



# PROSPERENCES



Etude Annuelle de **Prospérences** - 2021

## Comment les Négoces de Matériaux ont-ils maillé le territoire ?

En janvier 2021, Chausson Matériaux a confirmé l'intégration de Bois & Matériaux après sa levée de fonds de 2020. L'enseigne toulousaine acquiert ainsi une couverture d'agences sur la partie nord de la France et rejoint le club très fermé des acteurs nationaux. On parle alors d'un chiffre d'affaires supplémentaire d'environ 580 millions d'euros.

Au-delà des chiffres d'affaires réalisés, les équipes de Prospérences ont quantifié le potentiel de marché des négoces et sa répartition à travers le territoire. Nous avons mesuré la capacité des acteurs à couvrir ce marché grâce à la qualité du maillage de leurs agences.

Région par région, vous découvrirez dans cette étude une mesure du potentiel de marché atteint par chaque acteur mais aussi une estimation des forces en présence lorsqu'on considère les groupements et centrales de référencement.

# Synthèse de l'étude

## Ce que nous avons retenu

### Un maillage très dense

Cette étude nous a montré que le maillage du territoire par les négoce généralistes se trouve être particulièrement intensif comparé à d'autres marchés de l'habitat étudiés chez Prospérences. Les acteurs semblent miser sur la continuité d'un marché de proximité où la qualité de l'accompagnement dans les points de vente reste au cœur de la stratégie. La mise en concurrence progressive avec la GSB ou les grandes plateformes internet semble même avoir fait du maillage du territoire un facteur de différenciation.

### Mais toujours des zones à développer

Malgré la forte densité globale du maillage du territoire par les différents acteurs, nous constatons qu'il reste des zones de développement sur chacune des régions même pour les leaders. A ce stade de maturité du marché, ce développement résiduel doit faire l'objet d'une analyse précise du territoire, de la densité concurrentielle et ne peut que difficilement se faire de manière opportuniste.

### Des stratégies d'implantation plus fines

En explorant les différentes régions françaises, on constate que plus le potentiel d'un territoire est éparpillé dans une zone, plus il est difficile à capter à travers un réseau. En Bretagne, certaines enseignes n'ont pas de mal à atteindre un taux de couverture du marché supérieur à 60 % des artisans et salariés. Inversement, en Bourgogne-Franche-Comté, les acteurs peinent à capter la moitié du marché par leur implantation.

### Des acteurs régionaux forts

Nous observons que la concentration du secteur qui fait émerger des géants nationaux n'empêche pas la consolidation d'acteurs régionaux forts. Cette cohabitation est sans doute rendue possible par les efforts de mutualisation opérés à travers les centrales de référencement et de services du marché. Ces dernières présentent des taux de couverture du marché très importants lorsqu'on met leurs adhérents en perspective. Une centrale comme CMEM arrive au même niveau qu'une enseigne comme Point P en terme de couverture du marché.

### Un potentiel de marché à venir spécifique à la transition énergétique

Au sein d'une même région, nos mesures indiquent que le dynamisme de la rénovation n'est pas toujours parfaitement aligné avec la construction neuve. Les opportunités de marché peuvent ainsi prendre des formes un peu différentes. Il en va de même dans une moindre mesure sur la répartition des Diagnostics de Performance Energétique (DPE) par région : certains écarts à la moyenne nationale sont tangibles mais il faut descendre à l'échelle locale pour bien cibler les zones à fort besoin de rénovation énergétique.

# Introduction

## Qui est Prospérences ?

Créée en 2003, Prospérences 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 digitaux qui permettent de mesurer leurs marchés avec précision à travers le territoire et d'en caractériser les acteurs.

De façon très pratique, nos clients s'appuient sur notre capacité de mesure pour :

- Préciser leur stratégie de maillage du territoire
- Connaitre le potentiel de chacun des points de vente
- Analyser la concurrence
- Evaluer la pertinence d'une acquisition ou d'un rapprochement
- Dessiner de nouvelles zones de chalandise
- Dimensionner les ressources d'une agence
- Développer le portefeuille clients d'une agence
- Animer le réseau de fournisseurs

## Objectifs de cette étude

Notre étude annuelle a pour objectif de rendre compte du potentiel du marché des négoce à travers les régions françaises en détaillant le dynamisme des territoires en matière de rénovation et de construction neuve.

Disposant d'une cartographie des différents réseaux d'enseignes, nous avons pu calculer la proportion de professionnels du bâtiment que les négoce sont en capacité de servir grâce à la qualité de leur implantation.

## Sommaire

### 1. Méthodologie :

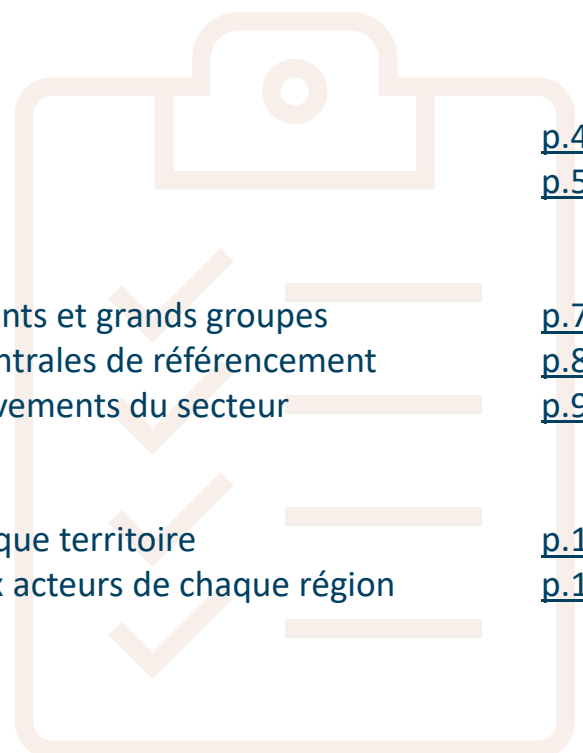
- Méthodes de travail [p.4](#)
- Echelles d'évaluation [p.5](#)

### 2. Approche nationale :

- Classement des groupements et grands groupes [p.7](#)
- Marché couvert par les centrales de référencement [p.8](#)
- Focus sur les récents mouvements du secteur [p.9](#)

### 3. Approche par région :

- Etat et dynamisme de chaque territoire [p.11](#)
- Classement des principaux acteurs de chaque région [p.12](#)



# Méthodologie

## Inventaire des acteurs

Nos équipes ont relevé la localisation des agences des principales enseignes et groupements français à partir de leurs sites internet. Nous avons ensuite proposé à chaque acteur qui le souhaitait de vérifier ce travail de collecte afin de minimiser les risques d'erreurs.

Une catégorisation des acteurs a été réalisée afin de permettre les comparaisons les plus pertinentes possibles. Les négoce ont été triés entre enseignes, groupements, centrales, groupes d'enseignes. Ils ont également été différenciés entre acteurs régionaux et nationaux.

Enfin, nous nous sommes concentrés sur les négoce multi-matériaux et bois et avons éliminé à ce stade la quincaillerie, l'électricité, le chauffage-sanitaire ainsi que les travaux publics. La place des acteurs spécialisés dans le bois pourrait être précisée à partir d'un calcul uniquement centré sur les métiers du bois ce qui n'a pas pu être réalisé dans le cadre de cette première étude.

Nous avons aussi exclu certaines enseignes comportant un nombre trop faible d'agences mais également la région Corse qui représentait un territoire trop restreint pour produire une analyse liée au maillage territorial à partir de nos méthodes.

## 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. Le volume de marché sur une unité territoriale donnée correspond aux effectifs des entreprises des corps de métier cités enregistrées sur ce territoire.

## 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. Cette opération a nécessité un retraitement particulier des recouvrements de zones que nous avons pris soin de ne pas compter plusieurs fois.

## D'où proviennent nos données?

La collecte des principaux points de données est réalisée par nos équipes à partir des sites internet des enseignes : nombre des points de vente, localisation, etc. Le dénombrement des artisans provient de bases de données institutionnelles sur les entreprises françaises. La géolocalisation est ensuite réalisée par nos équipes.

# Méthodologie (échelles d'évaluation)

## Qualification du potentiel de marché des régions

En rassemblant les entreprises « clientes » des négoce de matériaux d'une même région, on constate que chaque région présente un potentiel de marché unique. Les régions ont été classées selon l'échelle suivante :



## Potentiel de rénovation immobilière

Nous évaluons le potentiel de rénovation immobilière d'un territoire à partir de deux principales variables : la présence plus ou moins importante de propriétaires et le volume de transactions immobilières récentes. Nous partons des hypothèses suivantes :

1. Les travaux sur l'habitat sont dans leur majorité conduits par des propriétaires.
2. L'achat d'un bien immobilier conduit de façon récurrente à l'engagement de travaux.

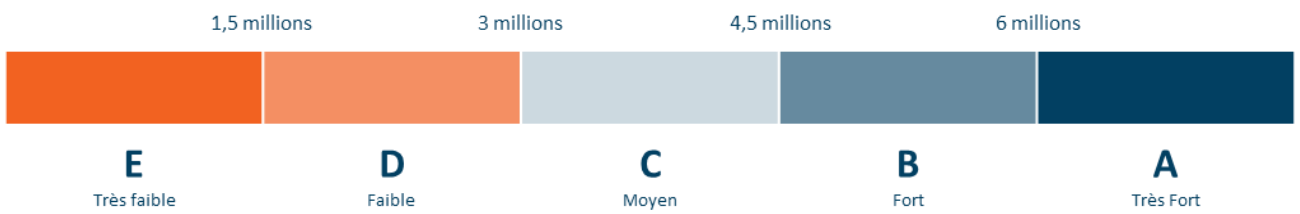
Là aussi, les régions françaises ont été qualifiées à partir de l'évaluation des deux variables :

		Nombre de propriétaires				
		< 0,75 m	> 0,75 m	> 1 m	> 1,5 m	> 2 m
Transactions immobilières récentes (en nombre sur 3 ans)	< 100 k	E	E	D		
		E	D	C		
	> 100 k	D	C	C	B	
	> 200 k			B	B	A
	> 300 k				A	A

# Méthodologie (échelles d'évaluation)

## Potentiel de construction neuve

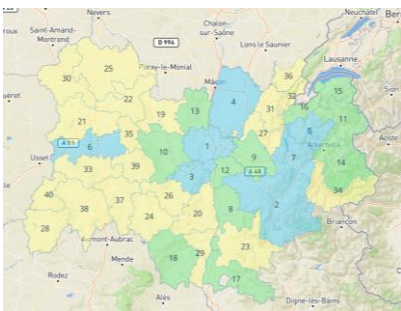
Nous évaluons le potentiel de construction neuve d'un territoire à partir du nombre de m<sup>2</sup> en construction commencés sur l'année cumulant résidentiel et locaux commerciaux et industriels. Les régions ont été classées selon l'échelle suivante :



3

## Représentation des potentiels en vue cartographique

Sur les vues cartographiques, les régions sont découpées en arrondissements, subdivisions des départements. Au sein de chaque région, les arrondissements sont distribués selon l'échelle suivante :



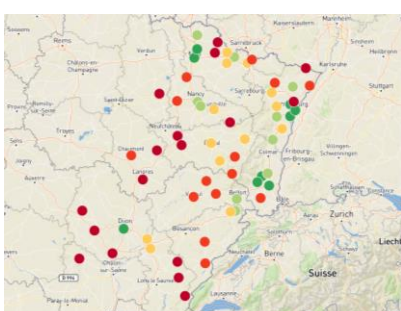
Les arrondissements en **bleu** représentent ensemble 50% du potentiel de marché de la région.

Les arrondissements en **vert** représentent ensemble les 30% suivants du potentiel de marché de la région.

Les arrondissements en **jaune** représentent ensemble les derniers 20% du potentiel de marché de la région.

## Représentation des potentiels des agences

Sur les vues cartographiques, la couleur de chaque agence représente le potentiel de marché contenu dans la zone isochrone 20 minutes selon l'échelle suivante :



- Plus de 2000 artisans et salariés dans la zone
- De 1000 à 2000
- De 500 à 1000
- De 250 à 500
- Moins de 250

6

# NATIONAL

## Classement national : TOP 10

Dans cette section ont été classés uniquement les acteurs ayant un rayonnement territorial suffisamment large. Certaines enseignes que l'on pourra trouver analysées à l'échelle de chaque région peuvent se trouver ici représentées à une échelle plus large par leur groupement ou groupe. Par exemple, le Groupe Samse apparaissant dans ce classement national a été analysé à l'échelle régionale à travers ses multiples enseignes.

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	75 %	Groupe : SGDB France
<b>2. Starmat</b>	52 %	Centrale : CMEM
<b>3. Chausson Matériaux*</b>	50 %	Groupement : Chausson
<b>4. Tout Faire</b>	48 %	Centrale : CMEM
<b>5. Gedimat</b>	37 %	Groupement : Gedex
<b>6. France Matériaux</b>	31 %	Centrale : CMEM
<b>7. Nebopan**</b>	27 %	Centrale : CMEM
<b>8. BigMat</b>	26 %	Groupement : BigMat
<b>9. Groupe Samse</b>	25 %	Centrale : MCD
<b>10. Sylvalliance**</b>	20 %	Centrale : CMEM

\*\*spécialistes bois : une couverture plus précise pourrait être mesurée en ne conservant dans les cibles que les métiers du bois

## Analyse

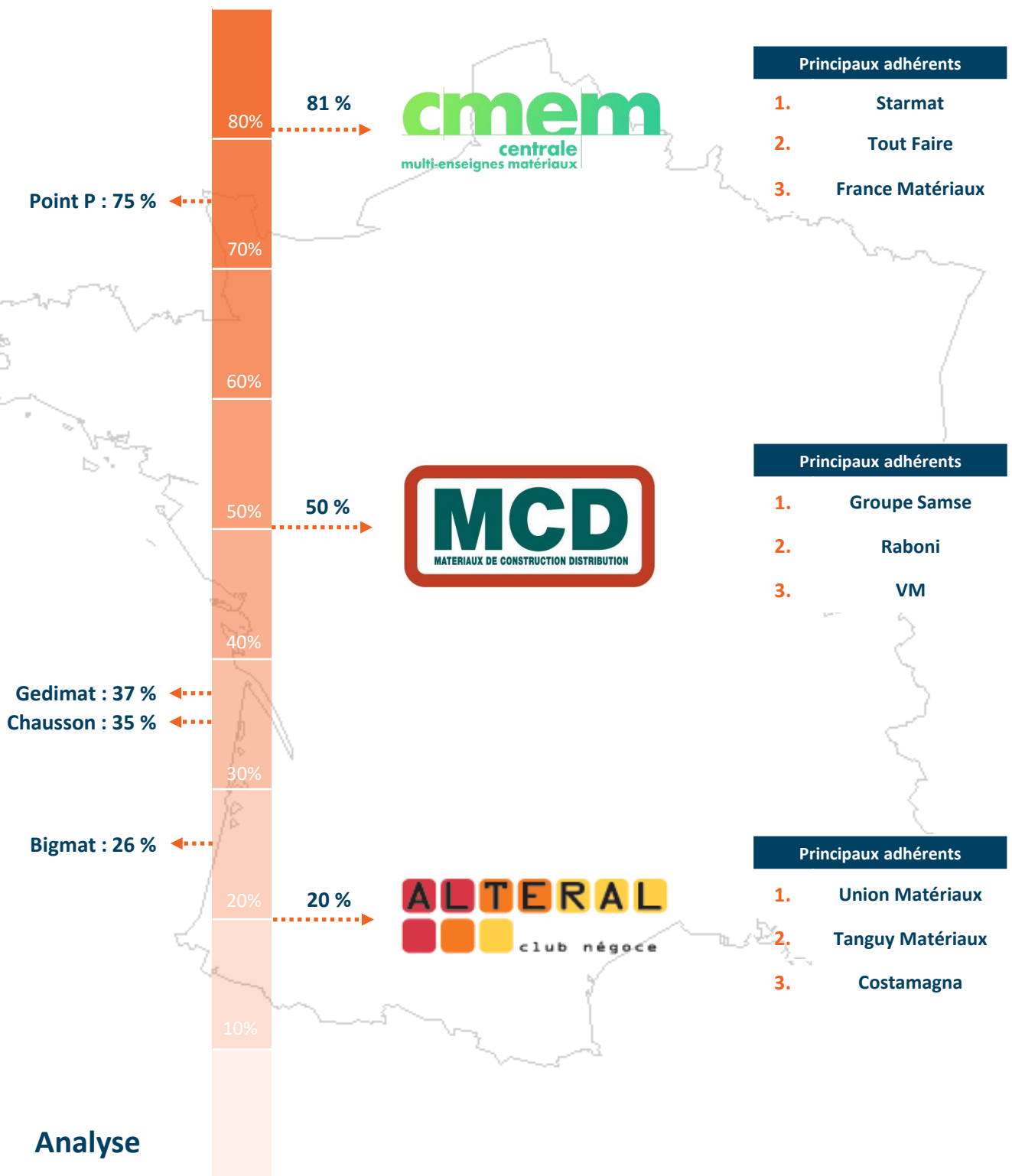
Point P arrive en tête du classement national, couvrant précisément les trois quarts du marché grâce à son maillage du territoire. Région par région, les taux de couverture entre l'enseigne du groupe SGDB France et ses concurrents sont proches mais sur l'ensemble du territoire, l'écart est très significatif.

Starmat se classe deuxième du classement national juste devant Chausson et Tout Faire. La différence avec Point P s'opère essentiellement sur les régions à potentiel de marché modéré (Centre-Val de Loire et Bourgogne-Franche-Comté) et sur la Nouvelle-Aquitaine, principale région à fort potentiel où la présence de Starmat est relativement limitée.

\*Chausson Matériaux se hisse à la troisième place considérant la récente intégration de Bois & Matériaux. Nous n'avons compté dans cette mesure agrégée que la partie Réseau Pro au regard des discussions en cours sur la cession de Panofrance et de la spécialité bois de cette dernière enseigne. Des mesures précises de ces différents mouvements sont disponibles dans une section dédiée (voir pages 9 et 10).

# NATIONAL

## FOCUS : Le maillage des centrales de référencement et de services



### Analyse

La centrale CMEM se démarque nettement en terme de rayonnement à travers le territoire. Sa présence sur l'ensemble des 13 régions de France et le taux de couverture des ses principaux adhérents Starmat et Tout Faire explique nettement cette mesure. Pour rappel Starmat atteint à lui seul 52 % du marché et Tout Faire 48 %.

MCD est également présente sur l'ensemble des régions françaises. Le Groupe Samse, premier adhérent en matière de marché atteint par son implantation, couvre 25% des salariés et artisans recensés.

Altéral est présente de façon plus hétérogène sur le territoire. Elle maille densément le quart Nord Ouest de la France ainsi que le Bassin méditerranéen mais n'est pour l'instant pas significativement implantée sur des régions telles que l'Auvergne-Rhône-Alpes ou la Nouvelle Aquitaine.



# NATIONAL

## FOCUS : Zoom sur les principaux mouvements récents du secteur

### L'intégration de Bois & Matériaux par Chausson Matériaux

En 2020 Chausson acquiert Bois & Matériaux et fait ainsi l'acquisition de 133 agences Réseaux Pro et Panofrance qui permet à l'enseigne de passer d'un taux de couverture de marché de 35 % à 52 %. Ce mouvement permettra à l'enseigne de s'implanter significativement dans la moitié Nord de la France.

Par ailleurs, si Chausson parvient à un finaliser la cession de Panofrance à Saint-Gobain Distribution Bâtiment France (SGDB France), son taux de couverture de marché ne diminuera que de 2 points.



Chausson Matériaux est une enseigne présente sur les régions : Nouvelle Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Occitanie et Provence-Alpes-Côte d'Azur. L'intégration de Réseau Pro lui permet d'étendre son maillage aux régions du nord de la France et de couvrir la totalité du territoire.

# NATIONAL

## FOCUS : Zoom sur les principaux mouvements récents du secteur

En mai 2021, le groupe Saint-Gobain a annoncé être entré en négociations exclusives avec Chausson pour le rachat de Panofrance. Panofrance, spécialiste bois, pourrait venir compléter l'enseigne Dispano de SGDB France. Au moment où nous rédigeons cette étude, elle reste soumise à la validation de l'Autorité de la Concurrence. Cette acquisition permettrait de faire évoluer le réseau bois de SGDB France de 15 % de taux de couverture à 26 %, notamment à travers des régions telle que l'Occitanie ou les Pays de la Loire.



Remarque : Concernant ce dernier rapprochement, les taux de marché couvert pourraient être encore affinés en se concentrant exclusivement sur les métiers du bois.

### Le cession de Raboni Normandie à SGDB France

En septembre 2021 Raboni cède l'intégralité de ses points de vente situés en Normandie à Point P. Cette cession impacte à la hausse le marché couvert en Normandie par Point P de 4 points. A l'inverse, pour Raboni l'impact est faible avec une baisse de seulement 1 point de son marché global couvert passant de 13 % à 12 %.

Au niveau national, l'acquisition pour Point P n'impacte pas le taux de couverture de Point qui se maintient à 75%.



# Auvergne-Rhône-Alpes

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 8 639** carrelage
- 28 241** maçonnerie
- 12 778** plâtrerie
- 22 268** menuiserie
- 2 933** travaux d'isolations
- 3 623** couverture
- 8 174** charpente



**86 656** > 14 % du total France

Volume de marché > **A**

86 656 salariés et artisans

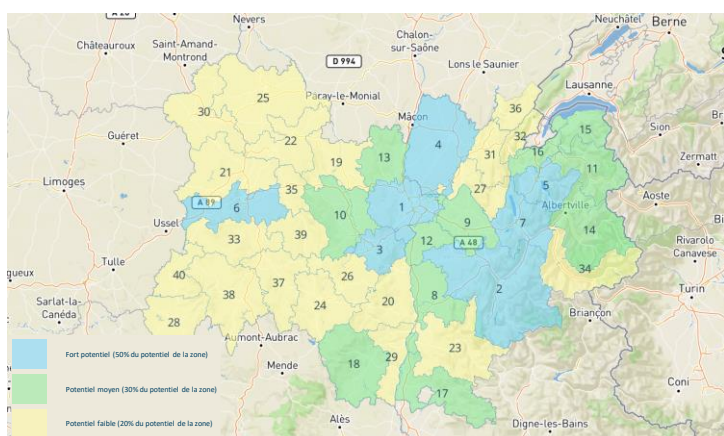
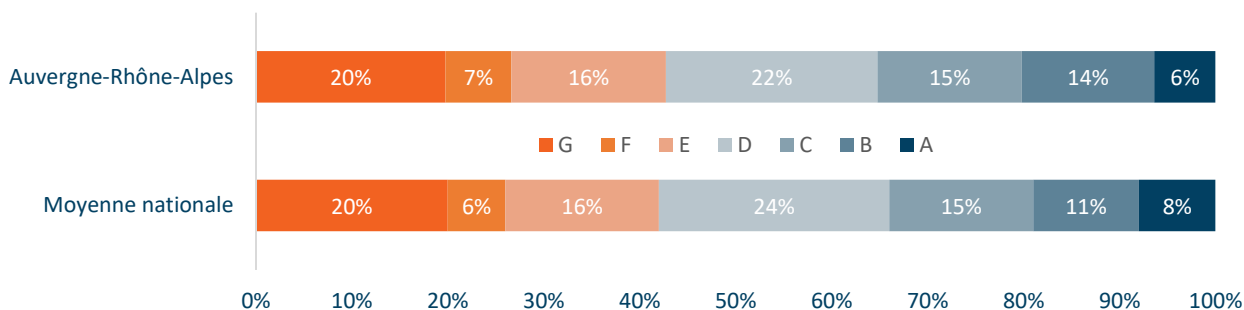
Dynamisme des rénovations > **A**

294 177 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **A**

6,8 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



On observe que la répartition du potentiel de marché est relativement hétérogène : il est largement porté par Lyon et la zone entre Grenoble et Annecy.

L'ouest de la région montre des potentiels de marché bien plus faibles.

Top 5 des arrondissements d'Auvergne-Rhône-Alpes	# salariés et artisans
<b>1. Lyon</b>	<b>15 720</b>
<b>2. Grenoble</b>	<b>8 200</b>
<b>3. Saint-Etienne</b>	<b>4 398</b>
<b>4. Bourg-en-Bresse</b>	<b>4 108</b>
<b>5. Annecy</b>	<b>3 847</b>

L'Auvergne-Rhône-Alpes est la première région française en matière de construction neuve, avec 6,8 millions de m<sup>2</sup> commencés en 2020. Plus localement, le 7<sup>e</sup> arrondissement de Lyon, Valence ou encore Donzère sont les lieux les plus dynamiques sur ce critère.

# Auvergne-Rhône-Alpes

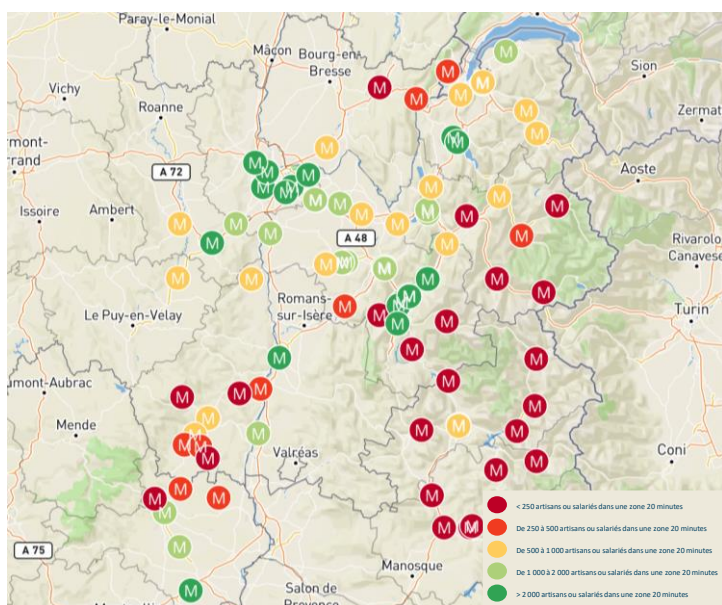
## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>66 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Gedimat</b>	<b>57 %</b>	Groupement : Gedex
<b>3. France Matériaux</b>	<b>56 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. Samse</b>	<b>55 %</b>	Groupe : Samse Centrale : MCD
<b>5. BigMat</b>	<b>50 %</b>	Groupement : BigMat

La plupart des enseignes présentes dans ce haut de classement ont une implantation nationale. La seule exception concerne Samse, enseigne historique iséroise du Groupe Samse.

A 66% de couverture pour le leader, l'Auvergne-Rhône-Alpes fait partie des régions les moins bien couvertes par les négoce de matériaux. Ce paradoxe s'explique sans doute par la diversité des potentiels de marché entre l'est et l'ouest de la région. On trouve notamment un très faible maillage des acteurs sur les arrondissements de Mauriac, Ambert et Saint-Flour. L'écart entre les deux premiers du classement se joue sur des arrondissements tels que Gex et Yssingaux où Point P est plus implanté.

## ZOOM sur un acteur clé de la région SAMSE



Samse couvre 55 % des artisans et salariés de la région par son implantation, juste derrière Gedimat et France Matériaux.

Les principaux arrondissements urbains sont bien maillés par Samse : Saint-Etienne (89%), Lyon (88%), Grenoble (81%), Annecy (67%).

Samse ne couvre pas de manière aussi franche l'arrondissement de Bourg-en-Bresse (4<sup>e</sup> potentiel) même si Plattard, une autre enseigne du Groupe Samse présente sur la région, couvre l'arrondissement à 81%.

# BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 1 893** carrelage
- 8 801** maçonnerie
- 2 931** plâtrerie
- 6 724** menuiserie
- 572** travaux d'isolations
- 2 230** couverture
- 2 159** charpente



**25 310** > 4 % du total France

Volume de marché > **E**

25 310 salariés et artisans

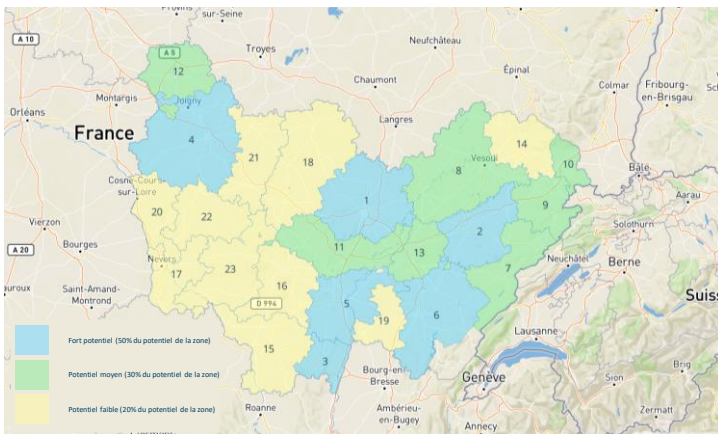
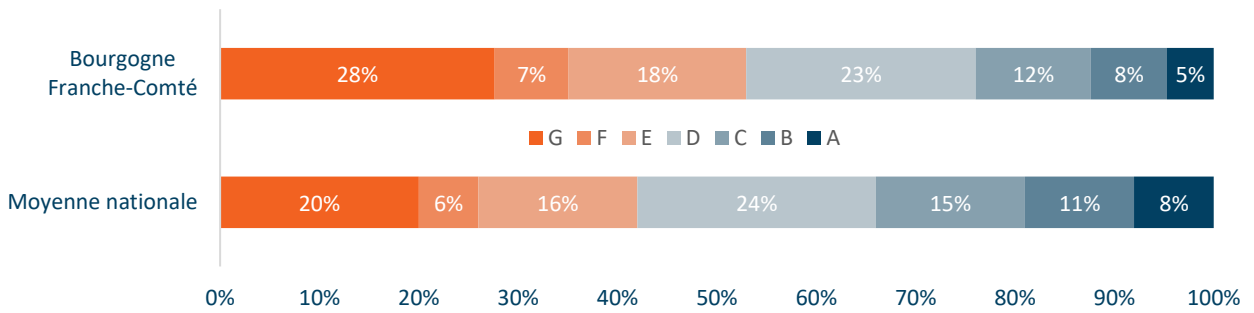
Dynamisme des rénovations > **D**

94 422 transactions Immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **D**

1,8 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



On observe que l'essentiel du potentiel se concentre à l'est de la région : Dijon, Besançon et Mâcon.

La proximité de la frontière Suisse avec ces arrondissements leur permet d'avoir accès à un potentiel de marché sans doute un peu plus important.

Top 5 des arrondissements de Bourgogne-Franche-Comté		# salariés et artisans
1.	Dijon	3 135
2.	Besançon	2 057
3.	Mâcon	1 813
4.	Auxerre	1 636
5.	Chalon-sur-Saône	1 580

La région dispose de potentiels de marché par arrondissement très homogènes. Dijon est l'unique arrondissement qui se démarque nettement des suivants. Par ailleurs, 10 arrondissements sur les 23 ont un potentiel entre 1 000 et 2 000, ce qui rend le territoire difficile à mailler intensément.

# BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

## Classement régional : TOP 5

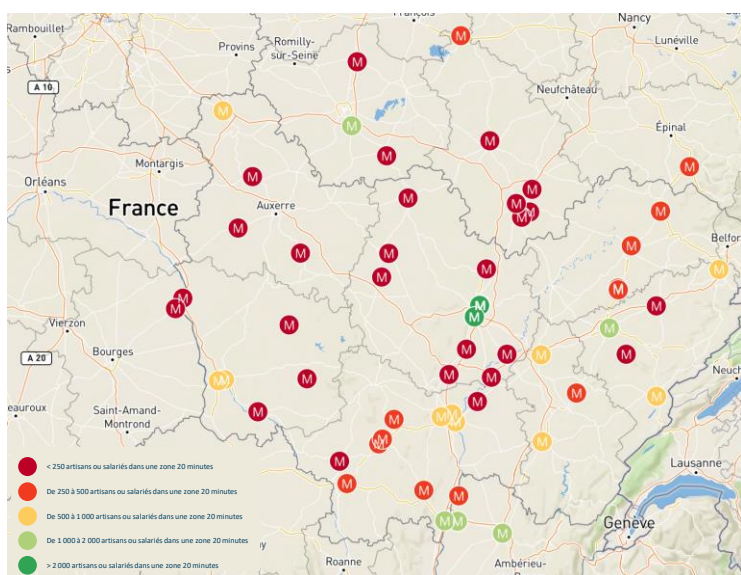
Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Doras</b>	<b>57 %</b>	Groupe : Samse Centrale : MCD
<b>2. Point P</b>	<b>48 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>3. Gedimat</b>	<b>34 %</b>	Groupement : Gedex
<b>4. BigMat</b>	<b>32 %</b>	Groupement : BigMat
<b>5. Les Matériaux</b>	<b>30 %</b>	Groupe : Comafranc

Dans le classement de cette région se trouvent deux acteurs régionaux au milieu d'acteurs nationaux. C'est un cas de figure plutôt rare pour l'ensemble des régions étudiées dans cette étude tant les acteurs globaux pèsent même à l'échelle régionale.

En tête du classement se trouve Doras, une enseigne appartenant au Groupe Samse. Sur l'ensemble de la région Bourgogne-Franche-Comté, Doras dépasse le leader national. Pour rappel, Point P domine le maillage du marché des négoce sur 10 régions françaises. L'enseigne dispose d'une couverture d'artisans et de salariés supérieur à Point P plusieurs arrondissements de la région notamment : Chalon-sur-Saône (71%), Autun (57%) et Montbard (52%).

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### DORAS



L'enseigne du Groupe Samse couvre tous les arrondissements de la région. C'est l'unique enseigne du classement qui couvre plus de 50% du marché. Les principaux territoires bien maillés par Doras sont : Mâcon (89%), Nevers (88%), et Dijon (86%).

Nous pouvons observer que Doras n'hésite pas à mailler le territoire y compris sur des zones où le potentiel est relativement faible (agences en rouge et orange sur la carte).

# BRETAGNE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 2 629** carrelage
- 9 542** maçonnerie
- 3 175** plâtrerie
- 9 407** menuiserie
- 785** travaux d'isolations
- 3 944** couverture
- 2 595** charpente



**32 077** > 5 % du total France

Volume de marché > **D**

32 077 salariés et artisans

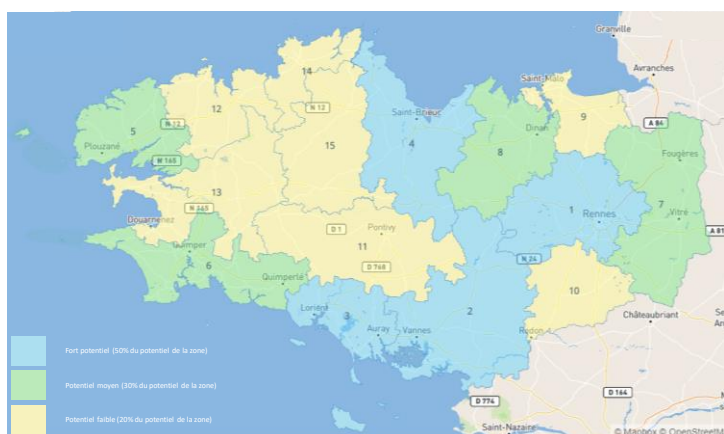
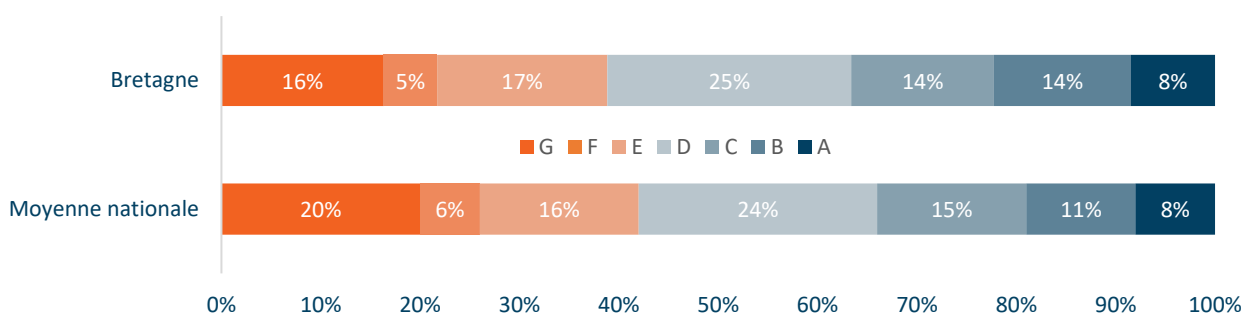
Dynamisme des rénovations > **C**

151 616 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **C**

3,6 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



La répartition du potentiel de marché est relativement homogène : il est bien réparti autour de villes de taille moyenne (Quimper, Vannes, Brest, Lorient, Saint-Brieuc).

Malgré l'homogénéité globale de la région, Rennes reste démarqué par le fort potentiel de son agglomération.

Top 5 des arrondissements de Bretagne		# salariés et artisans
1.	<b>Rennes</b>	<b>4 859</b>
2.	<b>Vannes</b>	<b>3 385</b>
3.	<b>Lorient</b>	<b>3 326</b>
4.	<b>Saint-Brieuc</b>	<b>3 324</b>
5.	<b>Brest</b>	<b>2 975</b>

Rennes et Vannes sont les deux premiers arrondissements en terme de dynamisme des rénovations et des constructions neuves en 2020. C'est Fougères qui se trouve en 3<sup>ème</sup> place pour les rénovations et Brest pour la construction neuve.

# BRETAGNE

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>80 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Tout Faire</b>	<b>69 %</b>	Centrale : CMEM
<b>3. Sarmat</b>	<b>67 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. Queguiner</b>	<b>64 %</b>	Centrale : MCD
<b>5. Réseau pro</b>	<b>63 %</b>	Groupement : Chausson

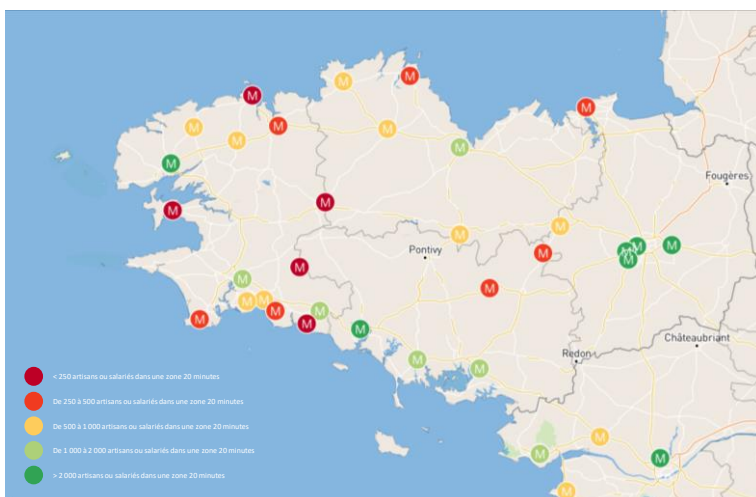
Point P couvre 80% du marché en Bretagne car il est implanté dans chaque arrondissement avec au moins un point de vente ou plus. Cette couverture ne tient pas compte des implantations de Bretagne Matériaux, également enseigne du groupe SGDB France. Tout Faire dispose d'un réseau de couverture supérieure sur les arrondissements de Rennes, Fougères et Redon.

Les enseignes présentes dans ce haut de classement ont toutes une implantation nationale à l'exception de Queguiner qui est un acteur régional très bien implanté, couvrant 64% des salariés et artisans.

L'enseigne régionale forte suivante est Tanguy Matériaux qui se situe très proche dans la suite du classement avec un pourcentage de marché couvert de 60 %.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### QUEGUINER



Queguiner à une forte implantation dans le Finistère. A l'échelle du département, Queguiner se place 2<sup>ème</sup> avec 78 % juste devant Tanguy Matériaux avec 68 %. Point P reste en tête avec 82 %.

Les arrondissements qui se trouvent en fin de classement en terme d'artisans et salariés couverts sont les arrondissements non côtiers qui sont plus difficiles à mailler en raison d'une ruralité plus importante.



# CENTRE-VAL DE LOIRE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 1 305** carrelage
- 7 205** maçonnerie
- 1 734** plâtrerie
- 6 335** menuiserie
- 605** travaux d'isolations
- 2 880** couverture
- 1 677** charpente



**21 741** > 4 % du total France

Volume de marché > **E**

21 741 salariés et artisans

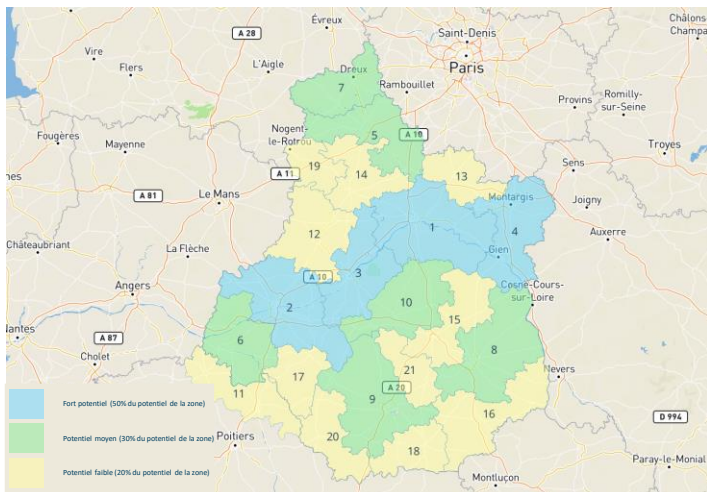
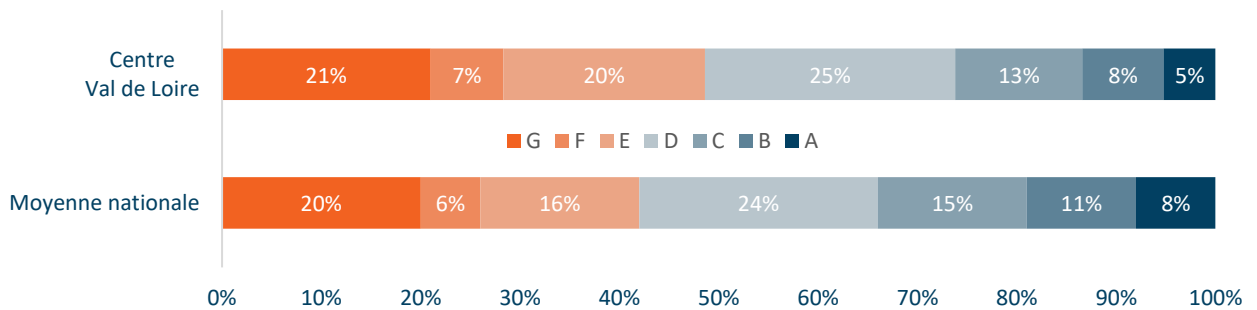
Dynamisme des rénovations > **D**

100 121 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **D**

1,9 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



Une grande partie du potentiel de marché est répartie autour de l'axe Tours - Blois - Orléans. C'est une région de petite taille.

Les arrondissements à fort potentiel dans cette région restent plutôt faibles à l'échelle de la France.

En ce qui concerne la construction neuve, on constate qu'elle est de nature à faire évoluer la répartition du parc ces prochaines années. Un arrondissement comme Châteauroux qui se trouve seulement en 9<sup>ème</sup> position en terme de volume actuel de marché est 4<sup>ème</sup> au niveau du dynamisme du neuf.

Top 5 des arrondissements de Centre-Val de Loire		# salariés et artisans
1.	<b>Orléans</b>	<b>3 862</b>
2.	<b>Tours</b>	<b>3 332</b>
3.	<b>Blois</b>	<b>1 648</b>
4.	<b>Montargis</b>	<b>1 577</b>
5.	<b>Chartres</b>	<b>1 557</b>

# CENTRE-VAL DE LOIRE

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>76 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Chavigny</b>	<b>39 %</b>	Centrale : Altéral
<b>3. Tout Faire</b>	<b>39 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. Sylvalliance**</b>	<b>38 %</b>	Centrale : CMEM
<b>5. Chausson Matériaux</b>	<b>30 %</b>	Groupement : Chausson

\*\*spécialistes bois : une couverture plus précise pourrait être mesurée en ne conservant dans les cibles que les métiers du bois

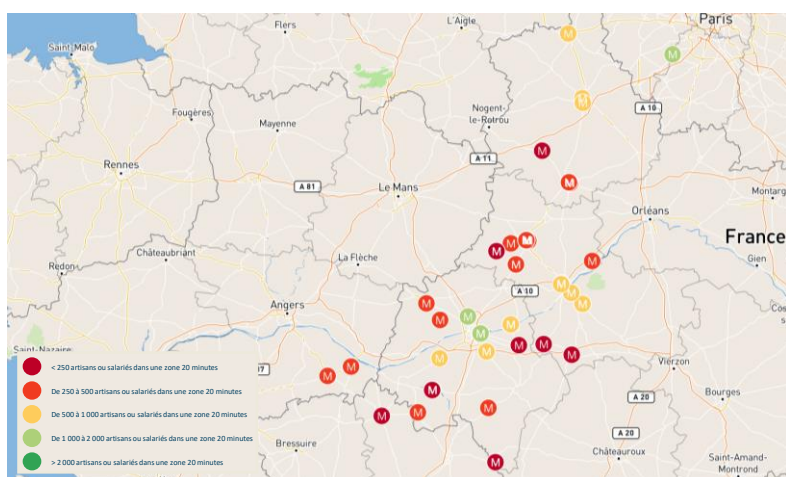
Dans le classement de la région Centre-Val de Loire nous observons une très forte démarcation de Point P qui couvre 76 % du marché. Les acteurs suivants se trouvent très proches dans le maillage du territoire avec une couverture autour de 40%.

Lorsqu'on observe plus précisément le maillage du territoire, Point P est présent dans 16 arrondissements sur 18 alors que l'enseigne suivante n'atteint que 12 arrondissements. Point P semble être la seule à bien couvrir des arrondissements tels que Montargis, Saint-Amand-Montrond et Pithiviers.

Tout Faire dispose d'un taux de couverture identique à Chavigny mais des stratégies de maillage sensiblement différentes. Tout Faire est présent sur des arrondissements tels que : Montargis, Chartres tandis que Chavigny n'y est pas. A l'inverse, Chavigny couvre presque la totalité du marché de Tours (95%) et est présent à Loches ou Tout Faire n'est pas présent.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### CHAVIGNY



Chavigny est un acteur qui couvre principalement le Centre-Val de Loire, mais touche aussi 4 autres régions de manière moins importante.

C'est dans l'arrondissement de Tours que l'enseigne dispose de son plus fort taux de couverture. Par ailleurs, l'enseigne ne couvre pas de manière significative Orléans, le 1<sup>er</sup> arrondissement de la région.

# GRAND EST

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 4 972** carrelage
- 14 070** maçonnerie
- 4 941** plâtrerie
- 12 623** menuiserie
- 1 913** travaux d'isolations
- 4 946** couverture
- 3 198** charpente



**46 663** > 8 % du total France

Volume de marché > **C**

46 663 salariés et artisans

Dynamisme des rénovations > **C\***

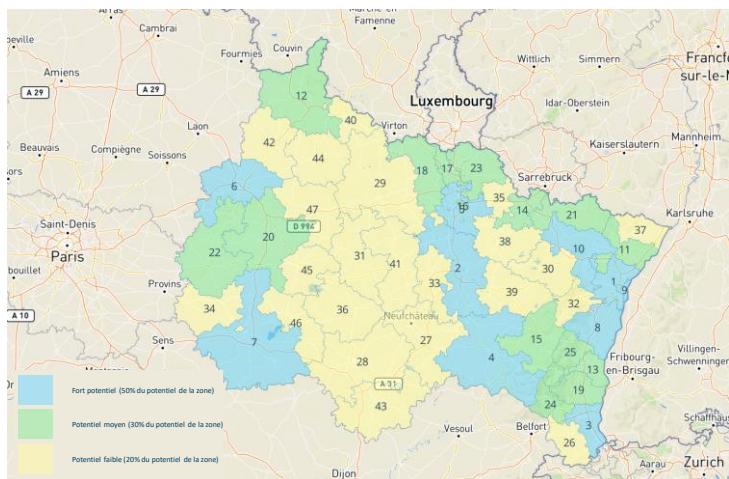
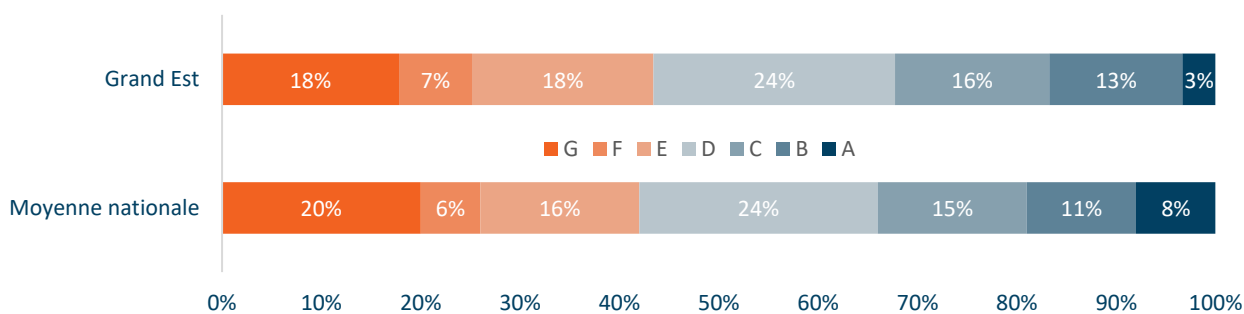
96 706 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **C**

3,3 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓

\* La base sur les transactions immobilières ne comprend pas les départements 67-68. L'intégration de ces deux départements ne changerait probablement pas la catégorie de classement de la région.



La répartition du potentiel de marché est concentré de part et d'autre de la région.

Les agglomérations frontalières bénéficient de zones à potentiel fort. La région est également animée par certaines grandes villes comme Nancy et Reims.

Top 5 des arrondissements du Grand Est		# salariés et artisans
1.	Strasbourg-Campagne	2 923
2.	Nancy	2 902
3.	Mulhouse	2 460
4.	Epinal	2 426
5.	Forbach	2 144

En 2020, la partie la plus dynamique du territoire en matière de rénovation se situe à Nancy, Epinal et Reims.

Le potentiel de l'agglomération Strasbourgeoise (arrondissements de Strasbourg, Strasbourg Campagne et Selestat - Erstein) représente à lui seul près de 15% du potentiel de la région.

# GRAND EST

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>59 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Les Matériaux</b>	<b>55 %</b>	Groupe : Comafranc
<b>3. Gedimat</b>	<b>44 %</b>	Groupement : Gedex
<b>4. BigMat</b>	<b>40 %</b>	Groupement : BigMat
<b>5. Tout Faire</b>	<b>38 %</b>	Centrale : CMEM

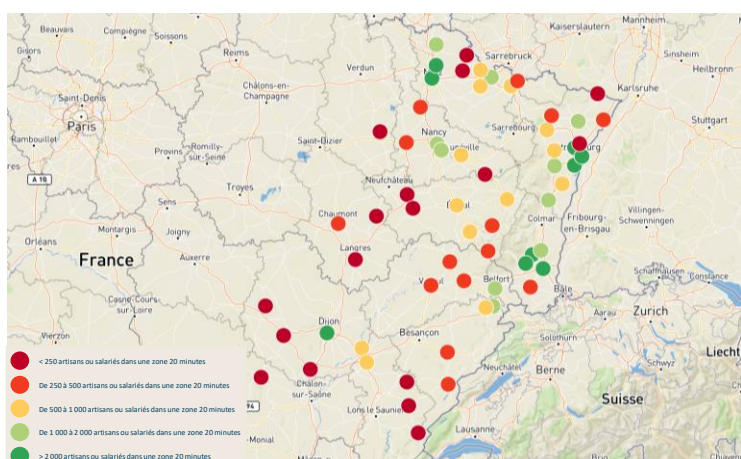
L'intégralité des leaders de la région sont des acteurs nationaux à l'exception de Les Matériaux qui est un acteur présent dans le Grand Est et en Bourgogne-Franche-Comté. C'est une région où le marché atteint par les enseignes fortes est plutôt homogène, entre 40 % et 60 %.

Lorsqu'on observe plus précisément le maillage du territoire selon les arrondissements, Point P, Les Matériaux et Gedimat couvrent de façon plus importante les arrondissements urbains tels que Strasbourg et Metz.

Chacune de ces enseignes dispose d'un maillage du territoire relativement unique. Tout Faire est l'enseigne qui couvre le plus d'arrondissements de la région mais elle n'arrive pas en tête du classement. Les deux premières enseignes ont un pourcentage de couverture relativement proche, par ailleurs Point P n'est pas présent dans 20% des arrondissements.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### LES MATERIAUX



Les Matériaux maille le territoire de la région de manière très dense lorsqu'elle investit une zone. L'enseigne n'hésite pas à maille le territoire où les potentiels d'artisans et salariés sont plus limités (rouge sur la carte). Les Matériaux ne couvre pour l'instant pas l'ensemble de la région : des zones telles que Reims ou Troyes restent en dehors du réseau.

# HAUTS-DE-FRANCE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 2 663 carrelage
- 11 943 maçonnerie
- 4 148 plâtrerie
- 11 201 menuiserie
- 1 235 travaux d'isolations
- 6 416 couverture
- 1 881 charpente



**39 487** > 6 % du total France

Volume de marché > **D**

39 487 salariés et artisans

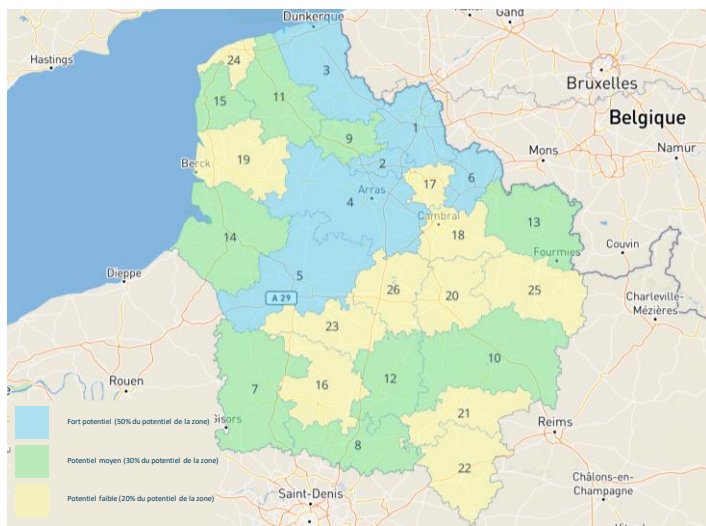
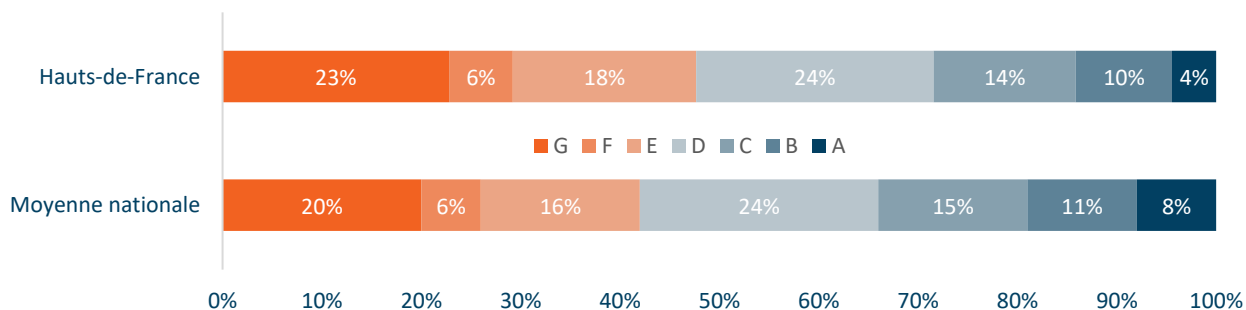
Dynamisme des rénovations > **B**

235 022 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **C**

3,4 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



On peut observer que le potentiel de marché est très concentré autour de Lille et de la frontière belge.

Comme nous avons pu voir sur les régions frontalières avec d'autres pays, les potentiels sont souvent un peu plus importants dans ce type de territoire.

On observe un décalage important entre le volume d'artisans et salariés et le potentiel de rénovation. Comme pour la région Grand Est, cet écart peut s'expliquer en partie par l'impact de la frontière belge.

L'arrondissement de Lille représente à lui seul 1/5ème du potentiel de marché de la région Hauts-de-France.

Top 5 des arrondissements du Hauts-de-France		# salariés et artisans
1.	Lille	8 064
2.	Lens	2 430
3.	Dunkerque	2 394
4.	Arras	2 095
5.	Amiens	1 840

# HAUTS-DE-FRANCE

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>76 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Matnor</b>	<b>62 %</b>	Centrale : CMEM
<b>3. Starmat</b>	<b>53 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. Nebopan**</b>	<b>33 %</b>	Centrale : CMEM
<b>5. Réseau Pro</b>	<b>31 %</b>	Groupement : Chausson

\*\*spécialistes bois : une couverture plus précise pourrait être mesurée en ne conservant dans les cibles que les métiers du bois

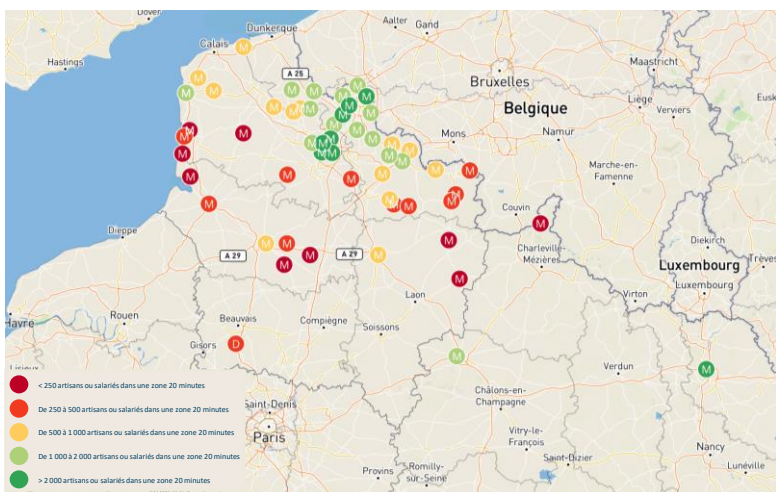
L'intégralité des acteurs de la région sont nationaux sauf Matnor qui est un acteur régional. Nous observons une forte démarcation des pourcentages de marché couvert entre les premiers acteurs de la région.

Le décrochage entre Point P et Starmat peut s'expliquer par le fait que Starmat ne couvre pas ou peu certains arrondissements. Starmat est présent de manière plus faible dans les arrondissements de Clermont, Compiègne, Senlis, Soissons, et Château-Thierry.

Si l'on observe le maillage du territoire au niveau de l'arrondissement les écarts entre les premiers acteurs de la région se trouvent principalement à Soissons, et Château-Thierry où Matnor, Starmat, Nébopan et Réseau Pro ne sont pas significativement implantés.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### MATNOR



Matnor est un acteur fort dans les Hauts-de-France et de manière beaucoup moins importante dans le Grand Est.

C'est une enseigne très présente tout le long de la frontière belge. Son maillage montre qu'elle est concentrée sur des zones à potentiel fort, de forte densité de salariés et d'artisans (en vert sur la carte).

# ILE-DE-FRANCE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 10 616** carrelage
- 40 689** maçonnerie
- 8 305** plâtrerie
- 11 201** menuiserie
- 22 588** travaux d'isolations
- 8 341** couverture
- 1 628** charpente



**96 931** > 16 % du total France

Volume de marché > **A**

96 931 salariés et artisans

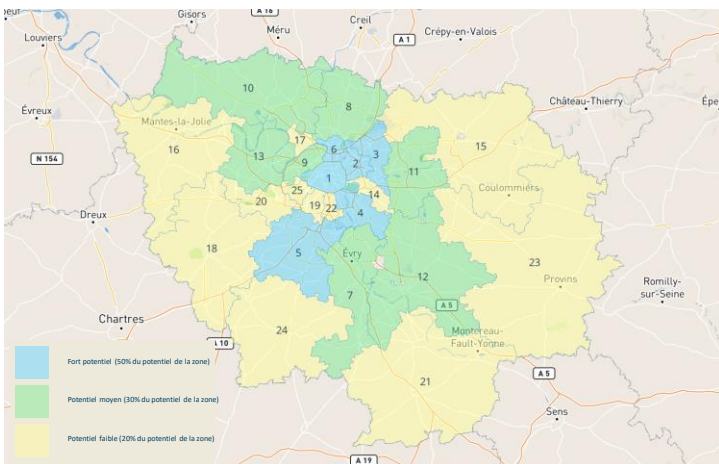
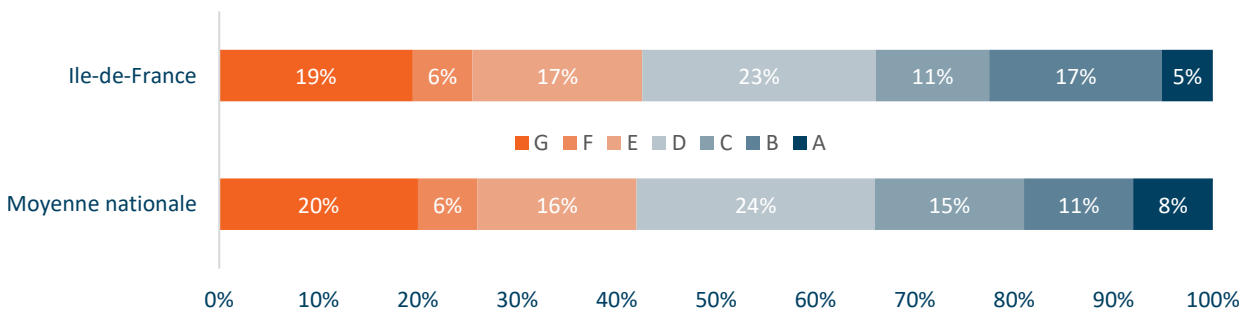
Dynamisme des rénovations > **A**

505 798 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **A**

6,5 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



La région Ile-de-France est sans surprise la première région de France en termes de volume de marché. En dehors de la capitale, les plus forts potentiels de rénovation sont les arrondissements de Nanterre, Pontoise ou encore Raincy.

La région Ile-de-France est première région française en termes de transactions immobilières sur 3 ans. En ce qui concerne l'année 2020, c'est à Paris que 18% des transactions de la région ont eu lieu, viennent ensuite Pontoise et Saint-Germain-en-Laye.

Top 5 des arrondissements de l'Ile-de-France		# salariés et artisans
1.	Paris	13 468
2.	Bobigny	9 608
3.	Raincy	6 803
4.	Créteil	6 261
5.	Palaiseau	5 558

Les forts potentiels de construction neuve se trouvent à Raincy, Nanterre et Bobigny.

# ILE-DE-FRANCE

## Classement régional : TOP 5

Classement		Pourcentage de marché couvert	Appartenance
1.	<b>Point P</b>	96 %	Groupe : SGDB France
2.	<b>Starmat</b>	95 %	Centrale : CMEM
3.	<b>Raboni</b>	76 %	Groupe : BME France Centrale : MCD
4.	<i>Nebopan**</i>	64 %	Centrale : CMEM
5.	<b>Réseau pro</b>	49 %	Groupement : Chausson

\*\*spécialistes bois : une couverture plus précise pourrait être mesurée en ne conservant dans les cibles que les métiers du bois

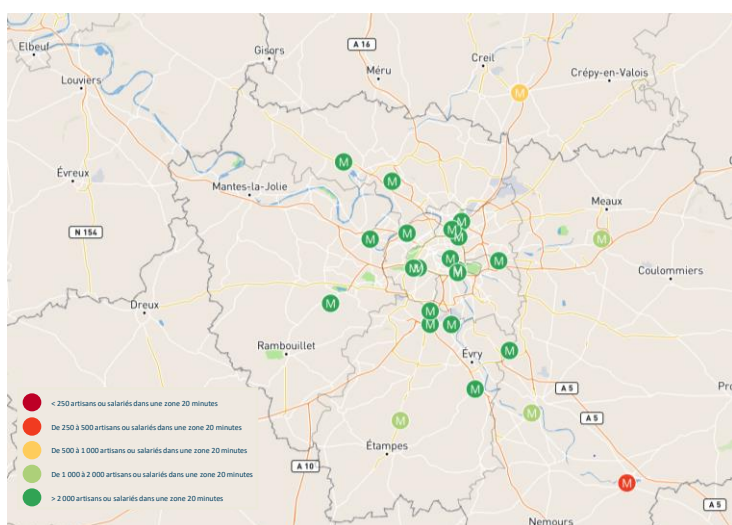
Point P et Starmat disposent d'une très bonne couverture du marché. En effet, ils couvrent 100% du marché sur la moitié des arrondissements de la région.

Raboni est le seul acteur régional dont l'implantation lui permet de faire jeu égal avec les acteurs nationaux.

L'enseigne Réseau Pro n'est pas présente dans 7 arrondissements de la région ce qui explique le décrochage avec Nebopan. Les principaux arrondissements peu couverts par l'enseigne sont Pontoise (10<sup>ème</sup> arrondissement sur 25 en termes de potentiel de marché), Saint-Germain-en-Laye et Argenteuil.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### RABONI



Raboni est un acteur clé de l'Île-de-France mais il est également présent en Normandie (rachat en cours par SGDB France) et dans les Hauts-de-France de manière beaucoup moins importante.

L'enseigne dispose d'un maillage important dans des zones où le potentiel d'artisans et de salariés est très fort et concentré (en vert sur la carte).



# NORMANDIE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 1 879** carrelage
- 8 598** maçonnerie
- 1 686** plâtrerie
- 9 206** menuiserie
- 1 465** travaux d'isolations
- 4 530** couverture
- 2 110** charpente



**29 474** > 5 % du total France

Volume de marché > **E**

29 474 salariés et artisans

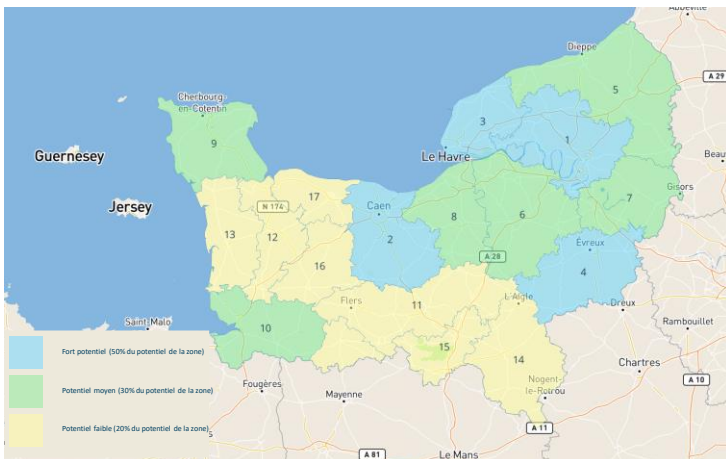
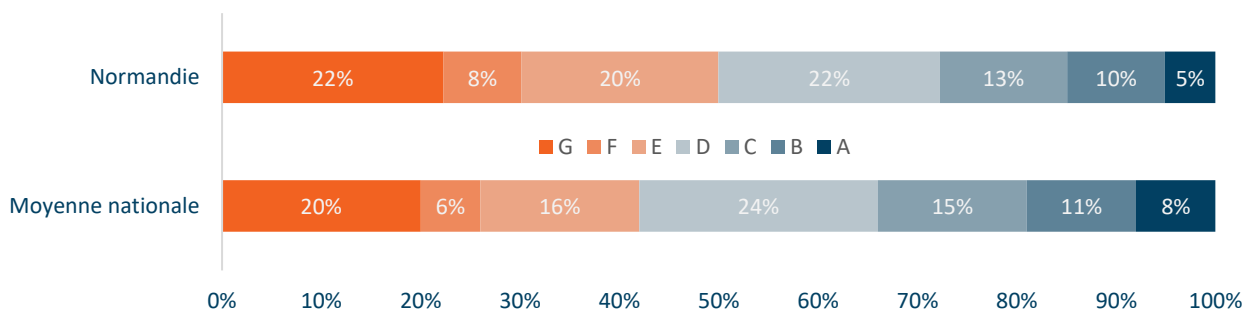
Dynamisme des rénovations > **C**

112 002 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **D**

2,8 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



La région Normandie est le 3ème potentiel le plus faible en France mais compte 277 points de ventes multi-matériaux.

De plus, une fois les arrondissements de Rouen, Caen et Le Havre bien maillés, une très grande partie du potentiel de la région est couvert.

Top 5 des arrondissements de Normandie		# salariés et artisans
1.	Rouen	5 184
2.	Caen	3 983
3.	Havre	2 547
4.	Evreux	2 113
5.	Dieppe	2 043

Rouen et Caen sont les deux arrondissements dans lesquels la construction neuve a été la plus dynamique en 2020.

Par ailleurs c'est au Havre et à Cherbourg qu'il y a eu le plus de transactions immobilières en 2020.

# NORMANDIE

## Classement régional : TOP 5

Classement		Pourcentage de marché couvert	Appartenance
1.	<b>Point P</b>	82 %	Groupe : SGDB France
2.	<b>Starmat</b>	72 %	Centrale : CMEM
3.	<b>Tout Faire</b>	41 %	Centrale : CMEM
4.	<b>Mat+</b>	32 %	Centrale : CMEM
5.	<b>BigMat</b>	28 %	Groupement : BigMat

Les acteurs de ce classement sont majoritairement nationaux à l'exception de Mat+ qui est un acteur présent dans différentes régions de l'ouest de la France.

Dans ce classement on observe un fort décrochage entre Starmat et Tout Faire. Lorsqu'on étudie cet écart à l'échelle des arrondissements on observe que les points de vente de Starmat couvrent mieux les arrondissements à fort potentiel d'artisans et salariés (Cherbourg 97%, Rouen 94%, Le Havre 93%). Là où les points de vente de Tout Faire ne couvrent qu'entre 70% et 80% du potentiel de ces arrondissements.

En regroupant les enseignes de la centrale CMEM. Cette dernière couvre 90% de la région soit 8 points de mieux de Point P.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### MAT+



Mat+ est un acteur présent sur les régions de l'ouest de la France mais de manière plus forte en Normandie et en Nouvelle-Aquitaine.

Les maillages les plus forts du territoire pour Mat+ correspondent à des arrondissements où les potentiels de marché sont élevés (Caen 66%, Cherbourg 60% et Avranches 55%).

# NOUVELLE-AQUITAINE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 4 798** carrelage
- 22 158** maçonnerie
- 7 310** plâtrerie
- 15 884** menuiserie
- 1 375** travaux d'isolations
- 4 067** couverture
- 6 938** charpente



**62 530** > 10 % du total France

Volume de marché > **B**

62 530 salariés et artisans

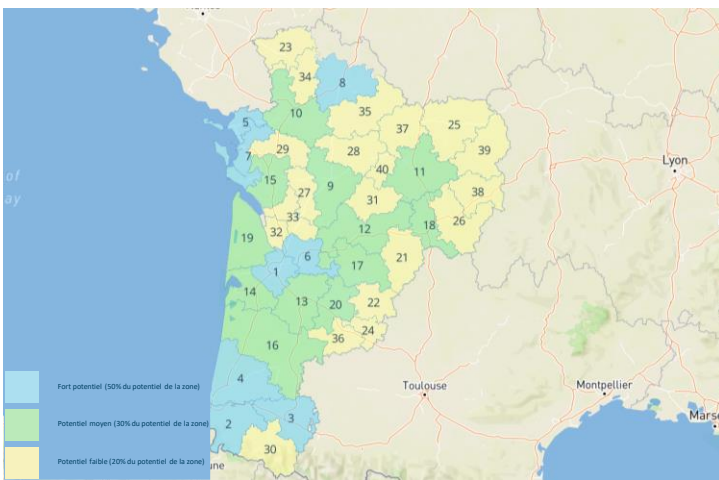
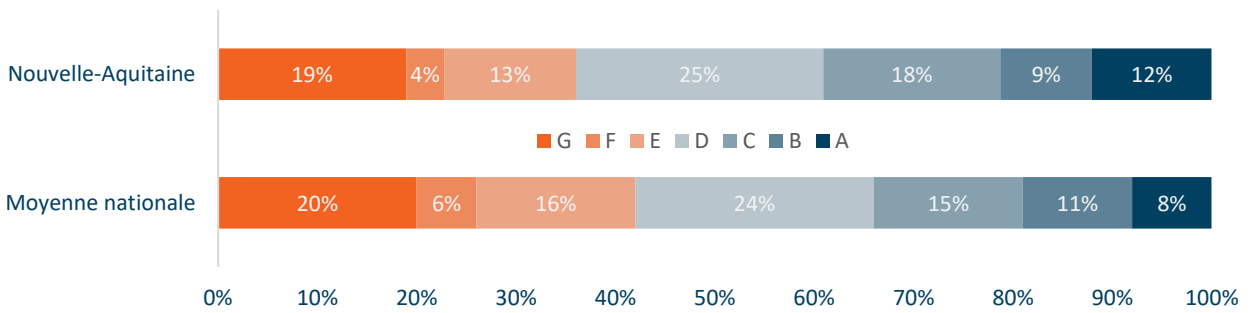
Dynamisme des rénovations > **B**

250 803 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **B**

5,5 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



On observe 2 grands pôles de potentiel : l'agglomération bordelaise et les arrondissements à la frontière avec l'Espagne.

Comme pour beaucoup de régions proches des côtes, les arrondissements situés sur la côte Atlantique sont des forts potentiels.

Top 5 des arrondissements de Nouvelle-Aquitaine		# salariés et artisans
1.	<b>Bordeaux</b>	<b>10 887</b>
2.	<b>Bayonne</b>	<b>3 702</b>
3.	<b>Pau</b>	<b>2 774</b>
4.	<b>Dax</b>	<b>2 747</b>
5.	<b>La Rochelle</b>	<b>2 524</b>

La particularité de cette région est le décrochage entre la locomotive « Bordeaux » et les autres arrondissements.

Par ailleurs, Bordeaux est le 5ème arrondissement au niveau des transactions immobilières sur l'année 2020 derrière Paris, Lille, Nantes et Lyon.

# NOUVELLE-AQUITAINE

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>72 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Chausson Matériaux</b>	<b>64 %</b>	Groupement : Chausson
<b>3. Tout Faire</b>	<b>60 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. Gedimat</b>	<b>46 %</b>	Groupement : Gedex
<b>5. Partedis</b>	<b>43 %</b>	Centrale : CMEM

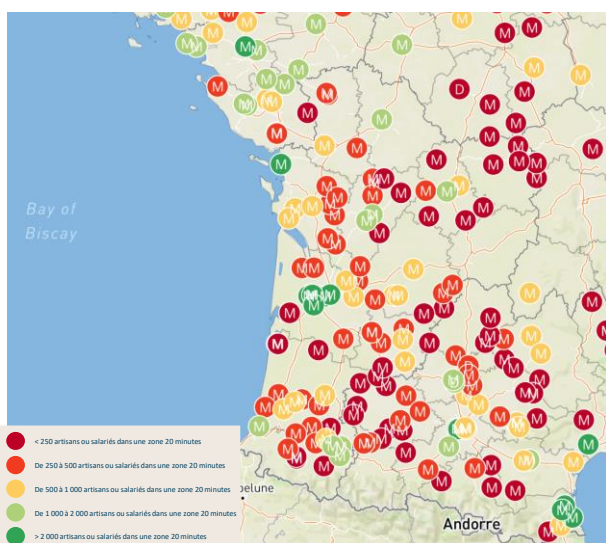
Bien que le top 5 soit constitué d'acteurs nationaux, on observe des écarts importants entre ces derniers.

L'écart entre les 3 premières enseignes du classement et les 2 suivantes s'explique tout d'abord par le fait que Point P, Chausson Matériaux et Tout Faire couvrent de manière importante tous les premiers arrondissements de la région en terme de potentiel de marché (Bordeaux, Bayonne, Pau, Dax, La Rochelle). Gedimat et Partedis ne couvrent pas significativement Dax et La Rochelle. Enfin, l'enseigne Partedis n'est pas significativement présente dans une quinzaine d'arrondissements de la région.

Point P couvre l'intégralité du territoire de Bordeaux qui est le plus fort potentiel en artisans et salariés tandis que c'est à Marmande que Gedimat dispose de son plus fort taux de couverture.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### TOUT FAIRE



Tout Faire est un acteur national très présent sur la région de la Nouvelle-Aquitaine. Son taux de couverture dans la région (60%) est supérieur à son taux national (48%).

C'est à Pau que Tout Faire est en tête de la couverture du marché. Par ailleurs, l'enseigne ne semble pas couvrir significativement 3 arrondissements de la région (Tulle, Châtelleraut, Ussel).

# OCCITANIE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 5 057** carrelage
- 30 144** maçonnerie
- 7 071** plâtrerie
- 13 828** menuiserie
- 1 122** travaux d'isolations
- 2 369** couverture
- 4 710** charpente



**64 301** > 11 % du total France

Volume de marché > **B**

64 301 salariés et artisans

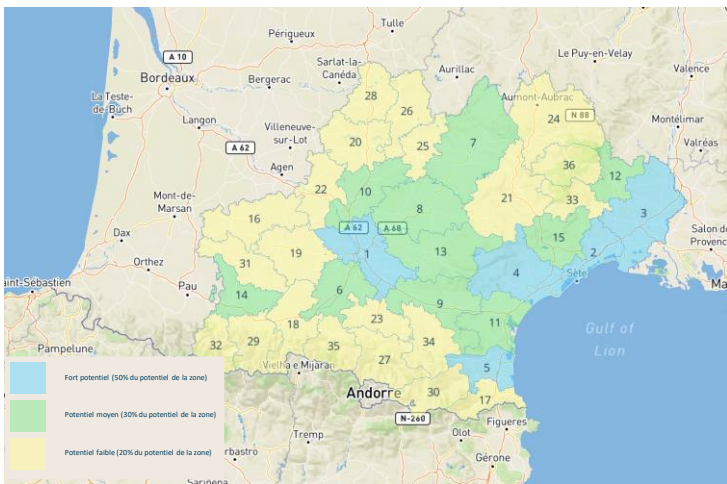
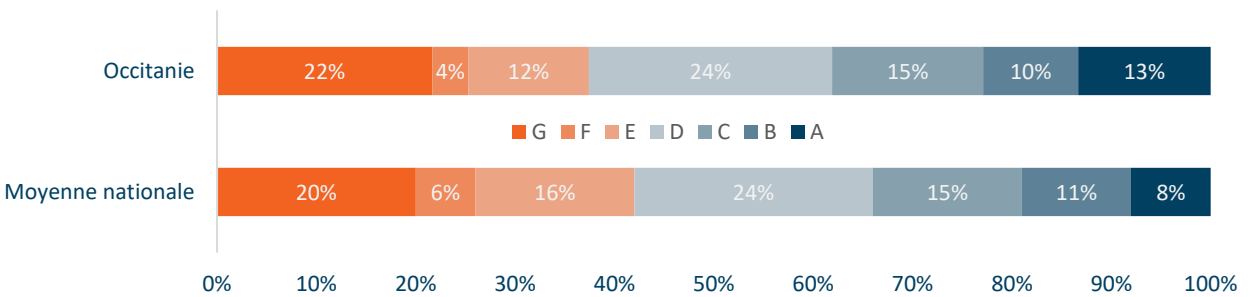
Dynamisme des rénovations > **B**

249 809 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **B**

4,8 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



50% potentiel de marché est concentré principalement le long des côtes méditerranéennes mais aussi à Toulouse et ses alentours.

Le nord-ouest de la région correspond à des arrondissements ruraux aux potentiels plus faibles.

Top 5 des arrondissements de l'Occitanie		# salariés et artisans
1.	Toulouse	8 746
2.	Montpellier	8 559
3.	Nîmes	6 389
4.	Béziers	4 188
5.	Perpignan	4 037

Les arrondissements de Montpellier et Toulouse représentent ensemble 26% du potentiel de marché. Par ailleurs, en 2020, c'est également à Nîmes, Montpellier et Toulouse que le dynamisme de transactions immobilières a été le plus fort.

# OCCITANIE

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Chausson Matériaux</b>	<b>77 %</b>	Groupement : Chausson
<b>2. Point P</b>	<b>75 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>3. Tout Faire</b>	<b>56 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. M+ Matériaux</b>	<b>53 %</b>	Groupe : Samse Centrale : MCD
<b>5. France Matériaux</b>	<b>47 %</b>	Centrale : CMEM

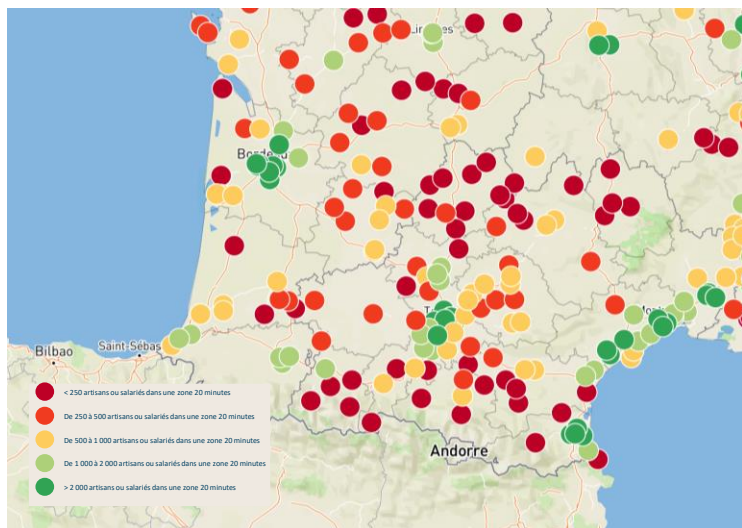
Chausson Matériaux dépasse le leader national sur le classement de la région Occitanie, avec plus des trois quarts du marché accessible par la qualité d'implantation de ses agences.

En ce qui concerne le réseau de Chausson Matériaux au niveau des arrondissements, l'enseigne couvre 5 arrondissements à plus de 90% (Muret, Perpignan, Toulouse, Albi, Montauban).

L'écart entre Point P et Tout Faire s'explique par un maillage différent des deux enseignes. Point P, comme sur la majorité du territoire, couvre la quasi-totalité des arrondissements de la région. Là où Tout Faire ne s'est pas implanté dans plusieurs arrondissements plutôt ruraux (Lodève, Bagnères-de-Bigorre, Prades, Vigan, Argelès-Gazot).

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### CHAUSSON MATERIAUX



Chausson Matériaux est une enseigne présente de manière très dense dans la partie sud de la France.

Pour la région Occitanie, seuls deux arrondissements ne sont pas significativement couverts : Florac et Vigan.

Les trois meilleurs arrondissements couverts par l'enseigne sont Muret, Perpignan et Toulouse.

# PAYS-DE-LA-LOIRE

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 2 991** carrelage
- 10 893** maçonnerie
- 3 418** plâtrerie
- 10 940** menuiserie
- 1 282** travaux d'isolations
- 3 516** couverture
- 3 468** charpente



**36 508** > 6 % du total France

Volume de marché > **D**

36 508 salariés et artisans

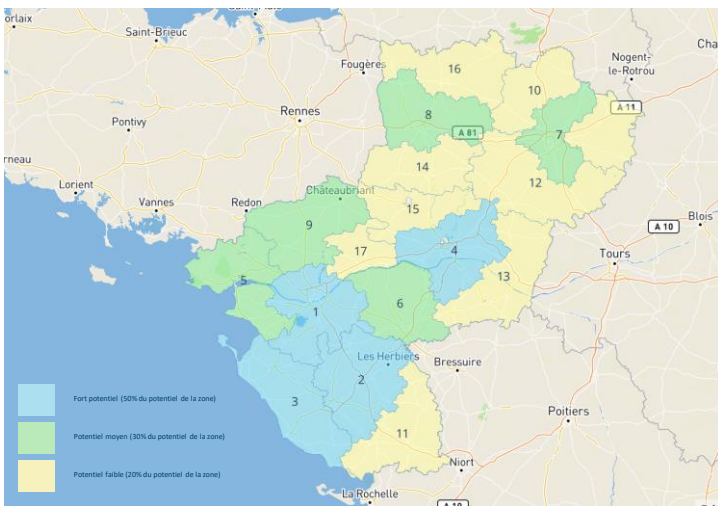
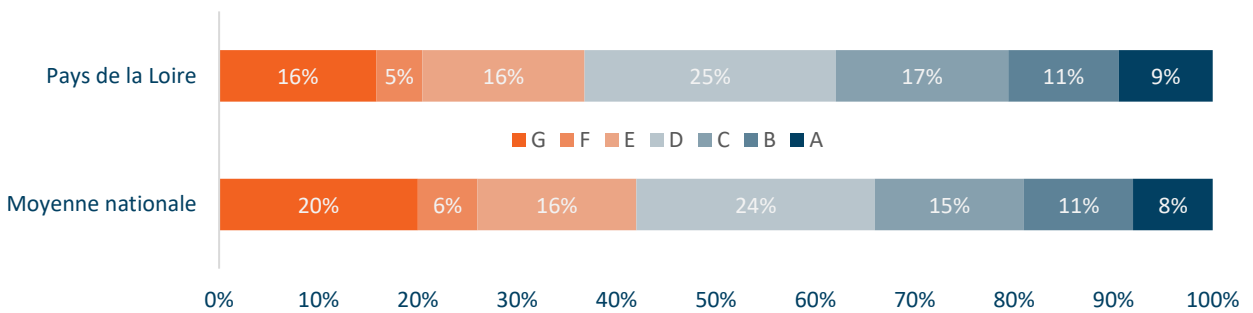
Dynamisme des rénovations > **B**

205 661 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **C**

4 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



Sur la région Pays-de-la-Loire, on observe que les arrondissements avec les plus forts potentiels se trouvent le long des côtes comme pour la région Bretagne.

A l'exclusion de Nantes, on peut observer que le potentiel de marché est relativement homogène sur les 4 premiers arrondissements (cf. top 5 arrondissements). Nantes constitue un pôle plus important à lui seul avec 21% du potentiel régional.

On observe que si l'on prend le taux de couverture des 5 premiers arrondissements de la région, ils couvrent à eux seuls 58% du marché de la région Pays-de-la-Loire.

Top 5 des arrondissements du Pays-de-la-Loire		# salariés et artisans
1.	Nantes	7 606
2.	Roche-sur-Yon	3 600
3.	Sables-d'Olonne	3 517
4.	Angers	3 211
5.	Saint-Nazaire	3 200

# PAYS-DE-LA-LOIRE

## Classement régional : TOP 5

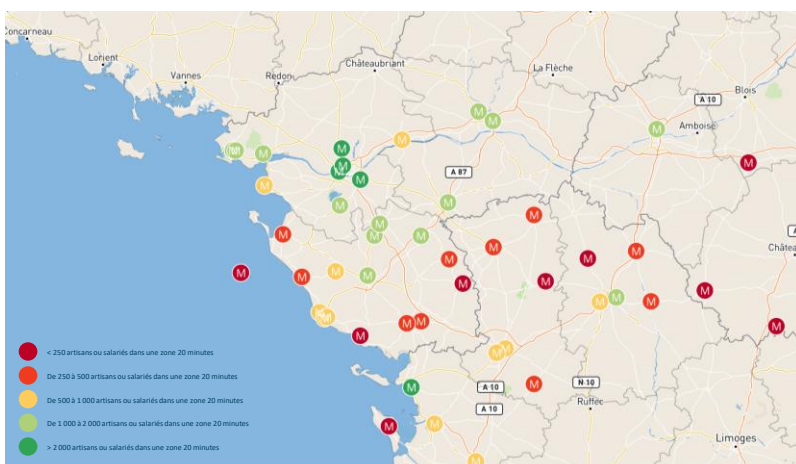
Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>78 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Tout Faire</b>	<b>59 %</b>	Centrale : CMEM
<b>3. VM</b>	<b>53 %</b>	Groupe : Herige Centrale : MCD
<b>4. Réseau Pro</b>	<b>53 %</b>	Groupement : Chausson
<b>5. Starmat</b>	<b>42 %</b>	Centrale : CMEM

Les acteurs de ce classement sont majoritairement nationaux. Seuls VM et Réseau Pro sont des acteurs présents à l'échelle de quelques régions. On observe deux décrochages importants dans ce haut de classement.

En ce qui concerne le premier écart, Point P maille de façon homogène la totalité des arrondissements des Pays-de-la-Loire. Ses taux de couverture les plus importants (> 90%) se trouvent dans les grandes villes de la région (Ancenis, Nantes, Saint-Nazaire, Angers). Tout Faire ne couvre pas significativement Saumur où Point P atteint 82%, et ne couvre Ancenis qu'à hauteur de 22% alors que Point P est à 97%. Le deuxième écart se trouve entre Réseau Pro et Starmat : Starmat opère un réseau un peu moins dense dans ce haut de classement (6 arrondissements sur 17 présentent un taux de couverture inférieur à 10%).

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### VM



VM est une enseigne présente en Normandie, Nouvelle-Aquitaine et Pays-de-la-Loire.

C'est dans cette région que VM maille le territoire de manière plus importante. VM ne couvre pas 7 arrondissements de la région mais se positionne sur des arrondissements à fort potentiel ce qui lui permet de couvrir plus de 50% des artisans et salariés.



# PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

## Potentiel et dynamisme du territoire pour les négoce de matériaux

Effectifs des principaux clients des négoce de matériaux ✓



- 4 923** carrelage
- 34 447** maçonnerie
- 4 240** plâtrerie
- 12 453** menuiserie
- 969** travaux d'isolations
- 1 344** couverture
- 2 205** charpente



**60 581** > 10 % du total France

Volume de marché > **B**

60 581 salariés et artisans

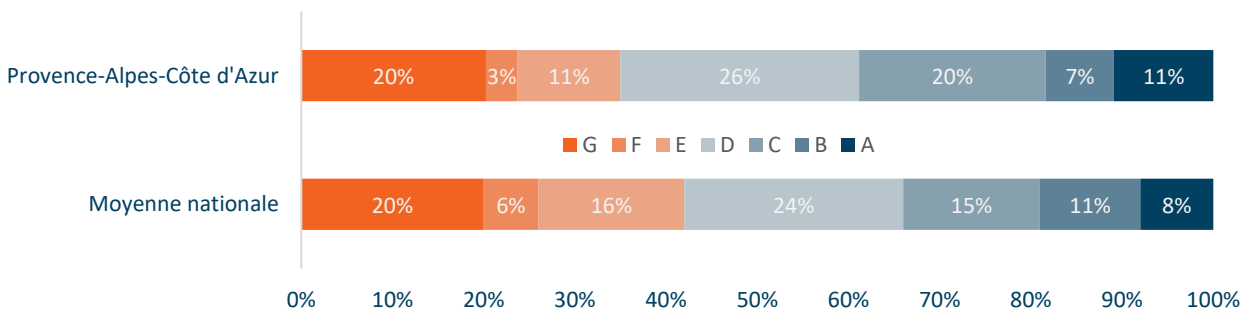
Dynamisme des rénovations > **B**

183 449 transactions immobilières sur 3 ans

Dynamisme de la construction neuve > **C**

3,9 M m<sup>2</sup> commencés

Potentiel de rénovation énergétique (répartition des DPE) ✓



La région Provence-Alpes-Côte d'Azur est une région plutôt hétérogène, ses forts potentiels sont tous regroupés le long des côtes et proche de la frontière avec l'Italie.

Top 5 des arrondissements du Pays-de-la-Loire		# salariés et artisans
1.	Marseille	9 722
2.	Grasse	7 981
3.	Nice	7 355
4.	Toulon	6 298
5.	Draguignan	5 544

Si l'on regarde plus précisément les rénovations de la région en 2020, c'est à Nice qu'il y a eu le plus de transactions. En ce qui concerne le dynamisme de construction neuve, c'est Arles qui se trouve en tête malgré sa position en milieu de classement des potentiels de marché par arrondissement.

# PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

## Classement régional : TOP 5

Classement	Pourcentage de marché couvert	Appartenance
<b>1. Point P</b>	<b>80 %</b>	Groupe : SGDB France
<b>2. Cifréo Bona</b>	<b>79 %</b>	Centrale : CMEM
<b>3. Tout Faire</b>	<b>56 %</b>	Centrale : CMEM
<b>4. Starmat</b>	<b>54 %</b>	Centrale : CMEM
<b>5. Gedimat</b>	<b>43 %</b>	Groupement : Gedex

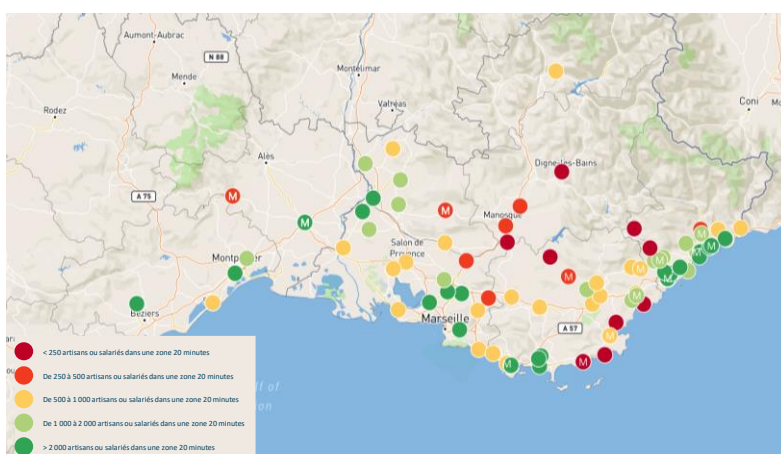
Cifréo Bona est le seul acteur local à se hisser dans ce top 5 régional. Point P et Cifréo Bona présentent un maillage relativement identique sur le territoire de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

L'écart le plus important se trouve entre Cifréo Bona et Tout Faire. Cet écart s'explique premièrement par le fait que Tout Faire ne couvre pas 5 arrondissements de la région (Gap, Digne-les-Bains, Briançon, ...) tandis que Cifréo Bona dispose d'un maillage beaucoup plus large et homogène.

Les taux de couverture les plus forts pour l'enseigne Tout Faire ne se trouvent pas nécessairement dans les arrondissements où le nombre d'artisans et salariés sont les plus importants. Si l'on prend l'exemple de Marseille, qui est le potentiel le plus fort, Tout Faire ne couvre que 43% de cet arrondissement.

## ZOOM sur un acteur clé de la région

### CIFFREO BONA



Cifréo Bona est un acteur présent en Auvergne-Rhône-Alpes et de manière beaucoup plus importante en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Cette enseigne dispose d'un bon maillage sur les arrondissements où le potentiel est important (Marseille : 78%, Grasse 92%, Nice 91%). Néanmoins Digne-les-Bains et Castellane ne semblent pas significativement couverts par l'enseigne.



# PROSPÉRENCES

## Nous contacter

Réalisation de l'étude : Charlotte Guégan  
Validation : Pierre-Yves Le Stradic

[contact@prosperecences.fr](mailto:contact@prosperecences.fr)

### DISCLAIMER

Ce document a été rédigé par Prospérences et ne doit pas être copié, modifié, offert, vendu ou transmis à un tiers de toute autre manière, sans l'accord de Prospérences. Nonobstant la volonté d'exposer les faits avec exactitude et de garantir l'équilibre et la compréhension des avis figurant, le but de ce document n'est pas de fournir une présentation exhaustive. Il sert simplement à présenter les résultats obtenus lors de l'étude « Comment les Négoces de Matériaux ont-ils maillé le territoire ? ». Lorsque le document indique que les informations et statistiques proviennent d'une source externe, on ne saurait considérer que Prospérences a contrôlé l'exactitude de ces informations et statistiques ni qu'elle les a approuvées. Ni Prospérences ni ses collaborateurs, ni aucune autre personne, ne répondent d'un éventuel dommage, direct ou indirect, qui résulterait de l'utilisation des informations précitées. Les faits et informations contenus dans le présent document qui se rapportent à des services, des tendances ou à des situations de marché correspondent à l'état actuel des données disponibles sans recherche déraisonnable. A l'avenir des modifications sont possibles.