

Gedimat lance Artisio, TechTeam Professionnel et BatiExpert 360, trois nouvelles « Marques des Artisans » conçues avec et pour les professionnels du bâtiment

Le réseau Gedimat franchit une nouvelle étape stratégique avec le lancement simultané de trois marques propres : Artisio, TechTeam Professionnel et BatiExpert 360. Cette initiative ambitieuse vise à renforcer la différenciation du réseau, à développer durablement la part des MDD et à proposer aux artisans des solutions parfaitement adaptées à leurs usages quotidiens. Bien plus que de simples marques de distributeur, ces nouvelles identités incarnent pleinement les Marques des Artisans. Les produits étant conçus par des professionnels du bâtiment pour des professionnels du bâtiment, avec un haut niveau d'exigence en matière de qualité, de performance, de conformité et de durabilité.

Trois univers complémentaires pour répondre à l'ensemble des besoins du chantier

Artisio : la déco et l'aménagement

Artisio couvre les univers de la décoration et de l'aménagement, avec des gammes de carrelages et revêtements, peintures, sanitaires et menuiserie. La marque propose une offre pensée pour allier esthétique, durabilité et performance technique.

TechTeam Professionnel : l'expertise technique du quotidien

TechTeam Professionnel répond aux besoins des artisans en produits techniques grâce à une offre complète en outillage à main, quincaillerie, équipements et accès, EPI, électricité, plomberie et chimie du bâtiment. Conçue pour le terrain, la marque accompagne les exigences de fiabilité, de sécurité et d'efficacité au quotidien sur les chantiers.

BatiExpert 360 : les solutions gros œuvre et second œuvre

BatiExpert 360 couvre les solutions liées au gros œuvre et au second œuvre avec des gammes dédiées aux univers TP/VRD, gros œuvre, toiture, façade, chimie du gros œuvre, gros outillage, isolation et aménagement paysager. Cette offre a été conçue pour répondre aux attentes des entreprises du bâtiment avec des produits robustes, performants et compétitifs.



Une démarche de co-construction inédite avec les artisans et les adhérents

Le lancement de ces trois nouvelles marques est le fruit d'un important travail de co-construction mené avec les adhérents et les artisans. Plus de cinq commissions nationales et quinze commissions régionales ont contribué à la définition des gammes, des usages prioritaires et des niveaux d'exigence attendus.

La démarche repose sur le développement de solutions et de marques avec ceux qui les utilisent au quotidien. Les produits ont ainsi été élaborés selon un principe de co-construction directe avec les artisans professionnels et les adhérents de la coopérative. Ils ne sont pas uniquement définis de manière descendante, mais conçus à partir des besoins réels du terrain, des contraintes opérationnelles et des attentes concrètes exprimées par les utilisateurs professionnels.

Un positionnement moyen et haut de gamme à prix compétitif

Les trois nouvelles marques se positionnent sur des segments moyen et haut de gamme, avec des prix situés entre 10 et 20 % inférieurs aux marques nationales de référence. Elles répondent à une double ambition : soutenir une stratégie de croissance sur des marchés de valeur, en complément des offres premium existantes, et renforcer la rentabilité sur les marchés de commodité, en substitution d'offres moins différenciantes. Pour les adhérents, ces marques constituent un levier puissant de profitabilité, de différenciation et de préférence client.

Une approche responsable et exigeante

Au-delà de la seule performance produit, les nouvelles Marques des Artisans intègrent des critères RSE exigeants à chaque étape de leur développement. Cette démarche se traduit notamment par une optimisation continue de l'empreinte carbone, un approvisionnement plus responsable, ainsi qu'une production et une logistique pensées pour limiter l'impact environnemental.

Les gammes privilégient également l'utilisation de matériaux recyclés et s'inscrivent dans une logique de durabilité renforcée, afin de garantir une meilleure longévité des produits. Enfin, cette approche s'intègre dans une vision globale du cycle de vie, incluant la notion de seconde vie des produits et la valorisation des matériaux.

À titre d'exemple, pour la peinture, l'empreinte carbone a été divisée par deux tout en améliorant la durabilité des produits. Les mastics intègrent des emballages composés à 95 % de matières recyclées. Les bâches sont majoritairement produites en France à partir de matériaux recyclés.



Un déploiement national ambitieux

Présentées lors du salon Gedicoop en mars 2026, les nouvelles marques ont rencontré un fort succès auprès des adhérents. Les offres de lancement ont généré plus de 150 commandes en moins de trois semaines, et l'objectif est désormais de déployer rapidement les trois marques dans 100 % des points de vente du réseau.

À horizon 2030, Gedimat ambitionne de porter ces trois Marques des Artisans à 5 % minimum du chiffre d'affaires global du réseau, 15 % du chiffre d'affaires libre-service et 4 % du chiffre d'affaires hors libre-service, soit un potentiel estimé à plus de 60 millions d'euros.

Un dispositif de communication et d'accompagnement dédié

Afin d'assurer le succès du lancement, plusieurs dispositifs seront déployés dans les points de vente. Totems, kakémonos, stop-rayons, chevalets, planogrammes dédiés et modules de formation e-learning sont mis à la disposition des adhérents et des points de vente. L'objectif est de renforcer la visibilité des marques, de faciliter leur appropriation par les équipes et d'optimiser l'expérience client.

Une transformation durable du modèle de marque distributeur

Avec Artisio, TechTeam Professionnel et BatiExpert 360, Gedimat fait évoluer le modèle traditionnel de la marque de distributeur vers une approche plus participative, plus experte et plus proche des usages terrain. Ce projet traduit une évolution stratégique majeure : proposer une offre cohérente, lisible et performante, capable de couvrir l'ensemble des besoins des artisans au sein d'une enseigne de proximité.

En plaçant l'usage, la performance et l'engagement collectif au cœur de la création de valeur, Gedimat affirme sa volonté de construire, avec ses adhérents et ses clients professionnels, les marques de référence de demain.

NOUVEAU

TECHTEAM
PROFESSIONNEL

DANS LA TEAM DES PRO!

ARTISIO

◆ PEINTURE MURS ET PLAFONDS ◆

SOUS-COUCHE UNIVERSELLE

- Acrylique
- Améliore l'adhérence des enduits et peintures
- Uniformise le support
- Masque les taches
- Optimise le rendu final
- Prolonge la tenue dans le temps
- Tous supports : plâtres, ciment, fer, bois...

BLANC MAT

- Idéal salon et pièces à vivre
- Aspect doux et sans relief
- Ambiance chaleureuse et feutrée
- Masque bien les imperfections du mur
- Lessivable ★

À noter : une décoration haut de gamme

BLANC VELOURS

- Idéal chambres et pièces à vivre
- Léger relief satiné, subtil et élégant
- Toucher soyeux, rendu moderne
- Lessivable ★★

À noter : l'aspect du mat, la résistance du satin

BLANC SATIN

- Idéal pièces de passage (couloirs, escaliers...) et pièces humides (cuisines, salles de bains)
- Rendu lumineux, surface lisse et tendue
- Lessivable ★★★

À noter : haute résistance

ARTISIO

L'ENSEMBLE DE LA GAMME ARTISIO EST ÉGALEMENT DISPONIBLE EN BARES À TEINTIR

ARTISIO

TECHTEAM
PROFESSIONNEL

BATI EXPERT
360

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
