

Communiqué de presse - Mars 2026



Dynamique et offensif, Gedicoop accentue sa différence et investit sur l'avenir : rénovation, spécialisation et renforcement de sa puissance collective au service de ses adhérents Gedimat et Gedibois

Marseille, les 10 et 11 mars 2026 - Réunis au Parc Chanot, les adhérents, fournisseurs et partenaires de Gedicoop ont célébré une nouvelle édition du plus grand salon indépendant. Avec plus de 2 900 visiteurs et 400 exposants, cette édition 2026 a confirmé une triple ambition forte : moderniser son approche marketing et digitale, renforcer ses expertises métiers et investir dans son interdépendance logistique.



Porté par une énergie collective exceptionnelle, Gedicoop a fait de son salon 2026 la démonstration d'un réseau fier, ambitieux et en mouvement.

Structuré en villages thématiques, ce salon a vocation à donner envie d'entreprendre au travers de :

- la mise en avant de son réseau généraliste tourné vers la rénovation,
- le développement des spécialités ou expertises,
- la dynamisation commerciale des libres-services,
- et l'accompagnement marketing, digital et financier pour répondre à un marché d'avenir qui peine à trouver son élan.

L'accent a par ailleurs été mis sur les achats salon, permettant aux adhérents de réaliser des gains sur l'ensemble des catégories de produits pour bien démarrer leur saison.

Pour mieux adresser la rénovation et les auto-rénovateurs, la communication des enseignes a été repensée sur l'axe de la proximité client/vendeur magasin et une meilleure association entre les différents dispositifs au service des marques

L'année 2026 marque le début d'un virage logistique majeur pour Gedicoop, Frédéric Ondet, Président du Directoire, a profité de sa prise de parole pour confirmer la construction d'un 3e site logistique moderne et performant, détenu et exploité en propre.

Un réseau coopératif solide qui conforte sa position de leader

Au 1^{er} janvier 2026, le réseau Gedicoop fédère autour de ses trois enseignes 540 points de vente : 481 Gedimat (dont 22 en Belgique et 13 Gedimat Concept Store) et 59 Gedibois. Il confirme ainsi son maillage et sa vitalité sur le territoire national, en dépit du climat économique.

Tandis que le secteur retrouve plus ou moins ses chiffres d'affaires de 2019, Gedicoop, fort d'une meilleure résistance de ses adhérents, a vu sur la même période son front de vente hexagonal progresser de 7 % à périmètre comparable, et plus de 17 % à périmètre consolidé grâce aux nombreuses adhésions/rachats et créations survenues notamment lors des 18 derniers mois, soit un apport net de 115 M€.

Affichant un chiffre d'affaires au 1^{er} janvier 2026 de 2,3 milliards d'euros HT, il confirme sa position de premier groupement de négociants indépendants en ces temps compliqués.

Des expertises renforcées au service des adhérents

Village Libre-Service : performance commerciale et nouvelles MDD

Le village libre-service a illustré la dynamique commerciale du groupement en proposant ses solutions destinées à booster la performance de l'univers LS. Avec pour objectif 20 % de son activité contre 15 % actuellement et plus ou moins 10 % dans la profession, les adhérents ont pu découvrir les opérations commerciales en cours et les nouvelles sélections de produits :

- **Nouveau cap franchi en MDD avec 3 nouvelles marques propres** Gedicoop crée les marques **BATI Expert 360**, **TechTeam Professionnel** et **Artisio**, leviers forts de différenciation et de préférence. Fruits du travail de co-construction avec les adhérents et répondant à une demande de qualité pro sur les univers gros œuvre, second œuvre, consommables et décoration, ces marques ont été valorisées au sein de zones de test produits très appréciées. Leur développement et déploiement se poursuivront progressivement au cours des 2 à 3 prochaines années.



- Nouveauté aussi sur le marché de l'EPI, représenté de façon innovante : un **défilé** en mode « Fashion Week » a **marqué les esprits** en associant marques partenaires et animations commerciales. L'objectif est simple : devenir un acteur fort de l'EPI et asseoir la place de Gedicoop sur ce segment.



- **Une dynamique commerciale PRO renforcée !**
 - **Côté ventes** : fort du succès des opérations 2025 Top Ventes (+ 24 % de CA sur les 220 articles concernés), l'agenda commercial 2026 s'enrichit de 3 opérations « Les Immanquables », destinées à générer des ventes additionnelles et à booster le panier moyen.
 - **Côté achats** : **près de 20 campagnes d'achat groupé**, répondant aux temps forts de l'année, seront menées en 2026 pour massifier les volumes. Le salon a été l'occasion pour chacun de s'engager et de profiter de conditions plus avantageuses.

Village Gedibois : une expertise métiers et toujours plus de services

Fort de l'arrivée de Drouaire Bois (77), Gedibois, avec près de 60 points de vente et plus de 300 M€ de CA, confirme sa dynamique et sa position de première enseigne d'indépendants en bois et dérivés. Son village a démontré la volonté affirmée d'accélérer son attractivité grâce à la montée en expertise et au déploiement des quatre métiers de l'enseigne :

- La construction bois et isolation.
- L'aménagement intérieur.
- L'aménagement extérieur.
- Les panneaux.



Les équipes Gedibois, avec les experts métiers du réseau, ont ainsi présenté les différents modèles de salles d'expo et les plans de stock définis en commission. Le salon a également permis de souligner l'importance du développement des services, notamment en matière d'installation et de gestion d'ateliers de découpe spécifiques, indispensables pour répondre aux besoins croissants des différents clients professionnels du bois.

Symbole visible de cette énergie mise en commun : le partenariat autour du basket avec la LNB permet de donner une visibilité nationale à la marque dédiée au bois du réseau Gedicoop.

Village Spécialités : élargir et spécialiser l'offre de produit et de services

Si le renforcement de son dispositif de magasins généralistes « ruraux » reste une priorité (55 % de ses points de vente), Gedicoop est convaincu que l'avenir du négoce s'inscrit aussi, dans bien des territoires urbains ou rurbains, dans le renforcement de l'expertise métier voire la spécialisation. Pour accompagner ce développement le groupement se structure afin de mieux valoriser ses compétences à travers trois concepts : PPI, Couverture et Travaux Publics.

Gedicoop vise plus de 50 points de vente spécialisés à l'horizon 2026. Le salon a donc largement mis à l'honneur ces spécialités.

Le Village Spécialités PPI, Couverture et TP a permis aux adhérents d'apprécier les travaux menés pour soutenir ce développement et leur déploiement et découvrir :

- **Une modélisation complète** pour chacune des 3 spécialités.
- **Des libres-services dédiés à chacune d'entre elles**, répondant aux besoins des métiers ciblés et renforçant l'expertise des points de vente.

- Une sélection des dernières innovations et solutions proposées par les industriels pour répondre aux enjeux de performance énergétique (isolation biosourcée, tuiles solaires...).



Rénovation et formation : montée en compétence et accompagnement stratégique

Face aux difficultés de la construction neuve, la rénovation est la clé des 20 prochaines années. Acteur fort de la rénovation, Gedicoop peut compter sur l'expertise de ses conseillers et doit être un acteur majeur de l'innovation. L'espace Rénovation a valorisé les industriels impliqués et les solutions les plus innovantes :

- Des démonstrations et ateliers pratiques ont mis en avant le montage des façades enduites, l'ITE sous bardage bois et la rénovation des sols anciens.
- Un éclairage a été porté sur les solutions CVC, les complexes de toitures et l'isolation par l'extérieur.

Pour soutenir la rénovation et accompagner la montée en compétence des équipes, Gedicoop a par ailleurs ouvert trois écoles de vente et de management ainsi que des sites de formation dédiés en région.

Le salon montre l'exemple pour valoriser les innovations de ses partenaires industriels et a mis en lumière :

- Les lauréats des Trophées Zepros Réno, dont Gedimat est partenaire, et des Trophées Inoha 2025.
Ces acteurs innovants sont intervenus pour partager avec le réseau leur vision et leurs solutions.

- Nos partenaires industriels ont pris part au challenge « Mission Réno'confort ». Parmi les dossiers déposés, 12 lauréats 2026 ont été récompensés dans trois catégories : Solutions éco-responsables, Innovation, Rénovation (*liste des lauréats en annexe*).



Village Gedex Services : un collectif en soutien du réseau

Les équipes Gedex Services étaient aux côtés des adhérents afin de leur présenter les solutions d'accompagnement et les derniers outils marketing, RH, finance et digitaux modernisés pour dynamiser les points de vente et simplifier le quotidien.



Un savoir-faire et une maîtrise des outils financiers qui font la différence

Pour accompagner le réseau, les équipes finance du groupement et les partenaires financiers (BPI, LCL, Socorec, Crédit Coopératif, Au Group, Allianz Trade, Creditsafe, Kresus...) étaient mobilisés pour échanger avec les adhérents sur leurs projets de développement et de pérennité.

Les solutions d'accompagnement dédiées aux projets de rénovation et d'ouverture de nouveaux points de vente, ainsi que les dispositifs de renforcement des fonds propres nécessaires pour passer ces moments difficiles, ont été présentés :

- Refinancement des actifs immobiliers.
- Gestion du besoin en fonds de roulement
 - côté clients - assurance, affacturage, rendez-vous d'arbitrage, informations solvabilité, risques de crédit,
 - côté fournisseurs - solutions bancaires pour financer et prolonger les délais de règlements fournisseurs.

Ces différents sujets ont été développés lors de conférences et de nombreux rendez-vous avec les adhérents, qui ont apprécié ces temps d'échanges, riches en informations et en solutions.

Une stratégie e-commerce renforcée, au service de la performance et de la proximité client

Dans un marché du négoce en pleine évolution digitale, Gedicoop accélère sa stratégie e-commerce. Cette dynamique a porté ses fruits en 2025, avec notamment la **multiplication des demandes de devis** (plus de 20 000) pour développer le CA des adhérents.

Le site Gedimat.fr a connu des améliorations significatives, lui faisant franchir le cap des 6 millions de visites annuelles. La connexion automatique au point de vente le plus proche a permis de doubler le trafic connecté à un magasin, facilitant ainsi le drive to store. L'espace professionnel a été repensé en véritable tableau de bord, centralisant l'ensemble des documents commerciaux. Enfin, les opérations commerciales nationales les jours de match du XV de France renforcent ce nouvel élan pour dynamiser l'attractivité de Gedimat.fr.

En 2026, des fonctionnalités innovantes comme le "Chantier express plaque de plâtre" proposeront une première expérience d'achat par ouvrage. Tandis que la généralisation des listes d'achat doit permettre aux pros de gagner un temps précieux sur leurs commandes et devis.

Les nouvelles applications web Gedimat et Gedibois dans les App Stores Android et Apple feront de Gedicoop un partenaire de proximité, disponible dans la poche de ses clients.

Ces développements confirment l'ambition de Gedicoop d'affirmer son identité de leader du négoce indépendant, alliant proximité terrain et innovation digitale.

Une communication authentique et une visibilité accrue au service de marques fortes

La force de Gedicoop réside aussi dans la force de ses marques et la fierté d'appartenance de ses équipes.

Cette année, **Gedibois**, déjà visible sur les parquets des championnats de France de Basket à travers son partenariat avec la LNB, s'offre une **forte visibilité en télévision** grâce au parrainage du All Star Game, de la Leaders Cup et des play-offs. Ces trois grands rendez-vous du basket français diffusés en clair sur la chaîne l'Équipe réunissent jusqu'à 800 000 téléspectateurs.

Côté Gedimat, 2026 marquera un **tournant majeur dans sa stratégie de communication**. Si Gedimat est une marque reconnue, trop nombreux sont celles et ceux qui pensent encore que ses points de vente ne sont réservés qu'aux professionnels du gros œuvre. Pour y remédier, la stratégie de communication a été repensée et mise désormais sur **la largeur de son offre, la proximité, le conseil et l'accueil**. Elle se résume en une phrase : « *notre priorité : la réussite de votre projet et votre sourire* ».

Pour une **visibilité optimale**, Gedimat peut compter sur :

- **Le Tournoi des 6 nations** dont elle parraine les diffusions sur France 2 et TF1 avec des performances records (7,2 millions de téléspectateurs pour le match d'ouverture France-Irlande du jeudi 5 février). Cette opération permet à l'enseigne une exposition forte sur la période clé des mois de février et mars.
- **La Champions Cup**, coupe d'Europe des clubs de rugby sur France TV qui s'étire de décembre à mai.
- **Ma Maison de A à Z**, les programmes courts dédiés à la rénovation et parrainés par la marque, diffusés de mars à juillet.



En 2026, pour mieux capter le marché de la rénovation et séduire les auto-rénovateurs, le dispositif « Ma Maison de A à Z » devient « Ma Maison de A à Z, le défi Rénovation », il est :

- **Renforcé par une web série**, animée par Paulo & Lulu et tournée dans une dizaine de points de vente. Elle sera diffusée tout au long de l'année sur gedimat.fr et YouTube.
- **Plus efficace**, résolument tourné vers l'innovation et l'amélioration de l'habitat, il doit stimuler la réalisation de travaux et l'attractivité de Gedimat.
- **Fortement visible avec l'arrivée sur TF1**, première chaîne d'Europe sur des créneaux stratégiques pour l'enseigne. Avec 20 semaines de diffusion, tous les dimanches à 11h et à 19h50, et 8 semaines les samedis soir à 20h30, Gedimat élargit et rajeunit son audience.

Avec des messages forts, une identité affirmée et des dispositifs plus puissants, le collectif Gedicoop montre un visage sincère, audacieux et moderne.

Le salon n'a pas seulement montré la performance du réseau, il a fait rayonner toute la force de ses marques, moteur essentiel de sa dynamique.

Une prise de parole ambitieuse, un cap clair, une détermination collective, des marques fortes

Frédéric Ondet, Président du Directoire, et Michel Leroux, Président du Conseil de surveillance, ont pris la parole lors de l'ouverture de la grande soirée du salon. Tous deux ont souligné la résistance du réseau et sont revenus sur l'agilité du modèle coopératif s'il combine dépendance et interdépendance.



Fort de sa mutualisation financière, Gedicoop investit en propre dans l'avenir et renforce ainsi son dispositif logistique par la construction d'une nouvelle plateforme centrale, dont la mise en service est prévue fin 2027.

Un 3^e site logistique fin 2027...

Devenu le premier fournisseur de ses adhérents au travers des sites détenus et exploités en propre, d'Achiet-le-Grand (62) et de Reventin-Vaugris (38), Gedicoop doit répondre aux défis de la distribution et de la rénovation (élargissement des gammes, LS Pro et MDD, ouverture aux spécialités et expertises, disponibilité produit) et optimiser ses flux (*cross docking* et livraison directe).

Relever ces défis implique de compléter ce dispositif avec une logistique moderne, plus centrale et évolutive, à même d'adresser plus rapidement ses adhérents, de développer les services, dont le e-commerce. Elle stimulera ainsi le développement des points de vente.

Avec cette 3^e plateforme, le dispositif logistique de Gedicoop se renforcera en propre (30 % de ses activités logistiques étant actuellement prestées). Le groupement disposera de réserves logistiques et donc de capacités d'évolution, pour conjuguer ambition nationale et intensification des référencements locaux pour les produits plus pondéreux. Comme le souligne Frédéric Ondet : *« Pour faire face à la complexité de notre environnement, la réponse ne peut être que double : indépendance de proximité et interdépendance renforcée. »*



La rénovation, remède à la crise du neuf

Dans un marché du neuf encore fragile, la rénovation s'impose comme le principal levier de développement du négoce et Gedicoop doit en être le promoteur.

Frédéric Ondet a donc encouragé les adhérents à s'appuyer sur les innovations des partenaires industriels et sur les outils développés par la coopérative, notamment le renforcement des expertises et les concepts de spécialités.

Il a également souligné la montée en puissance des auto-rénovateurs (représentés sur scène par Paulo & Lulu, dont Gedimat est partenaire) et leurs attentes.

Sa prise de parole, lucide et déterminée, a rappelé que cette nouvelle population d'auto-rénovateurs occupe une place déterminante. Elle doit être préemptée par le négoce et Gedicoop en particulier, compte tenu de son ADN renforcé ouvert à la double clientèle.

Enfin, le discours d'introduction de la soirée du Salon s'est achevé avec les annonces autour du renforcement de la communication TV et réseaux sociaux des marques Gedimat et Gedibois, résolument tournées vers la rénovation.

À propos de Gedicoop

Créée par les adhérents du groupement fondé en 1967, Gedex Services anime trois enseignes complémentaires : Gedimat, premier groupement de négociants indépendants en matériaux de construction et bricolage, Gedimat Concept Store, la marque des points de vente spécialisés en menuiserie d'une part, et sols et bains d'autre part et Gedibois, première enseigne dédiée aux indépendants spécialistes bois, panneaux et dérivés, née fin 2008. Gedex Services assure à ses adhérents - entreprises indépendantes à taille humaine - les moyens et une visibilité comparables à ceux d'entités intégrées d'envergure nationale.

Sous ses trois enseignes, Gedicoop fédère, au 1^{er} janvier 2026, 540 points de vente - 481 Gedimat (dont 22 en Belgique et 13 Gedimat Concept Store) et 59 Gedibois -, plus de 200 chefs d'entreprise et 7 000 collaborateurs. Ils réalisent au 1^{er} janvier 2026 un chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'euros HT et confirment le leadership de Gedicoop en tant que premier groupement de négociants indépendants et deuxième acteur national sur le marché du négoce.

Retrouvez les informations et les visuels Gedicoop sur www.primavera.fr - rubrique Espace presse - ou sur simple demande au 01 55 21 63 85 - primavera@primavera.fr



CHALLENGE MISSION RÉNO'CONFORT Édition - 2026

LES LAURÉATS

THÉMATIQUE	Catégorie	Industriel	Solution
	Bâtiment	PRB	RÉVOMUR M
	2 nd Œuvre	SEMIN	PAR SON 43dB
	3 ^{ème} Œuvre	DESCHAUMES	Parquet Naofloor
	Chauffage-Ventilation-Climatisation (CVC)	ARISTON	Chauffe-eau thermodynamique Nuos Fit Family
THÉMATIQUE	Catégorie	Industriel	Solution
	Bâtiment	WAVIN	Wavin PVC+
	2 nd Œuvre	ETEX SINIAT	Plaque de plâtre Vivapure
	3 ^{ème} Œuvre	ALKERN	Pavé drainant Newhedge
	Chauffage-Ventilation-Climatisation (CVC)	AUTOGYRE (EOLIANCE)	VMC Ventilis Très Basse Consommation
THÉMATIQUE	Catégorie	Industriel	Solution
	Bâtiment	SAINT ASTIER	BATICHANVRE® PLUS & BATICHANVRE® ISOL PLUS
	2 nd Œuvre	SOPREMA	Ouate Univercell Cristal
	3 ^{ème} Œuvre	RECA	Gamme BATIR
	Chauffage-Ventilation-Climatisation (CVC)	ALDES	VMC EasyHome Hygro