

Synermat attire de plus en plus

Pierre Pichère | le 25/03/2019 | [Nord](#)



C'est à Lille, les 20 et 21 mars que s'est tenu le salon Synermat, à l'initiative des trois groupements Sarmat, Matnor et Mat+. Une 3e édition marquée par une affluence en hausse, tant du côté des fournisseurs que des adhérents.

101 adhérents représentés (pour 192 au total pour les trois groupements), 147 industriels industriels-fournisseurs, une dizaine de prestataires de services pour le négoce, 3000 rendez-vous d'affaires

préprogrammés en deux jours et 350 pages d'offres commerciales spécialement conçues pour l'événement. Quelques chiffres qui attestent à la fois de la bonne santé et de l'attractivité grandissante de l'événement initié en 2015 par Sarmat, Matnor et Mat+ et qui, à l'époque, avait attiré 118 exposants.

Cercle vertueux

« C'est un cercle vertueux : les adhérents de nos trois groupements s'investissent de plus en plus dans l'événement, ce qui renforce mécaniquement l'intérêt que les industriels trouvent à y participer » ont affirmé en substance Jean-Yves le Holloco et Pierre Greco, respectivement Président et Directeur Général de Sarmat. Un intérêt d'autant plus indiscutable que les 192 adhérents des trois groupements revendiquent (en cumulé) pour 2018 un chiffre d'affaires cumulé en croissance de 4% à 1,4 milliard d'euros, pour une croissance moyenne du marché évaluée entre 1,5% et 2%.

Surperformance

Une « surperformance » qui atteste une fois encore de la capacité des indépendants à faire mieux que la moyenne. Pour 2019, Jérôme Bayard, François-Xavier Guillou et Jean-Yves Le Holloco, respectivement présidents de Matnor, Mat+ et Sarmat anticipent tous les trois une situation « évolution plus tendue », pour cause de recul avéré du marché du logement neuf, mais aussi d'atonie persistante du côté de la rénovation.

Le salon Synermat monte encore en puissance



De gauche à droite : Pierre Gréco (DG de Starmat), Gilles Nourry (coordinateur de Mat+), François-Xavier Guillou (président de Mat+), Jérôme Bayard (président de Matnor), Thierry Gohier (secrétaire général de Matnor), Jean-Yves Le Holloco (président de Starmat) et Philippe Mardargent (directeur marketing et digital de Starmat).

Après deux premières éditions à Nantes, Synermat s'est tenu les 20 et 21 mars au Grand Palais de Lille. Initiative commune aux trois groupements d'indépendants Mat+, Matnor et Starmat, l'événement continue de prendre de l'ampleur et confirme « le succès » de la formule.

Après plus de 2 500 rendez-vous d'affaires en 2015, puis 2 700 lors de l'édition 2017, le 3^e édition de Synermat qui a accueilli près de 700 personnes, a franchi **la barre des 3 000 speed-datings entre adhérents et fournisseurs exposants**. Au total, 101 des 192 adhérents que comptabilisent les trois réseaux de négociants indépendants multispécialistes ont participé à cet événement. « *C'est une hausse de 9 % par rapport à l'édition de 2017* », se félicite François-Xavier Guillou, président de Mat+. Un rendez-vous biennal qui a déménagé de Nantes à Lille – une zone où rayonne le groupement Matnor – pour des besoins d'espace liés à la hausse du nombre de fournisseurs exposants : 147 cette année contre 137 en 2017 et 118 en 2015. « *Cette année, les exposants représentent 70 % du chiffre d'affaires achats cumulé de nos trois groupements* », précise François-Xavier Guillou.

Particularité du Synermat conçu avec le concours de l'agence conseils Jour de Marché ? Très axé business, « *ce salon 3 en 1 (speed-dating d'une durée de 30 mn chacun, salon inversé et convivialité)* », selon la formule de Jean-Yves Le Holloco (président de Starmat), incite les marques partenaires à rencontrer un tiers de leurs clients négociants réguliers et **deux-tiers de prospects pour favoriser les rencontres et les ouvertures de comptes**. Adossé à ce dispositif de rencontres entre fabricants et négociants : un book promotionnel de 365 pages réunissant les offres commerciales des marques ; les adhérents ayant un mois pour passer commande.

« La formule satisfait 100 % des industriels et des adhérents grâce au respect dans le timing des rendez-vous d'affaires et la qualité des échanges », selon Jean-Yves Le Holloco.

Evolutions du NégoGuide

Si la 4e session du Synermat est déjà confirmée pour 2021, les trois groupements vont travailler entre temps sur un autre dossier commun : **l'édition 2020-2021 du NégoGuide**. Cette bible produits qui structure le plan de vente des négociants va être **retravaillée dans « un esprit plus magazine » pour sa version papier**, avec des entrées par univers plus explicite. Un moyen d'apporter un gain de temps aux artisans dans leur sélection produits, mais aussi une source d'inspiration pour les clients prescripteurs. **Dans sa version digitale, cet outil devrait aussi « aller plus loin »**, avec la possibilité de créer un panier et la demande de devis en ligne sans pour autant devenir un site d'e-commerce pour l'instant.

En attendant, sur un marché plus tendu, notamment sur le segment de la rénovation, « *le chiffre d'affaires cumulés de Mat+, Matnor et Starmat est passé de 1,2 Md€ en 2016 à 1,4 Md€* », souligne Jérôme Bayard, président de Matnor. « *Entre 2017 et 2018, la croissance de nos trois groupements est ressortie à +4 % sur un marché du négoce matériaux à +1,5 %*. Dans un contexte plus difficile, les valeurs d'indépendances que portent nos trois réseaux permettent d'amortir les effets d'un ralentissement de l'activité. En agences, nous constatons aussi moins de turn-over comparé à d'autres grands groupes ; les savoir-faire et expertises sont donc conservés. C'est un levier de fidélisation des clients », estime Pierre Gréco, directeur général de Starmat.



Nouveauté sur l'édition 2019 du salon Synermat : **un Espace Services où une quinzaine de prestataires exposaient pour la première fois**. Au sein de la supercentrale CMEM à laquelle adhèrent Mat+, Matnor et Starmat, [les services généraux](#) (matériel informatique, téléphonie, flotte automobile, fournisseurs d'énergie, etc.) deviennent un univers à part entière en termes de référencement fournisseurs.

Sur son stand, la supercentrale CMEM a notamment présenté **la borne multimédia de l'enseigne spécialisée en menuiserie Ligne & Lumière**. Depuis [la convention de ce réseau en février](#), une trentaine de bornes a déjà été commandée parmi les 148 points de vente du réseau dont 25 "By Ligne & Lumière".

Chiffres-clés

- **Starmat** : 950 M€ de CA 2018, 140 adhérents, 320 points de vente (dont 3 showrooms Ligne & Lumière)
- **Matnor** : 235 M€ de CA 2018, 44 adhérents, 55 points de vente (dont 7 showrooms Ligne & Lumière)
- **Mat+** : 220 M€ de CA 2018, 8 adhérents, 48 points de vente (dont 28 showrooms Ligne & Lumière)