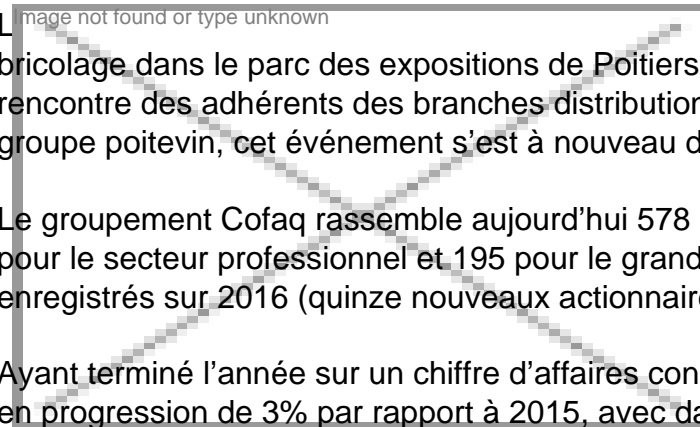


Cofaq – Master Pro

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#) / [Master Pro](#)

En approche du milliard d'euros de chiffre d'affaires

 Le salon de l'équipement professionnel et du bricolage dans le parc des expositions de Poitiers. Réunissant 284 fournisseurs venus à la rencontre des adhérents des branches distribution pour les professionnels et le grand public du groupe poitevin, cet événement s'est à nouveau déroulé dans une dynamique exemplaire.

Le groupement Cofaq rassemble aujourd'hui 578 points de vente (chiffre au 1er janvier 2017), 383 pour le secteur professionnel et 195 pour le grand public dont 43 points de vente supplémentaires enregistrés sur 2016 (quinze nouveaux actionnaires).

Ayant terminé l'année sur un chiffre d'affaires consolidé de ses adhérents de 963 millions d'euros, en progression de 3% par rapport à 2015, avec dans le même temps un montant des achats centralisés de 303 millions d'euros, pour sa part en croissance de 5,3%, le Cofaq affiche une belle santé dans ses deux branches professionnelle et grand public qui devrait perdurer en 2017 et au-delà. Pour son directeur général Thierry Anselin, le groupement enregistre une croissance incessante « qui reflète sa forte attractivité issue d'une politique d'enseigne forte accompagnée d'une offre étendue de services, le tout dans un état d'esprit empreint de convivialité. »

Spécialisation de l'offre et animations commerciales

Dans cet ensemble, le pôle professionnel dirigé par Vianney Hamoir, directeur exécutif du groupe, est particulièrement dynamique avec trente-quatre nouvelles agences affiliées pour aujourd'hui un total de 383 magasins aux différentes enseignes Master Pro (cent soixante-huit Master Pro, vingt Master Pro MasterEPI, trente-et-un Master Pro Comptoir, trente-six Master Pro MasterMat) et Magasins Pro Bigmat (cent vingt-huit unités), le chiffre d'affaires ayant quant à lui augmenté de 3,7% à 703 millions d'euros. Pour l'année à venir, cette division va poursuivre sa stratégie de ciblage de ses clients afin de leur apporter les réponses marchés attendues. Déjà structuré pour répondre à des profils de clients variés (industrie, bâtiment, collectivités locales, services...), de l'artisan aux grands comptes, le groupement entend se développer sur ses marchés cibles en apportant spécialisation et animation de l'offre.

Le Master et les Essentiel

L'année verra ainsi l'édition d'une large panoplie de supports de communication dédiés à soutenir l'activité commerciale des adhérents, avec en premier lieu troisième édition du Master, datée 2017-2019, une somme de 1 856 pages référençant 32 000 articles. L'ADN des Master Pro est d'offrir un plan de vente extrêmement large afin de pouvoir apporter la solution à leurs clients, même si elle sort du cadre des ventes habituelles décrites dans le référentiel des Essentiel, un hors cadre qui représente entre 30 et 35% du chiffre d'affaires. Le Master permet de canaliser les adhérents dans leurs relations commerciales avec leurs clients en les orientant sur des matériels identifiés en base de donnée avec tous leurs attributs, et notamment le prix de vente conseillé. Par sa seule existence, il sert également un but de communication en présentant la largeur d'offre de l'enseigne. Quatre autres catalogues sont également réédités avec le cinquième Master Pro

Expert EPI qui sortira lors de la convention dédiée à cette enseigne, organisée les 22 et 23 mars 2017, et les...

Veillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la
revue](#)