise en place de la plateforme de Breuil-le-sec, dans l'Oise, un entrepôt de groupe Adeo, qui appartient à l'enseigne de bricolage Weldom, s'inscrit dans une démarche d'échanges avec les fournisseurs et les adhérents. « On ne met pas en stock n'importe quoi sur la plate-forme. C'est un outil stratégique » souligne Christophe Lejal, directeur des achats et de la communication. Ainsi, des commissions d'adhérents ont travaillé sur les onze familles de produits stratégiques de l'enseigne pour étudier avec les fournisseurs les meilleures solutions logistiques. Actuellement, une centaine de fournisseurs proposent des gammes sur la plate-forme. « Si les fournisseurs sont capables de livrer les magasins en J+1 ou J+2, avec des franco faibles, cela n'a pas vraiment de sens de mettre leurs produits sur la plate-forme. Nous ne sommes pas là pour les concurrencer mais pour les rendre encore plus accessibles au réseau. »

Pour Christophe Lejal, cette démarche de co-construction avec les adhérents favorise une meilleure perception des réalités du terrain pour la centrale, ce qui permet à l'assortiment de gagner en pertinence et stimule par la même occasion le taux de suivi des magasins. C'est aussi l'opportunité pour des fournisseurs non référencés de faire valoir leur savoir-faire. « La vision terrain apportée par les adhérents est primordiale, très pragmatique. Un fournisseur stratégique doit nous apporter de bonnes réponses en termes de prises de parts de marché, avec des bons produits, de la qualité de service. Nous sommes autant sur le qualitatif que sur le quantitatif. » A noter que les adhérents impliqués dans les commissions ne sont pas toujours des dirigeants mais aussi des salariés des entreprises du réseau, avec une réelle expertise dans la famille de produits étudiée. « Il y a une grande richesse de compétences parmi les collaborateurs du réseau. C'est ce que l'on recherche avant tout dans les commissions » souligne Pascal Lefebvre.

Le premier fournisseur

Suite à un accord de synergies dans le cadre d'Adeo, DomPro dispose donc à Breuil Le Sec d'une équipe et de surfaces dédiées, et d'une organisation obéissant spécifiquement à son cahier des charges. Pour Weldom, les livraisons s'effectuent, en effet, à la semaine alors qu'elles sont quotidiennes pour DomPro. 96% des adhérents sont livrés à J+2. D'ici la fin de l'année, 10 000 références seront ainsi disponibles sur la plate-forme contre 3 700 fin 2014. Rappelons que seulement 2 000 références étaient stockées en 2012 !



Nouvel outil, le catalogue « 100% stock » présentant déjà plus de 5 000

références vient d'être édité et est aussi disponible en version numérique. Une seconde édition, contenant deux fois plus de références, est prévue en septembre. « La plate-forme doit devenir le premier fournisseur du réseau, ce qui signifie que l'on doit s'occuper de l'animation des produits en stock. D'ailleurs, les fournisseurs qui sont sur la plate-forme se développent deux fois plus vite que les autres » précise Christophe Lejal.

Un système d'information commun

Pour fluidifier les échanges, en temps réel, entre les adhérents et la centrale, DomPro a par ailleurs remis à plat ses systèmes d'information et proposera prochainement un ERP commun entre les adhérents et la centrale : il s'agit du projet DomCosi, là encore issu d'une démarche participative impliquant les adhérents. Pas moins de 25 ERP différents ont effectivement été recensés dans le réseau, ce qui freine la progression du développement des magasins dans une perspective cross-canal. Impactant l'organisation de l'entreprise, sans remettre en question l'autonomie de l'adhérent, la finalité du projet DomCosi doit générer une interconnection totale du réseau avec la centrale et un gain de temps sur les opérations du quotidien. Les pilotes de l'ERP

démarreront avant la fin de l'année 2015 dans quatre magasins tests, offrant des configurations différentes. «La refonte du système d'informations va permettre également d'accélérer la démarche e-commerce. C'est essentiel aujourd'hui. Cela fait partie du métier. » Actuellement, une dizaine de magasins développent une démarche de commerce en ligne.

Une équipe terrain au complet

Si DomPro se structure de plus en plus, sa vocation reste d'être au service de la croissance de ses adhérents indépendants. Même si le groupe peut être conduit à acquérir des entreprises, comme en 2014, EPSI, la filiale spécialisée en EPI de Quincaillerie Aixoise. «L'objectif est de renforcer nos pôles métiers, notre expertise. Donc, nous prenons les moyens de le faire. Cela accentue la compétence de nos entreprises» souligne Pascal Lefebvre.

Pour mieux accompagner les adhérents sur le plan local et gagner en pertinence sur le développement en région, l'équipe terrain de la centrale a été renforcée. Placée sous la responsabilité de Michel Keime, directeur du développement et de l'animation du réseau, elle s'appuie sur cinq personnes : Alain Quiquemelle pour le quart Ouest de l'Hexagone, Jean-Marc Guebey pour le Sud-Ouest, Josélito Felipe, pour le Nord, l'Est et l'Île-de-France et Philippe Jaume pour le Sud-Est. La dynamique d'adhésions se poursuit puisque depuis le début de l'année, de nouvelles entreprises ont déjà rejoint le réseau : Mogra à Vesoul (70), la Quincaillerie Douessine à Doué-la-Fontaine (49) ou encore GS Fixation à Sancey Le Grand (25). D'autres adhésions devraient être prochainement annoncées, dont plusieurs survenues sur le salon, comme FRTI à Dunkerque (59). Pour la première fois, le Forum des Pros était en effet ouvert à des prospects.

Une stratégie grands comptes en marche

Un service grands comptes a également été mis en place depuis juillet, aussi sous la responsabilité de Michel Keime, avec l'arrivée de Patrick Boons, qui apporte à DomPro toute son expérience de la fourniture bâtiment et industrielle. Dans un premier temps, cette stratégie vise d'abord les entreprises TP en national et en grande région. Une trentaine d'adhérents sont d'ores et déjà impliqués dans le processus, sachant qu'il y a un adhérent référent par dossier. «Cela va leur permettre des apports de chiffres. Certains de nos adhérents risquaient de perdre des affaires sur les marchés régionaux car ils n'avaient pas les moyens de répondre. » Indissociable d'une démarche grands comptes, la certification Iso 9001 version 2015 de la centrale est également attendue pour la fin de l'année. « Nous continuons à avancer sur nos fondamentaux. Notre réseau renforce année après année sa présence sur des territoires qui sont les siens. Le renforcement des métiers, la synergie avec les entreprises adhérentes commencent à porter leurs fruits. Nous avons la base nécessaire pour nous projeter dans l'avenir. Ce qui est important, c'est que notre entreprise progresse globalement, cela nous donne de la sérénité, de la pérennité. C'est important pour des indépendants dont l'entreprise est le patrimoine. Avec le soutien d'Adeo, je suis confiant dans le fait que DomPro devienne un acteur important sur ce marché » conclut Pascal Lefebvre.

AR

12e édition du Forum des Pros



Sur 2 000 m2, dans l'enceinte du parc des

expositions du Bourget, la 12e édition du Forum des Pros, le salon annuel d'achats de l'enseigne DomPro, a réuni les 25 et 26 mars derniers 146 fournisseurs et mobilisé près de 90% du réseau. Plus de 600 personnes étaient ainsi présentes chaque jour. Si cette rencontre professionnelle a pour premier objectif de donner aux adhérents la possibilité de renforcer leur compétitivité en leur proposant des conditions d'achat préférentielles pendant deux jours, elle a également fourni l'occasion de communiquer auprès du réseau sur l'avancement des projets « plate-forme logistique » et « évolution des systèmes d'information numériques », à travers deux salles de projection en libre-accès.

Le Trophée de l'innovation pour Fein

Six sociétés concouraient au Trophée de l'Innovation : Bosch avec son système de charge à induction, Decayeux avec sa boîte à colis My colisbox, Fein avec sa nouvelle ponceuse à bande manuelle GRIT GHB 15-50, Iseo avec son Libra Smart, PMS Industrie avec son élingue ronde Grizzly et Rubi avec son Malaxeur Ergomax 16.

Après la présentation des produits par les fournisseurs, les adhérents ont été invités à voter via leur smartphone pour décerner le trophée à l'industriel jugé le plus innovant.

C'est Fein qui a été distingué pour sa ponceuse à bande manuelle, dédiée aux métiers du ponçage des aciers. Se déclinant en deux versions, pour les aciers et les inox, cet outil polyvalent qui peut être utilisé en atelier ou sur les chantiers dispose d'un rendement trois fois supérieur aux meuleuses d'angle. Grâce à son support stationnaire, il se présente donc comme un bon compromis entre une meuleuse d'angle et un tank à poncer.