

Communiqué de presse
8 mars 2023



Un Salon Gedimat/Gedibois/Gedimat ConceptStore qui met l'accent sur ses marques et sur le Libre-Service

Le premier groupement de négociants indépendants organisait, du 7 au 9 mars 2023, la 13^e édition de son Salon annuel réunissant 380 exposants et accueillant plus de 2 800 visiteurs au parc des expositions de Bordeaux.

Enthousiasme et dynamisme étaient au rendez-vous, portés par « l'actualité médiatique » de ses enseignes. Gedimat, « Meilleure Enseigne 2023 » du magazine *Capital*, et Gedibois, nouveau partenaire de la Ligue Nationale de Basket jusqu'en 2025.

À l'occasion de ce rendez-vous national incontournable du groupement, les équipes de Gedex ont fait le choix d'aménager l'immense Hall en plusieurs « villages » thématiques, afin que les visiteurs ciblent bien leurs parcours et ne manquent rien des services de Gedex, des innovations ou des offres d'achats des partenaires présents.



Des villages « produits » et 1 village dédié aux services proposés par Gedex

Fort de près de 400 exposants, le Salon Gedimat/Gedibois fait une nouvelle fois la démonstration de la puissance du groupement. Les visiteurs ont pu découvrir les villages animés par les chefs de marché, et organisés en 4 univers :

- **Gros-œuvre/second-œuvre et couverture**, le cœur de métier de l'enseigne Gedimat, pour s'approprier les évolutions des systèmes constructifs conformes à la RE2020, les ciments bas carbone et autres nouveautés MDD avec leur catalogue.
- **Bois/Panneaux**, terrain de jeu de prédilection de Gedibois, avec la présence de fournisseurs spécifiques répondant aux besoins des menuisiers et agenceurs, et autres exclusivités Gedibois, dont la gamme de « contrecollés » ou la MDD en vis de terrasse.
- **Les familles « à Projets »** Aménagement extérieur, Menuiseries, Salle de bains et Cuisine, Sols et Murs, associées aux 2 nouvelles collections de catalogues 2023 propres à chaque enseigne. Moment phare du salon, la présentation et la formation aux nouveautés produits avec, cette année, un accent mis sur :
 - Les spécificités propres à chaque région en matière d'Aménagement Extérieur.
 - La présentation en avant-première d'une gamme de portes élaborée selon un cahier des charges spécifique Gedimat.
 - La gamme « collection exclusive » Carrelage et Sanitaire à destination des CMIstes.
 - La refonte de notre offre cuisine en appui sur les 3 industriels partenaires et logiciels métiers.



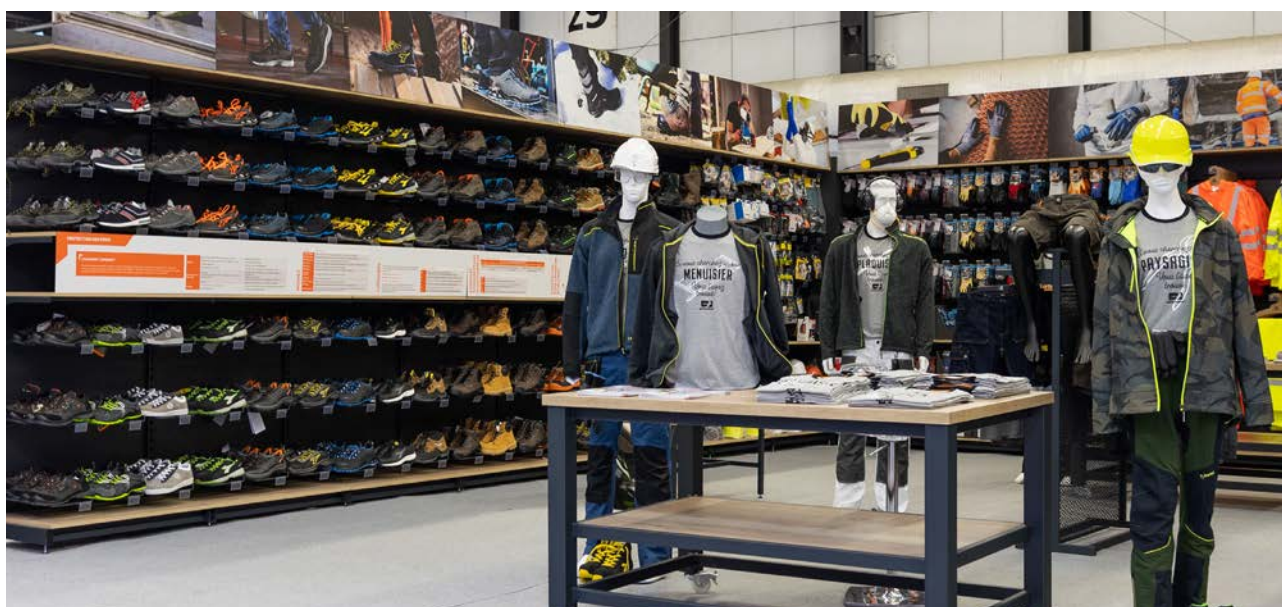
• **Le libre-service**, un incontournable à destination des Pro et des Particuliers passionnés, avec la mise en avant des Espaces et gammes EPI-Electroportatif-Peinture et leur solution logistique associée.

Deux nouveaux catalogues viennent compléter la « Collection Pro » :

- Un catalogue dédié à l'univers de l'EPI et ses 850 références à destination des clients.
- Une nouvelle édition du catalogue « Gedimat Performance Pro », la MDD du réseau Gedimat qui s'enrichit de plusieurs dizaines de produits.

Pour finir, un catalogue interne et évolutif de 600 pages pour faciliter l'appropriation par les équipes des 8 000 références LS figurant aux planogrammes, et désormais stockées sur plateforme. Marqueur fort de Gedimat, le Groupement entend soutenir le développement de ses LS multi-formats et multi-enseignes avec une réponse logistique appropriée.

Le Salon est également l'occasion de se familiariser avec les box d'ambiance spécifiques à chaque marque, et de visiter les Pilotes Gedimat ConceptStore Menuiserie et Sols et Bains.



Une soirée d'ouverture apportant ambition et émotion dans une ambiance chaleureuse

La soirée d'ouverture de mardi soir a été l'occasion de saluer la contribution de Yves Martin-Delahaye, arrivé en 1989 dans le groupement et à la Présidence du Directoire de 2001 à 2022. Un moment qui a su allier émotion et humour, à l'image du duo de dirigeants Ondet/Martin-Delahaye formé 10 000 jours auparavant.

Frédéric Ondet, Président du Directoire depuis juin dernier, a mis l'accent sur :

- La vitalité du réseau qui renforce sa position de 1^{er} groupement d'indépendants et de référents du secteur avec une croissance supérieure à 8 % à périmètre comparable, et plus de 10,5 % au global. Avec 13 nouveaux points de vente, dont 10 venus d'enseignes concurrentes (7 rachats et 3 par adhésions) et 3 par création, le réseau confirme ainsi son attractivité et sa politique qualitative d'accompagnement.
- Son savoir-faire et sa capacité à pérenniser les entreprises indépendantes avec plus de 20 points de vente transmis dans le réseau cette année.
- Le bénéfice des stratégies de marque, avec la mise en avant des Concepts magasins relayés par leurs catalogues dédiés (papier et digital) : le catalogue Tendances et les 4 catalogues thématiques de Gedimat, les 2 catalogues Gedibois et enfin les 2 nouveaux outils destinés aux clients pros - la collection 2023 Gedimat Performance Pro et le tout nouveau catalogue EPI.

Cette intervention s'est achevée avec un Show de basket acrobatique sous une déferlante de dunks aux couleurs de Gedibois pour célébrer son récent partenariat avec la Ligue Nationale de Basket.



Gedibois, nouveau partenaire de la LNB

La signature de ce partenariat vient renforcer la volonté de faire grandir la notoriété nationale de l'enseigne. Gedibois et la LNB, c'est un maillage territorial commun (entre les 36 clubs de Betclac ELITE et de Pro B et plus de 53 points de vente Gedibois), mais aussi un partage de valeurs : engagement, professionnalisme, solidarité et coopération, bref des « Experts par Passion ».

Dès à présent, la marque est visible sur la panneautique LED de tous les matchs de Betclac ELITE. Gedibois s'affichera également sur tous les parquets à partir de la saison prochaine. « *Le Basket français, sport collectif en plein essor, se jouant sur le parquet, devait forcément se rencontrer avec la dynamique Gedibois* », précise Frédéric Ondet. Pour marquer ce partenariat, les visiteurs du salon ont pu s'essayer à l'exercice des lancers francs aux côtés de joueurs aguerris de LNB.



Le basketteur Ali Traoré s'est prêté au jeu des photos et des autographes.

Un dispositif de communication 360° au service de Gedimat, Gedibois et Gedimat ConceptStore

L'espace dédié au marketing a déroulé sur un mural de 10 m l'ensemble des dispositifs conçus pour les adhérents afin de communiquer et fidéliser leurs clients professionnels et particuliers dans et autour de leurs points de vente.

Un véritable tour d'horizon à 360°, puisque les visiteurs pouvaient tout à la fois découvrir les nouvelles collections de catalogues 2023 fraîchement imprimés, les forfaits d'animation de leurs réseaux sociaux, le plan des animations commerciales de chacune des 3 enseignes du groupement, écouter la radio Gedimat, se familiariser avec les écrans pour digitaliser l'affichage en point de vente, mais aussi parler carte de fidélité et programme relationnel à destination des pros.



Toutes les composantes du magasin omnicanal

Sur la partie digitale, Gedex propose à ses adhérents les 4 piliers du magasin omnicanal : base de données enrichie pour le e-commerce de plus de 100 000 articles, ERP GeSI pour les processus courants du point de vente, dématérialisation des échanges fournisseurs et clients, sites Internet - e-commerce, projets et inspirations pour gedimat.fr, inspirations et prises de contacts pour Gedibois.fr et Gedimat-Conceptstore.fr.

Pendant les 3 jours du salon, plusieurs démonstrations et ateliers présentaient ces solutions, déjà disponibles et éprouvées. Les équipes Gedex ont également eu à cœur de conforter les adhérents sur l'accompagnement par leurs soins (démarche, outils, équipes) pour les mettre en œuvre plus largement sur le terrain.

Démultiplier les canaux clients et proposer une expérience omnicanale à valeur ajoutée constituent l'enjeu de demain, tout en maîtrisant l'effort de gestion associé. Ainsi, le village « Transformation Digitale » présentait également sur 500 m² les offres des 15 partenaires sélectionnés pour une meilleure digitalisation des points de vente.

Retenues pour leur valeur ajoutée, ces offres totalement inter-opérables et connectables à l'ERP, doivent permettre une dynamisation du parcours clients. À titre d'exemple, les écrans géants (3 x 2,5 m) ou les casques VR complètent idéalement les logiciels de modélisation d'espace en 3D pour une expérience client immersive en réalité virtuelle ou augmentée.

Gedimat toujours au cœur du rugby

En cette année de Coupe du monde en France, les rugbymen proches de l'enseigne Gedimat ont pris part à la fête et ont eu plaisir à partager avec les visiteurs du salon : selfies et autographes, ainsi que des discussions passionnées sur le parcours du XV de France autour du simulateur de pénalités.

À propos de Gedex

Créée par les adhérents du groupement Gedimat fondé en 1967, Gedex anime deux enseignes complémentaires : Gedimat, premier groupement de négociants indépendants en matériaux de construction et bricolage, Gedibois, première enseigne dédiée aux indépendants spécialistes bois, panneaux et dérivés, née fin 2008.

Société coopérative, Gedex 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 deux enseignes, Gedex fédère aujourd'hui 533 points de vente (480 points de vente Gedimat, dont 35 en Belgique, et 53 points de vente Gedibois), plus de 200 chefs d'entreprise et 7 000 collaborateurs. Ils réalisent au 1er janvier 2023 un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros HT et confirment le positionnement de Gedex en tant que premier groupement de négociants indépendants et deuxième acteur national sur le marché du négoce.
