

STRATÉGIE DE MARQUE

EPI Center affiche ses valeurs en long et en large

« **A**ffirmons la force de notre collectif » tous #Ensemble ! Dans un climat économique « très compliqué », c'est le mot d'ordre scandé fin mars par EPI Center lors de sa biennale à Villefranche-sur-Saône (69) – fief du groupement. Un #Ensemble qui vise à renforcer encore le lien entre les 53 adhérents et qui « se concrétise par des collaborations, des partages d'expériences et de solutions entre les adhérents, de l'entraide et de la solidarité », argumente l'enseigne.

À travers une communication renouvelée, la filiale du groupe RC Safety entend « valoriser les forces propres au groupement ». À savoir : « un réseau fort ultraspecialiste », « un maillage national représentatif » avec 71 points de vente et 200 commerciaux terrain spécialistes en métropole et outre-mer, ainsi qu'« une approche métier tournée vers la proximité ».

Haute visibilité

Cette volonté et cet engagement se concrétisent aujourd'hui par l'adoption d'un



Depuis mars 2023, le réseau compte un 53^e membre : la société Vision'Text à Thourotte (60) dirigée par Laurent Croquevielle.

label interne "1^{er} réseau de proximité spécialiste". Il s'agit pour EPI Center d'illustrer ses engagements en matière de qualité de la sélection produits grâce aux référencements réalisés par les membres des commissions, tous adhérents. Il est aussi question d'« écoute, de conseil et d'expertise pour proposer des solutions workwear et EPI totalement en adéquation avec les besoins et le budget de chaque client ». Autre actualité forte du salon : le déploiement du nouveau concept

de magasin lancé en 2022 et que la direction d'EPI Center juge « ergonomique, beau et vraiment fonctionnel ». Le dispositif

doit faciliter le parcours clients tout en renforçant et harmonisant la visibilité du groupement. En 2023, 4 adhérents l'ont adopté : Habi Pro à Caen (14), Galy Vêtement Pro à Béziers (34), Actuel'Vet à La Roche-sur-Yon (85) et Protec Land à Vaujours (85). Plusieurs projets verront le jour cette année. Malgré le climat d'affaires tendu, « nous avons su nous adapter à un environnement en constante évolution et avons réussi à maintenir notre position sur le marché en clôturant 2023 à +9 % (116 M€ de CA) », assure Rodolphe Deleusièrre, le directeur d'enseigne. ● S. Vigiandi

EN CENTRALE

Expertises étoffées

Depuis mi-mars 2024, Carole Dougnac est venue renforcer l'équipe EPI Center. Cette ingénieure textile bénéficie d'une solide expérience dans les EPI de catégorie 3 (risques mortels) pour les secteurs de la défense et de l'aérospatial.



LABEL EPI ET RSE

DomPro y va à 200 %

Mi-mars, le groupement a organisé à Tours son Forum des Pros annuel. Parmi les fils rouges de cette 19^e édition : le Village EPI. « Nous avons renforcé nos partenariats dans cet univers. Dorénavant, 22 marques partenaires sont estampillées premium et ont intégré notre label EPI déployé dans le réseau en 2022. En mars dernier, 17 adhérents avaient déjà ce label Expert. Ce n'est qu'un début », confie Vincent Vuillaumié, Dg de DomPro (143 adhérents dont 27 nouveaux en 2023). La RSE est aussi l'une des priorités de la centrale basée à Laval (53). L'entrepôt logistique d'Ernée (53) a déjà fait l'objet d'un plan d'actions (relamping, détecteurs de présence...). La centrale vise une

médaille de bronze en 2025 via la labellisation ÉcoVadis. En cours d'année, elle déploiera un système de notation sur l'évaluation ÉcoVadis de ses propres fournisseurs. But : assurer la traçabilité de toute sa chaîne d'approvisionnement. ● S. V.



Sur le 19^e Forum des Pros, DomPro a fédéré les marques d'EPI sur un village dédié.

Vite

STRATÉGIE

Qérys crée BricodealTorro

La reprise bordelaise a fusionné les filiales Bricodeal (plateforme axée quincaillerie, plomberie, chauffage) et Torro (distributeur de produits et solutions rechargeables). Le nouvel ensemble gère 7 unités de 23 000 articles en stock et 100 000 ADD telles que SCID-Outibat (plomberie) et Odyssea (sanitaire, plomberie). S'il muscle la présence commerciale de Qérys, il renforce ses services personnalisés.

COMMERCE

ArcelorMittal se diversifie

Fin de l'été 2018, E-Steel, la filiale de ArcelorMittal Distribution Solutions, élargit son champ de vente à 4 univers : les produits en cuivre et laiton, outils et équipements de chantier, EPI et une large gamme en quincaillerie. Au total, nouvelles marques et 6 000 articles intègrent le catalogue de la filiale n°3 tricolore des aciers.

LES VOSGES

Le Dépôt dans Vosges

Le dépôt s'installera à Saint-Dié-des-Vosges en lieu et place de l'ancien local. L'enseigne a déposé les permis de construire fin 2023. L'ouverture prévue avant fin 2024. Le magasin d'Épinal, ce sera le site dans ce département.

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Protecthoms engagé dans "100 % green"

En 2023, l'entreprise lorraine a mis en place le département Qualité, Sécurité, Environnement. Parmi les missions ? Travailler avec les équipes Achats au référentiel d'EPI et workwear plus "green" sur les plans en-

vironnemental et équitable. Il s'agit d'un des dossiers figurant dans la feuille de route Ambition 2030 qu'a élaborée cette filiale de Grand Comptoir (Legallais, DFC, Bricozor...). Pour la première fois, le distributeur met en avant une sélection baptisée "100 % green" à l'image de l'e-Boutique de produits écoresponsables que Legallais a créée il y a plusieurs années. L'assortiment intègre des gammes certifiées écoresponsables et se pliant aux critères du commerce équitable, les produits étant conçus à partir de matières certifiées

(GRS, GOT, Oeko-Tex...). Environ 95 % de cette sélection "100 % green" sont issus de marques et fournisseurs ayant signé la charte des engagements Labellisation Premium de Protecthoms. L'Episte précisait dans son rapport RSE 2022 que « 259 produits de [son] offre appartiennent à la gamme écoresponsable » sur un assortiment de 23 000 références. Dans son catalogue 2024-2025, trois pastilles distinctes identifient les collections fabriquées en France ou en Europe, et celles dites "Écoresponsable." ● S. V.



En 2023, 14 fournisseurs de Protecthoms ont été audités pour leur engagement Premium.