



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bilan 2022 et perspectives 2023

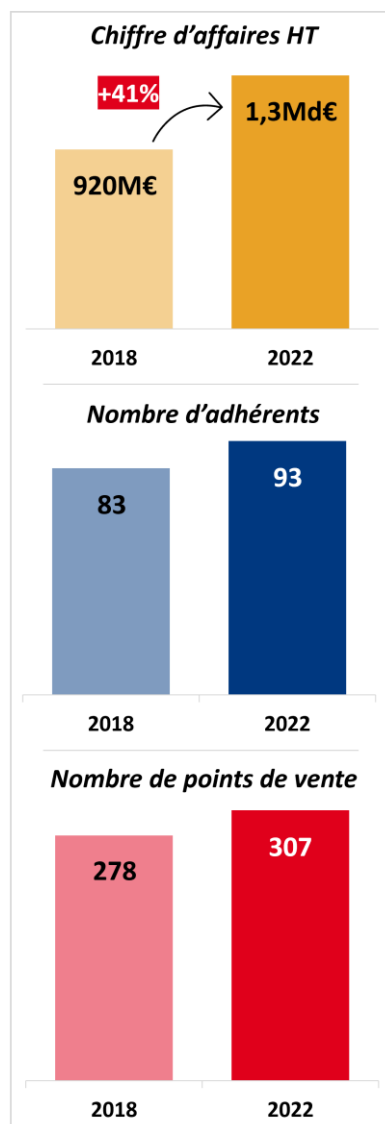
BigMat France : des résultats solides et un nouveau plan stratégique sous le signe de la rénovation énergétique

Paris, le 10 mai 2023. **BigMat France a achevé son plan stratégique 2018 – 2022 avec un chiffre d'affaires supérieur aux attentes de 1,3 milliard d'euros, en croissance de 13% par rapport à 2021. Portée par le marché de la rénovation et l'arrivée de 20 nouveaux adhérents sous son giron au cours des 5 dernières années, l'enseigne, qui a démontré une forte capacité d'adaptation sur un marché particulièrement bousculé, compte désormais 307 points de vente et 3 400 collaborateurs répartis sur l'ensemble du territoire.**

Accompagnement des porteurs de projets, engagement de la Financière BigMat pour assurer la pérennité du groupement, maintien de la dynamique d'adhésion, stratégie de digitalisation, politique de formation pour les adhérents et leurs collaborateurs... Dans la continuité, BigMat France poursuit la consolidation de son réseau, avec notamment 400 postes à pouvoir cette année, et aborde la période 2023 – 2027 avec des ambitions affirmées, dans un contexte de fortes incitations à la transition énergétique pour les propriétaires bailleurs.

Un réseau solide et solidaire

A l'image de BigMat Garcia Matériaux (1 point de vente dans l'Yonne) ou de BigMat Danthon (7 points de vente en Isère) en 2022, le plan stratégique précédent a été marqué par l'arrivée de 20 nouveaux adhérents, de toute taille, séduits par la force du collectif BigMat. Un collectif, uni et solidaire, investi dans le développement et la pérennité du groupement avec notamment 3 projets de cession et 11 transmissions réalisées au sein du réseau. Aujourd'hui, ce sont toujours plus d'adhérents qui s'engagent avec l'enseigne dans la Financière BigMat, démontrant la dynamique positive du groupement et la confiance qu'il suscite.



Être présent sur toute la chaîne de valeur, du conseil jusqu'à la fourniture et pose

Si BigMat anticipe un ralentissement de l'activité sur le second semestre 2023 du fait, notamment, de la baisse continue des ventes de logements neufs qui engendre déjà une baisse des mises en chantiers, les nouvelles obligations de rénovation énergétique représentent pour le groupement un important levier de développement économique, à travers sa clientèle de professionnels mais aussi de particuliers. Une cible stratégique pour l'enseigne qui a déjà développé deux concepts - Espaces Menuiserie (30 points de vente en 2022) et Espaces Carrelage (20 points de vente) - pour attirer une plus large clientèle. Avec pour objectif de s'imposer comme un acteur majeur de la rénovation énergétique dans l'esprit de tous ses publics, le réseau BigMat se positionne comme un véritable laboratoire d'idées au service de leurs projets, à l'instar de l'installation chez BigMat Camon de Béton2Go, mini centrale béton disponible en libre-service. L'enseigne travaille également à poursuivre son développement dans de nouvelles gammes de produits adaptés à la transition énergétique ainsi que sur de nouveaux marchés en couplant fourniture et pose (photovoltaïque, menuiserie, isolation, carrelage).

« Pour la période qui s'ouvre, les défis sont immenses et très clairement sous le signe de l'enjeu climatique d'une façon générale. Nous nous préparons à l'entrée en vigueur de la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) et, sur le plan du développement, nous considérons la rénovation énergétique comme le marché structurant et porteur pour les prochaines années. En tant qu'acteur de référence – et numéro 1 en Europe – sur le marché de la construction et de la rénovation nous avons un rôle prépondérant à jouer. Il ne s'agit pas uniquement de continuer à décarboner nos gammes de produits mais aussi d'aller plus loin, partout en France, dans l'accompagnement de nos clients, artisans et particuliers, dans leurs projets de A à Z. Comment monter un projet ? Quel financement ? Quels matériaux choisir ? Comment produire sa propre énergie ? Par de nouveaux services dédiés, du conseil dans nos points de vente et des outils numériques pratiques, notre enjeu est d'apporter des solutions adaptées à l'ensemble de nos clients », précise Fabio Rinaldi, Président du Directoire de BigMat France.



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 904 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 307 points de vente, 3 400 collaborateurs pour un CA de 1,3 Md d'euros HT en 2022. BigMat est également implantée en Espagne, au Portugal, en Italie, en Belgique, en République Tchèque et en Slovaquie. Pour en savoir plus : <http://www.bigmat.fr/>

