



Comment les négoce de matériaux ont-ils maillé le territoire ?

Région par région, vous découvrirez dans cette étude une estimation du potentiel de marché des négoce multi-matériaux. Face à ce marché, la mesure des secteurs couverts par les enseignes et groupements permet de suivre l'évolution des forces en présence.

Les principales évolutions 2022

✓ Un exercice intense en projets d'expansion

Les principales enseignes du secteur ont enregistré une hausse moyenne de 1,6 point de couverture du marché sur la période. Les acteurs nationaux ont davantage profité de la période pour se développer car la hausse moyenne du taux de couverture de ces acteurs est plutôt de 3,4 points (hors intégration de Réseau Pro par Chausson).

✓ Des territoires ruraux difficiles à atteindre

Sur la plupart des territoires de France métropolitaine, les leaders régionaux avoisinent 80 % de marché couvert. Sur les régions où la ruralité est plus marquée et le marché plus éparpillé, ces mêmes acteurs peinent à accéder à la moitié du marché. En Bourgogne Franche Comté par exemple, seul le maillage de Doras permet d'atteindre un taux de couverture du marché supérieur à 50 %.

✓ Chausson se hisse parmi les nationaux

L'intégration de Réseau Pro par Chausson permet à l'enseigne d'augmenter fortement sa couverture du marché national. La qualité d'implantation de Réseau Pro dans certaines régions a propulsé Chausson directement dans le top 5 : 3^{ème} en Pays de la Loire, 2^{ème} en Centre Val de Loire, 4^{ème} en Hauts de France. A l'échelle nationale, le niveau de couverture du marché du réseau Chausson atteint à présent 52 % (vs. 35 % avant l'opération de rachat).


✓ Mouvements chez les spécialistes bois


Deux évènements ont marqué l'exercice. L'intégration de Panofrance par SGDB France a quasiment doublé le taux de couverture du marché du bois par Dispano pour atteindre 38 % du territoire national. Parallèlement, Fibopan, nouvelle structure spécialisée au sein du Groupe Samse, fait son entrée dans le classement avec 6 % de marché couvert.




✓ Des régionaux qui restent forts localement

A l'échelle régionale, plusieurs enseignes parviennent à faire jeu égal avec les grands réseaux nationaux. Doras, Ciffréo Bona, Queguiner, Tanguy, VM, Samse, Chavigny, les Matériaux, Matnor, Raboni, Mat + parviennent tous à se hisser dans les top 5.

 Commune à potentiel fort

 Commune à potentiel moyen

 Commune à potentiel faible

Auvergne Rhône Alpes



Enseigne	Marché couvert	↑
Point P	71 %	▲
Gedimat	61 %	=
France M.	60 %	=
Samse	57 %	=
BigMat	54 %	=

Bourgogne Franche Comte



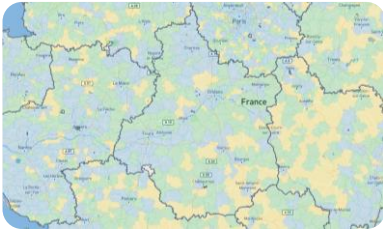
Enseigne	Marché couvert	↑
Doras	56 %	=
Point P	47 %	=
Gedimat	40 %	▲
Les Matériaux	40 %	▲
BigMat	33 %	=

Bretagne



Enseigne	Marché couvert	↑
Point P	82 %	=
Tout Faire	68 %	=
Starmat	67 %	=
Queguiner	65 %	=
Tangy Mat.	63 %	=

Centre Val de Loire



Enseigne	Marché couvert	↑
Point P	78 %	=
Chausson	44 %	▲
Tout Faire	42 %	=
Chavigny	39 %	=
Starmat	37 %	▲

Grand Est



Enseigne	Marché couvert	↑
Point P	59 %	=
Les Matériaux	57 %	=
Gedimat	51 %	▲
BigMat	42 %	=
Starmat	41 %	=

Hauts de France



Enseigne	Marché couvert	
Point P	79 %	=
Matnor	63 %	=
Starmat	56 %	=
Chausson	38 %	▲
BigMat	37 %	▲

Ile de France



Enseigne	Marché couvert	
Point P	96 %	=
Starmat	95 %	=
Raboni	78 %	=
Chausson	64 %	▲
Tout Faire	52 %	=

Normandie



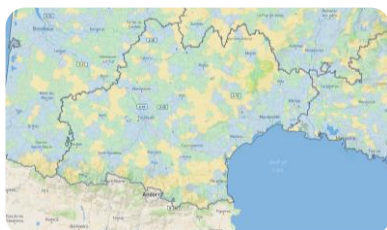
Enseigne	Marché couvert	
Point P	86 %	=
Starmat	78 %	▲
Tout Faire	45 %	=
Mat +	32 %	=
BigMat	31 %	▲

Nouvelle-Aquitaine



Enseigne	Marché couvert	
Point P	75 %	=
Chausson	68 %	=
Tout Faire	63 %	=
Gedimat	51 %	=
Starmat	40 %	▲

Occitanie



Enseigne	Marché couvert	
Chausson	79 %	=
Point P	76 %	=
Starmat	62 %	▲
Tout Faire	57 %	=
M+ Matériaux	55 %	=

Pays-de-la-Loire



Enseigne	Marché couvert	
Point P	79 %	=
Tout Faire	60 %	=
Chausson	60 %	▲
VM	54 %	=
BigMat	43 %	=

Provence-Alpes-Côte d'Azur



Enseigne	Marché couvert	
Point P	83 %	=
Ciffréo Bona	82 %	=
Tout Faire	57 %	=
Starmat	55 %	=
Gedimat	45 %	=

Méthodologie

Comment le potentiel de marché des négoce de matériaux est-il calculé ?

Nous avons construit une représentation du marché des négoce à partir du décompte de leurs clients potentiels, les principaux corps de métier se fournissant dans une agence de matériaux : maçons, carreleurs, plâtriers, menuisiers, couvreurs, charpentiers et entreprises d'isolation. Les clients potentiels n'ont pas été décomptés en nombre d'entreprises mais à partir d'une mesure estimative de leurs effectifs pour gagner en précision.

Comment le taux de couverture du réseau d'une enseigne sur un territoire est-il calculé ?

Nos équipes ont dessiné des zones de chalandise de 20 minutes autour de chaque agence (+ de 5 000 en tout). Nous avons simplement compté le nombre de salariés des corps de métiers évoqués dans cette zone. Pour calculer les taux de couverture des territoires, nous avons additionné les potentiels couverts par les zones isochrones de chacun des points de vente de chaque enseigne.



Créée en 2003, **Prosperences** est spécialisée dans la collecte et l'exploitation de données sur les secteurs de l'habitat et de la construction. A partir des données, nous développons pour nos clients des outils d'aide à la décision qui permettent de mesurer leurs marchés avec précision et de bénéficier d'un avantage concurrentiel majeur dans leur stratégie territoriale.

Charlotte Guégan
c.guegan@prospereces.fr
+336 46 58 45 36

Pierre-Yves Le Stradic
p.y.le-stradic@prospereces.fr
+336 74 09 47 04

prospereces.fr