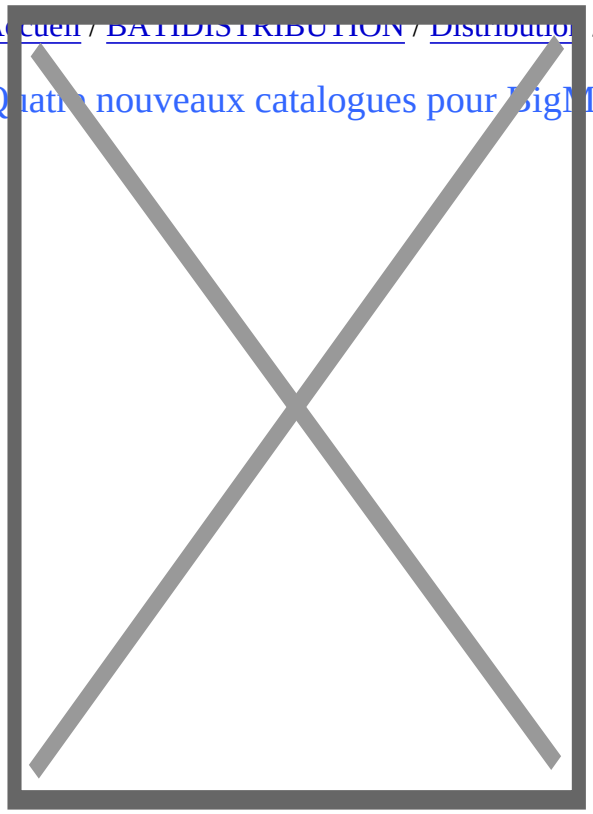
septembre 2010

BigMat

Quatre nouveaux catalogues pour BigMat



L’enseigne BigMat propose désormais dans ses 334 points de vente quatre nouveaux catalogues thématiques : Aménagement Extérieur, Carrelage, Menuiserie et Outillage.

Edité pour la première fois, le catalogue Outillage, équipement et protection propose sur 136 pages une offre déclinée en cinq familles : l’outillage à main, le matériel de chantier, l’électroportatif, la fixation et les équipements de protection individuelle. Le picto Bon à savoir propose des trucs et astuces pour une mise en oeuvre optimale tandis que le picto + produit met en avant les éléments qui faciliteront le choix de l’utilisateur.

Pour sa nouvelle édition, le catalogue Aménagement extérieur et décoration regroupe lui sur 28 pages les sept grands thèmes de l’aménagement extérieur : les entrées, les clôtures, les allées, les terrasses, les piscines, la décoration et les produits de mise en oeuvre. Chaque famille thématique est identifiée par un code couleur et illustrée de photos d’ambiance.

Doté de 84 pages, le catalogue Carrelage, ambiance et décoration propose de son côté quatre grands thèmes : les terrasses, les sols intérieurs, les murs, les produits de mise en œuvre et les accessoires nécessaires. Le picto Nouveau facilite l’identification des dernières innovations et le picto Piscine permet de repérer les produits adaptés à une utilisation aux abords des piscines.

Quant au catalogue Menuiserie extérieure et intérieure, il rassemble sur 106 pages les portes d’entrée, les menuiseries, les fermetures, les portes intérieures, les escaliers, les dressings, les parquets, les lambris et les outils du menuisier. Là encore, des pictos informatifs et ludiques permettent de faciliter le choix des produits.

Il présente également un dossier complet sur la maison ossature bois.

Du nouveau à l'Est pour BigMat

BigMat poursuit son développement hors des frontières hexagonales, en se déployant en République Tchèque à travers six adhérents indépendants. D'ici l'automne 2010, leurs dix points de vente devraient avoir adopté les normes de l'enseigne BigMat.

Ces points de vente couvrent déjà le territoire tchèque d'Est en Ouest et sont installés sur des sites stratégiques : deux à Prague (BigMat Stavinex), un à Caslav (BigMat Falco Profi), un à Cheb (BigMat Falco System), un à Pilsen (BigMat Skopek), un à Jihlava (BigMat Centrostav), trois à Hodonin (BigMat LHS) et un à Veseli Nad Moravou (BigMat LHS). « En élargissant notre réseau à la République Tchèque, nous accédons à un marché offrant un potentiel similaire au marché français, tout en restant fidèles à notre politique d'accueillir des négoces indépendants de qualité » commente Jean-Luc Leroy, directeur général de BigMat International. A l'image de la situation en France, le marché tchèque de la construction est effectivement détenu par des négoces traditionnels et des grandes surfaces de bricolage (Hornbach, Bauhaus…).

A l'international, l'enseigne est également présente en Espagne, en Italie et en Belgique, à travers 466 points de vente qui, en 2009, ont réalisé 1,13 milliard d'euros de chiffre d'affaires.

En France, BigMat s'appuie sur 334 points de vente, pour un chiffre d'affaires de 1,080 milliard d'euros.

Par ailleurs, en France, l'enseigne a reconduit pour trois ans son partenariat avec l'équipe cycliste Auber 93 en tant que sponsor officiel.