



Communiqué de presse
Reims, le 28 mai 2026

PUM restructure sa stratégie commerciale pour encore plus de proximité client avec un réseau renforcé et un leadership réaffirmé sur la gestion durable de l'eau

Formation, maillage territorial, nouveaux modèles logistiques, offre plus durable et gestion de l'eau : PUM, négoce spécialiste en solutions pour les professionnels du Bâtiment et des Travaux Publics déploie une feuille de route de transformation au service des professionnels du Bâtiment et des Travaux Publics.

Faire de l'excellence commerciale un levier de différenciation

Fort de 210 agences et près de 1 500 collaborateurs, l'enseigne de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France accélère sur l'ensemble de sa chaîne de valeur pour être « toujours plus utile à ses clients » et ainsi, soutenir une croissance rentable, pérenne et responsable.

Parce qu'un collaborateur bien formé, c'est un client satisfait, PUM accompagne la montée en compétences de ses équipes avec le lancement d'une nouvelle formation interne dédiée au commerce et le développement de nouveaux outils. Cette montée en expertise s'accompagne d'un dispositif commercial réorganisé, articulé entre suivi local par les responsables d'agence et cellules spécialisées nationales, afin d'accompagner les projets structurants des territoires.

PUM renforce également sa relation client par le digital, avec une volonté d'adresser tous les acteurs du Bâtiment, de maintenir le lien à tout moment, de faciliter l'accès à ses offres et services et de proposer des outils sur mesure. L'enseigne, qui revendique déjà 2,5 millions de visites sur ses outils digitaux, poursuit ses travaux autour de l'intelligence artificielle, pour davantage simplifier le quotidien des équipes et des clients.

« Notre stratégie commerciale vise à répondre encore mieux aux attentes des professionnels, en combinant excellence commerciale, transformation du réseau, performance logistique, renforcement de l'offre durable et affirmation d'un positionnement de référence sur la gestion de l'eau. », précise **Ismail Lahsaini, Directeur commercial de PUM.**

Un réseau modernisé, au plus près des territoires

PUM adapte son maillage et ses formats pour accompagner les évolutions du marché et renforcer sa présence au cœur des territoires. L'enseigne, qui a ouvert 2 agences en 2026, projette 3 ouvertures par an d'ici 2030.

Parallèlement, PUM poursuit la modernisation de son parc existant : plus de 50 % de ses agences ont déjà été rénovées. L'objectif est double : faire gagner du temps aux clients grâce à des outils comme les scannettes et proposer une expérience en agence plus simple, plus fluide et plus conviviale. Cette transformation passe aussi par un nouvel agencement en magasin, fondé sur trois niveaux d'expertise, pour mieux répondre aux spécificités locales, rendre les points de vente plus accueillants et garantir une meilleure disponibilité des produits.

Une logistique repensée selon les réalités locales

PUM fait également évoluer son modèle logistique pour l'adapter aux contraintes des territoires et aux besoins des grandes métropoles. Son modèle historique - une agence, un camion, partout en France – est désormais complété par des moyens partagés dans les grands bassins urbains, une base logistique à Chartres et des centres de livraison à Bordeaux et, prochainement, à Paris Est, pour garantir le J+1 et répondre aux spécificités locales.

À Bordeaux, ce nouveau modèle logistique repose déjà sur 2 110 livraisons effectuées, 15 collaborateurs dédiés et un taux de service de 98,7 %. À Roissy-en-Brie, le futur centre de livraison accompagnera le développement de l'enseigne en Île-de-France avec 14 véhicules, 6 000 références stockées et 35 collaborateurs dédiés. À travers cette organisation, PUM entend clarifier et renforcer son offre logistique et transport, tout en la rendant plus performante et moins carbonée.

Une offre plus complète, plus durable et pensée en “solutions”

Face aux besoins de ses clients en matière de gestion des eaux pluviales, de désimperméabilisation des sols, et de réponse aux contraintes réglementaires, l'enseigne met en avant des services et solutions globales, dont des dalles pavé et gazon, son aquatextile AQUA'PUM et un accompagnement technique dédié.

Cette évolution s'inscrit dans une démarche RSE plus large. PUM affiche l'objectif d'accélérer la transition environnementale de son activité, avec une trajectoire visant -50 % de CO2 sur les émissions liées à ses poids lourds et véhicules utilitaires. L'enseigne met aussi en avant une sélection d'offre plus durable, l'analyse de l'empreinte carbone sur le cycle de vie des produits, ainsi qu'un outil de calcul de l'impact carbone et du poids matière des livraisons.

Faire de l'eau un axe stratégique de différenciation

Pour renforcer sa démarche en matière de gestion durable “L'eau est une richesse”, PUM renforce son offre autour de la récupération des eaux de pluie, de l'infiltration et de la végétalisation, avec notamment la mise en avant de la nouveauté PLANTCO. Elle se prolonge aussi par une logique d'accompagnement pédagogique, grâce à des outils simples et à un configurateur IA dédié aux eaux pluviales.

« La transformation engagée par PUM s'inscrit dans un projet d'entreprise global, qui vise à faire progresser la compétence de nos équipes, la qualité de l'expérience client, la performance de notre réseau, l'efficacité de notre logistique et la durabilité de notre offre. En renforçant notre présence dans les territoires, en investissant dans l'innovation et en renforçant notre démarche autour de la gestion durable et de la préservation de l'eau, nous voulons apporter aux professionnels du Bâtiment et des Travaux Publics des réponses toujours plus concrètes, plus agiles et plus responsables. »

Gaële Chantôme, directrice générale de PUM.

A propos de PUM

Enseigne de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France depuis 2004, PUM est le négoce spécialiste des produits et solutions durables pour l'eau, les réseaux d'énergie et de télécommunications, au service des professionnels du Bâtiment, des Travaux Publics et de l'aménagement extérieur. Avec 210 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire, PUM accompagne plus de 80 000 clients professionnels en s'appuyant sur l'expertise de ses équipes engagées et une offre de plus de 20 000 références, tout en poursuivant sa transformation pour répondre durablement aux enjeux de performance et d'innovation du secteur.

www.mypum.fr



À propos de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France

Saint-Gobain Distribution Bâtiment France (SGDB France), filiale du Groupe Saint-Gobain, est le premier distributeur de matériaux de construction en France, au service des professionnels et de ceux qui s'investissent dans l'amélioration de leur habitat. Ses principales enseignes sont POINT.P, CEDEO, Asturienne, PUM, SFIC, La Plateforme du Bâtiment, Dispano, CLIM+ et CDL Elec. Grâce à ces dernières, Saint-Gobain Distribution Bâtiment France dispose d'un réseau de plus de 2 000 points de vente à travers l'hexagone.

carrieres.sgdb-France.fr @SgdbFrance