

## *Point à date et perspectives*

# **BigMat France poursuit ses objectifs et lance une nouvelle campagne**

Dans un contexte géopolitique et économique complexe, BigMat France confirme la solidité de son modèle ainsi que la résilience de son réseau. En 2025, le groupement réalise un chiffre d'affaires de 1,15 milliard d'euros et surperforme de 2 points un marché du négoce de matériaux en recul de 5 %.

Quelle que soit l'évolution du conflit au Moyen-Orient, qui continue d'assombrir les perspectives de reprise, ces résultats témoignent de la capacité du réseau à s'adapter à un environnement contraint, grâce à l'engagement et à la mobilisation de ses adhérents.

Fort de cette dynamique et de sa culture coopérative, BigMat France aborde l'avenir avec ambition autour de plusieurs priorités : améliorer durablement la performance du groupement, renforcer son attractivité auprès des professionnels et accroître ses parts de marché auprès des particuliers.

### **Attractivité du réseau et confiance des adhérents**

Pandémie de Covid-19, guerre en Ukraine, crise immobilière, instabilité économique et politique, conflit au Moyen Orient... malgré un contexte exceptionnellement complexe, **le réseau BigMat France a su tirer parti de ses forces et de son attractivité pour poursuivre ses chantiers stratégiques**, enregistrant des résultats significatifs au cours des cinq dernières années. Depuis 2020, le maillage territorial s'est enrichi de **45 nouveaux points de vente**, illustrant la pertinence du modèle coopératif et la capacité du groupement à soutenir ses adhérents tout en attirant de nouveaux entrepreneurs.

Cette dynamique se traduit également par l'engagement et les performances des adhérents lors des temps forts de l'enseigne, à l'image des salons annuels BigMarket<sup>®</sup>. Lors de l'édition 2026, organisée début février, **les volumes d'achats engagés ont progressé de plus de 9 %, pour atteindre un montant record de plus de 90 millions d'euros**, signe d'une confiance renouvelée et d'un réseau pleinement mobilisé. Autre signal positif avec la montée en puissance de la plateforme logistique gaBi, notamment grâce au développement de nouvelles gammes et des MDD, qui témoigne de bons fondamentaux économiques.

### **Investir et préparer activement la reprise**

Autre signe du dynamisme du réseau, **7 projets d'implantation du nouveau concept Espace Paysage sont programmés cette année. À l'horizon fin 2026, le réseau devrait compter 84 concepts spécialisés répartis sur tout le territoire : 40 Espaces Menuiserie, 34 Espaces Carrelage et une dizaine d'Espaces Paysage.**

Cette montée en puissance illustre à la fois le renforcement de l'expertise et la diversification de l'offre, pensée pour inspirer les particuliers tout en soutenant l'activité des artisans. Ces espaces, qui valorisent le savoir-faire des adhérents, traduisent la volonté du réseau de **consolider ses positions auprès de sa clientèle professionnelle tout en développant son attractivité auprès du grand public, lequel représente aujourd'hui 25 % de la clientèle**. Cette ambition s'inscrit pleinement dans la stratégie de l'enseigne, qui mise sur le renforcement de l'expérience client en point de vente, un accompagnement sur mesure des porteurs de projets et des actions de communication ciblées.

## Une nouvelle campagne médias à destination des particuliers

***Il n'y a pas que les pros qui vont chez BigMat*** : tel est le message de la nouvelle campagne publicitaire nationale, lancée le 9 avril. Avec humour, l'enseigne y rappelle que les particuliers peuvent eux aussi bénéficier de la qualité des produits, de conseils techniques d'experts et d'un accompagnement complet de leurs projets, de A à Z, à proximité de chez eux.

Avec une clientèle composée en moyenne de 75 % de professionnels et 25 % de particuliers, BigMat entend à la fois conforter ses positions sur son cœur de cible et renforcer sa notoriété auprès du grand public.

Déployée en sponsoring d'émissions sur M6 et M6 Replay, et amplifiée par un dispositif digital, la campagne s'accompagne d'une opération commerciale d'envergure : les « Beaux Jours », organisés dans 231 points de vente participants.



### **A propos de BigMat – Les bâtisseurs ont leur maison**

Première enseigne européenne de distribution de matériaux et produits pour la rénovation et la construction du bâtiment avec 1 006 points de vente dans 7 pays européens, BigMat fédère depuis plus de 40 ans ses adhérents autour de valeurs partagées : l'indépendance, l'excellence, la solidarité et la convivialité. Grâce à son large maillage territorial, la coopérative déploie une politique de services innovants et de proximité pour accompagner les projets de tous ses clients, professionnels comme particuliers. Expertise et conseil technique, sélection rigoureuse de matériaux, formation... Les collaborateurs de BigMat s'engagent au côté de tous les bâtisseurs à chaque étape d'un chantier, du gros œuvre à la décoration.

Acteur majeur de l'habitat, BigMat France compte 334 points de vente, 3 400 collaborateurs pour un CA de 1,15Md d'euros HT en 2025. BigMat est également implantée en Espagne, au Portugal, en Italie, en Belgique, en République Tchèque et en Slovaquie. <http://www.bigmat.fr/>