

BBi Bâtiment Industrie Bricolage

QUINCAILLERIES, FOURNITURES INDUSTRIELLES, NÉGOGES TECHNIQUES, EPI | REVUE MENSUELLE N° 217 - JUILLET 2025 | ISSN 1627-106

SAIT
SAFETY, PERFORMANCE AND YOU

NEW

**VOUS EN RÊVIEZ,
NOUS L'AVONS FAIT !**

POWERMAX 7.3

- + CERAMIC 3D
- + CONFORTABLE
- + DURABLE
- + RAPIDE

Pour des performances optimales,
utilisez le plateau SAITPAD-DZ HARD

1

COMMUNICATION

L'intelligence collective face aux défis de l'IA



Les 17^e Rencontres du Gifec ont eu lieu le 22 mai dernier, au Palais du Pharo, à Marseille.

Les 17^e Rencontres du Gifec, à Marseille, se sont placées sous les auspices de l'intelligence artificielle, avec une réflexion portant sur son impact dans les entreprises. Une journée riche en interventions et en échanges qui a contribué à donner aux participants un nouveau regard sur ces technologies et notamment les opportunités qui se dessinent pour les entreprises qui s'empareront du sujet.

Ces deux lettres, IA, ponctuent bon nombre de réflexions au sein des entreprises. « C'est un sujet que nous avons déjà abordé dans les précédentes Rencontres, avec notamment les objets connectés » explique Eric Pasquier qui, avec Serge Teyssier, partage la co-présidence du Gifec, groupement d'une cinquantaine de fabricants évoluant dans divers secteurs d'activité tels que la transmission de puissance mécanique, fluïdique, l'enlèvement de matière, l'outillage, la protection individuelle et qui ont pour point commun de travailler tout ou partie

de leur chiffre d'affaires via la distribution de fournitures industrielles ou pour le bâtiment. « Cette année, nous avons voulu aller plus loin, l'idée était d'aller explorer quelles sont les implications de l'IA pour les individus, pour les entreprises. »

La 17^e édition des Rencontres du Gifec qui s'est tenue le 22 mai dernier dans le cadre prestigieux du Palais du Pharo, à Marseille, a ainsi réuni quelque 200 participants – des fabricants de produits industriels membres du groupement ainsi que des distributeurs – autour d'une question devenue fondamentale :

« Quel sera l'impact de l'intelligence artificielle dans nos entreprises et sur l'avenir de nos organisations ? ». Au-delà du challenge que représente l'IA, l'objectif était notamment d'interroger sur les opportunités qui s'ouvrent aux entreprises, la plupart d'entre elles étant bien conscientes de la nécessité d'accélérer sur ce sujet.

Un enjeu existentiel

Animées et rythmées par Gigi Fake et son impertinente voix artificielle, les différentes interventions ont sans doute aussi donné les

2



« Cette année, nous avons voulu aller plus loin, l'idée était d'aller explorer quelles sont les implications de l'IA pour les individus, pour les entreprises » expliquent Eric Pasquier et Serge Teyssier, co-présidents du Gifec.



« L'IA, posée comme un concept ne renvoie qu'à des problématiques, à des questions et à des traitements intellectuels binaires, mais pas très intelligents » estime Asma Mhalla, politologue et essayiste.

moyens aux participants de prendre du recul par rapport aux enjeux de l'IA, tout en montrant l'importance de revitaliser l'industrie en Europe, en liant étroitement son avenir avec l'innovation. Ce n'est pas Patrick Martin, président du Medef et du groupe Martin Belaysoud, dont Mabéo Industries est l'une des filiales, qui dira le contraire. « Nous avons remporté une grande victoire, avec les fédérations professionnelles directement concernées, en réintroduisant cette idée essentielle que l'industrie est vitale pour notre pays et pour l'Europe. Au-delà de cette prise de conscience, il faut maintenant que cela se traduise par des actes de la part des pouvoirs publics, de l'exécutif, des parlementaires,



Deux cents participants ont assisté aux 17^{es} Rencontres du Gifec, des industriels adhérents et des distributeurs de la fourniture industrielle. Cette soirée également riche en échanges a permis aux uns et aux autres de partager leurs réflexions autour du sujet de l'IA, mais aussi sur les différentes tendances du marché.

des élus locaux » souligne Patrick Martin qui, retenu par des contraintes de calendrier, a ouvert ces Rencontres à travers une séquence vidéo. « Il faut que nous nous impliquions auprès des lycées professionnels, du premier cycle universitaire parce que l'industrie française ne renaitra que si on se donne des compétences essentielles indispensables et si on sait organiser des ruptures technologiques, des innovations qui nous permettront de reprendre le lead par rapport à des concurrents étrangers qui,

eux, n'ont jamais perdu de vue l'impératif industriel, c'est particulièrement vrai des Chinois. »

Plutôt que de percevoir ce phénomène d'une manière pessimiste et anxiogène, en ne voyant que les remises en question que va générer l'IA au niveau des modèles économiques, des organisations et des emplois, Patrick Martin privilégie un angle positif. « La France est reconnue sur l'intelligence artificielle. Il nous appartient à tous de nous emparer de ce sujet qui ne doit plus être l'apanage ou le centre d'intérêt des seuls initiés. » C'est dans cet esprit que le Medef a organisé, en 2024, un tour de France de l'intelligence artificielle, en vingt étapes et avec plus de 3 000 entreprises, pour démystifier le phénomène. « L'IA, c'est un peu un sujet tarte à la crème et en définitive un de nos enjeux est de faire comprendre à tout un chacun, pas seulement les grandes entreprises qui déjà se sont emparées du sujet, mais les entreprises de toute taille et dans tous les secteurs d'activité, et je pense également à la distribution professionnelle, que l'IA est un enjeu existentiel » poursuit-il en pronant une manière pragmatique d'appréhender l'IA qui trouve son expression dans des applications très diverses touchant à la supply chain, au ressources humaines, au pricing, etc. « Il faut lui consacrer des moyens et se convaincre que c'est une formidable opportunité. »

COMMUNICATION

Risques géopolitiques

Asma Mhalla, politologue et essayiste, spécialiste des enjeux politiques et géopolitiques de la Tech et de l'IA, n'hésite pas à déconstruire les idées toutes faites que l'on peut avoir sur l'IA. Pour elle, l'IA en tant que concept ne veut rien dire. « En fait, l'IA, posée comme un concept, comme un bloc, ne renvoie forcément qu'à des problématiques, à des questions et à des traitements intellectuels, conceptuels, industriels, extrêmement binaires, élémentaires, mais pas très intelligents. L'IA, appliquée à des cas d'usage industriels ne va pas poser les mêmes questions, les mêmes problématiques, les mêmes enjeux d'implémentation, de cas d'usage, éthiques, politiques ou économiques, que l'IA appliquée au secteur de la santé ou sur un champ de guerre en Ukraine ou à Gaza. »

Elle rappelle que l'IA est d'abord une chaîne de valeur de production industrielle, élément indispensable pour comprendre la rivalité géostratégique entre les États-Unis et la Chine. Aujourd'hui, il est impossible de penser la question de la puissance d'un État sans la corréler à la question technologique. Cette compétition géostratégique fait résonance avec la désindustrialisation de l'Europe. « La vérité, c'est qu'on n'a pas le début d'une vision stratégique et industrielle ou techno-industrielle sur ces questions-là... » Interrogée sur la façon dont les industriels français peuvent tirer parti de l'IA sans devenir dépendants des géants de la tech, elle invite une nouvelle fois à partir du réel. « Le réel, c'est que nous n'avons pas de souveraineté technologique. Il n'est pas seulement question de cloud ou d'hébergement. Les solutions sont clés en main avec une partie applicative et servicielle. Quand une entreprise fait intervenir des Big Tech américaines, elle s'expose en effet à un droit de regard et une ingérence directe de la part de l'administration américaine. C'est un fait. » Et ce, même si les Big Tech implantées auprès des entreprises françaises assurent qu'elles font tout pour éviter de les exposer à ce risque. Autrement dit, il s'agit d'éviter que pour une raison ou une autre, les fournisseurs de services américains bloquent des services,



Mazarine Mitterrand-Pingeot, écrivain : « Pour l'innovation, pour la liberté de penser, mieux vaut s'appuyer sur l'intelligence collective, qui n'a rien à voir avec les réseaux sociaux. »

des mails, des accès à des datas... « Aujourd'hui, le risque n'est pas chinois, mais américain. Ce qui est important quand on est chef d'entreprise, c'est d'anticiper ce risque-là, qui n'est plus un risque business, mais un risque géopolitique. »

Impact sociétal et environnemental

Toutefois, au niveau de l'impact sur les organisations et le travail, le politique ne semble pas non plus avoir suffisamment anticipé les enjeux « On va avoir des hausses de productivité dans un certain nombre de structures, les plus grosses d'ailleurs, mais pas partout. Les impacts vont se jouer sur les vingt ou trente prochaines années. Et sur la question de l'accompagnement, de la réinvention des jobs, de l'éducation, des compétences nouvelles, etc., le silence est plutôt assourdissant. » Si, pour elle, les algorithmes ne vont pas empêcher l'humain de continuer à créer, à se réinventer, elle prône la lucidité. « Aujourd'hui, d'un point de vue des compétences cognitives, c'est-à-dire du traitement de données en temps réel et dans un temps extrêmement rapide, nous sommes déjà dépassés. La question, c'est comment on réinvente nos rôles, nos identités. C'est un chantier qui est assez enthousiasmant, parce que la barre va être de plus en plus haute, mais l'humain, par définition, s'adapte. »

De son côté, Marguerite Leenhardt, responsable du rality IA Lab

du groupe CCI Aix-Marseille Provence, a rappelé que l'impact de l'intelligence artificielle n'est pas que sociétal, il est également environnemental, ce qui rejoint les aspects de souveraineté technologique. « Ces questions d'impact environnemental peuvent ou non conditionner notre dépendance ou notre indépendance, notre capacité à être plus ou moins souverain dans la façon dont nous allons pouvoir exploiter et tirer de la valeur de l'IA. Évaluer cet impact est extrêmement important. Nous accompagnons les entreprises à faire une adoption un petit peu plus frugale de ces technologies-là. »

Savoir se déconnecter pour créer

Mazarine Mitterrand-Pingeot, écrivain, agrégée et docteur en philosophie, enseignante à Sciences Po Bordeaux, a, elle, apporté son approche philosophique au débat. Sa démarche est importante. « Il me semble que la façon dont nous sommes formés aujourd'hui, en France, privilégie l'hyperspécialisation, qui fait qu'assez rapidement les gens sont amenés à ne plus se rencontrer, ni à dialoguer. Et, en l'occurrence, le monde de l'université et de la recherche, en tout cas en sciences humaines, parle relativement peu avec le monde de l'entreprise » regrette-t-elle.

La place de la philosophie dans un monde hyperconnecté est, il est vrai, particulièrement mise à mal. « La façon dont fonctionne ce monde, selon des algorithmes, notamment les réseaux sociaux, ne peut pas laisser d'espace pour une pensée complexe, pour la temporalité de la réflexion, pour le dialogue authentique. » Dans un réseau social, on ne fait que répondre. « La philosophie apprend à poser différemment des questions. Parfois, les questions sont mal posées et c'est important d'essayer de les reformuler. Dans un monde connecté, vous n'avez pas la possibilité d'initier ou de poser différemment des questions parce que vous êtes juste un point à l'intérieur d'un réseau. »

Les participants s'interrogent : de la même manière que le développement des machines outils a entraîné une perte du savoir-faire dans les métiers manuels, l'IA peut-elle entraîner une perte du savoir-être ?

Un rayonnement plus large

Au cours de ces deux dernières années, le Gifec a beaucoup travaillé à améliorer sa notoriété et sa visibilité. « Nous avons adapté nos missions et bâti une solide stratégie de communication tournée vers tous les acteurs de notre métier » explique Serge Teyssier, co-président, en citant notamment la nouvelle signature « Ensemble pour un avenir industriel gagnant », la refonte complète du site web, l'amélioration des indicateurs de marché avec le support de Xerfi, un rapprochement avec des institutions telles que le Medef, avec les distributeurs et avec le monde étudiant. « Nous avons la volonté d'augmenter notre rayonnement au niveau national, notamment en associant les distributeurs à nos réflexions et en étant plus présents auprès des étudiants. Nous souhaitons aussi nous développer au niveau européen. Nous sommes d'ores et déjà en relation avec l'association italienne Federtec et le syndicat allemand VHH. »

Concernant l'implication auprès des jeunes, le Gifec a noué un partenariat avec l'ESILV. Les élèves ingénieurs de quatrième année de cette école ont dans le cadre d'un challenge initié par le Gifec, consacré dix heures par semaine à la recherche de solutions innovantes et pratiques, en lien avec « l'IA dans l'industrie » avec le soutien de douze membres historiques du groupement. Pendant six mois, plusieurs groupes d'étudiants ont ainsi travaillé à développer des modèles d'algorithmes destinés à résoudre trois problématiques stratégiques que sont l'analyse prédictive des marchés, la protection des données et la cybersécurité. L'objectif de ce challenge était d'accompagner la formation des futurs ingénieurs tout en les connectant aux réalités du marché de l'emploi et celles de l'industrie.

Invités à voter pour l'un des trois projets présentés lors des Rencontres, les participants ont plébiscité à 55% la solution de l'équipe de Seifeddine Ben Rhouma, portant sur l'analyse prédictive des marchés en tenant compte d'indicateurs exogènes comme le cours du dollar, de l'acier, etc. « En mon sens, ce projet a été récompensé car il était construit de manière à être concrètement utilisable. Il répond à notre besoin de mieux connaître les attentes de nos clients. Il nous permettra ainsi d'être plus performants dans notre anticipation des besoins du marché » se félicite Serge Teyssier. « Sur un projet comme celui-là, nous avons la légitimité technique, mais il n'aurait jamais été possible sans cet accompagnement de nos parrains du Gifec et toute la légitimité qu'ils nous ont apporté du point de vue industriel » ajoute Seifeddine Ben Rhouma.



Eric Pasquier et Serge Teyssier, co-présidents du Gifec, Marguerite Leenhard, directrice du Reality Lab de la CCI Métropolitaine Aix-Marseille-Provence et marraine du Challenge IA, et Seifeddine Ben Rhouma, le lauréat.

« Chat GPT est programmé pour répondre à tout. Un certain nombre de compétences vont en effet disparaître. La question est de savoir comment on utilise l'IA de la meilleure manière, à la fois de la manière la plus efficiente, c'est-à-dire comment la machine va pouvoir m'aider, mais aussi de la manière pour moi la plus nourrissante, c'est-à-dire qu'elle ne remplace pas ma propre intelligence » estime-t-elle. Contrairement à leurs aînés qui ont été formés en dehors de l'IA et qui utilisent cette technologie pour déléguer surtout des tâches complexes ou ennuyeuses, sans

délaisser leur réflexion, les plus jeunes peuvent être confrontés à de plus de difficultés. « Il est important de mener une réflexion collective, pour que l'IA soit un outil, et non pas un handicap. »

Pour Mazarine Mitterrand-Pingeot, le monde connecté de l'entreprise ne s'oppose pas à la liberté de penser et d'agir des collaborateurs, même si elle souligne l'importance de savoir se déconnecter d'un monde digital qui a toujours réponse à tout, programmé pour répondre. Elle oppose justement deux modalités de

réflexion : l'intelligence collective où on est plusieurs à réfléchir, à lancer des idées et puis tout à coup, quelque chose d'intéressant sort de ce « n'importe quoi » et le réseau social, où l'on est bloqué par le regard des autres, par la norme, par la manière dont ce dernier fonctionne. « Si on veut initier quelque chose de neuf, il faut sortir du réseau. Pour l'innovation, pour la liberté de penser, voire pour dire des bêtises, mieux vaut s'appuyer sur l'intelligence collective qui n'a rien à voir avec le réseau. »

Agnès Richard

EQUIPEMENT D'ATELIER - Sam Outillage

L'X'Store, au cœur de la solution Sam'Urai

La borne interactive X'Store® est une des facettes du système de stockage et de distribution entièrement conçu et fabriqué par Sam Outillage, qui intègre déjà plusieurs autres solutions Sam'Urai® de gestion des outils et consommables dans les sites industriels, à savoir les X'Tower®, X'Smart®, X'Locker® et X'Sling®. Totalement connectée à ces autres équipements par l'intermédiaire de la solution logicielle Sam Tool Manager®, cette interface permet de digitaliser ce magasin physique et d'adresser ensuite les opérateurs aux emplacements de stockage où ils trouveront les fournitures demandées.

Gérer une pièce de stockage sécurisée

Pour cet X'Store, l'utilisation de base est la gestion d'une pièce de stockage dont il contrôle l'accès et le contenu. Concrètement, l'opérateur qui désire s'approvisionner commence par s'identifier sur la borne interactive avec son badge entreprise, ce qui permet de connaître immédiatement sa fonction et ses caractéristiques physiques, informations qui vont servir à lui proposer la liste des articles qui correspondent à son emploi et, pour les EPI, à ses mensurations. Selon son profil, cette personne pourra être limitée à cette première sélection ou avoir accès à une offre étendue dépassant ses seuls besoins. Dans certains cas, elle pourra aussi bénéficier d'un accès illimité à l'ensemble du catalogue disponible chez le distributeur qui a monté l'installation et même générer des commandes d'achats, en respectant les règles de validation en vigueur dans son entreprise.

Après cette identification, qui influe directement sur la liste des matériels accessibles, l'opérateur



La borne interactive X'Store permet d'administrer une pièce de stockage sécurisée. Elle peut également orienter les opérateurs vers un autre distributeur Sam'Urai si le produit demandé n'est pas disponible dans la pièce de stockage.



L'application Sam Tool Manager, développée par Sam Outillage, permet de réaliser l'interconnexion entre tous les équipements de la gamme Sam'Urai : X'Tower, X'Smart, X'Locker, X'Sling et X'Store.

enregistre sa demande de fournitures sur l'écran interactif, une demande qui porte en grande majorité sur un seul article. A l'issue de cette opération, la trappe inférieure de l'X'Store s'ouvre pour donner la clé (ou le badge) d'accès à la pièce de stockage. L'opérateur n'a plus qu'à y pénétrer, se servir et repartir sans oublier de replacer la clé (ou le badge) dans son logement et de refermer la trappe. Il peut éventuellement être ajouté une douchette dans la pièce de stockage pour valider la prise de matériel par un scan. Pour la restitution des matériels, la procédure est identique.

Interconnexion totale

L'X'tore ne sert toutefois pas uniquement à donner accès à une pièce sécurisée. Connecté à tous les autres équipements de la gamme Sam'Urai de l'usine, il connaît l'emplacement

de chaque produit avec la possibilité de gérer jusqu'à 5 000 références. Pour chaque article, il indique par une icône affichée sur l'écran dans quel espace il est entreposé et en quelle quantité. L'opérateur peut donc, si le produit n'est pas disponible dans la pièce de stockage, se diriger directement vers le distributeur le plus proche qui le détient en stock - tous les emplacements sont marqués du plus près au plus éloigné. Et inversement, un autre mobilier Sam'Urai peut indiquer la pièce de stockage comme lieu où se diriger. Quand les points d'accès sont proches, il est possible de valider sa demande dans un endroit et de se servir sur un deuxième en s'en donnant l'autorisation. Autre possibilité, en cas d'indisponibilité du matériel,

il est possible de connaître le dernier utilisateur et de le récupérer directement auprès de lui, avec par la suite un retour au stock par une procédure de pose par autrui.

Traçabilité en temps réel

Cet ensemble X'Tower, X'Smart, X'Locker, X'Sling et maintenant X'Store constitue une solution globale de gestion des fournitures en milieu industriel d'une grande de souplesse, qui par son accessibilité 24h/24 et 7j/7 limite au mieux les pertes de temps passées à rechercher des matériels, avec comme avantage d'éviter les temps d'arrêt industriels. Cet environnement donne la possibilité de suivre en temps réel l'affectation des outils et des consommables, traçabilité qui permet d'analyser la consommation par utilisateur et de connaître le niveau des stocks dans les différents emplacements, pour un réapprovisionnement programmé par le distributeur installateur. La sécurité du système est assurée par cette traçabilité mais également par la confiance mise dans les utilisateurs, qui gagnent ici fortement en autonomie par rapport à une organisation plus centralisée.

QUINCAILLERIE & FI

DOSSIER

Les multispécialistes gardent le cap

Après le dynamisme de la période post-covid, le chiffre d'affaires des acteurs de la quincaillerie et de la fourniture industrielle est plus malmené depuis 2024. Toutefois, dans nombre d'entreprises, des transformations importantes ont été engagées ces dernières années afin de générer un gain d'efficacité opérationnelle qui contribue à soutenir les activités dans ce contexte économique incertain. En parallèle, les positionnements s'affirment, en faveur notamment de la multispécialité, gage d'équilibre et de différenciation.

Sur l'ensemble de la période de trois ans qui fait l'objet de ce panorama, les distributeurs quincaillerie et fourniture industrielle affichent une croissance qui montre la belle dynamique du secteur, lequel a profité d'une période post-Covid assez exceptionnelle, de l'aveu de tous les acteurs. Toutefois, en 2024, la dernière année considérée par ce dossier, les chiffres d'affaires enregistrés sont le plus souvent en phase de stagnation, voire de régression. Aujourd'hui, la filière se heurte en effet à un phénomène conjuguant un retour de l'activité à des niveaux dits normaux et un environnement économique et politique dégradé, double circonstance qui conduit à une certaine atonie du marché, notamment dans la branche bâtiment, même si la rénovation continue de fonctionner. Dans l'industrie aussi, les dépenses d'investissement sont en baisse sur certains secteurs d'activité, générant parfois un recul chez les distributeurs les plus spécialisés. Le positionnement multispécialiste de nombre d'acteurs est plus que jamais considéré comme un facteur clé pour maintenir à l'équilibre des ventes actuellement mises à mal.

Sur trois ans, le chiffre d'affaires global de la profession sur les douze organisations suivies dans notre dossier a cru de 13,3%, passant de 8,4 milliards d'euros au 31/12/2021 à 9,52 milliards d'euros en fin d'année dernière. En revanche, d'une année sur l'autre, le constat est moins réjouissant avec une baisse de 1,2%, le chiffre d'affaires cumulé fin 2023 ayant été de 9,64 milliards d'euros. Cela dit, comme lors d'autres phases traversées sur ce premier quart de siècle, bien fourni en crises diverses et variées, l'opinion partagée n'est pas à se résigner mais au contraire de poursuivre les investissements pour le futur et de profiter de toutes les opportunités qui se présentent.

Transformation

Ces trois dernières années ont été effectivement marquées par d'importants programmes de transformation, sur le plan organique, dans les différents groupes et groupements du secteur. Ils ont porté tant sur l'organisation des structures, que la mise en place d'outils digitaux et de systèmes logistiques performants, la RSE, les MDD, sans oublier une définition plus fine des cibles métier, accentuant d'ailleurs l'importance des secteurs liés à l'industrie, pour apporter plus de services et gagner en visibilité sur le marché.

Ainsi, les organisations sont désormais de plus en plus intégrées au niveau des outils digitaux pour maximiser la connaissance des clients, la fluidité des flux d'information, partager les données commerciales auprès de tous les services, etc. afin d'optimiser les performances. Lors de nos dossiers précédents, l'importance de la data était rappelée de façon régulière. Désormais, cette notion est totalement intégrée par l'ensemble des acteurs de la chaîne commerciale, les clients, les distributeurs comme les fournisseurs. L'objet est désormais d'organiser son traitement de la façon la plus efficace possible avec des instruments digitaux qui rendront sa manipulation la plus aisée et la plus transparente possible. Dans cet objectif, les incidences des dernières évolutions numériques sont majeures, en particulier l'intelligence artificielle qui va être déployée à tous les niveaux, même si nous n'en voyons pas encore aujourd'hui toutes les retombées opérationnelles, loin s'en faut. Ceci se traduit par des environnements unifiés au profit des distributeurs et de leurs équipes pour les guider dans leurs références, leurs achats, leurs approvisionnements, leurs promotions, etc., et au-delà dans toutes les relations

qu'ils entretiennent au sein de leur groupe de distribution et avec les fournisseurs. Cette logique, déjà intégrée dans les groupes structurés et des membres importants de groupements, qui sont par essence organisés d'une façon centralisée, a désormais imprégné l'ensemble des acteurs qui disposent des moyens financiers pour mettre en œuvre ce type d'outil.

Croissance externe

Une autre dynamique est orientée vers la croissance externe. Les groupements que leurs investissements ont rendu plus attractifs et plus différenciants accueillent de nouveaux adhérents, dont certains emblématiques comme Au Forum du Bâtiment et Mabéo Industries qui viennent de rejoindre Socoda ; cette centrale se dote par la même occasion d'une plate-forme de stockage. Les réseaux DomPro et Cofaq affichent également de nombreuses adhésions avec, pour ces deux exemples, des extensions de leurs territoires d'expression. Pour le premier, il s'agit d'une identification claire de la centrale sous le nom DPRX, Des Pros en RéseauX, qui fédère sous ses ailes le réseau multitechnique DomPro et deux nouveaux que sont Synamétal spécialisé dans le soudage et le travail des métaux et Safetis pour les EPI. De son côté, le Cofaq poursuit dans le domaine professionnel sa croissance sous Master Pro, Securom et Distribution du Bâtiment, très attractif pour les négoce matériaux, et déploie son activité TNA des tiers non adhérents, centrales extérieures qui viennent s'associer pour trouver des conditions d'achats améliorées. Pour sa part, Equip a enregistré l'arrivée de Looten en début d'année 2024, ce qui va lui donner une base forte pour développer une activité industrie, et une vague d'acquisitions, largement stimulée par les rachats effectués par la Quincaillerie Angles, laquelle a notamment repris huit des magasins de feu Toolstation. A noter que cette entreprise aveyronnaise a également acquis un petit réseau de négoce électrique, un secteur qui semble assez attractif actuellement puisque Trénois Decamps, associé avec Setin, développe également un réseau de telle nature avec son enseigne Tredélec qui compte désormais douze agences. Chez les intégrés, Groupe Fair a aussi des associés dynamiques qui poursuivent l'extension du réseau par des créations d'agences. De son côté, après une période de pause côté acquisitions, Rubix France se déclare aujourd'hui en veille très active, pour nourrir un positionnement tourné de plus en plus vers les solutions de service.

Une tendance se dessine de plus en plus fortement, qui devrait imprégner les années à venir : l'engagement des enseignes vers plus de spécialisation et de service. C'est aussi une manière de fidéliser le client et de valoriser sa différence sur le marché.

Dossier réalisé par Agnès Richard et Frédéric Bassigny

Chiffres d'affaires France quincaillerie industrielle & négoce technique	
CA France et nombre d'agences au 31/12/2024*	
* chiffres déclaratifs communiqués par les groupes et groupements	
 Bathex	60 M€ 140 Agences p. 58
<i>Chiffre distribution sur un chiffre d'affaires global de 600 M€</i>	
 Groupe Cofaq	1 700 M€ 574 Agences p. 68
<i>Chiffres Master Pro - Securom - DDB. Chiffre d'affaires estimé</i>	
 Descours & Cabaud	2 400 M€ 346 Agences
<i>264 Prolans et 82 Doris. En accord avec sa politique de communication, Descours & Cabaud n'a pas participé à ce dossier</i>	
 DomPro	275 M€ 201 Agences p. 76
 Equip	1 750 M€ 539 Agences p. 80
<i>Chiffres donnés Belgique inclus, mais hors DomPro, qui est traité de façon indépendante dans ce tableau récapitulatif</i>	
 Groupe Fair	411 M€ 82 Agences p. 86
 Geadis	40 M€ 16 Agences p. 90
 LTS	1 025 M€ 160 Agences p. 94
 Mabéo Industries	250 M€ 32 Agences p. 106
 Rubix	1 075 M€ 160 Agences, 36 pôles d'expertise p. 110
<i>Sur cet ensemble, les adhérents représentent 52 agences et un CA de 75 M€</i>	
 Socoda	481 M€ 558 Agences p. 114
<i>Global des deux branches Outils Pro et Industrie</i>	
 Udsom	55 M€ 15 Agences
<i>Reprise des chiffres au 31-12-2023</i>	

QUINCAILLERIE & FI

Bathex

Bathex

Entraide et cohésion

Groupement atypique dans notre sélection de distributeurs d'outillages aux professionnels, Bathex affirme sa singularité sur le marché par un fonctionnement basé sur l'excellence des relations humaines, sans négliger pour autant ses missions d'achat et de référencement et la conception d'outils de gestion commerciale et de communication. Toujours en progression, il va franchir un nouveau cap en octobre prochain en organisant son premier salon de grande ampleur dans l'enceinte du centre des congrès du Puy du Fou.

Trois recrutements en trois ans

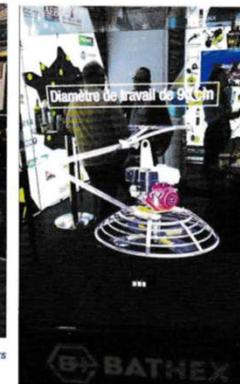
Depuis son changement de nom en 2019, le groupement Bathex affiche un remarquable dynamisme en poursuivant un développement raisonné constitué autour de valeurs d'entraide et de convivialité. Regroupant des loueurs, des concessionnaires et des négoceurs purs pratiquant la vente d'outillages pour le TP et la construction, le groupement comptait dans son réseau 140 magasins pour un total de vingt adhérents fin 2024, cet ensemble réalisant un chiffre d'affaires de 600 millions d'euros au global de ses activités, et plus spécifiquement 60 millions pour sa partie négoce de petits matériels.

Depuis trois ans, le groupement a évolué sur de nombreux points. Sur le plan du recrutement, il affichait 131 agences et un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros pour son activité de vente de petits matériels à la fin de l'année 2021*. Depuis cette date, grâce à une politique de recrutement prudente mais

* les 65 M€ indiqués sur notre tableau synthétique de notre dossier de juillet 2022 étaient une estimation surévaluée.



Bathex avait choisi de monter un stand entièrement numérique pour recevoir ses visiteurs lors du salon Batimat 2024, avec même une présentation de ses matériels MDD sous forme d'hologramme. Une exposition attractive pour une édition qui a donné toute satisfaction.





Bathex organisera son deuxième salon d'enseigne le 10 octobre prochain dans l'enceinte du Puy du Fou. Cet événement rassemblera 43 exposants, contre 14 lors de la première édition de 2023 Terra Botanica Angers qui était dédiée aux seuls partenaires de sa MDD. Ici quelques photos de ce premier salon qui s'est déroulé en extérieur.



Maintenir la cohérence du réseau

Sur ce sujet de l'extension du réseau, le recrutement est difficile car Bathex exige des critères stricts en termes de chiffre et de philosophie de fonctionnement. De plus, le groupement entend protéger ses associés actuels, qui possèdent un droit de regard pour autoriser de nouveaux entrants – une zone de 26 départements libres a été définie –, et éviter des secteurs de distribution l'éloignant de son modèle économique, comme la quincaillerie ou des spécialistes du bâtiment dans la peinture, le sanitaire, etc. Cela lui permet de conserver la cohérence de son réseau et de proposer un référencement qui correspond à 100% à ses adhérents. Leur typologie est la vente de petits matériels pour le TP et le gros œuvre et l'offre au catalogue doit être représentative de cette catégorie – Bathex s'interdit même de vendre des pièces détachées pour engins.

Un autre frein constaté est la difficulté rencontrée par les entreprises candidates de disposer de personnels capables de gérer des projets d'expansion qui sortent de leur objet principal, bien souvent la location d'engins, et pour d'autres, très sensibles à la notion d'indépendance, la crainte de se retrouver les mains liées par une adhésion à un groupement. Pourtant, comme l'exprime Rudy Martin, directeur marketing et communication Bathex, cette crainte est infondée : « Nous sommes un groupement où il y a beaucoup d'entraide et un soutien indéfectible entre les associés. »

Deux beaux Batimat

Pour faire œuvre de communication auprès de ses fournisseurs et auprès de distributeurs qui seraient intéressés par le rejoindre, le groupement Bathex a participé au salon Batimat en 2022 puis en 2024 dans le hall consacré à l'outillage. Ces deux éditions se sont révélées être un succès avec la présence tournante de tous les associés, des actions promotionnelles ciblées

QUINCAILLERIE & FI

Bathex

DOSSIER

n'est encore acté. La marque Bathex, créée juste avant la période du Covid, est désormais bien reconnue et d'autres actions de communication seront peut-être préférées pour consolider sa montée en notoriété.

Faire l'événement au Puy du Fou

La participation à Batimat n'est pas le seul rendez-vous proposé par Bathex durant l'année. Diverses sessions sont organisées avec l'Assemblée Générale de rigueur et quatre réunions rassemblant les acheteurs pour discuter des référencements et recevoir les fournisseurs, dont de possibles nouveaux. Au-delà de ces rencontres internes, Bathex a organisé en juin 2023 son premier salon MDD à Terra Botanica à Angers. Cet événement avait rassemblé quatorze des seize fournisseurs partenaires de cette marque propre et les équipes des adhérents, les acheteurs mais également des directeurs d'agence, des commerciaux itinérants et des vendeurs comptoir.

Cette manifestation, qui a été bien reçue par l'ensemble des participants, va être reconduite le 10 octobre prochain dans le centre des congrès du Puy du Fou dans une version augmentée non réservée aux seules MDD, mais toujours pour mettre en relation les fournisseurs et les associés, relayer des informations, former des commerciaux. Cette fois-ci, Bathex prévoit de recevoir de 140 à 150 collaborateurs issus du réseau et a d'ores et déjà enregistré l'accord des 43 exposants présents. Ce salon sera organisé avec une exposition intérieure dans le théâtre Molière avec trois salles totalisant une surface utile de 615 m² et une exposition extérieure proche d'une superficie de 900 m². Le projet est de présenter tout l'outillage électroportatif à l'extérieur et tous les autres matériels en intérieur. En parallèle, la conférence ayant accompagné le premier salon ayant été fort appréciée, cette initiative sera renouvelée ici avec l'invitation d'un conférencier d'une renommée internationale dans le domaine de la vente et de la motivation en la personne de Michaël Aguilar. Il interviendra sur le thème : « donner envie ». Cette conférence sera ouverte à tous les personnels de Bathex ainsi qu'à tous les fournisseurs présents.

Dans le cadre de cet événement, « d'une ampleur inédite pour le groupement » comme le rapporte Rudy Martin, des offres promotionnelles fournisseurs seront remises aux associés afin qu'ils effectuent des achats à des conditions privilégiées. Par ailleurs, pour marquer les esprits et faire de cette journée fédératrice un moment mémorable, Bathex prendra à sa charge un



Bathex a édité cette année ses deux premières promotions trimestrielles globales pour l'ensemble du réseau, au premier trimestre sur l'entretien des extérieurs et la seconde sur les matériels TP.

dîner spectacle organisé au sein du Puy du Fou au soir de la journée de salon et offrira le ticket d'entrée pour le parc pour la journée suivante.

Les premières promotions trimestrielles

Si le salon fera l'objet d'offres promotionnelles spécifiques au niveau des achats, le groupement a par ailleurs initié cette année ses premières promotions trimestrielles pour l'animation des ventes. Les domaines abordés ont été « L'aménagement paysager et l'entretien des extérieurs » pour le premier trimestre (flyer de 4 pages) et « Les essentiels du BTP » au second trimestre (8 pages) – le thème de la troisième parution devant sortir en parallèle du salon au Puy du Fou n'a pas encore été communiqué. Dans ces promotions, des prix sont négociés à l'échelon national, des goodies sont ajoutés et les associés viennent créer l'animation commerciale dans leurs magasins pour dynamiser les ventes. Les brochures sont livrées aux sièges des associés pour être distribuées à leurs clients, les pdf étant également disponibles pour réaliser des mailings.

Pensé comme un pur groupement d'achat et de référencement, Bathex ajoute tout doucement le volet de l'aide à la vente. La principale difficulté, comme le confie Rudy Martin, « a été de sélectionner des produits qui satisfont l'ensemble des associés, qui sont tous des indépendants et peuvent avoir des logiques commerciales locales spécifiques », mais le résultat final est un rendez-vous avec un bon retour sur les premières actions.

n'est encore acté. La marque Bathex, créée juste avant la période du Covid, est désormais bien reconnue et d'autres actions de communication seront peut-être préférées pour consolider sa montée en notoriété.

Faire l'événement au Puy du Fou

La participation à Batimat n'est pas le seul rendez-vous proposé par Bathex durant l'année. Diverses sessions sont organisées avec l'Assemblée Générale de rigueur et quatre réunions rassemblant les acheteurs pour discuter des référentiels et recevoir les fournisseurs, dont de possibles nouveaux. Au-delà de ces rencontres internes, Bathex a organisé en juin 2023 son premier salon MDD à Terra Botanica à Angers. Cet événement avait rassemblé quatorze des seize fournisseurs partenaires de cette marque propre et les équipes des adhérents, les acheteurs mais également des directeurs d'agence, des commerciaux itinérants et des vendeurs comptoir.

Cette manifestation, qui a été bien reçue par l'ensemble des participants, va être reconduite le 10 octobre prochain dans le centre des congrès du Puy du Fou dans une version augmentée non réservée aux seules MDD, mais toujours pour mettre en relation les fournisseurs et les associés, relayer des informations, former des commerciaux. Cette fois-ci, Bathex prévoit de recevoir de 140 à 150 collaborateurs issus du réseau et a d'ores et déjà enregistré l'accord des 43 exposants présents. Ce salon sera organisé avec une exposition intérieure dans le théâtre Molière avec trois salles totalisant une surface utile de 615 m² et une exposition extérieure proche d'une superficie de 900 m². Le projet est de présenter tout l'outillage électroportatif à l'extérieur et tous les autres matériels en intérieur. En parallèle, la conférence ayant accompagné le premier salon ayant été fort appréciée, cette initiative sera renouvelée ici avec l'invitation d'un conférencier d'une renommée internationale dans le domaine de la vente et de la motivation en la personne de Michaël Aguilar. Il interviendra sur le thème : « donner envie ». Cette conférence sera ouverte à tous les personnels de Bathex ainsi qu'à tous les fournisseurs présents.

Dans le cadre de cet événement, « d'une ampleur inédite pour le groupement » comme le rapporte Rudy Martin, des offres promotionnelles fournisseurs seront remises aux associés afin qu'ils effectuent des achats à des conditions privilégiées. Par ailleurs, pour marquer les esprits et faire de cette journée fédératrice un moment mémorable, Bathex prendra à sa charge un



Bathex a édité cette année ses deux premières promotions trimestrielles globales pour l'ensemble du réseau, au premier trimestre sur l'entretien des extérieurs et la seconde sur les matériels TP.

dîner spectacle organisé au sein du Puy du Fou à la fin de la journée de salon et offrira le ticket d'entrée pour le parc pour la journée suivante.

Les premières promotions trimestrielles

Si le salon fera l'objet d'offres promotionnelles spécifiques au niveau des achats, le groupement a par ailleurs initié cette année ses premières promotions trimestrielles pour l'animation des ventes. Les domaines abordés ont été « L'aménagement paysager et l'entretien des extérieurs » pour le premier trimestre (flyer de 4 pages) et « Les essentiels du TP » au second trimestre (8 pages) – le thème de la troisième parution devant sortir en parallèle du salon au Puy du Fou n'a pas encore été communiqué. Dans ces promotions, des prix sont négociés à l'échelon national, des goodies sont ajoutés et les associés viennent créer l'animation commerciale dans leurs magasins pour dynamiser les ventes. Les brochures sont livrées aux sièges des associés pour être distribuées à leurs clients, les pdf étant également disponibles pour réaliser des mailings.

Pensé comme un pur groupement d'achat et de référencement, Bathex ajoute tout doucement le volet de l'aide à la vente. La principale difficulté, comme le confie Rudy Martin, « a été de sélectionner des produits qui satisfont l'ensemble des associés, qui sont tous des indépendants et peuvent avoir des logiques commerciales locales spécifiques », mais le résultat final est au rendez-vous avec un bon retour sur les premières actions.



Laurent Huntzinger, directeur général du groupe Cofaq, lors de la présentation du programme Prisme au Palais des Congrès du Futuroscope le 5 décembre 2024. Photo explicite pour le message communiqué avec un visuel d'aviron, symbole du travail d'équipe, soulignée par la signature « notre futur s'écrit ensemble ».

Le milliard d'achats en 2030, l'aboutissement d'une stratégie ambitieuse

Si l'on pensait que les changements de direction allaient perturber la dynamique du Groupe Cofaq, il n'en est rien. Après une première phase de lancement couronnée de succès, puis une deuxième impulsion décisive, la gouvernance actuelle, en lien étroit avec les adhérents, vise désormais les étoiles. Les trois dernières années ont confirmé cette ambition, avec un cap clairement fixé : franchir le seuil du milliard d'euros d'achats dans les cinq ans.

2022 : Le duo Champion Huntzinger

Soyons clair dès ces premières lignes, l'histoire du Groupe Cofaq s'est accélérée depuis 2022, point de repère de cet article qui va tenter de retracer les grandes lignes de l'évolution de la coopérative depuis trois ans, et excusez-nous d'avance si l'on ne traite pas de tous ses aspects, les quelques pages qui suivent n'y suffiraient pas.

En l'année 2022, Eric Champion était déjà président et occupait cette fonction depuis sa première élection en septembre 2020. Si l'on se rappelle les articles publiés dans BBI après ce premier vote, l'ambition première du nouveau président et directeur général était

de remettre, pourrait-on dire, l'église au milieu du village. En résumé, il souhaitait redonner la parole aux adhérents et leur transmettre le destin de la maison Cofaq selon le principe fondateur des coopératives, un homme égal une voix. Il s'agissait de rééquilibrer les pouvoirs et de renforcer la transparence des décisions. En cette année 2022, après une première phase qui s'était soldée par une réorganisation interne de la centrale notamment marquée par plusieurs changements au sein des instances de management, il est rejoint dans son action par Laurent Huntzinger. Ce dernier, qui partage ses vues sur l'administration de la coopérative Cofaq, se verra confier le mandat de directeur général.

Aux sources du modèle coopératif

Trois ans plus tard, la transformation de la gouvernance menée par le président de Cofaq, son directeur général, les instances du Conseil d'Administration et du Comité Stratégique et de tous les membres du réseau impliqués est désormais achevée. Indispensable pour préparer la coopérative aux défis de demain, cette régénération de la gouvernance aura permis, comme le rapporte Laurent Huntzinger, « de reconstruire les piliers restaurateurs de confiance en donnant la souveraineté démocratique aux adhérents. Le plus petit des plus petits compte autant que le plus gros des plus gros. C'est ce que l'on crée et ce que l'on propose qui compte, non ce qu'on est ».

Pour juger de façon objective la véracité de ce satisfecit, et au-delà l'adhésion exprimée aux différentes actions de transformation initiées, le Groupe Cofaq fait mener des enquêtes de satisfaction par Obea, un institut extérieur et indépendant. Ces dernières ont montré que le sentiment d'appartenance au groupement s'est fortement développé ses dernières années avec une reconnaissance de son action qui s'est nettement amplifiée. Lors de la dernière enquête menée en 2024, les résultats ont montré un très fort consensus derrière la stratégie menée par la coopérative, « insufflée par la base » comme le rappelle Éric Champion. La satisfaction du réseau s'est élevée à 82% (+ 10 points / 145 questions et plus de 700 répondants). Autre élément qui vient souligner l'excellence du travail mené est la réélection en juin 2024 d'Éric Champion à la présidence du Groupe Cofaq, avec un score de 98% des voix exprimées.

Le projet Prisme...

Cette réélection fournit un deuxième point d'ancrage pour cet article puisqu'il permet de nous projeter sur toute la décennie à venir. Elle est une promesse de continuité de l'action engagée ces cinq dernières années jusqu'à 2030, date à laquelle la coopérative escompte atteindre le milliard d'euros d'achats si elle remplit correctement toutes les missions qu'elle s'est données.

Cette vision stratégique est symbolisée par Prisme, un cockpit digital qui permettra à toutes les composantes du Groupe Cofaq d'agir avec un maximum d'efficacité dans toutes les facettes de leurs activités pro-

Le projet Prisme

Derrière le grand projet Prisme mis en œuvre par le Groupe Cofaq se trouvent six notions véhiculées par chaque lettre de cet acronyme.

- P**erformance, car cet outil sera conçu pour répondre aux besoins réels de chaque métier ;
- R**ésilience, car le groupe Cofaq a su résister aux circonstances et continuera à le faire ;
- I**nnovation, qui sera à chaque étape du projet, pour proposer des outils contemporains ;
- S**implicité, car ces outils seront conçus pour être faciles à s'approprier, fluides et intuitifs ;
- M**éthode, car il s'agit d'apporter des process et des solutions, avec accompagnements et formations, à des rythmes adaptés ;
- E**nsemble, parce que ce n'est pas un projet DG ou DSI mais une chaîne faite de maillons, que sont tous les collaborateurs du Groupe.

fessionnelles. Acronyme de « Performance, Résilience, Innovation, Simplicité, Méthode, Ensemble », Prisme est plus qu'un simple logo. Il symbolise une stratégie globale qui vise à élever la coopérative à des niveaux de performance qui lui permettront d'absorber tous les flux résultant d'une croissance dynamique. Par essence, Prisme doit aborder tous les rouages du fonctionnement du Groupe Cofaq en visant l'efficacité, l'excellence opérationnelle et la satisfaction client. Tous les services (finance, achats, marketing...) bénéficieront d'outils modernes et adaptés, réunis dans un écosystème centralisé, combinant solutions internes et partenaires externes. « L'architecture SI actuelle composée de systèmes pas toujours compatibles entre eux sera abandonnée » comme l'explique Emmanuel Barbé, directeur des systèmes informatiques, « au profit d'une organisation logique et pérenne construite avec la volonté d'éviter le risque d'obsolescence technologique ».

... une stratégie pour préparer le futur

Cette transformation, dont les cahiers des charges sont co-construits avec les équipes, se fera par évolutions successives sur une durée de cinq ans pour parvenir à son aboutissement en 2030. « La feuille de route de ce projet nécessitant un investissement de cinq millions d'euros est d'ores et déjà écrite, depuis le changement de l'ensemble des ERP jusqu'à l'acculturation numérique des personnels, pour projeter tous les outils vers le futur. Centralisation des commandes, fluidification des process, sécurisation de l'information, utilisation de l'intelligence artificielle, etc. tout concourra à aborder la prochaine décennie dans les meilleures conditions » le professe Laurent Huntzinger.

de remettre, pourrait-on dire, l'église au milieu du village. En résumé, il souhaitait redonner la parole aux adhérents et leur transmettre le destin de la maison Cofaq selon le principe fondateur des coopératives, un homme égal une voix. Il s'agissait de rééquilibrer les pouvoirs et de renforcer la transparence des décisions. En cette année 2022, après une première phase qui s'était soldée par une réorganisation interne de la centrale notamment marquée par plusieurs changements au sein des instances de management, il est rejoint dans son action par Laurent Huntzinger. Ce dernier, qui partage ses vues sur l'administration de la coopérative Cofaq, se verra confier le mandat de directeur général.

Aux sources du modèle coopératif

Trois ans plus tard, la transformation de la gouvernance menée par le président de Cofaq, son directeur général, les instances du Conseil d'Administration et du Comité Stratégique et de tous les membres du réseau impliqués est désormais achevée. Indispensable pour préparer la coopérative aux défis de demain, cette régénération de la gouvernance aura permis, comme le rapporte Laurent Huntzinger, « de reconstruire les piliers restaurateurs de confiance en donnant la souveraineté démocratique aux adhérents. Le plus petit des plus petits compte autant que le plus gros des plus gros. C'est ce que l'on crée et ce que l'on propose qui compte, non ce qu'on est ».

Pour juger de façon objective la véracité de ce satisfecit, et au-delà l'adhésion exprimée aux différentes actions de transformation initiées, le Groupe Cofaq fait mener des enquêtes de satisfaction par Obea, un institut extérieur et indépendant. Ces dernières ont montré que le sentiment d'appartenance au groupement s'est fortement développé ses dernières années avec une reconnaissance de son action qui s'est nettement amplifiée. Lors de la dernière enquête menée en 2024, les résultats ont montré un très fort consensus derrière la stratégie menée par la coopérative, « insufflée par la base » comme le rappelle Éric Champion. La satisfaction du réseau s'est élevée à 82% (+ 10 points / 145 questions et plus de 700 répondants). Autre élément qui vient souligner l'excellence du travail mené est la réélection en juin 2024 d'Éric Champion à la présidence du Groupe Cofaq, avec un score de 98% des voix exprimées.

Le projet Prisme...

Cette réélection fournit un deuxième point d'ancrage pour cet article puisqu'il permet de nous projeter sur toute la décennie à venir. Elle est une promesse de continuité de l'action engagée ces cinq dernières années jusqu'à 2030, date à laquelle la coopérative escompte atteindre le milliard d'euros d'achats si elle remplit correctement toutes les missions qu'elle s'est données.

Cette vision stratégique est symbolisée par Prisme, un cockpit digital qui permettra à toutes les composantes du Groupe Cofaq d'agir avec un maximum d'efficacité dans toutes les facettes de leurs activités pro-

Le projet Prisme

Derrière le grand projet Prisme mis en œuvre par le Groupe Cofaq se trouvent six notions véhiculées par chaque lettre de cet acronyme.

- P**erformance, car cet outil sera conçu pour répondre aux besoins réels de chaque métier ;
- R**ésilience, car le groupe Cofaq a su résister aux circonstances et continuera à le faire ;
- I**nnovation, qui sera à chaque étape du projet, pour proposer des outils contemporains ;
- S**implicité, car ces outils seront conçus pour être faciles à s'approprier, fluides et intuitifs ;
- M**éthode, car il s'agit d'apporter des process et des solutions, avec accompagnements et formations, à des rythmes adaptés ;
- E**nsemble, parce que ce n'est pas un projet DG ou DSI mais une chaîne faite de maillons, que sont tous les collaborateurs du Groupe.

fessionnelles. Acronyme de « Performance, Résilience, Innovation, Simplicité, Méthode, Ensemble », Prisme est plus qu'un simple logo. Il symbolise une stratégie globale qui vise à élever la coopérative à des niveaux de performance qui lui permettront d'absorber tous les flux résultant d'une croissance dynamique. Par essence, Prisme doit aborder tous les rouages du fonctionnement du Groupe Cofaq en visant l'efficacité, l'excellence opérationnelle et la satisfaction client. Tous les services (finance, achats, marketing...) bénéficieront d'outils modernes et adaptés, réunis dans un écosystème centralisé, combinant solutions internes et partenaires externes. « L'architecture SI actuelle composée de systèmes pas toujours compatibles entre eux sera abandonnée » comme l'explique Emmanuel Barbé, directeur des systèmes informatiques, « au profit d'une organisation logique et pérenne construite avec la volonté d'éviter le risque d'obsolescence technologique ».

... une stratégie pour préparer le futur

Cette transformation, dont les cahiers des charges sont co-construits avec les équipes, se fera par évolutions successives sur une durée de cinq ans pour parvenir à son aboutissement en 2030. « La feuille de route de ce projet nécessitant un investissement de cinq millions d'euros est d'ores et déjà écrite, depuis le changement de l'ensemble des ERP jusqu'à l'acculturation numérique des personnels, pour projeter tous les outils vers le futur. Centralisation des commandes, fluidification des process, sécurisation de l'information, utilisation de l'intelligence artificielle, etc. tout concourra à aborder la prochaine décennie dans les meilleures conditions » le professe Laurent Huntzinger.

Cofaq



Repas de gala en soirée

Le salon 2025 BtoB du groupe Cofaq a accueilli sur deux jours en février quelque 3 000 visiteurs et donné lieu à plus de 50 millions d'achats, un record pour cet événement. La prochaine édition se déroulera toujours à Lyon Eurexpo, les jeudi 22 et vendredi 23 janvier 2026.

avancé selon les projets. A ce jour, aucune acquisition n'a encore été effectuée, mais il y aurait de vraies cibles intéressantes, notamment dans la distribution professionnelle (aucun nom ne peut être donné NDLR) : « On y trouve de l'intérêt » comme le confirme Eric Champion. Dans tous les cas, ce serait le Groupe Cofaq, qui a la capacité financière de réaliser de telles opérations, qui porterait la charge de l'acquisition. Aujourd'hui, le Groupe Cofaq accueille 580 magasins, 574 à la fin 2024, au sein de sa division professionnelle Master Pro, Securo et Distribution du Bâtiment

Le programme de développement des partenaires

Le suivi du programme Prisme et de la politique d'extension du réseau, deux projets courant sur le long terme jusqu'en 2030, n'empêche pas le Groupe Cofaq de continuellement prendre des initiatives pour améliorer son positionnement et renforcer son attractivité par des éléments différenciants.

Ainsi, la coopérative vient de mettre en place son programme de développement des partenaires dont la mission est de formaliser toutes les actions mises en œuvre pour que les adhérents développent une rela-

tion de grande proximité avec les fournisseurs de référence au profit de leurs performances réciproques. Cette initiative comporte plusieurs facettes comme la sélection optimisée des produits, la formation des personnels, les remontées des informations commerciales, la promotion des marques partenaires, etc. actions synthétisées au sein d'un programme dynamique et validées mensuellement par des indicateurs de performance. Il s'agit d'ajouter de la croissance supplémentaire au sein de la relation commerciale unissant le groupe Cofaq, les adhérents et les fournisseurs partenaires. Ce programme devrait être totalement opérationnel en 2026.

Le pôle de conseils aux adhérents Cofaq+

Autre singularité du Groupe Cofaq, il va ouvrir un pôle de conseils aux adhérents sous le nom de Cofaq+, une plate-forme téléphonique accessible par un numéro vert dont l'équipe est composée d'un responsable RH, d'un avocat et d'un ingénieur informatique. En s'adressant à Cofaq+, les adhérents peuvent obtenir une aide immédiate sur les trois sujets couverts par ces experts. Le RH apporte son conseil sur tout ce qui

Les huit familles de la MDD Obsima

La gamme en marque propre Obsima à destination du réseau Master Pro, positionnée sur un haut niveau qualitatif, est aujourd'hui déclinée sur huit familles de produits.



Abrasifs & coupe : disques à lamelles, disques à tronçonner
Matériel de chantier : bétonnières, nettoyeurs haute pression thermiques, compresseurs
Équipement & sécurité : marchepieds, pinces-étaux
Énergie & électricité : enrouleurs électriques
Manutention : transpalettes
Maintenance & outils : valises de maintenance, coffrets de forets
Mesure & précision : instruments de mesure
Soudure : électrodes.

OBSiMA

concerne les questions sociales, la gestion des contentieux avec le personnel, les évolutions de réglementation, etc. L'avocat les accompagne sur les sujets juridiques et peut aussi les mettre en relation avec un notaire agréé Cofaq et un cabinet de valorisation pour les cessions d'entreprise. L'ingénieur informatique répond pour sa part à toute interrogation relative à la digitalisation, aux CRM, à la cybersécurité, etc. Ce service, qui sera opérationnel en septembre 2025 est ultra-différenciant selon les propres termes de Laurent Huntzinger : « Nous mettons de la matière grise au service de nos adhérents, de la sérénité dans un monde complexe afin qu'ils puissent se concentrer totalement sur le cœur de leur métier. Nous les aidons à performer. C'est le rôle d'une coopérative comme la nôtre. »

Des initiatives dans tous les domaines

PDP et Cofaq+ sont les deux dernières initiatives en date du Groupe Cofaq mais ceux qui suivent son actualité savent pertinemment que les travaux de la coopérative ne s'arrêtent pas à ces deux projets. De nombreux autres seront développés tout au long de l'année, depuis la logistique rationalisée au sein de la structure Cofalog avec les deux sites de Naintré (quotidien) et d'Erbray (promotions, saisonnier, hors gabarit), les grands comptes avec un pôle opérationnel depuis début janvier 2025 et des distributeurs agréés grands comptes dans les trois métiers Industrie, Bâtiment et EPI, la création d'une division Energie & Rénovation Énergétique actuellement déployée dans les réseaux agricole et grand public, avec une future extension dans le professionnel, sans oublier l'engagement RSE avec l'obtention du label Engagé RSE basé sur la norme ISO 26000, la politique tarifaire dynamique, le processus de fidélisation Cofaq et Moi, etc.

Restent enfin le salon et la marque propre Obsima, deux points avec lesquels nous allons terminer ce survol de l'actualité triennale du Groupe Cofaq.

Salon record et MDD Obsima

Le salon 2025, organisé les 23 et 24 février dernier à Eurexpo Lyon, a été celui du record avec 340 exposants, 3 000 visiteurs et pour la première fois un volume d'achats qui a dépassé les 50 millions d'euros, un chiffre symbolique obtenu « grâce aux offres ultra-compétitives proposées par les fournisseurs » tient à souligner Laurent Huntzinger. Pour l'année prochaine, le salon sera reconduit sur le même site mais cette fois-ci en semaine à la demande des adhérents, sur le jeudi 22 et le vendredi 23 janvier, avec comme objectif de faire encore mieux. Pour cette édition, le thème 2025 de la « parenthèse gourmande enchantée » qui a connu son apex lors de la soirée de gala laissera la place en 2026 à une ambiance centrée sur l'adhérent.

Le dernier point de cet article concerne donc la marque propre Obsima dévoilée en avant-première lors du salon 2024. Riche de 57 références, cette marque dont la signature est « Forgé pour les pros » est dédiée au réseau au Master Pro. Elle est considérée comme une marque à part entière avec même une personne dédiée à sa promotion au sein de l'équipe marketing et communication du groupe Cofaq dirigée par Pierre-Yves Laurent. Les premiers produits seront livrés à partir de septembre et remplaceront progressivement les anciennes références Master Pro jusqu'à leur extinction dans les magasins. Des webinaires sont organisés pour former les personnels, des actions promotionnelles sont programmées et son extension est projetée pour les années à venir.

FB

DomPro

Cap sur l'avenir

La transformation de DomPro engagée depuis quatre ans porte ses fruits. Le groupement d'indépendants de Formusson Distribution est aujourd'hui en mesure de se projeter sur l'avenir à travers deux grands projets structurants : la création de la nouvelle centrale DPRX et le lancement de deux nouvelles enseignes spécialisées aux côtés de DomPro.

Depuis la reprise de sa centrale par le groupe Formusson Distribution, en 2021, le réseau DomPro va bien. Fort de l'arrivée de huit nouvelles entreprises, il compte, en 2024, 145 adhérents et 201 points de vente. Malgré une situation économique complexe et des marchés atones, le réseau a terminé l'année en légère croissance, à 275 millions d'euros (sur les périmètres de DomPro). « Notre réseau multi-technique et multi-métier adresse plusieurs secteurs économiques, qui ne sont pas tous en difficulté. C'est un réseau en développement, de par son agilité, sa proximité et sa connaissance de ses marchés, sa réactivité à répondre aux besoins de ses clients. Par ailleurs, le réseau est attractif, donc de plus en plus d'adhérents nous rejoignent » explique Vincent Vuillaumié, directeur de Formusson Distribution.

Transformation réussie

La transformation engagée depuis quatre ans s'est concrétisée par la mise en place de nombreux outils, parfois uniques sur le marché. La plate-forme logistique d'Ernée (53), opérationnelle depuis 2022, propose aujourd'hui plus de 17 000 références en stock et des services performants, depuis la livraison directe chez le client au drop-shipping, lancé en 2024. « Le drop-shipping, que l'on appelle en interne ASC – Accessible Sans Contrainte – nous permet de donner accès automatiquement dans le même panier, à un produit qui n'est pas stocké sur la plate-forme. Ce service, qui exige la mise en place d'interfaces techniques entre la plate-forme et le fournisseur, a démarré avec Renson. Il va s'élargir en 2025 à cinq autres acteurs qui vont ainsi venir enrichir l'offre accessible de plusieurs milliers de références. »

Le travail opéré sur les données des produits (image, descriptif...) et les données de gestion actualisées en permanence (stocks plate-forme, prix...), s'est traduit par le déploiement d'outils digitaux, à l'instar du e-shop, qui s'appuie sur un environnement client com-



Vincent Vuillaumié, directeur général de Formusson Distribution.

plet, depuis la disponibilité produit sur la plate-forme jusqu'à la traçabilité des commandes. Ouvert avec 60 000 références DomPro, le e-shop est entièrement personnalisable en fonction des besoins du distributeur, avec par exemple la possibilité de mettre en avant les produits qu'il souhaite pousser. « Le site internet est aujourd'hui un outil de trafic, utilisé par les commerciaux lors de leurs visites chez les clients et en magasin sur la borne digitale. » Fin 2025, les offres métier de l'adhérent qui ne sont pas travaillées par DomPro pourront être intégrées dans ces e-boutiques.

Des projets structurants

Cette dynamique trouve une nouvelle expression avec la création de deux nouvelles enseignes et d'une nouvelle centrale. Annoncée lors du Forum des Pros, le salon du réseau en avril 2025, cette évolution projette résolument le groupement d'indépendants vers l'avenir. Fini donc la centrale DomPro, bienvenue à la cen-



Jusqu'alors DomPro proposait la labellisation Expert EPI à ses adhérents qui avaient un rayon EPI développé. Désormais, l'enseigne veut attirer des spécialistes des EPI à travers son nouveau réseau Safetis.

trale DPRX, Des Pros en RéseauX, dont la vocation est de fédérer sous une structure centralisée le réseau DomPro et les deux nouveaux réseaux B2B spécialisés.

Une enseigne dédiée aux EPI

L'enseigne Safetis s'adresse aux spécialistes EPI et intervient à un autre niveau que le label Expert EPI, qui répond à un premier engagement sur ce marché. Dix-huit points de vente DomPro sont aujourd'hui labellisés, c'est-à-dire qu'ils réalisent notamment un certain volume d'affaires sur cette activité et que leurs équipes sont formées à la protection au travail. L'enseigne Safetis est, elle, conçue pour des spécialistes dont l'activité

principale est dans le domaine des EPI, avec bien entendu une équipe de conseillers formés et des services. Dès septembre, un plan de vente dédié sera mis en place, et d'ici la fin de l'année, des catalogues spécialisés ainsi qu'un site internet e-commerce, safetis.fr, seront proposés. Un premier adhérent, Sofibac, à Rennes, déploie déjà cette enseigne. Un service de marquage pour les EPI pour les produits stockés sur plate-forme est également annoncé. « Cette enseigne offrira l'opportunité à des indépendants spécialisés de franchir le cap et de nous rejoindre avec une enseigne qui leur correspond parfaitement. Safetis peut aussi répondre aux attentes d'adhérents DomPro actuels qui ambitionnent de se développer dans les EPI ».



Depuis 2022, les adhérents disposent de leur propre plate-forme logistique de 5 000 m², située à Ernée, à côté du siège de Formusson Distribution.

Une enseigne spécialisée sur le travail des métaux

De son côté, le réseau Synametal est spécialisé dans le domaine du soudage et du travail des métaux, et pensé pour les exigences spécifiques des métiers techniques industriels. « Il se construit très clairement sur un actif très fort chez DomPro, les adhérents qui, autour de la fourniture industrielle, travaillent aussi le métal et la soudure. »

Cinq ou six adhérents devraient déjà se retrouver pleinement dans l'enseigne Synametal. Le principe est le même que pour Safetis : une offre projetée chez les clients centrée autour de ces métiers – les abrasifs, les outils coupants, la métrologie, les postes à souder et leurs consom-

DomPro

Engagement
dans la démarche RSE

Le groupement poursuit sa démarche RSE, en s'appuyant sur le référentiel EcoVadis. Opérée, dans un premier temps chez Faille Industrie et Arena Quincaillerie, puis Acbat en 2024 qui vient d'obtenir la médaille d'or, filiales de Formusson Distribution, elle s'est étendue en 2023, à la centrale DomPro. Cette dernière a obtenu le badge Committed (entreprise engagée) décerné par EcoVadis. « C'est une démarche de progrès, nous visons à court terme la médaille de bronze » souligne Vincent Vuillaumié. DomPro est à nouveau en cours d'évaluation et attend les résultats d'ici la rentrée. Les actions mises en place au niveau de la logistique et des achats, donnent d'ores et déjà les moyens aux adhérents DomPro de pouvoir revendiquer les actions RSE de la centrale. De son côté, la charte d'engagements fournisseurs est en cours d'élaboration. Par ailleurs, le rapport RSE DomPro 2024 a été diffusé au réseau, les adhérents pourront s'appuyer sur celui-ci pour avancer dans leur propre démarche. Dans un second temps, les points de vente seront eux aussi directement impliqués dans cette stratégie. Un groupe de travail a été initié début mars avec une quinzaine d'adhérents, un des adhérents, Codina, a déjà été évalué Committed.

mables -, des partenariats avec des fournisseurs et des gammes exclusives. Les premiers catalogues arriveront sur le dernier trimestre et en fin d'année, le site e-commerce synemetal.fr. « Nous ambitionnons aussi d'accueillir de nouveaux fournisseurs techniques. Synemetal sera d'ailleurs le seul réseau en France dans ce métier du travail du métal et de la soudure, puisqu'actuellement, il n'y a que des labels. »

Attractivité renforcée

L'objectif est évidemment de mieux adresser ces différents métiers, avec une offre plus large et plus ciblée. « Nous avons le multi-technique avec DomPro, qui est vraiment le cœur battant, le cœur de la stratégie du réseau. Et, pour ceux qui veulent aller plus loin, dans la spécialisation en EPI ou sur le travail du métal et la soudage, nous avons désormais deux réponses dédiées. » Pour Vincent Vuillaumié, l'expertise de ces têtes de pont chez les spécialistes va donc bénéficier au réseau multi-technique DomPro. Le fait de lancer des produits sous marque propre ou avec des sourcings massifiés, permettra ainsi, dans certains cas, de proposer des produits exclusifs au réseau. « L'ambition de DPRX est de créer des synergies durables entre des réseaux complémentaires pour renforcer l'ensemble de l'écosystème. »

Agnès Richard

BBI n°217 79 Juillet 2025

QUINCAILLERIE & FI

Eqip

DOSSIER

Eqip

Palier conjoncturel

Confronté à une forte concurrence mais toujours à la pointe des groupements de distributeurs d'articles de quincaillerie et d'outillages, Eqip poursuit sa route avec un périmètre en évolution qui l'ouvre progressivement sur les marchés de l'industrie.

En 2021, le groupement Eqip figurait parmi les leaders incontestés du commerce quincaillerie et outillage avec un chiffre d'affaires cumulé de 1 600 millions d'euros dans cette activité, chiffre incluant le distributeur belge Lecot en Belgique mais sans DomPro, réseau comptabilisé de façon indépendante dans notre dossier Distribution. Eqip venait pourtant d'enregistrer en début d'année le départ de trois de ces principaux adhérents, Legallais, Trenois Decamps et Setin partis créer la structure LTS. D'une certaine façon, l'histoire se répète aujourd'hui puisque le groupement, qui affiche pour 2025 un chiffre d'affaires vente de 1 750 millions d'euros sur sa partie Quofi, montant similaire à celui de 2023, entend réitérer cette performance pour l'année 2025 malgré la sortie d'un autre adhérent de grande envergure, en l'occurrence Au Forum du Bâtiment dont le poids dépasse les 100 millions d'euros. Ce départ qui n'était pas senti - son dirigeant Steeve Lellouche était au Conseil d'Administration d'Eqip et participait activement à la vie du groupement - devrait en effet être totalement compensé par les opérations de croissance externe menées par les adhérents, notamment par la Quincaillerie Angles, et d'autre part par des entrées programmées sur la deuxième partie de l'année dans le domaine des fournitures industrielles multispécialistes.

Une forte dynamique
de développement

Les soubresauts au sein des groupements font partie intégrante de leur parcours entrepreneurial et Eqip ne fait pas exception à cette règle. Mais pour son cas précis, son antériorité et sa puissance sur le marché en font un acteur très attractif, d'autant qu'il compte en son sein des majeurs nationaux ou/ou multirégionaux comme Foussier, Quincaillerie Angles que l'on a déjà évoqué, Lecot pour la Belgique, ainsi que de nombreux autres distributeurs spécialistes répartis sur tout le territoire avec pour certains une véritable envergure régionale (Bailly Quaireau, Boschat, Cogeferm, FIC...) -



Carte de l'implantation des adhérents et enseignes filiales Eqip sur le territoire français et en Belgique.

le départ d'Au Forum du Bâtiment ne vient pas altérer la couverture nationale. Nous avons pu constater cette attractivité ces dernières années, notamment au travers de l'adhésion début 2024 de la société nordiste Looten, qui exploite dix-sept agences et dépasse les 70 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Le dynamisme du groupement est nourri par celui de ses adhérents qui ne rechignent ni à ouvrir de nouvelles agences, tel Lecot qui exploite désormais 80 agences outre-Quévrain après les dernières ouvertures de Tongres et de Malmedy, ni à faire de la croissance externe. Dans ce domaine, hormis la Quincaillerie Angles qui arbore un tableau de chasse impressionnant sur ces trois dernières années (France Boulons à Aubagne, MB techniques à Caussade, Fedida à Limoges, Quincaillerie Méditerranéenne à Montpellier et à La Penne-sur-Huveaune, Quincaillerie d'Arcole à Toulouse,

BBI n°217 80 Juillet 2025

Quincaillerie du Meuble à Annemasse, huit agences Toolstation, Quincaillerie Boissonnade, BTP Shop à Fontenay-sous-Bois, DFI à Thoiry dans l'Ain*), FIC a ainsi intégré le distributeur Andrey et ses dix agences en PACA, la holding du groupe Foussier a repris Portalet, et Batifer a acquis Outilservices à Valence. Pour être totalement complet sur ces mouvements, il faut aussi signaler que la Quincaillerie Feraud à Marseille a été placée en redressement judiciaire.

Des annonces à venir dans la fourniture industrielle

Si Looten est le seul groupe de distribution à avoir intégré Equip dans un passé proche, le groupement reste attentif à son développement unitaire avec l'accueil de nouveaux partenaires pouvant apporter leur expertise à l'ensemble de ses membres. A l'instar des nouveaux adhérents devant arriver dans les prochains mois, les distributeurs ciblés par Equip doivent dépasser les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires pour pouvoir trouver leur place dans le réseau. En deçà de ce chiffre, les négociés sont incités à s'adresser à la Dom-Pro, filiale de l'adhérent Formusson, qui est plus outillée pour servir ce type de distributeurs de moindre taille, souvent en attente de services de centrale.

Déjà amorcé par l'entrée de Looten, le développement à venir du groupement passera notamment par le déploiement de la fourniture industrielle au sein du réseau. Il s'agit d'une voie empruntée déjà depuis plusieurs années et des initiatives concrètes devraient être annoncées lors du prochain salon Equip à l'automne prochain. Le potentiel est clairement identifié mais l'organisation de cette branche prend du temps avant d'être totalement mise en place. Déjà, de plus en plus



Rik Lecot, président d'Equip et Anne-Marie Bihel, secrétaire générale d'Equip, lors du salon Formatech 2023 organisé à Lyon à la Halle Garnier.

d'adhérents travaillent avec le groupe allemand E/D/E, négociant qui brasse un chiffre d'affaires de 8,9 milliards d'euros avec 1 200 partenaires implantés dans 28 pays. Cette collaboration, qui montre tout son intérêt pour les approvisionnements de fournitures destinées au marché de l'industrie, devrait être ratifiée d'une façon plus formelle dans les mois à venir.

Confiance et prudence

Nous avons commencé cet article avec des chiffres de vente et nous y revenons ici avec une situation pour Equip qui montre une stagnation des ventes entre les deux millésimes 2023 et 2024, et même un léger repli de 0,7% si l'on prend l'ensemble des activités des adhérents Equip (avec les panneaux, les aciers, le blanc...) calculé à 2 060 millions. Cette tendance se prolonge sur le premier quadrimestre 2025 avec là encore une stagnation de toute la partie quofi et une baisse un peu plus accentuée de 1,8% toutes activités confondues.

Pour ce qui est de l'année 2025 dans sa globalité, pour une fois, Rik Lecot (président d'Equip) et Anne-Marie Bihel (secrétaire générale d'Equip) qui nous avaient habitués à proposer une estimation dès ce dossier de juillet posent cette année un joker en la matière. Même s'ils escomptent un léger mieux sur 2025 et gardent toujours leur confiance dans l'avenir, les projections sont très difficiles à réaliser. « Les performances



Afin de consolider son maillage dans la partie Sud de la France la Quincaillerie Angles a repris les huit agences Toolstation de Chambéry, Dardilly, Yonnax, Saint-Paul-lès-Romans, Tignieu-Jamezieu, Valence, Villefranche-sur-Saône et la dernière à Décines-Charpieu, dont ici en photo la façade passée sous enseigne Angles.

BBI n°217 82 Juillet 2025

Equip



Equip va organiser son septième Formatech à ses couleurs les 17 et 18 septembre prochain à Montpellier. Ici une vue partielle du Formatech 2023 qui s'était tenu à la Halle Garnier à Lyon.

prévu pour accueillir les rencontres avec les fournisseurs n'ayant pas souhaité de réserver un stand, la présence des prestataires de services sur la deuxième journée... et bien sûr une soirée de gala en clôture de la première journée. Le salon partira sur une jauge équivalente à l'édition lyonnaise en nombre de stands de fournisseurs.

La plate-forme Iteq en amélioration continue

Pour la préparation de ce salon, le groupement a changé de prestataire ce qui nous permet d'embrayer sur une de ses principales réalisations de ces dernières années, à savoir la mise en place de sa plate-forme Iteq,

comme Informations Techniques pour les Entreprises de Quincaillerie. Ce portail centralise toutes les données des fournisseurs sous contrat, les tarifs, les chiffres de vente, les informations marketing des produits. Les adhérents peuvent avoir une vision claire de leur activité jusqu'à l'évolution de leurs BFA. Ce système, qui sert également pour la centrale de média de transmission d'informations en interne et vers les fournisseurs, a été conçu dès le début comme étant évolutif pour répondre aux demandes subséquentes des adhérents. Une commission se réunit deux à trois fois par an et effectue une veille technologique dans un processus d'amélioration continue.

Depuis deux ans, les adhérents Equip peuvent transposer Iteq chez eux avec une instance du logiciel qu'ils peuvent utiliser pour leurs propres besoins pour la gestion de fournisseurs non référencés par le groupement. Ils peuvent même la compléter par une application particulière qui peut, le cas échéant, être remontée pour l'ensemble du réseau. « Il s'agit d'un mode collaboratif qui permet d'enrichir l'outil » comme le commente Anne-Marie Bihel. Ces adhérents peuvent également bénéficier de la dernière évolution en date de la plate-forme qui concerne l'organisation d'événements commerciaux, utilisée précisément cette année pour la préparation du salon Formatech. Ce module permet de gérer toutes les variables qui couvrent l'inscription, l'attribution des stands, l'organisation des speed dating entre les exposants et leurs interlocuteurs, la programmation de séances de formation, l'identification et la comptabilisation des fournisseurs (par QR code flashé). « Chacun peut en bénéficier. Il y a des adhérents chez Equip qui organisent régulièrement de belles manifestations » ainsi que le rappelle Anne-Marie Bihel.

Nous terminerons cet article sur un petit focus sur les personnes avec la réélection en 2024 de Rik Lecot à la présidence du groupement pour un nouveau mandat de deux ans et l'arrivée dans l'équipe permanente de Laurence Perrin, en tant que bras droit d'Anne-Marie Bihel. **FB**

décevantes du dernier trimestre 2024 n'avaient pas été anticipées. Même s'il existe ici et là des signaux positifs sur les ventes de logements, que la rénovation reste solide malgré la baisse des aides, les carnets de commandes des artisans ne sont guère remplis. Quoiqu'il en soit, nous devons nous fier à ce que nous disent nos clients et ça fuse dans tous les sens, ce qui rend difficile toute interprétation ».

L'objectif d'Equip est donc de passer cette période au mieux, sachant que celle-ci ne s'achèvera pas par miracle au 1^{er} janvier 2026 : « Il faut compter sur un environnement incertain d'une durée assez longue, une situation d'autant plus sensible à appréhender qu'elle fait suite à un épisode de forte croissance. Il ne s'agit pas d'une simple normalisation par rapport à une tendance de long terme, mais plutôt un vrai coup de frein auquel nous devons nous adapter dans nos politiques commerciales et financières. » Pour en sortir, il faudra que la confiance revienne car « cette situation anxieuse ralentit les prises de décision et limite les investissements », sans compter l'influence néfaste de l'arrivée au pouvoir de Donald Trump relevée par Rik Lecot. A noter ici qu'en Belgique, le marché est un peu moins atone qu'en France.

Le 7^e Formatech Equip en septembre à Montpellier

Nous sommes en juin et cette situation n'aura pas fondamentalement changé à la rentrée, plus exactement les 17 et 18 de septembre, lorsque se déroulera le salon Formatech du groupement. Organisé en 2023 à Lyon, l'année 2024 avait été escamotée du fait des Jeux Olympiques, il se déroulera cette année à Montpellier dans le format qui a prévalu dans la capitale des Gaules. Il comprendra ainsi des rendez-vous inversés sur les stands des fabricants afin que les distributeurs et leurs acheteurs soit totalement immergés dans l'ambiance du salon, des formations effectuées sur place pour les commerciaux des adhérents, un espace

BBI n°217 84 Juillet 2025

QUINCAILLERIE & FI

Groupe Fair

DOSSIER

Groupe Fair

Performer dans la durée

Ayant fêté ses 30 bougies en juin 2023, Groupe Fair est une aventure collective dans laquelle sept sociétés familiales associées construisent sur le temps long pour performer sur le marché du négoce technique. Aujourd'hui confronté à un environnement compliqué où la réindustrialisation de la France tarde à porter ses fruits, le Groupe Fair n'en tire pas moins son épingle du jeu avec une progression de son activité toujours supérieure à la moyenne du marché.

Groupe Fair, ce sont sept entreprises familiales d'une grande antériorité sur le marché du négoce technique – au minimum cinquante ans d'existence – et un réseau national fort de 82 agences stockistes. Il a réalisé en 2024 un chiffre d'affaires de 411 millions d'euros, soit une croissance de 25% par rapport au chiffre cumulé de 2021 qui était de 327 millions d'euros. De fait, le Groupe Fair affiche une progression constante, le seul recul enregistré ayant été en 2020, au plus fort de la crise du Covid, avec un repli de seulement 6% alors que l'ensemble des négoceurs techniques devait faire face à une baisse généralisée de l'activité industrielle – le marché avait été en repli de 15% cette année-là.

Proximité entretenue

Les associés du Groupe Fair investissent en permanence dans la qualité du maillage territorial pour mettre au plus près de leurs clients locaux des stocks adaptés et des équipes qualifiées, mais aussi pour offrir aussi à ces dernières des outils de travail efficaces et confortables. « Une politique coûteuse mais rentable, en témoignent la dynamique de l'activité et la fidélité des équipes ».

Ainsi, 2024 a vu la création de l'agence de Sefi à Blois et les déménagements des agences Sefi d'Angers, Chartres, Clermont-Ferrand et Gennevilliers ainsi que celle de CIR Tarbes. Au printemps 2025, la CIR a aussi inauguré à Toulouse un bâtiment flambant neuf, son Centre Technique Aéronautique de 5 500 m² complètement dédié aux clients de ce secteur d'activité – équipe, services techniques et stocks. Elle devrait également, après de longues recherches, déménager son agence de Sète au deuxième semestre 2025. Pour sa part, Efrapo a construit à côté de ses agences actuelles d'Épinal et de Besançon deux nouveaux bâtiments, plus adaptés aux



Sept associés répartis sur l'ensemble du territoire français.



Le groupe Fair est associé au groupement européen One qui compte vingt-sept membres et est présent dans onze pays européens depuis 2024 et l'adhésion du Roumain Leco.

BBI n°217 86 Juillet 2025

DOSSIER

besoins des clients et des équipes, qui permettent de réduire 95% de l'empreinte carbone liée au chauffage. Enfin, l'entreprise Doucet devrait terminer les travaux de son agence de Chassieu cet été, afin de pouvoir accueillir rapidement de nouvelles recrues et poursuivre son développement.

Parallèlement, les membres du groupement organisent régulièrement des journées techniques et participent aux salons professionnels locaux et régionaux, parfois en collaboration avec les fabricants partenaires, l'occasion de rencontrer les clients dans un contexte convivial et d'impliquer les équipes.

Un modèle coopératif fort

Le groupe Fair, au-delà de la qualité intrinsèque de chaque associé, c'est un modèle coopératif fort où les entreprises échangent naturellement entre elles pour des partages d'expérience tandis que la centrale mutualise les besoins transversaux. Les distributeurs du réseau Fair partagent de fait de nombreux outils pour performer sur leur marché local mais aussi adresser les clients grands comptes : la visibilité des stocks respectifs, les rétrocessions de matériels ainsi qu'un outil CRM, une base articles et un référentiel communs permettant de livrer facilement des indicateurs nécessaires au suivi des contrats ainsi que des e-catalogues, webshop ou punch out.

À noter ici qu'il n'y a pas d'exclusivité territoriale, plusieurs membres Fair peuvent être présents sur une même zone géographique, ce qui permet de maximiser l'impact du réseau face à la concurrence des autres distributeurs.

Un autre atout de ce groupement est un stock puissant conservé chez les associés – pas de plate-forme nationale centrale – qui permet d'être réactif sur les livraisons. Ce stock, qui représente une immobilisation financière notable, illustre parfaitement le mode de fonctionnement du groupement qui privilégie le temps long sur le court terme. La satisfaction client, même si elle induit des engagements contraignants dans l'instant, conduit à la réussite sur la durée. On peut rappeler ici que les associés Fair avaient maintenu leurs effectifs durant le Covid et étaient sortis de cette période avec un stock qui avait cru de 20% pour servir immédiatement une industrie en plein redémarrage.

One for Europe

Le groupe Fair agit en France mais est par ailleurs associé au groupement européen One qui compte vingt-sept membres, comme à l'échelle française des entreprises familiales du négoce technique mais ici réparties dans désormais onze pays européens suite à



La nouvelle agence SEFI de Chartres a été inaugurée le 19 juin 2025 en présence de clients et de fournisseurs.

l'arrivée du Roumain Leco en 2024. Ce réseau présente des chiffres clé impressionnants avec 244 agences disposant d'un stock, 3 000 collaborateurs, 163 000 clients, un assortiment accessible de 5 millions de produits dont 1,15 million d'articles effectivement stockés, et un chiffre d'affaires cumulé de 950 millions d'euros. À l'instar de Groupe Fair à l'échelle de l'Hexagone, les stocks sont consultables par le réseau ce qui permet les rétrocessions de marchandises entre membres. L'objectif est toujours le même : préserver et développer l'activité locale, en suivant le déplacement des centres de décisions des clients, qui ont de plus en plus une approche globale. **FB**

Les grandes familles de produits Fair

Alliance volontaire et aboutie de distributeurs régionaux indépendants, leader français de la transmission de puissance, le Groupe Fair a célébré en juin 2023 son trentième anniversaire. Spécialiste de la transmission de puissance, il investit ses ressources humaines et financières dans ses équipes et ses stocks pour couvrir 100% des besoins des clients en transmission : produits standards ou spécifiques, services techniques associés pour proposer des produits sur mesure grâce à ses ateliers techniques. Les membres Fair interviennent aussi dans le cadre d'audits énergétiques en partenariat avec les fabricants. Les principales gammes de produits couvertes sont :

- Roulements (roulements, paliers, galets...)
- Guidage (guidages, douilles, rails...)
- Pneumatique (distributeurs, vérins, raccords...)
- Motorisation (moteurs, motoréducteurs...)
- Transmission (chaînes, poulies, engrenages...)
- Etanchéité (joints, garnitures, bagues...)
- Hydraulique (tuyaux, gaines, lanières...)
- Maintenance (colles, huiles, mesure...)

BBI n°217 88 Juillet 2025

QUINCAILLERIE & FI

Geadis

DOSSIER

Geadis

L'affirmation d'une identité

Créé en 1988, le Gie Geadis s'appuie actuellement sur treize membres, qui entendent bien affirmer leur fonctionnement atypique sur le marché. Cela passe notamment par un renforcement de la mutualisation entre eux et par de nouveaux recrutements.

En 2024, le chiffre d'affaires cumulé des adhérents de Geadis est stable, à 40 millions d'euros pour 120 personnes. Après avoir accueilli fin 2023, Lorraine Fixation (voir notre rubrique Terrain), implanté à Sainte-Marie-Aux-Chênes, à côté de Metz, ce GIE qui rassemble treize entreprises indépendantes, représentant seize points de vente, entend bien affirmer son identité sur le marché. Indépendants, tous les chefs d'entreprise qui composent ce groupement sont animés d'un même état d'esprit tourné vers le service aux clients. Directement impliqués dans la vie et le fonctionnement du groupe, ils partagent entre eux des informations sur le marché, au cours de réunions mensuelles et opèrent notamment des achats groupés. « Nous avons un état d'esprit familial. On peut discuter entre nous. Chacun à son mot à dire, chacun est décisionnaire. C'est vrai que notre mode de fonctionnement est assez atypique, mais il est efficace. Nous souhaitons le conserver » souligne Eric Paris, à la tête de Paris-Outillage, à Saint-Sauveur, en Haute-Saône.

Structuration du recrutement

La préservation de cette démarche passe par le renforcement du groupement, notamment pour qu'il conserve une taille significative, d'où un travail plus structuré au niveau du recrutement. Deux adhérents, Eric Paris et Pascal Muller, qui dispose de trois points de vente dans l'est de la France, sont particulièrement en charge du recrutement, veillant à ce que le nouvel adhérent potentiel soit en phase avec l'état d'esprit des autres chefs d'entreprise. « L'objectif est petit à petit d'intégrer de nouveaux chefs d'entreprise, implantés notamment à l'intérieur de notre périmètre actuel pour préserver notre fonctionnement. Mais nous sommes à l'écoute de toute opportunité. »

La zone est large, ce périmètre d'implantation s'étendant de Metz (57) à Avignon (84), en passant par Vierzon (18). Evidemment, plus le maillage est resserré, plus le fonctionnement du groupement est facilité, ce qui n'est pas non plus une condition sine qua non pour un nouvel entrant. « On se disait limité géographiquement par notre mode de fonctionnement reposant sur



une réunion tous les mois en présentiel. Finalement, nous avons aujourd'hui des adhérents à Colmar, à Metz, à Luxeuil, à Vierzon, à Avignon, et nous réussissons tous à nous retrouver. »

Evolutions constantes

Au-delà du recrutement, la pérennité est indissociable de transmissions d'entreprise réussies au sein des membres historiques. Ces dernières années, à l'instar de Paris-Outillage, de nouvelles générations ont pris les rênes de l'entreprise familiale, comme Berger à Lons-Le-Saunier (39), DPH Soudage à Valence (26), Pons et Sabot à Saint-Etienne (42) ou encore MCP au Creusot (71). L'arrivée de cette nouvelle génération donne aussi au marché un signal fort de la pertinence du groupement et de sa capacité à répondre aux défis actuels et aux attentes d'une nouvelle génération de dirigeants. « J'ai repris la direction de l'entreprise familiale

DOSSIER

en 2018 et nous avons énormément évolué en termes de fournisseurs et de chiffre d'affaires. Le groupement me sert énormément » témoigne Eric Paris.

L'acquisition d'une entreprise par un autre indépendant peut également marquer une transition réussie. Reprise en 2020 par le négoce technique Dardonville de Villemander (45), spécialisée dans la transmission de puissance, Baracher Mathat, à Vierzon (18) est toujours dans le périmètre du groupement.

S'appuyant les uns sur les autres et du fait de leur capacité à pratiquer la rétrocession de produits, les adhérents Geadis peuvent notamment faire face, ensemble, aux difficultés que peut générer un fournisseur dont la stratégie tend à privilégier les puissances d'achat importantes. Par ailleurs, fort de l'expertise technique de certaines entreprises dans différentes familles de produits, chacun peut trouver l'opportunité de développer son plan de vente. Cette largeur de l'assortiment est valorisée dans un catalogue général de plus de cent pages qui, d'ailleurs, cette année a fait l'objet d'un envoi groupé avec La Poste. Sur le plan local, cette possibilité de les servir sur une grande diversité de produits échappe de moins en moins aux clients. « Ils sont de plus en plus nombreux à nous dire : j'ai besoin de tel produit, tu ne l'as peut-être pas, mais dans ton groupement, tu vas bien me le trouver... » observe Eric Paris.

Preuve du dynamisme des adhérents, certains ont fait des acquisitions comme l'Alsacien Rémy Muller qui dispose désormais de trois points de vente, après avoir racheté une entreprise à côté de Strasbourg et mis en place un nouveau showroom. Les investissements dans les points de vente ont été nombreux ces dernières années qu'il s'agisse, par exemple, de MCP,



L'an dernier, les adhérents Geadis se sont rassemblés pour fêter leur groupement, créé en 1988. Ici, Gérard Néton (vice-président), Frédéric Lyobard (président actuel), Michel Cochet (fondateur et ancien président) et Jacques-Olivier Cretin (président jusqu'en 2019).

Barachet Mathat, Berger et plus récemment de Paris qui a déménagé son magasin de Luxeuil à Saint-Sauveur, au profit d'une surface plus importante.

Mutualisation renforcée

Au niveau de l'organisation, des pôles métier ont également été instaurés, notamment en transmission de puissance et en outillage, où opèrent plusieurs adhérents spécialisés, de façon à travailler encore mieux les achats. Un catalogue de quatre pages en électroportatif a déjà été mis en place, en complément du catalogue général. La même démarche devrait aboutir l'an prochain sur la transmission. « Notre objectif est aussi, à travers une meilleure visibilité, de défendre les marques avec lesquelles on travaille. »

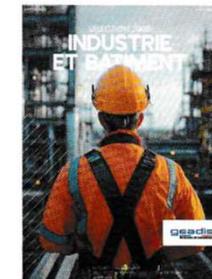
A l'initiative de la jeune génération, une commission informatique s'est mise en place, il y a un an, dans le but de mutualiser les logiciels de gestion. Depuis deux ans, les membres de Geadis disposent aussi une plateforme commune pour les tarifs, les promotions, etc, des données qui sont ainsi accessibles à leurs commerciaux, via un serveur dédié géré par Midifix. Par ailleurs, des formations techniques communes ont été mises en place entre points de vente, facilitant ainsi le recours à la présence d'un fournisseur.

Dernier point et non des moindres, l'un des membres de Geadis, Gérard Néton, de Néton et Cie à Voiron (38), a été récemment élu à la présidence de la Fédération française de la quincaillerie (FFQ) « C'est une reconnaissance pour notre groupement, nous en sommes très fiers » précise Eric Paris.

Agnès Richard



Paris-Outillage a inauguré en octobre 2024 son nouveau point de vente à St Sauveur, en Haute-Saône, sur 1 800 m². L'entreprise familiale a créé son premier magasin en 1948 à Fougerolles (250 m²), qui avait été transféré en 1982 à Luxeuil (750 m²).



Le catalogue général Geadis Industrie et Bâtiment comprend plus de 100 pages. Il fait désormais l'objet d'un envoi groupé chez les clients des adhérents.

Groupe Setin

Un pas après l'autre

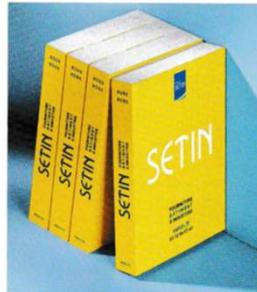
Membre du triumvirat réuni au sein du groupement LTS, le groupe de distribution Setin est implanté sur toute la partie ouest de la France où il tisse patiemment sa toile d'agences sur quarante-six départements. En constante croissance avec une offre bâtiment et industrie enrichie de spécialités majeures, le distributeur poursuit son développement d'une façon raisonnée au sein d'un environnement économique compliqué.

Le groupe Setin, qui poursuit son développement sur toute la partie Ouest de la France, affichait fin 2021 un chiffre d'affaires réseau de 281 millions d'euros, ce qui en faisait déjà un intervenant majeur sur le marché de la quincaillerie professionnelle en France. Trois ans plus tard, l'entreprise dirigée par Eric Setin a poursuivi son expansion et a réalisé en 2024 un chiffre de 320 millions d'euros avec 63 agences, pour un effectif global de 1 150 personnes.

Croissance externe et croissance organique

Durant ces trois années, ce partenaire du groupement LTS, aux côtés de Trenois Decamps et Legallais, a étoffé son réseau par de la croissance qui fut à la fois externe et organique. Répondant au premier critère, nous citerons les acquisitions des sociétés MIG12 à Saint-Affrique (12) et Rousselot à Bressuire (79), toutes les deux passées rapidement sous l'enseigne Setin. La croissance organique, plus importante, a été nourrie par des ouvertures à Boulazac (Périgueux 24), Périgny (La Rochelle 17), Saint-Marcel (Vernon 27), Chambray-lès-Tours (37) et Donges (Saint-Nazaire 44). Enfin, sur l'année 2025, le distributeur a ouvert en mai à Cormelles-le-Royal (Caen 14) et en juin à Cholet (49).

Avec Trenois Decamps, Setin a fait l'acquisition en décembre 2021 du négociant Salenty, à forte orientation négoce électrique, société aujourd'hui rebaptisée Tredélec dont elle partage le capital à 50/50 avec son partenaire, à l'image de ce qui existe pour d'autres implantations locales. Il en est ainsi de la Quincaillerie Picarde (trois agences), de la Quincaillerie Beauceronne (six agences), ces deux structures étant gérées par Setin, et de la co-entreprise Trenois Setin en Ile-de-France (cinq agences) gérée par Trenois (et non comptée dans les chiffres donnés en ouverture). Dans les



Édité en début d'année, le catalogue Setin 2025-2026 Fourniture Bâtiment & Industrie n°24 offre un choix de plus de cinquante mille références, dont quatre mille produits de plomberie et plus de cinq mille nouveautés.

évolutions les plus récentes, il faut signaler que les trois quincailleries Jorlin et les six quincailleries Roimier, qui restaient exploitées sous leur nom, ont été fusionnées au réseau Setin.

Dix régions sur l'ouest de la France

Tout ce réseau est organisé en dix régions. Les responsables d'agence sont placés sous la responsabilité de directeurs d'agences qui remontent aux directeurs de région. La même logique prévaut pour les itinérants, qui travaillent à l'échelle du département et dépendent de responsables des ventes eux-mêmes placés sous les directeurs de région.

A noter ici que Setin ne travaille pas avec une plateforme centrale mais privilégie le commerce décentralisé, ce qui implique une organisation locale avec des agences comportant des comptoirs servis par des conseillers de vente polyvalents (CVP), des commerciaux sédentaires en binôme avec des itinérants, des

stocks locaux pour un service immédiat. Cette façon de faire est légèrement bousculée par la digitalisation « mais avec des incidences moins fortes que trois ou quatre ans en arrière », comme le note Eric Setin. De nouvelles fonctionnalités apparaissent régulièrement sur le site internet mais l'essentiel demeure l'agence et le terrain. Le distributeur pratique le commerce omnicanal mariant les différents moyens d'accès aux clients et si la digitalisation apporte des plus indéniables, le catalogue papier reste indispensable – le dernier catalogue Setin a été édité en janvier de cette année avec 50 000 références immédiatement accessibles.



Le groupe de distribution Setin a ouvert deux nouvelles agences sur le premier semestre 2025, donc ici le magasin de Cholet.

Un peu de retenue

En termes d'activité, le groupe de distribution Setin a enregistré une progression sur ces trois dernières années, renforcé par l'essor du réseau en termes de nombre d'agences. Cette expansion a toutefois marqué un temps d'arrêt en 2024 avec des résultats globalement stables par rapport à ceux de 2023 en termes de chiffre d'affaires et de marge. L'année 2025 commence sur la même tendance, sans anticipation possible quant à l'évolution des affaires pour les mois à venir. Comme le note Eric Setin : « Nous subissons le contexte économique international. Nous ne savons pas quand l'activité va reprendre. Donc on s'adapte, on est un peu plus prudent sur les ouvertures d'agence, sur les recrutements. On agit avec un peu plus de retenue ». Ce qui n'empêche pas toute initiative, en témoignent les deux dernières ouvertures sur Caen et Cholet.

Plan de vente bâtiment et industrie

Pour performer sur le marché, Setin s'appuie entre autres choses sur son plan de vente, ses services, sa logistique et le professionnalisme de ses équipes, plus un maillage terrain qui s'étouffe au fil des ans.

En matière de plan de vente, celui-ci se diversifie petit à petit et intègre par exemple des gammes de plomberie et d'électricité pour répondre aux besoins de ses clients artisans et entreprises, sans prétendre remplacer les spécialistes du secteur. L'enseigne agit ici en toute indépendance, sans affiliation à un groupement. Dans le même temps, les commerciaux sont catégorisés par métiers client, ce qui permet d'affiner le contenu des différentes familles de produits.

En termes d'assortiment, il est bon de rappeler, pour dresser un portrait exact de l'entreprise, que celle-ci a commencé à travailler avec ses premières cartes soudage il y a plus d'un siècle et est présente sur la clientèle industrielle. Ce secteur a de fait été réactif il y a plus de trente ans et permet à l'enseigne de réaliser aujourd'hui son chiffre pour moitié avec des entreprises du bâtiment et pour moitié avec des entreprises de l'industrie. Elle est présente dans des domaines comme les outils coupants, les abrasifs, le soudage jusqu'aux cobots, etc. et comme l'énonce Eric Setin, se

confronte tous les jours avec les spécialistes de la four-niture industrielle, sans aller toutefois sur des domaines propres au négoce technique comme les courroies, l'air comprimé ou l'hydraulique pour citer quelques familles significatives. Le distributeur possède sur Le Havre une base dédiée au soudage où une équipe de vingt personnes est dédiée au SAV et à la location de postes avec à sa disposition un parc de 3 000 appareils réservés à cet usage, « ce qui fait de nous un leader dans la location de postes de soudage de France ». D'autres agences complètent le dispositif pour la location et le SAV des postes à souder : Mérignac (33), Tarbes (65) et Donges (44).

Une offre élargie de services

L'offre de produits est complétée par une large panoplie de prestations avec à Martot des ateliers qui emploient 70 personnes pour réaliser des articles sur mesure grâce à des configurateurs en ligne : tiroirs, poignées bâton de maréchal, grilles de ventilation, profils de verrières, moustiquaires, plans d'organigramme, peintures et laques, etc., les possibilités sont nombreuses. La société Setin propose également sur ce site normand du SAV et de la location pour l'outillage électroportatif, ainsi que la personnalisation des EPI avec la broderie et le flocage des vêtements.

L'offre de Setin comporte également une division dédiée aux matériaux d'agencement intérieur issue de l'acquisition de LTM avec des portes battantes (bois et métal) et coulissantes, des parquets, des cloisons sèches et de nombreux autres matériels de second œuvre pour un total de quelque 5 000 références. A l'origine travaillée depuis la Bretagne, cette activité n'est proposée que dans vingt départements de la partie nord-ouest de la France et n'a pas vocation à sortir de ce territoire. Elle est supportée par trois bases logistiques de proximité situées à Rennes, Alençon et Bressuire, sachant qu'en avril 2026, une nouvelle plate-forme implantée à Pleumelec viendra remplacer celle de Rennes, en manque d'espace. Pour cette activité Matériaux d'agencement intérieur, « une complexité mais un savoir-faire supplémentaire » comme le définit Eric Setin, le distributeur est affilié au groupement Starmat.

QUINCAILLERIE & FI

LTS

DOSSIER

LTS, de nouveau au-dessus du milliard

Créé le 1^{er} janvier 2021 par Legallais*, Trenois Decamps et Setin, le groupement LTS a été bâti sur des bases de fonctionnement claires traduisant la volonté de trois partenaires d'échanger et de partager leur expérience sur un pied d'égalité pour progresser sur le marché. Des réunions sont régulièrement organisées sur différents thèmes généraux, telles la RSE, les ressources humaines, la logistique, etc. pour évaluer leurs performances réciproques et trouver des sources de progrès. En revanche, les politiques commerciales restent du domaine réservé de chacun. Pour donner un exemple de cette liberté d'action, citons le domaine de la plomberie et de l'électricité où Legallais est affilié Algorel, Trenois développe l'enseigne spécialisée Tredélec, et Setin qui agit de façon indépendante intègre cette offre dans ces agences. Ensuite, au-delà du relevé des bonnes pratiques, les trois entreprises ont mis en commun une partie importante de leurs achats avec aujourd'hui 157 fournisseurs essentiels référencés au sein de LTS. Cette massification des commandes induit une amélioration des conditions d'achat.

Telle qu'elle est, la structure LTS n'a pas vocation à évoluer à ce jour sur d'autres domaines. Elle reste d'une très grande souplesse, animée par chacun des trois groupes sans représentants permanents. Au 31 décembre 2024, son poids économique était de 1 025 millions d'euros, au-dessus du milliard d'euros pour la deuxième année consécutive, pour un total de 160 agences.

* en fait l'entité FGC avec ses filiales Legallais, DFC² et Protecthoms

Le pôle machines à bois

Une autre activité de l'entreprise est la commercialisation de machines à bois de production de tous types et de toutes tailles, à la fois neuves et d'occasion. En effet, lors d'une vente de machine neuve, Setin récupère souvent l'ancienne machine de l'acquéreur, la remet en état et aux normes, et la revend ensuite à un autre client qui n'a pas le besoin de s'équiper d'un matériel neuf. Un bâtiment dédié de 8 000 m² et dix personnes sont ainsi dédiés au stockage des machines d'occasion et neuves et à la remise en état des machines d'occasion. Le reste de cette équipe, composée d'une cinquantaine de collaborateurs, comprend des commerciaux itinérants, des techniciens itinérants (installation, formation, maintenance préventive et curative) et la partie support.



Le distributeur a intégré dans son site logistique de Martot cinq robots autonomes Toyota qui font le transfert de palettes entre le stock et la zone d'expédition pour les produits volumineux.

Une plate-forme logistique de pointe

Pour l'ensemble de l'offre quincaillerie et outillage, qui est distribuée sur 46 départements, le site logistique central est situé au siège de l'entreprise à Martot, qui dispose aujourd'hui après plusieurs agrandissements successifs d'une surface au sol de 32 000 m² et de 73 000 emplacements de bac disponibles. Il est administré depuis 2007 grâce à la technologie OSR Knapp - Setin a été précurseur en la matière -, système de navettes qui se déplacent de façon indépendante sur plusieurs niveaux pour stocker et récupérer des bacs. Pour les produits volumineux, une évolution récente a été l'intégration de cinq robots autonomes équipés de capteurs, configurés avec Toyota, qui vont chercher des palettes dans les zones de stockage pour les emmener directement au pied des opérateurs qui effectuent les expéditions. Quelque 50 000 produits sont stockés dans ce centre logistique qui livre les marchandises sur la France entière du jour au lendemain pour les commandes effectuées jusqu'à 18 heures.

Déploiement de l'énergie électrique

Enfin, il est difficile de nos jours de finir un papier sans aborder le domaine de la RSE. Comme souvent dans le domaine de la quincaillerie professionnelle, les distributeurs faisaient de la RSE sans le savoir et la formalisation des actions déjà effectuées constitue déjà leur premier engagement en la matière. Au-delà de ces travaux administratifs, diverses initiatives sont bien sûr menées. En l'occurrence pour Setin, 5 000 m² de panneaux solaires installés sur la toiture du centre logistique de Martot ont finalement été raccordés fin 2024 pour offrir une puissance crête de 500 kWc et ainsi couvrir la moitié de la consommation du site (éclairage, VMC, informatique, logistique...). Toujours dans le domaine de l'énergie, le groupe a commencé à remplacer les voitures thermiques des itinérants par des véhicules électriques chaque fois que cela s'avère possible. Ces commerciaux peuvent travailler sans problème si l'autonomie est supérieure à 200 km et recharger chaque nuit leur batterie. **FB**

BBI n°217 98 Juillet 2025

QUINCAILLERIE & FI

DOSSIER

Legallais

En route vers 2030

Issu d'une longue histoire qui a débuté en 1889, année de référence reprise pour baptiser son nouveau siège dédié à ses équipes commerciales et support, le distributeur Legallais poursuit sereinement sa route au sein du groupe Grand Comptoir, un ensemble de six enseignes œuvrant dans le marché du bâtiment. Son ambition, doubler son chiffre d'ici 2030.

Entreprise détentrice depuis 2024 du label « Best Managed Companies » décerné par Deloitte, reconnue parmi les meilleurs employeurs de France en 2025 avec une deuxième place dans la catégorie Commerce de Gros dans le classement établi par le magazine Capital, labellisée Ecovadis Platinum depuis 2023, lauréate de l'Indice Vert 2024 catégorie « Economat » avec la mention A++ remis par la centrale

d'achats CAHPP dédiée aux acteurs de la santé, etc. Legallais enchaîne les récompenses les unes après les autres, preuve de son engagement continu au service de ses clients, de ses collaborateurs et de la planète.

40 années de croissance

Référence du commerce de quincaillerie en France, membre fondateur du groupement LTS, Legallais a réalisé en 2025 un chiffre d'affaires de 425 millions d'euros avec un réseau de 32 agences et sa plate-forme commerciale centrale désormais logée dans le nouveau bâtiment 1889 mis en service cette année à Epron, en périphérie de Caen. « 1889 », un nom qui est loin d'être anecdotique puisqu'il fait référence aux débuts de l'entreprise, le rachat il y a 135 ans d'une quincaillerie caennaise par Daniel Legallais. Depuis cette date, le distributeur a connu un destin remarquable, notamment depuis quarante ans et son orientation claire vers le commerce aux professionnels. Cette date a coïncidé avec une expansion nationale à travers l'ouverture d'agences, le lancement d'un catalogue général, d'un site marchand, la création de la marque de produits Legallais, la construction d'une plate-forme logistique centrale de grande ampleur à Saint-André-sur-Orne étendue en 2022 jusqu'à 45 000 m² et qui expédie aujourd'hui jusqu'à 15 000 colis par jour, etc.

Au-delà de cette seule entité, le distributeur est désormais intégré au sein du Groupe Grand Comptoir présidé par Philippe Casenave-Péré qui rassemble six filiales spécialisées dont les expertises répondent aux besoins des professionnels du second œuvre



Depuis février 2025, les équipes commerciales et les services supports Legallais, soit environ 400 personnes, ont emménagé dans le nouveau bâtiment 1889 d'une superficie de 6 500 m² construit dans un écoquartier à Epron, en périphérie de Caen.

Le catalogue Legallais est toujours un événement, professionnel mais également artistique puisque sa couverture est toujours illustrée par une œuvre créée par un street artist. Cette année, c'est Vinie qui a posé sa marque avec son illustration aux couleurs éclatantes « Dessine-moi Legallais ».

BBI n°217 100 Juillet 2025

Un nouveau site internet pour le groupe Grand Comptoir



GROUPE GRAND COMPTOIR :
6 enseignes, 1 seul groupe de services au service du bâtiment.

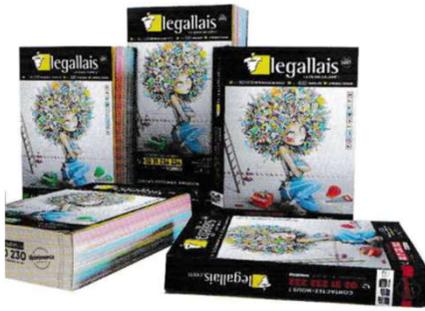
« Une culture d'entreprise unique, exclusivement tournée vers l'activité de conseil et de développement, avec des valeurs partagées. »

Partenaires :

- legallais
- bricozor
- DFC
- Protecthoms
- Pièces Express
- W+M Weissensee

Fruit d'une refonte complète, le site internet grandcomptoir.fr a été conçu pour offrir une expérience claire, fluide et impactante à ses visiteurs. Dépassant la mission d'un simple site institutionnel, il est conçu comme un outil stratégique permettant « de structurer et de valoriser l'identité du Groupe Grand Comptoir, présenter ses filiales et affirmer son positionnement de leader » avec trois axes principaux de communication : présenter les expertises et les marchés de chacune des entités ; mettre en avant les valeurs et engagements du groupe ; retracer l'histoire et les moments-clés qui forment aujourd'hui le Groupe Grand Comptoir.

du bâtiment : Legallais (quincaillerie), DFC² (quincaillerie), Protecthoms (équipements de protection individuelle), Bricozor (vente en ligne d'outils de plomberie et de quincaillerie), Pièces Express (pièces détachées pour le chauffage) et W+M Weissensee Metallwaren GmbH (distributeur allemand de produits de quincaillerie basé à Berlin).



QUINCAILLERIE & FI

LTS

DOSSIER

Un programme d'expansion dynamique

Si l'on s'en tient à la partie quincaillerie et fournitures industrielles destinée aux professionnels, cette activité est conduite en France à travers les enseignes Legallais et DFC², deux filiales qui partagent une très forte proximité. Legallais a d'ailleurs intégré dans son réseau trois magasins DFC² en 2024, à savoir Loudéac (22), Guipavas (Brest 29) et Vannes (56) pour disposer désormais de cinq agences sur la région Bretagne afin de mailler ce territoire de façon efficace – DFC² conserve pour sa part des points de vente sur Rezé et La Roche-sur-Yon.

Sur les trois dernières années, ces deux enseignes ont fait preuve d'un beau dynamisme avec un chiffre d'affaires global qui a cru de près de 14% à 425 millions d'euros avec en parallèle une extension du réseau d'agences. Les derniers magasins ouverts ont été Vitrolles (13) en 2023 et ceux de Reims (51) et de St-Barthélemy-d'Anjou (Angers 49) en 2024. Ces points de vente Legallais sont des modules qui obéissent à la même logique avec des superficies similaires comprises entre 600 et 700 m² (de 450 à 550 m² d'espace de vente) et des services qui sont l'accompagnement technique, un assortiment de 7 000 à 7 800 références stockées, l'accès à 60 000 références disponibles en J+1 dès 7 heures le matin, le click and collect préparé dans l'heure, l'accès aux prestations sur mesure illico. Comme l'ensemble des autres agences Legallais, elles sont multispecialistes, proposent tous les métiers de



Trois nouvelles agences ont été créées ex-nihilo par Legallais en 2023 et 2024, dont celle de St Barthélemy d'Anjou, en périphérie d'Angers, ouverte le 2 septembre dernier.

L'enseigne et « répondent à un besoin toujours plus fort de réactivité et de proximité avec nos clients » comme l'indique Baptiste Buisard, responsable national Points de Vente Legallais.

Pour les années à venir, dirigé depuis 2022 par Daniel Malouf, Legallais va poursuivre son développement selon son cahier de route Stratégie 2030, un projet d'envergure qui vise à doubler le chiffre d'affaires d'ici cinq ans, en le passant de 400 à 800 millions d'euros.

Frédéric Bassigny

Legallais se jette à l'eau pour la Fondation CHU Caen Normandie

Après une saison 2024 marquée par trois podiums et clôturée par une victoire sur la CIC Normandy Channel Race, le Legallais Team Voile poursuit son aventure maritime dans son monocoque jaune et noir Class 40 aux côtés de Fabien Delahaye jusqu'à la Route du Rhum 2026. A travers cet engagement, le Legallais Team Voiles soutient la Fondation CHU Caen Normandie à laquelle elle a reversé 10 000 € en 2023 et en 2024, sommes utilisées dans le financement de deux projets, la construction d'une Maison des Familles à proximité du CHU et l'équipement en fauteuils-lits pour les accompagnants.

Pour cette année 2025, le skipper aux couleurs de Legallais va disputer quatre courses en double pour préparer la Route du Rhum, la CIC Normandy Channel Race qui part et arrive à Caen, Les Sables - Horta - Les Sables qui relie la France et les Açores, la Rolex Fastnet Race de l'île de Wight à Cherbourg et la Transat Café l'Or entre Le Havre à la baie de Fort-de-France en Martinique. Pour la première étape de la CIC Normandy Channel Race 2025, le bateau Legallais est arrivé le 29 mai en troisième position au terme d'une course qui a vu la moitié des participants abandonner face à la violence des conditions météorologiques.



Trenois Decamps

Quincaillerie et électricité

Alors que la période récente ne semble pas propice à une stratégie de croissance forte, Trenois Decamps démontre le contraire avec un réseau quincaillerie en forte expansion et un développement important dans le domaine du négoce électrique.

La société Trenois Decamps, membre fondateur du groupe LTS avec Setin et Legalais, a connu au cours des trois dernières années une évolution sensible avec en premier lieu le passage de témoin de François-Xavier Allard à ses deux fils Grégory-Xavier et Thibault Allard. Effectuée au tout début de l'année 2022, alors que le distributeur totalisait un chiffre d'affaires de 230 millions d'euros et affichait une santé de fer avec qui plus est une logistique totalement renouvelée, cette transmission n'a en rien enrayé la belle dynamique de l'entreprise. Celle-ci a poursuivi sa marche en avant avec même un début de diversification dans le domaine du négoce électrique.

Créations et acquisitions

De fait, depuis cette date, Trenois Decamps a fait montre d'une volonté d'expansion territoriale forte sur toute la partie Est de la France – son partenaire Setin est pour sa part implanté sur toute la partie Ouest. Le distributeur a ainsi ouvert des agences à Grimaud (83) et à Perpignan (66) en 2023, à Bourg-en-Bresse (01) en 2024, et cette année à Alès (30), Roanne (42) et Douai (59) tandis qu'une quatrième est prévue lors du dernier trimestre.

Dans le domaine du négoce électrique, le développement a débuté fin 2021 avec l'achat commun avec Setin de l'entreprise Salentey qui comptait cinq agences implantées au nord de Paris, du Val d'Oise jusqu'au Pas-de-Calais. Depuis cette date, le groupe de distribution a dû prendre la mesure de cette nouvelle activité avant d'envisager toute croissance. Dans un premier



Trenois Decamps a ouvert trois agences sur le premier semestre de l'année 2025, à Alès, Roanne et Douai.



temps, ce nouveau réseau a pris comme enseigne commerciale le nom de Tredélec afin de faciliter son identification dans l'univers du négoce électrique. Ensuite, son déploiement géographique a débuté avec des premières acquisitions réalisées cette année 2025. Il s'est d'abord concrétisé par l'acquisition en début d'année du distributeur CA2E (CA 6,5 M€) qui amène dans son giron quatre agences à Compiègne (60), Meaux (77), Ferrières-en-Brie (77) et Camon (80), ce qui permet à l'enseigne de mieux mailler son territoire en proximité

LTS

de l'Île-de-France. Plus récemment, la société strasbourgeoise Devel a été rachetée, ajoutant une première implantation en Alsace. Cette expansion va également être nourrie par des créations pures sur les villes de Wasquehal et de St Quentin qui amélioreront encore la densité commerciale, après deux ouvertures réalisées à Abbeville (80) en 2023 et Béthune (62) en 2024.

Tous ces nouveaux sites apportent une vitalité supplémentaire au réseau qui a affiché une belle croissance en 2024 avec des ventes en augmentation de 3,5% pour le seul pôle quincaillerie, qui s'est affiché à 276 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 65 agences. Cette dynamique devrait se poursuivre en 2025 selon Grégory-Xavier Allard, co-gérant du groupe, d'autant plus que le nombre de points de vente de la branche électricité a presque doublé cette année – en tenant compte des dernières opérations de croissance externe effectuées sur 2025, cette division est aujourd'hui créditée d'un CA de 41 M€ sur l'ensemble de ses douze agences.

FB



Le réseau de négoce électrique Tredélec, en participation à 50/50 avec le groupe Setin mais entièrement géré par Trenois Decamps, compte désormais douze agences implantées sur la partie Nord et Est de la France.



Mabéo Industries

L'affirmation d'un ADN de multispécialiste

Alors que Mabéo Industries se renforce sur le marché, l'enseigne affirme son positionnement multispécialiste, avec une organisation entièrement focalisée sur le client.

Début 2025, l'information n'est pas passée inaperçue dans l'univers de la distribution de fournitures industrielles. Mabéo Industries a en effet rejoint en mars la branche Outillage Professionnel et Industrie de Socoda, dans l'objectif notamment de renforcer ses relations avec certains fournisseurs, d'optimiser ses conditions d'achat et d'améliorer son positionnement sur le secteur de la fourniture industrielle et de l'outillage professionnel, tout en conservant son indépendance sur ses achats stratégiques.

Trois pôles stratégiques

De quoi renforcer le positionnement multispécialiste de l'enseigne Industrie du groupe Martin Belayoud qui, depuis quatre ans, a mis en place une segmentation claire de ses métiers et une organisation entièrement tournée vers la satisfaction des professionnels, le tout dans une perspective d'amélioration continue et de proximité, en phase avec les attentes du marché.

Ces dernières années, Mabéo Industries, dont Franck Bruel est aujourd'hui le directeur général, a défini ses trois domaines d'activités stratégiques - la QSE, la maintenance, les prestations techniques de service - que ses équipes sont en mesure de proposer. Entièrement orientée client, toute son organisation découle



Franck Bruel est le nouveau président du directoire de Mabéo Industries.

ainsi de ces trois domaines d'activité, avec un management adapté pour piloter et venir en soutien des forces de vente. Cette démarche passe effectivement par la spécialisation des commerciaux sédentaires et des commerciaux itinérants des trente-deux agences, en fonction de ces grands pôles de compétence.

Le renforcement de la proximité relationnelle avec ses clients s'appuie aussi sur une évolution de l'organisation des agences. Un CRM a ainsi été mis en place pour favoriser un meilleur suivi des clients. Par ailleurs, sur certaines familles de produits, des promoteurs des ventes viennent en appui des commerciaux itinérants.

Les clients peuvent également compter sur le savoir-faire des ateliers techniques, celui d'Etupes (25), dédié à la découpe de joints d'étanchéité, au montage de flexibles, qui assure également la maintenance et la réparation des installations. Le distributeur dispose également d'un atelier technique au Mans (72) spécialisé dans la découpe de plastiques pour l'étanchéité.

Omnicanalité

Si Mabéo Industries souhaite développer ses ventes dites « traditionnelles » à travers ses points de contact en agences ou avec ses commerciaux itinérants, l'enseigne s'inscrit aussi dans l'omnicannalité, pour donner la possibilité à ses clients de garder le contact 24h/24. Son site e-commerce a non seulement changé de nom

en 2024 au profit de mabeo-industries.com, conformément à la volonté du distributeur de regrouper tous ses services sous la marque Mabéo Industries, mais il se dote de nouvelles fonctionnalités. Proposant 250 000 articles, il s'est surtout, en 2025, enrichi de nouveaux contenus. Désormais, les clients peuvent accéder à une sélection de produits et de solutions adaptées à leur secteur d'activité, favorisant une expérience plus fluide et efficace. L'offre s'orchestre ainsi autour de douze secteurs d'activités stratégiques, comprenant notamment l'énergie, le traitement des déchets, la chimie et pétrochimie, le BTP, le second œuvre. Ce site, qui peut être personnalisé en fonction des besoins du client, se complète bien entendu d'autres solutions digitales, destinées plutôt aux clients Grands Comptes, jusqu'à l'EDI et au punch-out, avec des échanges de données d'information de système à système avec le client.

Excellence opérationnelle

L'entrée en service de la plate-forme de 28 000 m², située à Montagnat, à côté de Bourg-en-Bresse (01), début 2022, participe évidemment à l'excellence opérationnelle recherchée par l'enseigne. Cet investissement, destiné aussi à soutenir la progression d'activité de Mabéo Industries, a évidemment vocation à donner une meilleure réponse aux demandes des clients en termes de disponibilité produits et qualité logistique.

Certifié management environnemental ISO 14001 et ISO 45001 qui porte sur les systèmes de management de la santé et de la sécurité au travail, la plate-forme de Montagnat est par ailleurs un outil clé à l'heure où l'enseigne développe sa stratégie de marque propre. Après avoir lancé, en 2023, la marque MB Expert, sur une gamme de raccords pneumatiques de fabrication européenne, le distributeur a poursuivi sa démarche sur les EPI, en 2024, en témoigne l'arrivée d'Ileva, d'abord sur les chaussures de sécurité avant de s'étendre rapidement à d'autres familles de produits. Pour le distributeur, ces marques propres sont une opportunité de se démarquer, en proposant des produits spécifiques et élaborés selon son propre cahier des charges et selon des critères de qualité.

Un engagement RSE fort

Bien entendu, toutes les actions de l'entreprise interviennent avec en toile de fond des objectifs RSE exigeants. Médaille Or EcoVadis, avec un score de 82/100, en progression de neuf points par rapport à 2024, Mabéo Industries se situe dans le Top 5% des entreprises évaluées cette année par l'organisme.



L'agence Mabéo Industries de Mulhouse a déménagé en 2024 à Wittenheim dans un espace plus grand, plus accueillant et spécifiquement aménagé pour les besoins des clients.



Le site mabeo-industries.com bénéficie d'une nouvelle organisation pour répondre aux besoins concrets des professionnels en quête de performance et de réactivité.

De façon à intégrer pleinement la RSE dans le processus d'achats (gestion des approvisionnements, évaluation des risques des fournisseurs, gestion de la performance...), Mabéo Industries a lancé en 2023 Mabéco, une démarche qui permet aux clients de choisir les produits suivant la performance RSE du fabricant. Accompagnée par l'organisme de contrôle et certification Socotec, Mabéo Industries a accentué sa démarche en développant une méthode d'évaluation permettant de valoriser des produits plus responsables auprès de ses clients. Évalués chaque année selon des critères sociaux, sociétaux et environnementaux, les produits concernés arborent une médaille (bronze, argent, or, platine) et sont dûment identifiés sur les supports digitaux et print du distributeur. L'objectif est aussi d'accompagner le marché en matière de responsabilité sociale et environnementale.

Mabéo Industries a franchi un pas supplémentaire en développant une politique RSE complète et structurée propre, avec pour objectifs d'accompagner ses clients dans leur démarche RSE via une offre de produits et services complète et innovante et de leur offrir un partenariat exemplaire respectueux des enjeux environnementaux, sociaux et économiques.

Agnès Richard

Rubix France

Un état d'esprit de croissance

La transformation est au rendez-vous de Rubix France qui ces dernières années a revu son organisation, en partenariat avec des fabricants, pour mieux suivre les évolutions des clients et développer une offre de valeur en termes de services. Se positionnant de plus en plus comme une entreprise de services industriels qui fait de la distribution, le groupe veut doubler son chiffre d'affaires d'ici 2030, la moitié par croissance organique, l'autre moitié par acquisitions.

La transformation initiée ces dernières années par le leader, en France, de la distribution de produits et de solutions aux industriels porte déjà ses fruits. Deux ans après la mise en place de l'enseigne nationale Rubix, marquant une première étape réussie suite au rapprochement entre les réseaux Orexad et Brammer en 2019, le distributeur n'échappe pas aux turbulences conjoncturelles actuelles, mais parvient à en limiter l'impact sur son activité. Etabli à un milliard d'euros (dont 25% en digital), son

chiffre d'affaires affiche un recul de -2/-3% en 2024. Si certains secteurs souffrent particulièrement comme l'automobile, l'industrie lourde, la papeterie, d'autres bénéficient d'une activité plus soutenue, comme l'aéronautique, l'énergie ou encore les transports. « Le marché est actuellement à deux vitesses. Nous sommes donc confrontés à la fois à un vent de face et à un vent qui gonfle les voiles. L'enjeu est de se rapprocher des fabricants et de réorganiser notre dispositif pour améliorer notre réponse aux besoins des utilisateurs de façon à capter au mieux le marché » indique Alexandre Labasse, nommé à la tête de Rubix France fin 2023.

Du côté des centres d'expertise du groupe qui, depuis 2024, structurent les compétences spécifiques des filiales Fluides (robinetterie, instrumentation, étan-



Alexandre Labasse, Pdg de Rubix France.

chéité, tuyaux basse pression), Assemblage (par adhésif ou par colle), Systèmes (hydraulique, asservissement électrique, profilé aluminium), Air comprimé, la baisse des investissements a été également ressentie. « Nous observons sur nos centres d'expertise un très net ralentissement sur tout ce qui est OEM. Après un cycle assez fort en 2003, ces investissements se sont plutôt reportés sur le second semestre 2025. »

Au-delà de la conjoncture, les tensions géopolitiques impactent le moral des acheteurs et influent sur les volontés d'investissement des industriels, ne serait-ce qu'en raison des augmentations rampantes des coûts, par exemple sur l'énergie. « Tout cela pèse sur le volant d'affaires. Néanmoins, nous observons une décélération de la décroissance » précise Alexandre Labasse en estimant que le chiffre d'affaires de Rubix sera en baisse de 2% en juin, contre -5% sur le dernier semestre 2024. « Nous sentons notamment que l'OEM et que les commandes d'investissement repartent à la hausse dans nos centres d'expertise. »

Des partenariats plus forts

Confronté à de fortes variations d'activité en fonction des secteurs et des bassins industriels, Rubix France peut compter sur son empreinte nationale, avec 160 agences implantées sur tout le territoire et posi-

Rubix

Structuration de la démarche RSE

Médaille Or EcoVadis, Rubix est engagé en faveur de la décarbonation, en témoigne le lancement d'un support digital de 26 pages : « *Décarbonation de l'industrie : enjeux, défis et solutions* ». Disponible sur le site web de Rubix France, il expose les enjeux de la transition énergétique dans l'industrie et les solutions que le distributeur apporte pour réduire la consommation d'énergie, augmenter la durée de vie des équipements ou encore développer la réparabilité des composants. Les services de logistique responsable, de maintenance prédictive et d'audits de fuites d'air, sont notamment mis en avant tout comme l'offre de produits éco-conçus, made in France ou in Europe, et réparables.

Au-delà, Rubix France travaille sur les différents aspects de la vie de l'entreprise en termes de RSE. Pour coordonner les différents axes de sa démarche, structurer et valoriser les initiatives déjà existantes, il a recruté fin 2024 Pauline Toulemonde, en tant que responsable RSE. « *Nos fournisseurs sont engagés, nos clients sont exigeants, et chez Rubix, nous avons une responsabilité : être un acteur de cette transformation et leur faciliter l'industrie.* »



tionnées sur les métiers historiques du groupe (maintenance et production, transmission mécanique et pneumatique, protection, et usinage), ses trente-six pôles régionaux qui disposent de multiples expertises et les spécialistes des centres d'expertise. « *La largeur et la profondeur de notre offre nous permettent de couvrir tous les besoins des secteurs activités. Nous servons aujourd'hui 50 000 clients, et quasiment tous les industriels du SBF120 (NDLR : indice qui regroupe les valeurs du CAC 40 et du SBF 80) sont adressés par Rubix.* »

La nouvelle organisation mise en place en 2024, avec la création de trois business units métier (Protection

Hygiène et Sécurité, Outillage/Maintenance d'atelier et Transmission de puissance/Fluiditique), dont chacune rassemble la totalité de l'écosystème d'un univers (acheteurs, category managers, chefs de produit...), permet au distributeur multi-spécialiste de mieux appréhender les enjeux du client et de développer la capacité de ses équipes de vente à mieux valoriser les produits des fabricants. Chaque business-unit fait le lien avec les experts rattachés soit à l'un des trente-six pôles de compétence régionaux du réseau, soit à l'un des quatre centres d'expertise. « *Nous avons commencé aujourd'hui un rapprochement sur un mode partenaire avec*

400 fabricants-clé sur les 13 000 qui composent notre offre produit. Nous travaillons à tous les niveaux de l'organisation du fabricant. » Selon les univers, différents enjeux communs sont travaillés, sans oublier un partage réciproque de stratégies. Ainsi, pour les fabricants de la famille Power Motion Transmission Control (PTMC), l'enjeu est notamment le déploiement de programmes de réduction de coûts (audits de fuite, condition monitoring), de gestion des stocks, d'amélioration des process. En ce qui concerne les EPI, un écosystème sur la recyclabilité et la réparabilité des produits est en train de se mettre en place. Pour l'outillage et la maintenance, l'accent porte notamment sur l'innovation ou encore la réduction des matières premières. Pour chaque famille, la mise en place d'offres de produits par secteur d'activité se développe également. « L'objectif est que nous nous adaptions un peu plus à nos fabricants, et eux un peu plus à nous. Le marché est actuellement très secoué et il va continuer à se concentrer. Ces partenariats solides doivent permettre de construire une communion d'intérêt, d'adresser des problématiques ensemble pour traverser ces crises de successives du mieux possible et aller plus loin que ce que nous demande le marché. »



Rubix s'appuie sur 160 agences et 36 pôles d'expertise.

« Dans les mois qui viennent, le déploiement de cette offre de valeur extrêmement ciblée va s'accroître dans nos agences et dans nos centres d'expertise qui, par secteur d'activité, travaillent à affiner nos propositions sur du process industriel, sur de l'expertise technique, sur de l'ingénierie de bureau d'études. L'objectif est de proposer une offre qui corresponde à l'enjeu très court terme de nos clients. »

A plus long terme, ce travail mené avec les fabricants pour construire une offre de valeur sur laquelle Rubix peut faire valoir son expertise sur les produits, sur les services logistiques associés et sur les applications industrielles de ses clients conduit peu à peu le groupe à s'orienter de plus en plus vers un positionnement « d'entreprise de services industriels qui fait de la distribution. Nos clients aujourd'hui sont de plus en plus intéressés par des services clés en main proposés par un distributeur responsabilisé sur le fait que leurs applications industrielles marchent parfaitement. Notre conviction est que nos clients vont avoir de plus en plus besoin de ces services, bien au-delà du simple fait d'acheter un produit. »

Construire une offre de valeur différenciante

Cette stratégie doit contribuer à nourrir la croissance organique du distributeur. « L'enjeu est évidemment de travailler très assidument sur la croissance organique en défendant nos parts de marché chez nos clients existants, mais aussi de gagner en dynamisme et d'apporter une offre de valeur plus différenciante, répondant à l'évolution des métiers de nos clients. Cela passe par le renforcement d'un état d'esprit de croissance » souligne Alexandre Labasse.

Huit marques exclusives

Rubix France poursuit le développement de ses marques propres (Giss, Giss Blue, Roebuck, Mescaline, Spartex, Cutline, PTN, Tecnoair). « Pour nos clients, c'est une alternative assez intéressante. Notre marque exclusive est positionnée sur du milieu haut de gamme et nous restons sur une offre produit plus courte que celle d'un fabricant » explique Alexandre Labasse. « Nous allons continuer à dynamiser ces marques exclusives par de l'innovation et lancer de nouvelles gammes, en étant positionné sur des segments de marché spécifiques en partenariat avec nos fabricants. » Actuellement de 10%, le taux de pénétration des marques exclusives devrait atteindre à terme 15 à 20% de l'assortiment.

Reprise de la croissance externe

Après plusieurs années axées sur la transformation et la consolidation, et donc sur la croissance organique, Rubix France s'approprie à renouer avec une stratégie d'acquisitions. « Nous voulons renforcer nos expertises pour compléter notre offre et atteindre un certain seuil d'empreinte commerciale sur le territoire pour servir nos clients. » Plusieurs des centres d'expertise sont actuellement très localisés sur une région ou sur la moitié de la France. « Nos clients sur d'autres régions ne bénéficient pas de cette expertise. Le renforcement de nos expertises nous permettra donc de mieux couvrir notre territoire, d'accroître notre savoir-faire et devenir ainsi un acteur incontournable pour ces prestations. » Deux ou trois acquisitions devraient se conclure sur le second semestre 2025.

L'objectif est clair : Rubix France ambitionne de réaligner, en 2030, la moitié de sa progression par croissance organique et la moitié par croissance externe. « Mais mon ambition personnelle c'est que dans les dix ans à venir, Rubix ait doublé de taille. Ce n'est pas uniquement un enjeu de croissance, mais aussi une volonté d'avoir des liens plus étroits avec nos fabricants, avec nos clients pour être un rouage moteur de l'industrie et acquérir une taille très significative dans les années à venir. »

AR

Socoda

« Nous passons à l'offensive »

Un peu plus de deux ans après la Convention Partenaires qui dévoilait les grandes lignes de sa transformation destinée à donner les moyens à ses adhérents, toute branche confondue, de prendre une place significative sur leurs marchés, Socoda semble avoir réussi son défi. Outils digitaux, qualité de la data, démarche RSE, valorisation de l'ancrage local... Avec le lancement de sa plate-forme logistique, le groupe concrétise en 2025 l'un des derniers piliers de son projet. Sa dynamique séduit puisqu'au Forum du Bâtiment et Mabéo Industries viennent de rejoindre la branche Outils Pro et Industrie.

L'actualité est dense pour Socoda qui, après plusieurs années de transformation, a démarré l'année 2025 fort de la concrétisation d'un projet de longue haleine – une plate-forme pour ses adhérents – et de l'accueil de deux entreprises d'envergure, Au Forum du Bâtiment et Mabéo Industries. Ces adhésions propulsent notamment la branche Outils Pro et Industrie dans la cour des grands sur le marché.

Voilà de quoi ouvrir de nouvelles perspectives au groupement d'indépendants qui, en 2024, affiche, pour ses cinq branches (Aciers, Outils Pro et Industrie, Sanitaire-Chauffage, Electricité et Décoration), un chiffre d'affaires cumulé de 3,4 milliards d'euros, dont 481 millions d'euros pour la branche Outils Pro et Industrie (hors adhésions comptant sur le périmètre 2025). Cette donnée traduit une régression d'environ 6% par rapport à l'année précédente. « Les adhérents qui sont exposés sur la partie bâtiment ont enregistré un net recul de leur activité. Ceux qui sont surtout axés sur la fourniture industrielle ont bénéficié d'un premier semestre 2024 satisfaisant, malgré la baisse



Vincent Kuss, directeur de la Transformation de Socoda.

des projets d'investissement. Les lignes de chiffre d'affaires dédiées à l'investissement ont été remplacées par la maintenance industrielle. Mais à partir d'octobre, certains de nos clients ont réduit drastiquement leur portefeuille d'achats et cela s'est confirmé en 2025 » indique Vincent Kuss, directeur de la transformation de Socoda. « Tous nos clients sont à la recherche d'économies et donc ils nous challengent sur les volumes et sur les marges. Nous remarquons donc une contraction des marges assez forte en 2025. »

Renforcement de compétences

Le périmètre d'activité 2024 de la branche Outils Pro intègre les 11 adhérents qui ont rejoint le réseau Au Forum du Bâtiment (AFDB) et de Mabéo Industries contribue ainsi à doubler le chiffre d'affaires de la branche. Son nombre de points de vente passe de 558 fin 2024 à 693 aujourd'hui. « Accueillir dans le réseau Socoda deux entreprises de cette taille n'est évidemment pas un épiphénomène. Cela a nécessité, sur toute l'année 2024,



Socoda a investi avec Au Forum du Bâtiment des outils de pointe sur la plate-forme de Joué-les-Tours.

un travail de fond auprès des adhérents. Nous n'aurions jamais pu faire rentrer dans le réseau ces deux acteurs si l'ensemble des adhérents Outils Pro et Industrie n'avaient pas adhéré au projet. » La branche a voté quasiment à l'unanimité en faveur de ces deux adhésions. « Ce travail en amont a permis de mettre à plat tous les sujets. Nous avons fourni à tous l'ensemble des garanties nécessaires. »

Socoda poursuit son rôle, c'est-à-dire de structurer une centrale de services et référencement/achats et donc de négocier des contrats de référencement globaux pour l'ensemble de ses adhérents. « Toutes les équipes se sont très rapidement entendues et apprécient de travailler ensemble dans les différentes commissions. L'ADN de Socoda, c'est vraiment la vision réseau et le fait de travailler ensemble, de ne pas être isolé, quelle que soit la taille. Notre objectif est d'être plus efficace ensemble dans le développement de nos projets. »

L'actionnariat exclusivement familial d'AFDB et de Mabéo Industries, la filiale du groupe Martin Belaysoud, a évidemment été un critère essentiel pour Socoda. En revanche, en termes de positionnement sur le marché, le profil des deux entreprises diffère, ce qui n'est, on s'en doute, pas sans intérêt pour le groupement d'indépendants. Mabéo Industries s'inscrit pleinement dans l'ADN de la branche Outils Pro et Industrie. « Il s'agit de renforcer nos savoir-faire sur la maintenance industrielle, la fourniture industrielle et les EPI. » De son côté, Au Forum du Bâtiment est reconnu dans l'univers de la quincaillerie de bâtiment, qui n'est pas dans les savoir-faire historiques de Socoda, plutôt axés sur l'industrie. « Nos adhérents ont compris que c'était à une manière de compléter notre savoir-faire et de bénéficier de nouvelles cartes. »

Une plate-forme de 50 0000 m²

Plus particulièrement, l'engagement avec AFDB s'annonce dans la durée, avec des investissements communs sur la plate-forme de Joué-les-Tours (37). « C'est une garantie de destin commun, qui est très forte entre Forum AFDB et nous » se félicite Vincent Kuss.

Tant de fois évoqué, le sujet de la plate-forme fait quasiment figure de serpent de mer. « Finalement, on a

réussi à concrétiser ce projet après moins d'un an de travail avec Au Forum du Bâtiment. A l'échelle du projet de plate-forme, cela s'est fait très vite ! »

Ces dernières années, Socoda a étudié plusieurs scénarios : la création d'une plate-forme, solution coûteuse et lourde à mettre en place, ou encore l'externalisation. « Socoda opère sur plusieurs métiers et les prestataires logistiques nous proposaient une spécialisation sur une verticale produit et non sur l'intégralité. La difficulté a été de trouver un partenaire compétent en la matière. »

Ne restait qu'une troisième option, celle de l'adossement à un partenaire déjà dans le métier, qui dispose déjà d'une logistique performante. C'est donc Au Forum du Bâtiment qui, depuis février, met à disposition des adhérents Socoda une surface de 50 000 m² sur son outil logistique de Joué-les-Tours.

Dans un premier temps, 30 000 références sont disponibles en stock, livrables en J+1 en messagerie et en J+2 en transport palettes. « Nos adhérents disposent d'un outil ultra-performant sur lequel nous avons investi avec notre partenaire dans des technologies de pointe. » Cet entrepôt s'appuie aujourd'hui notamment sur un robot Scallog en préparation des commandes, deux solutions de stockage automatisé vertical et une emballeuse automatique, permettant de dimensionner exactement le carton en fonction de la commande. « L'outil de commande en ligne est très simple pour nos adhérents. Ils ont la visibilité sur l'intégralité de l'offre. Prochainement, leur ERP et celui de la plate-forme pourront communiquer pour qu'ils puissent avoir directement un accès à la disponibilité des stocks, aux prix, aux tarifs » précise Vincent Kuss. « Nous n'avons pas fait une plate-forme pour faire une plate-forme. C'est avant tout un outil de développement commercial à disposition de notre réseau et de nos partenaires fournisseurs. »

Un outil de croissance

Cet outil logistique contribue notamment à décloisonner les différentes branches de Socoda, en donnant la possibilité à des adhérents du Sanitaire-Chauffage, de la Décoration ou de l'Électricité de s'approvisionner

Socoda

Réparation et reconditionnement

La démarche RSE de Socoda a démarré sur de nouvelles bases en janvier 2024, après la création en 2022 d'une commission RSE, animée par le responsable RSE et composée de 19 adhérents issus des cinq branches du réseau. L'objectif est d'être pragmatique. « Nous ne voulons pas que la démarche RSE obéisse à une sorte de plan quinquennal ou soit très descendante. L'objectif est d'embarquer nos adhérents et de leur faire comprendre qu'ils sont déjà engagés dans la démarche sans toujours le savoir. » Des Socodays RSE ont ainsi été mis en place pour sensibiliser et accompagner les adhérents dans la construction de leur feuille de route. En 2025, une dizaine d'ateliers sont prévus sur tout le territoire.

Par ailleurs, un outil collaboratif, appelé Lakaa, a été mis en place, les invitant à partager leurs initiatives RSE. Actuellement une quarantaine d'adhérents utilisent quotidiennement cette plate-forme digitale et quelque 500 actions ont déjà été déclarées : recrutement d'alternants, mécénat local, flotte véhicules électriques, renouvellement de l'éclairage en LED, etc. Toutes les initiatives sont bonnes, peuvent s'inscrire dans le bilan social et le bilan RSE de l'entreprise, et sont susceptibles d'inspirer d'autres adhérents.

En mars 2024, lors de sa convention à Lyon, Socoda a annoncé s'engager dans la décarbonation de son activité selon deux axes : la réparabilité et le reconditionnement. Un « *guichet unique de la circularité industrielle* » a ainsi été mis en place. Sa mission est d'aider les adhérents à développer la réparation, avec l'appui d'un partenaire, Boomerang. Autrement dit, s'ils n'ont pas d'atelier, la gestion des machines qui leur sont confiées est facile et rapide. En ce qui concerne le reconditionnement, Socoda mène actuellement des tests avec l'entreprise Vesto, spécialiste du matériel professionnel reconditionné. Cinq adhérents pilotes sont impliqués dans la démarche. L'objectif est de disposer d'un stock de machines reconditionnées sur la plate-forme Socoda. « Nos adhérents sont très bien ancrés localement. Ils ont donc la capacité à récupérer des machines de leurs clients » précise Vincent Kuss. Fin 2025-début 2026, cette offre reconditionnée devrait voir le jour.

en outillage par exemple, sans avoir à gérer les tarifs et le stock. De la même manière, les adhérents Outils Pro et Industrie ont accès à des produits relevant des autres branches. « C'est un outil de croissance pour les adhérents puisqu'il leur permet de se développer sur des familles qui ne sont pas dans leur cœur de métier. Nos adhérents sont tous des champions de la disponibilité, mais

sur leur plan de vente traditionnel. Ils peuvent désormais l'élargir à de l'outillage, à de la quincaillerie de bâtiment et, à terme, à de l'électricité. C'est une force d'avoir nos quatre métiers sur la plateforme, particulièrement en période de crise. » Idem, dès septembre, une solution d'e-learning sera proposée aux points de vente de manière à former directement leurs vendeurs sur les différents univers produits et les inciter à ce développement commercial. « Certains adhérents ont déjà intégré l'ensemble du plan de vente de la plateforme à leur catalogue et le mettent en avant chez leurs clients. » Au niveau marketing, un premier catalogue plateforme est en cours d'impression, avec le projet d'en éditer un par an. Au-delà d'un catalogue général, l'ambition est de mettre à disposition des distributeurs des catalogues par verticale métier.

Cet élargissement de l'assortiment vaut tant pour les catalogues papier que pour les e-shops. Socoda dispose effectivement de la capacité à pousser chez l'adhérent l'ensemble des fiches produits et de la data sur tout ce qui est en stock pour que leur client puisse commander de manière complètement transparente la référence qu'il souhaite. « Le partenariat avec Forum n'est pas que logistique. L'une de ses forces est d'être très en avance sur la qualité des fiches des produits qu'il expose sur ses sites internet. Dans le cadre de ce partenariat, l'ensemble de nos adhérents bénéficie donc de l'intégralité de ce travail. » Il n'en demeure pas moins que pour gérer ses deux millions de références sur ses quatre métiers, Socoda a structuré ces dernières années ses équipes pour enrichir et mettre à jour les bases articles, soit 50 000 références par an.

Une montée en charge progressive

En dehors des Aciers, qui obéissent à une autre logique, l'ensemble des métiers de Socoda seront donc appelés à passer sur la plateforme. « L'objectif de la plateforme n'est pas d'être une plateforme de dépannage, mais vraiment une plateforme de stockage répondant aux



La plateforme digitale de négoce Codeal.Pro



Fabienne Voisin, nouvelle directrice des achats chez Socoda.

besoins de l'intégralité de nos adhérents. » Pour l'instant, c'est donc le plan de vente d'Au Forum du Bâtiment qui est disponible, la Quofi, puis la décoration devant y être intégrées rapidement. « On s'est donné trois ans pour atteindre une vitesse de croisière, nous permettant d'équilibrer la plateforme et de servir l'ensemble des univers produits. Pour nous, l'essentiel de la valeur créée par la plateforme est du développement commercial. Donc, nous regardons de très près la montée en puissance de la plateforme sur le volume des commandes de nos adhérents et cela passe par les marques qui vont être intégrées. »

Ambitions sur la MDD

Les produits sous marques propres vont également profiter du déploiement de la plateforme. « La plateforme devient un levier de développement des MDD. Jusqu'à présent, le sujet de la MDD était assez décevant chez Socoda, puisqu'on parle de 750 références, ne reflétant pas la place d'une MDD dans un réseau distribution traditionnel. Cela s'expliquait par l'absence d'un outil logistique. Lorsque nous voulions construire une gamme MDD, nous devions passer autant de commandes qu'il y avait de fournisseurs en face » Autrement dit, prochainement, la plateforme sera en mesure de stocker l'ensemble de la gamme MDD, accessible donc à tous les adhérents. « Nous avons une vraie ambition de développement de la MDD. Nos adhérents se sont très rapidement saisis de ce sujet dans les commissions produits, avec une identification des familles sur lesquelles développer une marque propre. »

Pour Vincent Kuss, une MDD qui prend sa place doit déjà au minimum représenter 5% du mix des ventes, sachant que le taux est largement supérieur chez certains adhérents. « Socoda a de vraies ambitions sur le déploiement de sa marque Xperty sur tous ses univers. »

Une directrice des achats, Fabienne Voisin, vient d'ailleurs d'être recrutée chez Socoda pour mieux travailler la performance des achats au sein du groupe, s'assurer de la bonne coordination entre la plateforme, les adhérents et les category managers de la centrale, ainsi que le développement des alliances. « A travers les alliances, nous devons réussir à développer notre performance commerciale, et le premier sujet de développement, c'est la MDD. »

Codeal.Pro, l'outil des Grands Comptes

Les investissements menés ces dernières années par Socoda pour accélérer sa transformation numérique, concernant les outils digitaux vont également trouver une nouvelle expression avec la mise en place de l'entrepôt logistique. C'est le cas notamment des Grands

Après quatre ans d'interruption, la Convention Socoda de Lyon, en mars 2024, s'était donné comme mission de renforcer les liens entre les fournisseurs et les adhérents et de présenter les nouveaux outils : l'EDI, les e-shops, le Mood (package d'outils marketing clés en main et personnalisables)...

Comptes, avec la solution digitale Codeal.Pro. « La plateforme logistique va aussi nous permettre de servir des clients Grands Comptes, directement là où un adhérent n'a pas forcément le bon stock ou n'est pas présent sur le maillage territorial. La plateforme est un outil de développement commercial sur l'ensemble de nos projets. »

Créée en 2023, la plateforme digitale de négoce Codeal.Pro propose tous les catalogues dédiés aux clients Grands Comptes, centralise les commandes et leur gestion. Pour le grand client, c'est un seul point de contact administratif. « Nous avons restructuré notre démarche Grands Comptes et impliqué beaucoup plus nos adhérents. Toutes les branches sont désormais concernées. Codeal.Pro est une solution qui permet à des indépendants de proposer le même service qu'un groupe intégré. » Une dizaine d'adhérents travaillent avec Codeal.Pro et une quarantaine sont engagés dans la labellisation Grands Comptes, identifiant les distributeurs répondant aux critères de service exigés par les grands clients. « Nous avons signé notamment avec les ateliers de maintenance du Service industriel de l'aéronautique (SIA6), en co-attribution avec deux autres distributeurs. Cela nous donne un fort coup d'accélérateur car l'armée en tant que donneur d'ordre a un cahier des charges très exigeant. Nous en sommes très fiers. »

L'objectif est aujourd'hui de renforcer le maillage des grands comptes pour gagner en pertinence lors de la réponse aux appels d'offre. « Nous sommes confiants car nous avons désormais les outils et la structure qui nous permettent d'aller démarcher n'importe quel client et de lui proposer une offre de services global cohérente et efficace.



Cela incite même des adhérents à se lancer dans la démarche Grands Comptes alors qu'avant ils ne s'en sentaient pas la capacité » souligne Vincent Kuss. « Nos adhérents ne sont plus sur des postures défensives, ils n'hésitent pas à ouvrir des contrats locaux à d'autres adhérents pour proposer aux clients un meilleur service. Ils sont tous passés à l'offensive et ont compris l'intérêt d'être moteur à l'intérieur du groupe. »

La diversité, une force

Cette dynamique devrait contribuer à attirer de nouveaux adhérents. Début 2025, cinq entreprises ont ainsi déjà rejoint Socoda. « Nous avons démontré notre capacité à accueillir des adhérents dont le chiffre d'affaires varie d'un million d'euros jusqu'à 220 millions d'euros. La largeur de notre palette d'offres de service nous permet de répondre à la fois à une entreprise très structurée et aux besoins d'un distributeur de plus petite taille. Cette hétérogénéité du réseau est vraiment une force. Nos intérêts communs sont beaucoup plus forts que ce qui nous différencie. Les dirigeants et leurs équipes n'hésitent pas à échanger sur leurs problématiques, sur leur développement, sur leurs visions du marché. Leurs différences nous nourrissent. »

Agnès Richard

La pérennité par la transmission

En mars 2024, le groupement a annoncé la création de la Financière Socoda, un enjeu majeur pour faire face à la pyramide des âges chez les chefs d'entreprises du réseau. Si Socoda Investissements s'inscrit dans des perspectives de court terme, venant en soutien des adhérents lors d'opérations de haut de bilan pour accompagner des projets d'investissements spécifiques, la Financière Socoda se présente comme un outil de plus long terme. Elle répond plus précisément aux besoins liés aux opérations de transmission et de reprise d'entreprises. Un dossier de transmission d'un chef d'entreprise à l'un de ses collaborateurs fait actuellement l'objet d'une offre de souscription auprès des adhérents. Une dizaine d'autres dossiers sont à l'étude.