

Face à la pression du marché, négoce et Grandes Surfaces de Bricolage réinventent leurs modèles



Face à un marché sous tension, entre pression sur les prix et incertitudes économiques, les négoce de matériaux et les Grandes Surfaces de Bricolage engagent des transformations structurelles. Optimisation des achats, logistique accélérée, digitalisation, monétisation des services et montée en puissance des MDD : autant de leviers activés pour rester compétitifs et préparer le rebond attendu à partir de 2026.

Les deux nouvelles études de marché du cabinet MSI Reports analysent en détail ces deux secteurs de la distribution et leurs nouvelles stratégies.

Optimisation des achats, stratégie d'alliance : la compétitivité en jeu

Face à l'érosion des marges, les acteurs du négoce comme des GSB poursuivent une politique de « mieux acheter ». Les négoce renforcent leur pouvoir de négociation à travers la massification des volumes, l'appartenance à des groupements, et des démarches d'optimisation continues visant à sécuriser leurs approvisionnements et améliorer leur rentabilité.

Les GSB, quant à elles, s'inscrivent dans une dynamique offensive via des alliances stratégiques (Unio, alliance Weldom-Cofaq, rapprochement Briconautes-Espace Emeraude), des acquisitions et des ouvertures de points de vente, afin d'atteindre une taille critique, densifier leur maillage territorial et optimiser les achats.

Axes de Développement des Négoce, 2026

Positionnement accru sur l'entretien-rénovation / Diversification

Développement de l'offre de services

Vers une mixité de la clientèle

Atteinte d'une taille critique

Développement d'une stratégie omnicanale/ digitalisation

Développement des MDD

Actions liées aux enjeux sociétaux et environnementaux

Optimisation des performances et réduction des coûts

Recrutement

Développements spécifiques, par filière

Source : MSI Reports

Digitalisation et logistique

Selon la nouvelle étude MSI Reports, la transformation digitale est au cœur des investissements des deux secteurs. Les négoces misent sur l'uniformisation des systèmes (notamment via Fab.Dis et l'EDI) pour gagner en efficacité et exploiter la donnée commerciale. Les GSB accélèrent sur le e-commerce, le click & collect express, et la livraison, tout en intégrant l'intelligence artificielle pour personnaliser l'offre, fluidifier l'expérience client et affiner les prévisions.

Sur le plan logistique, les négoces investissent dans l'automatisation des entrepôts et la proximité des stocks (hubs régionaux, dépôts urbains), afin de passer du J+2 au J+1, voire J+0, et répondre à l'urgence croissante des chantiers.

Les services deviennent ainsi un axe stratégique à part entière. Les négoces monétisent désormais ce qui était autrefois inclus : conseils techniques, location de matériel ou solutions de financement sont facturés, élargissant les sources de revenus. Les GSB, elles, misent sur le retail media comme relais de croissance : Kingfisher Retail Media France, Adeo Retail Media ou encore Valiuz illustrent cette tendance à valoriser les audiences et les données.

Les marques de distributeur comme levier stratégique de différenciation

Tant chez les négoces que dans les GSB, les marques de distributeur (MDD) s'imposent comme un levier central de compétitivité et de différenciation. Les groupements de négoces développent des gammes propres pour renforcer leur indépendance vis-à-vis des fournisseurs industriels, proposer des produits au bon rapport qualité-prix et asseoir l'identité des enseignes. En avril 2025, Samse a ainsi lancé sa première MDD, Atout Pro, avec près de 400 produits. Mabéo Industries avait de son côté créé ILEVA, dédiée aux EPI.

Les GSB affichent une ambition similaire. Leroy Merlin a lancé en 2025 sa gamme Essential dans l'outillage électroportatif, en réponse à la montée des MDD concurrentes comme Parkside (Lidl). Weldom fait de ses marques propres un pilier de sa stratégie, représentant déjà 30 à 35 % de ses ventes en 2024, avec un objectif de 40 % à l'horizon 2027. Mr. Bricolage entend faire passer la part de ses MDD de 16-17 % à 30-35 % de son chiffre d'affaires. Ces initiatives traduisent la volonté des enseignes de proposer des gammes attractives tout en consolidant leurs marges.

Axes de Développement des Grandes Surfaces de Bricolage, 2026

Positionnement accru sur l'entretien-rénovation	Vers une mixité de la clientèle
Atteinte d'une taille critique	Développement d'une stratégie omnicanale / utilisation du numérique
Développement des MDD	Actions liées aux enjeux sociétaux et environnementaux

Source : MSI Reports

Des perspectives positives à partir de 2026

Malgré une année 2025 toujours orientée à la baisse, les fondamentaux du secteur restent solides. Selon MSI Reports, l'inflation désormais maîtrisée, un climat monétaire plus souple et le retour progressif de la confiance des ménages laissent entrevoir une trajectoire de reprise dès la fin 2025. Celle-ci devrait être portée par une hybridation croissante entre digital et points de vente physiques, qui resteront le cœur de l'expérience client.

Les négoces comme les GSB se montrent ainsi résolument tournés vers l'avenir, avec des stratégies d'adaptation et d'investissement qui posent les bases d'une croissance durable à l'échelle de la filière.

À propos de l'étude

En septembre 2025, **MSI Reports** publie deux études sur les enjeux et axes de développement des secteurs des **Négoces** et des **Grandes Surfaces de Bricolage** en France.

Dans ces deux études, MSI Reports présente des données financières et opérationnelles sur plus de **1100 négoces** et **500 GSB**, analyse de manière approfondie l'évolution du marché en France **en 2024 et 2025**, avec un historique depuis 2019 et des prévisions pour la période 2025-2029. L'étude comprend également une analyse de la structure concurrentielle, de la distribution ainsi que les profils de nombreux négoces et enseignes de GSB.

Ces publications sont disponibles à partir de **2195€** (HT) chacune, ou **3995€** HT pour l'achat groupé de ces deux études.

À propos de MSI Reports

MSI Reports est un cabinet d'études de marché français indépendant spécialisé dans les études B2B depuis plus de 20 ans. Il réalise des études de marché dans différents secteurs, notamment le bâtiment. Ces études de marché permettent d'identifier les principales forces en présence sur le marché étudié ainsi que les enjeux stratégiques et commerciaux.



Accédez à
l'étude
GSB

Accédez à
l'étude
Négoces